

Voorwoord

Dit rapport is het eindproduct van de afstudeeropdracht die in het kader van de opleiding Dier- en Veehouderij aan de HAS Den Bosch heeft plaatsgevonden.

Via deze weg bedanken wij de AID Groendesk, het Expertisecentrum Paard, de GGD Hart voor Brabant, de KNJV, het LNV-Loket, Postbus 51 en het Voedingscentrum voor de verkregen informatie. Daarnaast bedanken wij de begeleiders, dhr. G.J. Duives en dhr. H. van Osch, vanuit de HAS Den Bosch en niet te vergeten de opdrachtgevers dhr. A. Achterkamp en dhr. P. Overgaauw van het Platform Verantwoord Huisdierenbezit.

's-Hertogenbosch, 7 februari 2006
I. Kamminga en J.J. Thoren



Samenvatting

Bij werkgroepen binnen het Platform Verantwoord Huisdierenbezit (PVH) en bij (koepel)organisaties die deel uitmaken van het PVH, is in de loop der jaren veel kennis verzameld. Deze kennis moet gemakkelijk beschikbaar worden gemaakt voor het grote, veelal niet-georganiseerde publiek, ofwel diereigenaren die niet zijn georganiseerd. Het is belangrijk dat er een centrale poort wordt gevormd, waar geïnteresseerden gemakkelijk terecht kunnen bij de informatie. Bovendien moet de beschikbaar gestelde informatie betrouwbaar zijn. Het beschikbaar stellen van betrouwbare informatie over gezelschapsdieren dient als hulpmiddel om de relatie tussen mens dier te verbeteren en zo verantwoord huisdierenbezit te bevorderen.

De opdracht van dit project luidt: Doe een voorstel voor de organisatiestructuur van het toekomstige kenniscentrum van het PVH en inventariseer de mogelijkheden om te komen tot de inrichting van een kenniscentrum.

Om het voorstel te kunnen vormen, is de organisatiestructuur van andere kenniscentra onderzocht door zeven verschillende kenniscentra te bezoeken en te interviewen. Ook zijn de wensen van het PVH en van deelnemende instellingen meegenomen. Deze instellingen hebben te kennen gegeven mee te werken aan de opzet van het kenniscentrum.

Voor de keuze van de doelgroep wordt geadviseerd te richten op de niet-georganiseerde dierhouder en de potentiële dierhouder. Op deze manier wordt een grote groep mensen bereikt.

De informatie, die bij de bestaande werkgroepen binnen het PVH aanwezig is, moet worden gebruikt voor het kenniscentrum. Deze kennis moet in een databank worden geplaatst en beschikbaar worden gesteld aan het publiek middels een website. Een website is een modern medium waarmee een grote groep mensen kan worden bereikt. Er wordt geadviseerd de bouw van de website uit te besteden aan een professioneel ICT-bedrijf. De indeling van de website moet bestaan uit een raamwerk dat de basis van de website vormt. Dit raamwerk heeft op elke pagina dezelfde vormgeving en zorgt ervoor dat de website duidelijk en overzichtelijk is.

Om ervoor te zorgen dat het PVH naamsbekendheid krijgt, wordt geadviseerd om persberichten te plaatsen in vakbladen en tijdschriften in de diersector. Ook moeten folders, brochures en posters worden verspreid bij dierenartspraktijken en dierspecialisten. Voor het verkrijgen van naamsbekendheid zijn deze methodes effectief en betaalbaar.

Er moeten minimaal drie fte's worden ingezet om het kenniscentrum draaiende te kunnen houden. Eén fte kost ongeveer € 100.000,-. In het totaal bedragen de kosten voor het personeel dan ook € 300.000,-.

Voor de bekostiging van het kenniscentrum is het van belang dat er wordt gezorgd voor een vaste bron van inkomsten. Dit kan door middel van subsidie van het Ministerie van LNV plaatsvinden en/ of door bijdrage vanuit de sector. Over de exacte bekostiging van het kenniscentrum kan nog geen advies worden gegeven. Dit dient nader te worden onderzocht.



Inhoudsopgave

Voorwoord	1
Samenvatting	3
1. Inleiding	7
2. Materiaal en Methode.....	9
2.1. Uitvoering van het project	9
2.2. Andere kenniscentra	9
2.3. Instellingen.....	10
2.4. Het voorstel.....	11
3. Tips en struikelblokken andere kenniscentra	13
4. Voorstel voor het kenniscentrum	17
4.1. Doelgroep kenniscentrum	17
4.2. Inwinnen van informatie	19
4.3. Informatieoverdracht vanuit het kenniscentrum	23
4.4. Personeel.....	27
4.5. Bekostiging kenniscentrum	29
4.6. Bouw van de website	35
4.7. Indeling van de website	39
4.8. Naamsbekendheid kenniscentrum.....	45
Literatuurlijst	49
Bijlage 1. Werkgroepen en (koepel)organisaties PVH	51
Bijlage 2. Adressen bezochte kenniscentra	52
Bijlage 3. Personeelskosten	53
Bijlage 4. Betekenissen van internettermen	54
Bijlage 5. Indeling website kenniscentrum PVH	55
Bijlage 6. Indeling websites andere kenniscentra	58
Bijlage 7. Privacy / Disclaimer	63
Bijlage 8. Kosten posters, brochures, folders en flyers	68
Bijlage 9. Kosten radio- & tv-reclame	70



1. Inleiding

Dit project is uitgevoerd in opdracht van het Platform Verantwoord Huisdierenbezit (PVH). Het doel van het PVH is de relatie tussen mens en dier te verbeteren en zo verantwoord huisdierenbezit te bevorderen.

Bij werkgroepen binnen het PVH en bij (koepel)organisaties die deel uitmaken van het PVH, is in de loop der jaren veel kennis verzameld. (Zie bijlage 1 voor een overzicht van de verschillende werkgroepen en (koepel)organisaties.)

Gesteld kan worden dat verreweg het grootste deel van de liefhebbersorganisaties in Nederland haar bestaansrecht dankt aan het verzamelen en doorgeven van kennis aan de achterban. Dit geschiedt in de meeste gevallen door het organiseren van informatieve bijeenkomsten, het uitwisselen van informatie van periodieken, websites en documentatiemateriaal, zoals brochures en leaflets. In veel gevallen wordt deze kennis onvoldoende gecatalogiseerd.

Een functie van het PVH is de kennis beschikbaar maken voor het grote, veelal niet-georganiseerde publiek, ofwel diereigenaren die niet zijn georganiseerd. Het is belangrijk dat er een centrale poort wordt gevormd, waar geïnteresseerden gemakkelijk terecht kunnen bij de informatie. Bovendien moet de beschikbaar gestelde informatie betrouwbaar zijn. Het beschikbaar stellen van betrouwbare informatie over gezelschapsdieren dient als hulpmiddel om de relatie tussen mens en dier te verbeteren en het doel van het PVH te verwezenlijken.

De algemene doelstelling van het kenniscentrum luidt: primair betrouwbare informatie actief en passief beschikbaar stellen voor de niet-georganiseerde dierhouder en de potentiële dierhouder en secundair de georganiseerde dierhouder.

De opdracht van dit project luidt: beschrijf de structuur van een kenniscentrum en inventariseer de mogelijkheden om te komen tot de inrichting van een kenniscentrum.

Hoofdstuk 2 van dit rapport bevat de materiaal en methode van het project. In dit hoofdstuk wordt de wijze van uitvoering van de opdracht beschreven.

De tips en struikelblokken van de andere kenniscentra voor het toekomstige kenniscentrum van het PVH komen in hoofdstuk 3 aan bod.

In hoofdstuk 4 wordt het voorstel voor de organisatiestructuur van het toekomstige kenniscentrum beschreven. De onderwerpen die in deze paragrafen worden behandeld zijn de doelgroep, inwinnen van informatie, informatieoverdracht, het personeel, bekostiging, bouw van de website, indeling van de website en naamsbekendheid. Elk onderwerp is onderverdeeld in een paragraaf. Elke paragraaf begint met het advies, betreffende het onderwerp en vervolgens wordt de motivatie van het advies gegeven. Daarna komen de wensen van het PVH en van de deelnemende instellingen naar voren. Als laatste worden de diverse mogelijkheden voor het betreffende onderwerp beschreven.

De bijlagen zijn achter in het rapport bijgevoegd. De bijlagen die betrekking hebben tot het voorstel zijn bijlage 3 Personeelskosten, bijlage 5 Indeling website kenniscentrum PVH, bijlage 6 Indeling websites andere kenniscentra, bijlage 7 Privacy/ disclaimer, bijlage 8 Kosten posters, brochures, folders en flyers en bijlage 9 Kosten radio- en tv-reclame.

De overige bijlagen bevatten algemene informatie.



2. Materiaal en Methode

In dit hoofdstuk wordt beschreven op welke wijze het project is uitgevoerd. Ook staat in dit hoofdstuk vermeld, hoe het voorstel gelezen moet worden.

2.1. Uitvoering van het project

Om tot het voorstel te komen, zijn de volgende acties ondernomen:

- Opstellen van een vragenlijst met vragen over de organisatiestructuur van een kenniscentrum;
- Inwinnen van informatie over de organisatiestructuur en andere bijbehorende zaken van andere kenniscentra.
De informatie is verkregen tijdens bezoeken aan andere kenniscentra. Op deze manier werd gekeken naar de verschillende mogelijkheden voor de organisatiestructuur van het toekomstige kenniscentrum van het PVH. Tijdens deze gesprekken is gebruik gemaakt van de vooraf opgestelde vragenlijst. De kenniscentra die tijdens dit project zijn bezocht, worden beschreven in paragraaf 2.2.
- Inventariseren van de mogelijke voorwaarden waaraan het kenniscentrum, naar de mening van deelnemende instellingen, moet voldoen.
De deelnemende instellingen hebben, naar aanleiding van een uitnodiging van het PVH, te kennen gegeven mee te werken aan de opzet van het kenniscentrum. De inventarisatie heeft plaatsgevonden tijdens een bijeenkomst met het PVH en de instellingen. In paragraaf 2.3 wordt beschreven welke instellingen hier aan hebben meegewerkt.
- Schrijven van een voorstel over de organisatiestructuur van het kenniscentrum. Het voorstel is voornamelijk voortgekomen uit de verkregen informatie tijdens de gesprekken met de andere kenniscentra en door de inventarisatie van de meningen van de verschillende instellingen;
- Presenteren van het voorstel aan het PVH en de instellingen.

2.2. Andere kenniscentra

De kenniscentra die voor dit project zijn bezocht, staan hieronder beschreven:

- AID Groendesk.
De AID Groendesk is onderdeel van de Algemene Inspectie Dienst van het Ministerie van LNV en vervult landelijk een belangrijke taak op het gebied van handhaving van natuurbeschermingsregelgeving. Het kenniscentrum is een helpdesk voor vragen op het gebied van natuurbescherming, natuurbeschermingsregelgeving, vergunningen en productinformatie. Ook is de AID Groendesk een loket voor meldingen op het gebied van natuurbescherming. Deze meldingen kunnen zowel betrekking hebben op mogelijke overtredingen als op controleverzoeken.
- Expertisecentrum Paard.
Het Expertisecentrum Paard is een pilot waar ongeveer 100 mensen toegang tot hebben. Het expertisecentrum verstrekt informatie over het houden van paarden, ingedeeld in de categorieën wet- en regelgeving, vaktechniek en bedrijfsontwikkeling.

- GGD Hart voor Brabant.
De GGD (Gemeentelijke gezondheids Dienst) voert in opdracht van gemeenten taken uit in de openbare gezondheidszorg voor alle inwoners van Nederland. De GGD verstrekt onder andere informatie over hygiëne, infectieziekten, milieu en gezondheid, reizen en rampenbestrijding.
- KNJV.
De KNJV (Koninklijke Nederlandse Jagers Vereniging) is deskundig op het gebied van jacht, jachthonden en faunabeheer en behartigt de belangen van leden en wildbeheereenheden. Een wildbeheereenheid is een samenwerkingsverband van jachthouders die gezamenlijk een gebied beheren. De KNJV is een landelijke organisatie en telt ongeveer 21.000 leden. De vereniging verricht onderzoek naar de ontwikkeling van de wildstand en geeft adviezen aan de wildbeheereenheden voor het beheer van diersoorten en hun leefomgeving.
- LNV-Loket.
Het LNV-Loket geeft informatie over de uitvoering van wet- en regelgeving van het Ministerie van LNV. Het kenniscentrum bundelt kennis over landbouw en verstrekt onder andere informatie over subsidieregelingen, wet- en regelgeving en mest.
- Postbus 51.
Postbus 51 is een informatiedienst vanuit de voorlichtingsraad, ofwel een vraagbaak vanuit de overheid voor de Nederlandse bevolking. Postbus 51 is een centraal loket voor iedereen die vragen heeft aan de rijksoverheid. De thema's die onder andere bij Postbus 51 worden behandeld zijn 'bestuur, recht, veiligheid', 'milieu, energie, water', 'consument en ondernemen' en 'onderwijs en cultuur'.
- Voedingscentrum.
Het Voedingscentrum is een informatie- en kennisinstituut. Het Voedingscentrum wil het inzicht in de kwaliteit van voedsel vergroten en stimuleren dat de consument gezond en veilig eet met als doel een bewust kiezende consument en gezondheidswinst. Het Voedingscentrum geeft onder andere informatie over voedselkwaliteit, voedselveiligheid, overgewicht en diabetes.

Er is bewust voor gekozen om kenniscentra te bezoeken die onderling sterk variëren qua organisatiestructuur. Zo behoren Postbus 51 en het Voedingscentrum tot de grootste en bekendste kenniscentra van Nederland. AID Groendesck, Expertisecentrum Paard en de KNJV zijn echter erg klein en minder bekend.

Het verschil in organisatiestructuur is een belangrijke reden waarom deze kenniscentra zijn uitgekozen. Op deze manier konden verschillende organisatiestructuren worden onderzocht en vergeleken. Een andere reden waarom voor het Expertisecentrum Paard en GGD Hart voor Brabant is gekozen, is dat deze kenniscentra nog niet zo lang geleden zijn opgezet. Op deze manier kon er gemakkelijk informatie worden verkregen over problemen die zich hebben voorgedaan tijdens de opzet van de kenniscentra. De adressen van de kenniscentra zijn weergegeven in bijlage 2.

2.3. Instellingen

Het PVH streeft naar een zo groot mogelijke betrokkenheid van instellingen bij het project. Een aantal instellingen heeft, naar aanleiding van een uitnodiging van het PVH, aan het PVH te kennen gegeven mee te werken aan de opzet van het kenniscentrum. Dit is ook de reden waarom deze instellingen betrokken zijn geweest bij het project. Hieronder zijn de instellingen weergegeven.

- Faculteit Diergeneeskunde Utrecht;
- HAS Den Bosch;
- Huisdier Kennis Instituut;
- STOAS Hogeschool Dronten;
- Van Hall Instituut/ Larenstein;
- Wageningen UR.

2.4. Het voorstel

Het advies en de motivatie zijn voornamelijk tot stand gekomen, dankzij de informatie die is verkregen bij de andere kenniscentra. Tijdens de bezoeken aan de andere kenniscentra zijn per onderwerp verschillende mogelijkheden naar voren gekomen. Een voorbeeld hiervan is het onderwerp 'informatieoverdracht'. Bij dit onderwerp worden verschillende mogelijkheden genoemd, zoals informatieoverdracht via een website, tijdschrift, brochures enz. Deze mogelijkheden zijn vergeleken door de voor- en nadelen tegen elkaar af te wegen. Op deze wijze is een deel van het advies gevormd. Om het advies compleet te maken zijn de tips en struikelblokken van andere kenniscentra meegenomen. Tevens zijn de wensen van het PVH en van de deelnemende instellingen in het advies verwerkt.

De onderwerpen die in het voorstel worden behandeld zijn de doelgroep, inwinnen van informatie, informatieoverdracht, het personeel, bekostiging, bouw van de website, indeling van de website en naamsbekendheid. De onderwerpen zijn elk in een aparte paragraaf onderverdeeld. Per onderwerp worden de volgende punten achtereenvolgens besproken:

- Advies en motivatie;
- Wensen van het PVH;
- Wensen van de instellingen;
- Resultaten andere kenniscentra;
- Mogelijkheden.

Er is voor gekozen om elke paragraaf met het advies te laten beginnen, zodat het advies in één oogopslag gelezen wordt. Geïnteresseerden in achterliggende informatie, betreffende het onderwerp, wordt aanbevolen ook de aansluitende informatie te lezen.

3. Tips en struikelblokken andere kenniscentra

In dit hoofdstuk worden de struikelblokken beschreven die zich bij de bezochte kenniscentra hebben voorgedaan. Tevens worden tips, vanuit de bezochte kenniscentra, aan het toekomstige kenniscentrum van het PVH gegeven.

Als eerste worden de struikelblokken en de sterke en zwakke punten van enkele kenniscentra gegeven. Daarna zijn in een tabel de tips van de bezochte kenniscentra weergegeven.

AID Groendesk

Struikelblokken

Het kenniscentrum bestaat 3½ jaar, De contactpersoon is vanaf het begin actief betrokken bij de opzet van het kenniscentrum. Tijdens de opzet van het kenniscentrum hebben zich de volgende tegenslagen voorgedaan:

- Geen tot weinig terugkoppeling vanuit de praktijk;
- Het hebben van te weinig praktijkervaring om te weten waar je over praat en waar je mee bezig bent;
- Weinig of onvoldoende betrokkenheid van de directie;
- Onvoldoende budget beschikbaar voor promotie;
- Onvoldoende draagvlak binnen de organisatie;
- Extern: het verkrijgen van naamsbekendheid.
- In totaal heeft het twee jaar geduurd voordat het gehele kenniscentrum van de AID Groendesk was opgezet en voltooid.

Sterke punten

- De AID Groendesk staat heel dicht bij het Ministerie van LNV en weet welk beleid het Ministerie hanteert;
- De AID Groendesk weet precies hoe de wetgeving in elkaar steekt en kan deze ook direct terugkoppelen naar het Ministerie;
- Klanten worden telefonisch direct te woord gestaan, de vragen worden per direct of zo snel mogelijk beantwoord.

Zwakke punten

- Interne problemen zoals kostenaspecten, leiding geven;
- Er is te weinig informatie op de website beschikbaar voor derden.

Expertisecentrum Paard

Struikelblokken

Een probleem bij het expertisecentrum was dat er nauwelijks vragen werden gesteld, terwijl dit kenniscentrum juist gericht is op informatieverstrekking door middel van het beantwoorden van vragen. Voor de doelgroep was de stap om vragen te stellen via internet waarschijnlijk te groot. Verder ziet de paardenhouderij waarschijnlijk onvoldoende belang in van het expertisecentrum.

LNV-Loket

Struikelblokken

- Het werken in het kenniscentrum is zeer arbeids- en 'kennisintensief' (de medewerkers moeten over kennis van veel onderwerpen beschikken). Het beantwoorden van vragen via e-mail en telefoon neemt veel tijd in beslag. De werknemers die deze vragen beantwoorden moeten van alle onderwerpen kennis hebben. Het is belangrijk dat deze werknemers een analytisch vermogen hebben en goed kunnen lezen om vragen snel en correct te kunnen beantwoorden. Werknemers die vragen beantwoorden worden minimaal 2 maanden opgeleid, dit brengt extra kosten met zich mee.
- In de loop der jaren komt er steeds meer kennis bij. Voorlichters moeten steeds meer kennis bijleren. Hierdoor wordt het LNV-Loket gedwongen om in de toekomst de werknemers te laten specialiseren. Op drukke momenten worden uitzendkrachten aangenomen, het nadeel is echter dat deze uitzendkrachten eerst een korte opleiding moeten krijgen voordat deze als hulpkracht kunnen worden ingezet;
- Het LNV-Loket moet altijd als eerste op de hoogte zijn van veranderingen. De overheid en/of de BackOffice informeert het LNV-Loket niet altijd als eerste over nieuwe veranderingen. Op deze manier is het LNV-Loket niet als eerste op de hoogte van de informatie en kan de klant, bij vragen over deze informatie, niet worden geholpen.

Sterke punten

- Het LNV-Loket is zeer klantgericht. De klant komt altijd op de eerste plaats en vragen worden direct beantwoord. Kunnen vragen niet direct beantwoord worden dan wordt de vraag doorgestuurd naar de BackOffice, een afdeling met gespecialiseerd personeel. Als de BackOffice de vraag alsnog niet kan beantwoorden dan wordt de vraag behandeld door een expert;
- Via de website wordt een klanttevredenheidstest uitgevoerd. Onderwerpen die hierbij aan de orde komen zijn o.a. duidelijkheid van documenten, wordt de klant telefonisch goed te woord gestaan, enz.;
- De medewerkers hebben kennis van alle onderwerpen;
- Er is één aanspreekpunt, één telefonische lijn, voor de klant. Vanuit een keuzemenu kan er een keuze worden gemaakt in de verschillende onderwerpen. Dit keuzemenu verandert niet of zo min mogelijk. Een voordeel hiervan is dat vaste klanten niet eerst het gehele keuzemenu hoeven af te luisteren, voordat er een keuze kan worden gemaakt;
- Tijdens een telefonisch gesprek worden zo veel mogelijk vragen van de klant beantwoord;
- De klant belt gratis naar het LNV-Loket.

GGD Hart voor Brabant

Struikelblokken

De GGD heeft op het moment enkele problemen met de website. Het programma waarmee de website moet worden bijgewerkt is niet gebruiksvriendelijk. Het bijwerken van de website gaat daarom erg moeizaam.

De oorzaak van deze problemen is dat de testfase van de website niet correct is verlopen.

Postbus 51

Sterke punten

- De website is gebruiksvriendelijk.

Zwakke punten

- Er zijn drie verschillende databanken aanwezig waarin de informatie is verwerkt: één voor het beantwoorden van de telefoon, één voor het beantwoorden van e-mail en één voor de website. Hierdoor moeten bij veranderingen altijd alle drie de databanken worden nagekeken;
- Er moet veel geïnvesteerd worden in trainingen en opleidingen;
- Het werk van de werknemers in het contactcentrum is erg verschillend van de werkzaamheden van de redactie, hierdoor is er tussen de afdelingen onderling weinig begrip;
- In het verleden waren niet alle documenten, brochures en publicaties beschikbaar via de website.

Tips van andere kenniscentra

In de onderstaande tabel staan de tips beschreven die de andere kenniscentra aan het toekomstige kenniscentrum van het PVH geven. In de linkerkolom zijn de tips beschreven. Rechts wordt aangegeven door welke kenniscentra de tips zijn genoemd.

	AID Groendesk	Expert. paard	GGD HVB	KNJV	LNV-Loket	Postbus 51	Voedingscentrum
Vermelden welke dieren in Nederland als huisdier of gezelschapsdier gehouden mogen worden.	x						
Schriftelijk vastleggen van alle besluiten over het kenniscentrum (project).	x					x	
Verspreid een operationeel verslag voor goede samenwerking tussen afdelingen.						x	
Zorg voor een intern draagvlak, geef de werknemers de gelegenheid hun mening te geven en vragen te stellen.						x	
Zorg voor contact tussen verschillende afdelingen.						x	
Maak een ideeënbus.						x	
Houdt rekening met het feit dat er veel tijd gaat zitten in het controleren van informatie.				x			
Neem deskundigen van de dierensector in dienst.		x					
Investeer in saamhorigheid tussen organisaties. Een goede communicatie tussen organisaties is belangrijk.			x				
Richt je op een brede doelgroep.			x	x			
Zorg ervoor dat het kenniscentrum laagdrempelig en begrijpelijk is voor iedereen.		x	x				

	AID Groendes	Expert. paard	GGD HVB	KNJV	LNV-Loket	Postbus 51	Voedingscentrum
Direct beantwoorden van vragen per e-mail of telefoon.	x						
Laat de klanten die bellen betalen voor het telefoongesprek, dit kan worden beschouwd als een bron van inkomsten.					x		
Informeer naar de vraag van de doelgroepen d.m.v. telefoon, e-mail en internet.						x	
Voer een klanttevredenheidsonderzoek uit. Is de website gebruiksvriendelijk, worden vragen voldoende beantwoord, hoe is de klantvriendelijkheid per telefoon, e.d.						x	
Maken van goede afspraken met de opdrachtgever/ klant en kom deze afspraken na, probeer zo veel mogelijk voor de opdrachtgever/ klant te doen om deze tevreden te stellen.					x		
Vastleggen van opdrachten van opdrachtgevers.					x		
Houdt de website up-to-date.	x			x			x
Geef de website een logische indeling.		x		x			
Gebruik een beheersysteem dat toegankelijk is voor meerdere werknemers.				x			
Neem meerdere mensen in dienst die met het beheer van de website overweg kunnen.				x			
Gebruik intranet voor de koepelorganisaties van het PVH.				x		x	
Plaats geen informatie op de website waarvoor ingelogd moet worden.				x			
De website een jaar lang als project laten draaien om te kijken of er vraag is naar de gegeven informatie.	x						
Plaats publiekstrekking op de site, zoals 'dier van de week'.							x
Plaats banners, een soort reclamebalk, op de website met actuele onderwerpen.							x
Maak concrete en goede afspraken met het ICT-bedrijf.				x			
Houdt rekening met eigendomsrechten van de foto's die op de website geplaatst gaan worden (i.v.m. de kosten).				x			

Tabel 3.1. Tips van andere kenniscentra.

Uit deze tabel kan worden opgemaakt dat meerdere kenniscentra het richten op een brede doelgroep belangrijk vinden.

Met betrekking tot de website is het vooral van belang dat het kenniscentrum laagdrempelig en begrijpelijk is voor iedereen. Daarnaast moet de indeling van de website logisch zijn en is het belangrijk dat de website up-to-date wordt gehouden.

4. Voorstel voor het kenniscentrum

In dit hoofdstuk wordt het voorstel gegeven voor de onderwerpen doelgroep, inwinnen van informatie, informatieoverdracht, personeel, bekostiging, de bouw en de opzet van een website, het privacygebruik van een website en het verkrijgen van naamsbekendheid.

4.1. Doelgroep kenniscentrum

In deze paragraaf komt de doelgroep van het toekomstige kenniscentrum aan de orde.

Advies voor de doelgroep

De doelgroep wordt de niet-georganiseerde dierhouder en de potentiële dierhouder.

Motivatie

Het kost veel tijd, energie en inzet om het kenniscentrum volledig te kunnen voorzien van algemene informatie. Aan andere doelgroepen moet gespecialiseerde kennis worden verstrekt. Het zou te hoog gegrepen zijn om, behalve de algemene informatie, voor andere doelgroepen ook nog specifieke kennis te vergaren.

Als het kenniscentrum volledig functioneert voor de niet-georganiseerde dierhouder en de potentiële dierhouder, kan het PVH zich gaan richten op de andere doelgroepen, bijvoorbeeld specialisten in kennis over dieren (dierenartsen, gedragsdeskundigen, enz.). Het kenniscentrum zal dan moeten uitbreiden om aan de specialistische vraag van de doelgroepen te kunnen voldoen.

Een kenniscentrum dat de doelgroepbepaling op dezelfde wijze heeft uitgevoerd, is het Voedingscentrum. Het Voedingscentrum heeft zich eerst alleen gericht op mensen met algemene vragen over voeding. Op het moment dat het kenniscentrum goed functioneerde, is het gaan uitbreiden en informatie gaan verstrekken op HBO- en WO-niveau.

Bij het vaststellen van de doelgroep wordt gedacht aan de soort kennis die beschikbaar wordt gesteld en de moeilijkheidsgraad van de kennis. Verder is het van belang dat informatie gemakkelijk te vinden is voor de doelgroep.

Wat wil het PVH?

Het PVH ziet de niet-georganiseerde dierhouders als belangrijkste doelgroep. Als deze doelgroep op de juiste manier wordt bereikt, kan worden voorkomen dat dieren op de verkeerde manier worden gehouden. Verder is de potentiële dierhouder een belangrijke doelgroep. Door ook op deze groep te richten, kan worden voorkomen dat dieren onverantwoord worden aangeschaft.

Inventarisatie doelgroepen door deelnemende instellingen

Hieronder staan verschillende doelgroepen beschreven die door de instellingen zijn genoemd.

- De niet-georganiseerde dierhouders;
- De georganiseerde dierhouders;
- Onderwijs (van basisonderwijs tot hoger onderwijs);
- Verkooppunten van dieren en dierbenodigdheden;
- Specialisten in kennis over dieren;
- Pers en media.

Mogelijkheden voor doelgroepen

- Het kenniscentrum richt zich op de niet-georganiseerde en potentiële dierhouder.

Voordeel	Het kenniscentrum hoeft alleen algemene kennis te verstrekken.
Nadeel	- De kennis is minder toegankelijk voor gespecialiseerden; - Er wordt een beperkte groep mensen bereikt.

- Het kenniscentrum richt zich op de georganiseerde dierhouder.

Voordeel	- Het kenniscentrum hoeft, net als bij de eerste optie, alleen te voorzien in algemene kennis.
Nadeel	- Er wordt een beperkte groep mensen bereikt; - De kennis is minder toegankelijk voor gespecialiseerden.

- Er wordt gericht op het grote, veelal niet-georganiseerde publiek, op de potentiële dierhouder, maar ook op andere doelgroepen, zoals specialisten in kennis over dieren.

Voordeel	Er wordt een grotere groep bereikt, vergeleken met de eerder genoemde mogelijkheden.
Nadeel	Er moet, behalve de algemene kennis, ook gespecialiseerde kennis door het kenniscentrum aangeboden worden.

4.2. Inwinnen van informatie

In deze paragraaf wordt beschreven hoe informatie door het PVH verkregen kan worden.

Advies voor het inwinnen van informatie

De informatie die bij de bestaande werkgroepen binnen het PVH aanwezig is, moet worden gebruikt voor de invulling van het kenniscentrum. Deze kennis moet in een databank worden geplaatst. Deze databank dient zodanig ingericht te worden dat deze gebruiksvriendelijk is voor alle werknemers van het kenniscentrum en gebruikt kan worden om de website te vullen met informatie. Er dient een redactie te worden aangesteld die verantwoordelijk is voor het catalogiseren, controleren en beschikbaar stellen van de kennis.

Motivatie

Wergroepen PVH

Binnen het PVH zijn verschillende werkgroepen aanwezig, zoals werkgroep vissen, werkgroep kleine zoogdieren, werkgroep reptielen en amfibieën, werkgroep voeding bijzondere dieren, werkgroep vogels, werkgroep honden, werkgroep katten en projectgroep BSA. Binnen deze werkgroepen is veel informatie over deze diersoorten aanwezig. Geadviseerd wordt om deze werkgroepen in te zetten voor het kenniscentrum en de informatie op te slaan in een databank.

Informatie vanuit de praktijk

Informatie vanuit de praktijk kan door zowel dierhouderij organisaties als particulieren worden verstrekt. Bij deze optie is het noodzakelijk om de bron te onderzoeken. Dit brengt veel kosten met zich mee.

Wetenschappelijke artikelen

Het publiceren van wetenschappelijke onderzoeken wordt voorlopig afgeraden. Wetenschappelijke artikelen zijn te diepgaand, moeilijk te begrijpen, vaak Engelstalig en bevatten vaktermen die voor de (on)georganiseerde dierhouder onbekend zijn. Wanneer er verschillende niveaus van kennis zijn aangebracht in het kenniscentrum, kunnen in een later stadium wetenschappelijke onderzoeken en artikelen gepubliceerd worden. Het is wel mogelijk dat wetenschappelijke onderzoeken en artikelen gebruikt worden als informatiebron. De informatie uit de artikelen wordt dan vertaald naar een zodanig niveau, dat de doelgroep de informatie kan begrijpen.

Diervoeder- en farmaceutische industrie

Tevens wordt afgeraden om advies vanuit de diervoederindustrie of de farmaceutische industrie te publiceren.

Er zijn veel verschillende diervoederfabrikanten in Nederland aanwezig. Als advies vanuit één diervoederfabrikant wordt gegeven dan worden andere diervoederfabrikanten benadeeld. Om geen enkele diervoederfabrikant te benadelen zouden alle diervoederfabrikanten advies moeten kunnen geven. Dit is echter geen optie, omdat dit teveel ruimte op de website in beslag zou nemen. Daarnaast bestaat de noodzaak om de adviezen van alle diervoederfabrikanten te beoordelen op inhoud, structuur en opbouw.

De farmaceutische industrie produceert geneesmiddelen en medicijnen. Ook wordt er in dit type industrie veel onderzoek en ontwikkeling verricht op het gebied van de farmacologie (4). Advies vanuit de farmaceutische industrie bevat diepgaande kennis en wetenschappelijke artikelen. Dit is niet de gewenste informatie die in eerste instantie wordt verstrekt. Het is echter een mogelijkheid om tijdens het verdere proces en de verdieping van het kenniscentrum de farmaceutische industrie als informatieverstrekker te gebruiken.

Wat wil het PVH?

De eerste en misschien wel de belangrijkste informatiebronnen zijn de verschillende werkgroepen die actief zijn binnen het PVH. Deze werkgroepen zijn gespecialiseerd in verschillende diercategorieën zoals honden, katten en overige gezelschapsdieren.

Andere kenniscentra en informatie inwinnen

- Het KNJV maakt gebruik van een eigen redactie die informatie verzamelt en schrijft, daarbij wordt gebruik gemaakt van de wet- en regelgeving die in Nederland geldt voor de jacht op wild. Naast een redactie worden er journalisten ingehuurd om artikelen te schrijven.
- De AID Groendesk krijgt via de Infotiek van het Ministerie van LNV informatie aangeleverd. De informatie die de AID Groendesk aangeleverd krijgt bestaat enkel uit wet- en regelgeving zoals Flora- & Faunawet, Gezondheids en welzijnswet voor Dieren, Boswet, Natuurbeschermingswet, Europese wet- & regelgeving, Internationale verdragen en overeenkomsten en dierentuinen.
- Bij het LNV-Loket wordt de informatie verstrekt door de opdrachtgevers die regelingen, bijvoorbeeld in de wet- en regelgeving, invoeren. De afdeling communicatie van het LNV-Loket verwerkt deze informatie in een databank.
- GGD Hart voor Brabant maakt gebruik van verschillende, volgens de GGD Hart voor Brabant, betrouwbare databanken. De twee belangrijkste databanken zijn Medicinfo en DokterDokter.nl.
- Bij Postbus 51 zijn redacteuren verantwoordelijk voor het verzamelen van informatie. De redacteuren hebben contact met verschillende Ministeries, deze Ministeries zijn de verstrekkers van de informatie.
- Het Voedingscentrum maakt gebruik van rapporten van de gezondheidsraad, wetenschappelijke informatie van Pubmed e.d., en consensusdocumenten. De verzamelde informatie wordt gebundeld in een databank.

Mogelijkheden voor het inwinnen van informatie

- Vergaren van kennis vanuit de praktijk door middel van contacten met organisaties die in de dierhouderij praktiseren. De organisaties waarmee contacten worden onderhouden kunnen organisaties zijn die bij het PVH aangesloten zijn.

Voordeel	Praktijkervaringen van verschillende organisaties worden uitgewisseld door specifieke informatie over praktijkervaring op de website te plaatsen.
Nadeel	Ervaringen kunnen sterk uiteen lopen.

- Wetenschappelijke onderzoeken.

Voordeel	<ul style="list-style-type: none"> - Diepgaande informatie over verschillende onderwerpen, zoals verzorging, welzijn, gedrag, voeding, e.d.; - Wetenschappelijke onderzoeken en artikelen kunnen als basis dienen voor de eerste opzet van informatieoverdracht.
Nadeel	De inhoud van de wetenschappelijke onderzoeken kan te diepgaand zijn of te veel wetenschappelijke vaktermen bevatten.

- Advies uit de diervoedingsindustrie.

Voordeel	Er wordt verdiepende informatie over diervoeding vergaard.
Nadeel	<ul style="list-style-type: none"> - Adviezen van diervoederfabrikanten kunnen onderling verschillen; - Diervoederfabrikanten die niet op de website vermeldt staan en/of advies geven over diervoeding kunnen benadeeld worden; - Er wordt enkel informatie vergaard over diervoeding.

- Advies uit de farmaceutische dierindustrie.

Voordeel	Er wordt informatie vergaard over onderzoeken, diergeneesmiddelen, medicijnen, enz. die een andere kijk kunnen geven op de farmaceutische dierindustrie.
Nadeel	Deze informatie is enkel gericht op proefdieren die onder andere omstandigheden worden gehouden dan gezelschapsdieren.

- Door een redactie binnen het PVH.

Voordeel	Het PVH is verantwoordelijk voor de informatie die wordt verzameld.
Nadeel	Er moet een redactie opgezet worden binnen het PVH die verantwoordelijk is voor het inwinnen en controleren van informatie.

- Gebruik van een databank binnen het PVH.

Voordeel	<ul style="list-style-type: none">- Beschikbare informatie is snel terug te vinden;- Het PVH is verantwoordelijk voor de informatie die wordt gepubliceerd.
Nadeel	<ul style="list-style-type: none">- Het kost veel tijd en arbeid om de databank in te richten;- Er moet personeel aanwezig zijn om informatie te vergaren, te controleren en te catalogiseren.

4.3. Informatieoverdracht vanuit het kenniscentrum

In deze paragraaf komen de verschillende wijzen van informatieoverdracht aan de orde.

Advies voor de informatieoverdracht

De informatie moet door middel van een website worden overgedragen. Als de website volledig is opgezet, kunnen er nieuwsbrieven worden verstuurd aan diegenen die zich hiervoor via de website hebben aangemeld. Daarna moet een e-mailvraagbaak worden opgezet. De vragen die veel worden gesteld, moeten worden geplaatst in een rubriek 'veel gestelde vragen' op de website. Voor de mensen die geen gebruik kunnen maken van internet kan er worden gepubliceerd in het tijdschrift Dier&Vriend.

Motivatie

Website

Een website is de snelste en eenvoudigste manier om informatie beschikbaar te stellen voor het grote publiek.

Er moet wel rekening gehouden worden met het feit dat het opzetten van een geschikte website, met een duidelijke structuur en voldoende betrouwbare kennis, veel tijd en geld kost. Er wordt dan ook geadviseerd om eerst alleen de website op te zetten en de overige wijzen van informatieoverdracht buiten beschouwing te laten. Daarna kan er aandacht worden besteed aan de overige methoden, zoals het sturen van een e-mailnieuwsbrief.

Brochures, folders en tijdschriften

Het verstrekken van brochures en folders is een mogelijkheid voor het overdragen van informatie voor mensen zonder internet.

Het publiceren van informatie in het tijdschrift Dier&Vriend is een ander alternatief voor mensen die geen gebruik maken van internet. Een voordeel hiervan is dat in het tijdschrift meer informatie kan worden gepubliceerd dan in een folder of brochure. Bovendien bestaat het tijdschrift al en is er al toegezegd dat het PVH mag publiceren in het blad. Het ligt dan ook meer voor de hand om informatie over te dragen door middel van het tijdschrift dan door middel van brochures en folders.

Beantwoorden van vragen via e-mail en telefonie

Het telefonisch beantwoorden van vragen is zeer arbeidsintensief. Er is minimaal één fte nodig voor het beantwoorden van de vragen. Het PVH wil gratis informatie verstrekken dus het is geen mogelijkheid om de klant zelf de telefoonkosten te laten betalen.

Het beantwoorden van vragen zou ook via e-mail kunnen plaatsvinden. Dit is minder arbeidsintensief dan het telefonisch beantwoorden van vragen, aangezien de vragen niet meteen beantwoord hoeven te worden. Bovendien is het voor de klant een gratis methode voor het stellen en beantwoorden van vragen. Om deze redenen is het voor het kenniscentrum van het PVH beter om vragen via e-mail te beantwoorden dan via de telefoon.

E-mailnieuwsbrief

De e-mailnieuwsbrief is een handige methode om actuele informatie te verstrekken en mensen op de hoogte te houden van veranderingen op de site. De nieuwsbrief kan pas worden verspreid als mensen zich hiervoor hebben aangemeld. Dit zou via de website kunnen.

Wat wil het PVH?

In eerste instantie wil het PVH de kennis over gezelschapsdieren door middel van een website beschikbaar maken. Dit is een handige en snelle manier om informatie beschikbaar te stellen voor publiek. Het PVH gaat waarschijnlijk digitale nieuwsbrieven verzenden om actuele informatie bekend te maken.

Inventarisatie informatieoverdracht door deelnemende instellingen

Tijdens de bijeenkomst met de instellingen werden de volgende wijzen van informatieoverdracht genoemd:

- Via een website;
- Via een digitale nieuwsbrief;
- Via publicaties in een tijdschrift.

Andere kenniscentra en informatieoverdracht

Website

De kenniscentra die tijdens dit project zijn bezocht maakten, als belangrijkste manier van informatieoverdracht, gebruik van een website. Het aantal bezoeken op deze websites varieerde van 12.000 tot 4.000.000 per jaar. Uit deze getallen kan worden opgemaakt dat men tegenwoordig veel gebruik maakt van websites om informatie op te zoeken.

Digitale nieuwsbrief

De GGD Hart voor Brabant, het Expertisecentrum paard en het Voedingscentrum versturen digitale nieuwsbrieven. Voor deze nieuwsbrieven kan men zich aanmelden via de website.

Tijdschrift/ vakblad

Van de kenniscentra die zijn bezocht, verstrekt alleen de KNJV informatie via een vakblad.

Brochures en folders

AID Groendesk, de GGD Hart voor Brabant, de KNJV en het LNV-Loket verstrekken folders.

Telefonische vraagbeantwoording

AID Groendesk, de GGD Hart voor Brabant, het LNV-Loket, het Voedingscentrum, Postbus 51 en de KNJV bieden de gelegenheid voor het telefonisch stellen van vragen. Deze kenniscentra zijn allen van mening dat het telefonisch beantwoorden van vragen veel tijd kost. Er wordt dan ook geprobeerd om het aantal telefonische vragen zo veel

mogelijk te beperken door de informatie op de website zo actueel mogelijk te houden en een rubriek 'veel gestelde vragen' op de website te plaatsen.

Vraagbeantwoording per e-mail

AID Groendesk, GGD Hart voor Brabant, het LNV-Loket, Postbus 51, de KNJV en het Expertisecentrum paard bieden de gelegenheid om vragen per e-mail te stellen. Het aantal vragen die per e-mail worden gesteld groeit de laatste jaren sterk.

Mogelijkheden voor informatieoverdracht

- Website.

Voordeel	Door middel van een website kan op een gemakkelijke, snelle en moderne manier informatie worden overgedragen.
Nadeel	- Het kost veel tijd en geld om de website op te zetten; - Mensen die geen toegang tot internet hebben, kunnen geen gebruik maken van deze dienst.

- Digitale nieuwsbrief.

Voordeel	- Met een digitale nieuwsbrief kan de doelgroep op een snelle manier op de hoogte gehouden worden van actuele informatie; - Het publiek kan op deze manier geattendeerd worden wanneer er nieuwe informatie op de website is geplaatst; - Het verzenden van een digitale nieuwsbrief is gratis; - Er wordt contact onderhouden tussen de doelgroep en het kenniscentrum.
Nadeel	- Alleen mensen die zich hebben aangemeld, kunnen de nieuwsbrief ontvangen; - Mensen die geen toegang tot internet hebben, kunnen geen nieuwsbrief ontvangen.

- Tijdschrift.

Door de redactie van Dier & Vriend is toegezegd dat het PVH mag publiceren in het Tijdschrift Dier & Vriend. Het PVH krijgt hiervoor 16 pagina's ter beschikking. Als voorwaarde van de redactie moet de oplage van het tijdschrift Dier & Vriend met 10.000 stuks worden verhoogd.

Voordeel	Door middel van het tijdschrift kunnen ook mensen die geen internet hebben informatie ontvangen.
Nadeel	In tijdschriften is slechts beperkte informatie aanwezig.

- Brochures en folders.

Voordeel	<ul style="list-style-type: none"> - Door middel van brochures en folders kunnen ook mensen die geen internet hebben informatie ontvangen; - Door middel van het uitgeven van brochures en folders kan informatie verspreid worden in winkels, dierenasielen, dierspecialzaken, dierenartsenpraktijken, enz.
Nadeel	In brochures en folders kan maar een kleine hoeveelheid aan informatie worden geplaatst.

- Telefonische vraagbeantwoording.

Voordeel	<ul style="list-style-type: none"> - Mensen die geen toegang hebben tot internet kunnen op deze manier aan informatie komen; - Gewenste informatie die niet te vinden is, kan op deze manier opgevraagd worden; - Het is een snelle manier voor het beantwoorden van vragen.
Nadeel	Het telefonisch beantwoorden van vragen is zeer arbeidsintensief.

- Vraagbeantwoording per e-mail.

Voordeel	<ul style="list-style-type: none"> - Gewenste informatie die niet te vinden is, kan op deze manier opgevraagd worden; - Er is minder personeel nodig dan bij het telefonisch beantwoorden van vragen; - Er kan meer tijd aan het antwoord worden besteed dan wanneer de vraag telefonisch wordt gesteld; - Het per e-mail beantwoorden van vragen is gratis.
Nadeel	<ul style="list-style-type: none"> - Mensen die geen gebruik maken van internet kunnen op deze manier geen vragen stellen; - De vragen worden niet per direct beantwoord, dan wanneer de vragen telefonisch worden gesteld.

4.4. Personeel

In deze paragraaf komt het personeel van het kenniscentrum aan de orde.

Advies

Het advies voor de personeelsbezetting van het kenniscentrum luidt dat er nader onderzoek moet worden uitgevoerd naar dit onderwerp.

Motivatie

Om advies te kunnen geven over het personeel van het kenniscentrum, zal meer onderzoek moeten worden gedaan naar de inkomsten van het kenniscentrum. Op basis van de inkomsten kan worden berekend hoeveel personeel aangenomen kan worden. Er moet bij deze keuze wel rekening worden gehouden met het opleidingsniveau dat wordt vereist aan het personeel.

Wat wil het PVH?

Het PVH wil 3 fte's inzetten voor het kenniscentrum. Dit zal ongeveer € 300.000,- op jaarbasis bedragen aan personeelskosten.

Het personeel en andere kenniscentra

In de onderstaande tabel staan de kenniscentra met de bijbehorende hoeveelheid fte's per functie weergegeven.

Kenniscentr. → Functie ↓	AID Groen- desk	GGD HvB	Expertise- centrum Paard	KNJV	LNV- Loket	Postbus 51	Voedings- centrum
Opleidingsniveau	MBO+	MBO+	HBO+	MBO+	HBO+	MBO+	MBO+
Leidinggevenden	Min. LNV	0,65 fte		1,0 fte	MinLNV	4 fte	5,75 fte
Financiën	Min. LNV	GGD		2,5 fte	MinLNV	2 fte	3,5 fte
Secretariaat				4,0 fte		2 fte	8,8 fte
Personeelszaken				1 fte			1,5 fte
Redactie		3,4 fte		3,0 fte		16 fte	11,7 fte
Website	1,0 fte	2 fte		1,0 fte			
ICT					3 fte	3 fte	
Voorlichting	1,3 fte	2,3 fte		1,0 fte	50 fte	45 fte	20,8 fte
Projecten	0,2 fte						11,2 fte
Totaal	2,5 fte	8,61 fte		12,5 fte	53 fte	72 fte	63,25 fte

Tabel: 4.1. Aantal fte's bij andere kenniscentra

De AID Groendesk heeft aangegeven dat een fte € 73,50 per uur kost. Op jaarbasis bedragen de kosten dan voor één fte € 121.716,- (Zie bijlage 3 voor de berekening.)

Personeel en het kenniscentrum voor gezelschapsdieren

Tijdens de opzet van het kenniscentrum moet vooral aandacht worden besteed aan het verzamelen, controleren en catalogiseren van informatie.

De administratie en boekhouding van het kenniscentrum kan door het PVH zelf worden bijgehouden.

Het beantwoorden van vragen is tijdens de opzet van het kenniscentrum nog niet nodig.

4.5. Bekostiging kenniscentrum

In deze paragraaf worden verschillende mogelijkheden voor de bekostiging van het kenniscentrum behandeld.

Advies voor de bekostiging

De vaste bron van inkomsten kan door middel van subsidie van het Ministerie van LNV en/of door bijdrage vanuit de sector worden verkregen. Daarnaast is sponsoring en/of donatie vanuit de brancheorganisatie gewenst.

Over de exacte bekostiging van het kenniscentrum kan nog geen advies worden gegeven. Dit dient nader te worden onderzocht.

Motivatie

De grootte van het bedrag voor de opzet van het kenniscentrum is voornamelijk afhankelijk van het personeel en de ontwikkeling van de website. De kosten voor personeel bedragen per werknemer ongeveer €121.716,- per jaar (zie voor berekening van de personeelskosten bijlage 3). De kosten voor een eenvoudige website bedragen ongeveer tussen de €3.000,- tot €15.000,-. Hierbij moeten de kosten van het onderhoudscontract verrekend worden. Deze zijn afhankelijk van het soort onderhoud dat het ICT-bedrijf verleent en deze worden meestal achteraf gefactureerd. (2)

De exacte bekostiging van het kenniscentrum kan nog niet worden gegeven, aangezien het nog onduidelijk is of het kenniscentrum in de toekomst subsidie krijgt en hoeveel deze gaat bedragen.

Bijdrage van de sector

Als er een bijdrage wordt gevraagd aan de organisaties, zullen deze organisaties als tegenprestatie reclame willen maken op de website. Er moeten daarom duidelijke afspraken gemaakt worden over het plaatsen van reclame op de website.

Door een bijdrage van de sector te vragen, wordt de sector betrokken bij het kenniscentrum van het PVH. Op deze manier ontstaat er een samenwerkingsverband dat positief kan uitpakken voor zowel het PVH als voor de meewerkende organisaties.

Sponsoring en donaties

Inkomsten door middel van sponsoring of donaties is geen vaste vorm van inkomsten. Voor de sponsoring kan een contract opgesteld worden voor een bepaalde periode. Het is een mogelijkheid om brancheorganisaties, die nauw betrokken zijn bij het welzijn van gezelschapsdieren te laten sponsoren. Een voorbeeld van een dergelijke brancheorganisatie is Dibevo en Pet's Place.

Donaties zijn geen vaste vorm van inkomen, omdat deze niet contractueel kunnen worden vastgelegd. Er wordt dan ook aangeraden om ervoor te zorgen dat het kenniscentrum niet afhankelijk wordt van donaties. Deze vorm van inkomsten kan worden beschouwd als extra inkomstenpost.

Telefonische vraagbeantwoording en contributie

Het PVH wil gratis informatie verstrekken, zodat iedereen die geïnteresseerd is, onbeperkt informatie kan opzoeken. Het laten betalen van contributie en/ of telefoonkosten is daarom geen optie voor het kenniscentrum van het PVH.

Subsidie aan PVH

Over een periode van drie jaar zal het Ministerie van LNV een subsidie van € 300.000,00 (€100.000,00 per jaar) verstrekken aan het PVH. Deze subsidie is uitsluitend beschikbaar gesteld voor de professionalisering van het PVH en niet voor de opzet van het kenniscentrum.

Er moet dus gezocht worden naar een mogelijkheid om de opzet van het kenniscentrum te financieren.

Inventarisatie bekostiging door deelnemende instellingen

Voor de financiering van het kenniscentrum moet een plan van aanpak worden geschreven. Dit plan van aanpak moet goedgekeurd worden door het Forum Welzijn Gezelschapsdieren.

De volgende mogelijkheden voor de bekostiging van het kenniscentrum zijn naar voren gekomen tijdens de bijeenkomst met de instellingen.

- De sector betaalt mee;
- Het PVH vraagt vanuit de achterban een bijdrage;
- Deel financiering door de KNMvD;
- Donaties door bedrijven;
- Sponsoring door bedrijven, zoals Dibevo en Pet's Place.

Tevens is naar voren gekomen dat er een expert ingeschakeld moet worden voor advies voor de opzet van het kenniscentrum.

Bekostiging andere kenniscentra

Tijdens de inventarisatie van de opzet van kenniscentra bij de Koninklijke Nederlandse Jagers Vereniging (ook wel het KNJV genoemd), AID Groendesk, het Expertisecentrum Paard, het LNV-Loket, GGD Hart voor Brabant, Postbus 51 en Het Voedingscentrum zijn verschillende bronnen van inkomsten naar voren gekomen.

- De KNJV heeft als belangrijkste inkomstenbron contributie van leden. Voor activiteiten die uitzonderlijk plaatsvinden, zoals het tellen van wild, wordt subsidie aangevraagd.
- AID Groendesk is een onderdeel van het Ministerie van LNV. De kosten van AID Groendesk worden dan ook betaald door het Ministerie van LNV.
- Het 'Expertisecentrum Paard' wordt tijdens de opzet gesubsidieerd door Stichting Informatievoorziening Landbouw Onderwijs (SILO). Silo stelt zich ten doel informatie te geven over het groenonderwijs in Nederland en een bijdrage te leveren aan de opinievorming over dit onderwijs. Vanaf 2006 zal de subsidie afkomstig zijn van het Ministerie van LNV.
- Het LNV-Loket heeft een geheel andere bron van inkomsten. Dit kenniscentrum publiceert in opdracht van een opdrachtgever informatie. Het LNV-Loket factureert

vooraf de telefoonkosten voor het beantwoorden van vragen aan de opdrachtgever. Het factureren gebeurt op basis van een schatting.

- GGD Hart voor Brabant wordt gesubsidieerd door de overheid.
- Voor Postbus 51 is vanuit alle ministeries een gemeenschappelijk budget opgesteld.
- Het Voedingscentrum heeft meerdere inkomstbronnen. De afdelingen Kennis en Communicatie worden bekostigd door middel van standaard subsidies van het Ministerie van VWS en het Ministerie van LNV. Daarnaast wordt het Voedingscentrum bekostigd door middel van een derde geldstroom. Deze derde geldstroom kunnen inkomsten zijn afkomstig van een opdrachtgever of een apart aangevraagde subsidie.

Mogelijkheden voor bekostiging

- Subsidie van het Ministerie van LNV.

Voordeel	- Jaarlijks een vaste vorm van inkomen; - Er zijn nauwe contacten aanwezig tussen het Ministerie van LNV en het PVH.
Nadeel	Het PVH krijgt een subsidie voor de professionalisering en zal een tweede subsidie moeten aanvragen voor de opzet van het kenniscentrum.

- Bijdrage van de sector.

Voordeel	Alle organisaties die aangesloten zijn bij het PVH zijn op de hoogte van het kenniscentrum.
Nadeel	Veel organisaties willen reclame maken op de website.

- Sponsoring.
Hiermee wordt bedoeld dat de sponsor via het PVH naamsbekendheid kan krijgen en dat ook het PVH via de sponsor naamsbekendheid kan krijgen.

Voordeel	- Wanneer de sponsor over de kennis en de capaciteit beschikt, om het kenniscentrum in de bedrijfsvoering bij te staan, kan het kenniscentrum daar gebruik van maken (1); - De sponsor en het kenniscentrum kunnen in hun communicatie als een twee-eenheid opereren, bijv. door sites op het internet te linken (1); - Naarmate de betrokkenheid tussen het kenniscentrum en de sponsor groter is, zal voor beide partijen het rendement toenemen (1).
Nadeel	- Het kenniscentrum moet prestaties tegenover de sponsor stellen, die bijdragen aan de marketing- en/of communicatiedoelstellingen van de sponsor (1); - Als sponsoring een structureel en onmisbaar onderdeel van de begroting van het kenniscentrum is, is het niet onlogisch dat de sponsor zich enigermate met de bedrijfsvoering

	bemoeit (1); - Met de opmars van sponsoring, de groei van sponsorbedragen en het toenemen van belangen, zullen zich steeds meer conflicten voordoen tussen sponsor en het kenniscentrum (1). De objectiviteit wordt niet meer gewaarborgd door verschil van mening; - Wanneer het om grote contracten gaat, is naast professioneel advies op het gebied van de invulling en uitvoering van de overeenkomst ook ondersteuning van een juridische deskundige een vereiste om discussies over meningsverschillen te voorkomen. Een juridische deskundige is niet betrokken bij de samenwerking van de sponsor en het PVH. De juridische deskundige beoordeelt de samenwerking objectief. (1)
--	---

- Donaties.

Voordeel	- Er worden inkomsten vergaard zonder dat daar veel moeite voor gedaan hoeft te worden; - Er is veel PR rondom het kenniscentrum.
Nadeel	- Een logo is vereist, voor garantie van besteding aan goede doelen; - Om het kenniscentrum onder de aandacht te brengen en donaties te ontvangen is een goede PR een vereiste; - Om voor donaties in aanmerking te komen moet het PVH ingeschreven staan bij de Kamer van Koophandel. Dit kost het PVH jaarlijks ongeveer € 22,-. (9)

- Contributie.

Voordeel	- Door de betalende leden is er een vaste inkomstenbron aanwezig, afhankelijk van de abonnementsvorm die wordt verstrekt; - Contact met de doelgroep. Op deze manier kan gericht naar de juiste personen informatie worden verstrekt.
Nadeel	Niet de gehele doelgroep wordt bereikt, omdat de informatie niet gratis wordt verstrekt.

- Klanten voor telefonische gesprekken laten betalen.

Voordeel	- Het PVH draait niet op voor de telefoonkosten; - Het aantal telefonische gesprekken kan hierdoor gereduceerd worden.
Nadeel	- Mensen met vragen zijn geneigd om niet te bellen, omdat er kosten aan verbonden zijn. Hierdoor is de kans groot dat een deel van de doelgroep niet bereikt wordt; - Voor het telefonisch beantwoorden van vragen is extra

	personeel nodig. Gezien de telefonische dienst vijf dagen per week beschikbaar moet zijn voor optimale informatieoverdracht.
--	--



4.6. Bouw van de website

Veel huishoudens, bedrijven en MKB-ers (midden- en kleinbedrijf) hebben toegang tot het internet. Het is daarom een voor de hand liggende methode om kennis via een website uit te wisselen.

De mogelijkheden voor de bouw van een website worden in deze paragraaf toegelicht.

Een website bestaat niet alleen uit een aantal pagina's die zichtbaar zijn voor het publiek, de zogenaamde voorkant, maar ook uit een gedeelte dat niet toegankelijk is voor het publiek, ofwel de achterkant. De achterkant van een website is een programma dat de mogelijkheid biedt om pagina's op de voorkant in te vullen met tekst en illustraties. Dit programma kan worden vergeleken met het tekstverwerkingsprogramma Microsoft Word, dit is echter afhankelijk van de manier waarop het programma is opgebouwd. Het PVH kan mogelijk zelf de verantwoordelijkheid voor de invulling van de website op zich nemen. (2)

De internettermen, voorkomend in deze paragraaf, worden in bijlage 4 verklaard.

Advies voor de bouw van een website

De website moet gebouwd worden door een professioneel ICT-bedrijf.

In samenwerking met het PVH en het professionele ICT-bedrijf kan het ontwerp voor de website van het kenniscentrum gemaakt worden.

Motivatie

Het ontwerpen en bouwen van een website vraagt veel aandacht. De website voor het kenniscentrum moet een professioneel uiterlijk hebben waardoor deze aantrekkelijk wordt om te bezoeken. Daarnaast dient de website goed toegankelijk en laagdrempelig te zijn. Dit vereist inzicht en ervaring van de bouwers van de website. Alleen al om deze twee redenen wordt het afgeraden om studenten of hobbyisten in te schakelen voor het bouwen van de website. Deze twee groepen hebben te weinig ervaring in het bouwen van websites.

Niet alleen het bouwen van de website is belangrijk, maar ook het onderhoud. Bij onderhoud moet gedacht worden aan een technische kant en een functionele kant (vorm van beheer).

Een professioneel ICT-bedrijf werkt contractmatig, hiermee wordt verzekerd dat veranderingen of nieuwe toepassingen binnen een bepaalde tijd wordt verwerkt. De functionele kant kan door het PVH zelf onderhouden worden door middel van een beheersysteem wat door de programmeur wordt opgezet. Zo zal het beheer van de website bij het PVH liggen.

Het ontwerp van de website wordt in samenwerking afgestemd. Dit kan bij het ICT-bedrijf intern gedaan worden of door een ontwerper in te schakelen. Echter door een ICT-bedrijf in de arm te nemen wordt de uitwerking van het ontwerp uitbesteed en ligt de verantwoordelijkheid wederom extern. Aan de hand van de wensen en eisen van het PVH maakt het professionele ICT-bedrijf een voorstel voor de indeling van de website.

(2)

Beeld vanuit PVH

Het PVH heeft voorgesteld dat de website gebouwd wordt door studenten van een ICT-opleiding onder begeleiding van ICT-docenten.

Een andere mogelijkheid is het inhuren van een professioneel ICT-bedrijf.

De opbouw van de website moet in de toekomst in verschillende lagen worden verdeeld naar indeling van opleidingsniveau. De eerste laag gaat informatie op MBO-niveau bevatten. In de tweede laag wordt dieper op de stof ingaan op HBO-niveau.

De derde laag bestaat uit wetenschappelijke artikelen die geschreven zijn op WO-niveau.

Wat zijn de mogelijkheden?

Tijdens de inventarisatie naar de opzet van een kenniscentrum is bij de andere kenniscentra naar voren gekomen dat alle genoemde kenniscentra een professioneel ICT-bedrijf hebben ingehuurd voor de bouw van een website.

Bouw van de website

De mogelijkheden voor de bouw van een website zijn eigenlijk onbegrensd. Om een optimale website te laten bouwen dienen echter enkele aspecten bekeken te worden. Zo is er de keuze om een website extern of intern te laten bouwen. Dit kan door een extern bedrijf dat op eigen locatie werkt, maar ook door stagiaires die intern bij het kenniscentrum komen te werken. Het is echter ook mogelijk om een specialist aan te nemen om zo ook de deskundigheid in het bouwen en onderhouden van websites altijd bij de hand te hebben.

Beheer van de website

Bij een website is niet alleen het ontwerp en de bouw belangrijk, maar ook het beheer. Wanneer de website door een extern persoon is gebouwd zal het beheer worden overgedragen aan het PVH. Deze overdracht moet op een juiste manier plaatsvinden, zodat het PVH de website eenvoudig kan invullen en beheren.

Ook wanneer de website door tijdelijke werknemers (stagiaires) wordt gebouwd, dient overdracht plaats te vinden. Immers de kennis van het beheer "verdwijnt" na oplevering van de website.

Naast de vraag wie de website gaat bouwen, dient ook nagedacht te worden over de programmeertaal en technische wensen en eisen. Zo zijn er voor het programmeren op het internet diverse programmeertalen en softwarepakketten met elk hun voor- en nadelen. Hierover kan geïnformeerd worden bij verschillende ICT-bedrijven.

De verschillende mogelijkheden die aanwezig zijn voor de daadwerkelijke bouw van de website wordt als volgt beschreven.

- Studenten van een ICT-opleiding.

Voordeel	<ul style="list-style-type: none"> - Vrije geest voor het bedenken van nieuwe oplossingen (zitten nog niet in een vaste werkwijze en kunnen daardoor creatieve oplossingen bieden); - Niet gebonden aan een bedrijfsbeleid en de studenten staan meer open voor de input van het PVH;
----------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Een goedkope oplossing. Studenten kunnen tegen een laag tarief (stagevergoeding) betaald worden of wellicht zonder stagevergoeding werken; - Na een afstudeerstage is er ook de mogelijkheid de student in dienst te nemen waardoor de deskundigheid bewaard blijft binnen het PVH.
Nadeel	<ul style="list-style-type: none"> - De student heeft te weinig ervaring in het bouwen van websites en steekt, bij problemen, te veel tijd in het uitzoeken ervan. Een ervaren programmeur heeft al de nodige kennis om problemen snel en kundig op te lossen of zelfs te voorkomen; - Niet voldoende achtergrond en ervaring om de website professioneel te maken; - Na oplevering van de website is er sprake van “deskundigheidsverlies”. Bij problemen bij het beheren van de website kan de student niet worden ingeschakeld; - Na de stage is het aanspreekpunt weg. Een bedrijf kan terug geroepen worden of aansprakelijk gesteld worden voor geleden schade middels corrupte/foutieve programmatuur. Bij een student zal dit moeilijker zijn. Het is (afhankelijk van de werkwijze van de student) moeilijk om het programmeerwerk door een nieuwe student op te laten pakken. Dit zal dan al snel door een meer ervaren student gedaan moeten worden om zijn weg niet te verliezen in de al gemaakte programmatuur; - De betrouwbaarheid van een student is moeilijk in te schatten. Een student kan er gemakkelijk onderuit komen; - Bij een afstudeerproject wil het vaak zo zijn dat de opleiding kosten stelt aan het in dienst nemen van een student. Dit houdt in dat naast de mogelijke stagevergoeding ook nog een significant bedrag aan de opleiding betaald moet worden.

- Hobbyist binnen PVH.

Voordeel	<ul style="list-style-type: none"> - Betrokkenheid bij het PVH is erg hoog; - Een goedkope oplossing. De website kan tegen een kleine vergoeding worden gebouwd; - Korte communicatielijnen; - De manier van programmatuur en de wijze van de bouw van de website blijft binnen het PVH.
Nadeel	<ul style="list-style-type: none"> - Een hobbyist heeft geen genoten opleiding tot programmeur, met gevolg dat de technische mogelijkheden niet of niet correct benut worden; - Doorlooptijd is moeilijk te voorspellen gezien de persoonlijke werkzaamheden ook door moeten gaan. Mogelijk is deze persoon van de dagelijkse werkzaamheden los te koppelen, dan vervalt dit punt deels. Door gebrek aan kennis zou het ook een langdurig traject kunnen worden; - Geen grafische kennis of vaardigheden om een professioneel

	en prettig ogende website te bouwen.
--	--------------------------------------

- Professioneel bedrijf.

Voordeel	<ul style="list-style-type: none"> - De ervaring en kennis is aanwezig om een professionele website te maken; - Directe technische ondersteuning. Een voorbeeld hiervan is dat een professioneel bedrijf ervoor zorgt dat de website wordt ondergebracht bij een Internet-dienstenleverancier. Via deze Internet-dienstenleverancier wordt een ruimte op één van de servers vrijgemaakt waardoor de website continue met het internet in verbinding staat en publiekelijk is (8). Bij niet-professionele bedrijven wordt deze technische ondersteuning niet verzorgd; - De werking, de nazorg, etc, wordt contractueel vastgelegd. Hierdoor kan het bedrijf aansprakelijk gesteld worden bij fouten; - Mogelijkheid om een onderhoudscontract met het bedrijf af te sluiten, opdat wijzigingen in de toekomst kunnen plaatsvinden en toevoegingen kunnen worden aangepakt; - 24 uur per dag ondersteuning en garantie dat de website ook benaderbaar is door het publiek.
Nadeel	<ul style="list-style-type: none"> - De kosten zijn hoger dan de eerder genoemde mogelijkheden, echter door offertes te laten maken door een aantal verschillende bedrijven kan er nog een relatief laag bedrag naar voren komen in verhouding tot de kwaliteit en ondersteuning; - Moeilijke communicatie. Gezien het externe bedrijven zijn, zijn de communicatielijnen altijd moeilijker te onderhouden.

De indeling van een website is ook erg belangrijk voor het gebruiksgemak voor de bezoekers. Het is natuurlijk wenselijk dat de bezoekers terugkeren en de eerste indruk vindt binnen de eerste 5 seconden plaats. Dit is de gemiddelde reactietijd waarop een bezoeker blijft hangen op een website. Wanneer de indeling duidelijk is, de navigatie hanteerbaar en de informatie helder en periodiek wordt vernieuwd, zal een website tot een succes kunnen leiden. Omdat de indeling, ofwel het uiterlijk van een website, een grote impact heeft op het succes van een website, is dit onderwerp in een aparte paragraaf ondergebracht. (2)

4.7. Indeling van de website

In deze paragraaf komt de indeling van de website aan de orde. Het advies is gebaseerd op evaluatie van de indeling van de websites van de andere kenniscentra.

Advies

Gebruik een raamwerk, dat de basis vormt van de website, dat op elke pagina dezelfde vormgeving heeft.

Het raamwerk bestaat uit een verticaal keuzemenu en een horizontale menubalk.

In het verticale keuzemenu worden de klassen van dieren vermeld. Wanneer op een klasse wordt geklikt vouwt dit onderwerp uit en komt er een keuze van verschillende families naar voren. Op het centrale gedeelte van de site is dan de informatie over de betreffende klasse te lezen.

Wanneer meer informatie opgevraagd wordt over een familie wordt in het centrum van de pagina algemene informatie over de familie verstrekt. Aan de rechterkant van de pagina wordt een nieuw menu getoond. Dit nieuwe menu bevat verdiepende informatie over soorten of rassen van de familie.

Boven aan de website wordt een horizontale menubalk geplaatst. Deze bevat een zoekmachine, de algemene informatie over het kenniscentrum en de mogelijkheid om contact met het kenniscentrum op te nemen.

In bijlage 5 worden globaal een voorpagina, de eerste en de tweede vervolgpagina van de website gegeven.

Er kan nog geen informatie worden gegeven over de exacte indeling van de website. Dit dient nader te worden onderzocht.

Motivatie

Door gebruik te maken van een vast raamwerk wordt een heldere navigatie verkregen. In figuur 4.1 is een voorbeeld van een raamwerk gegeven. Het verticale keuzemenu is in het groen weergegeven en de horizontale menubalk in het blauw. Dit is een zeer herkenbaar beeld en de meeste websites zijn op deze manier ingedeeld.

De navigatie moet een vaste plek op de website hebben waarbij de context van het menu bij vervolgpagina's niet veranderd. Wanneer geen gebruik wordt gemaakt van dit vaste raamwerk, spreekt men van een spooknavigatie. Bij spooknavigatie worden de menubalken (zowel het verticale keuzemenu als de horizontale menubalken) bij vervolgpagina's niet meer vertoond. De bezoeker heeft geen overzicht meer op de website en is als het ware de weg kwijt.

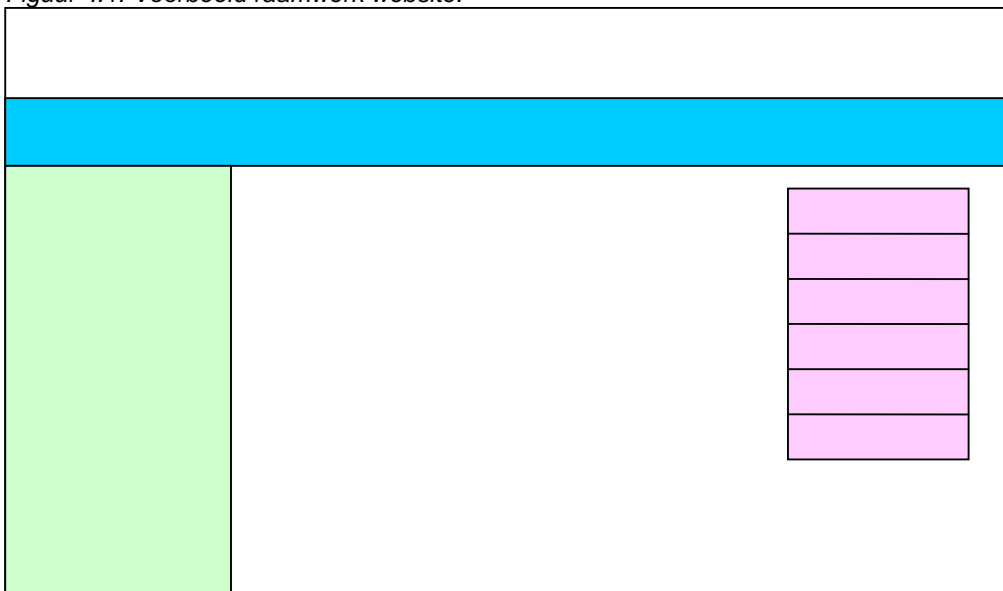
Er is gekozen om het verticale keuzemenu, het menu met alle thema's, links te plaatsen. Dit is een logische opzet, omdat een pagina altijd van links naar rechts wordt gelezen. Het verticale keuzemenu wordt dan als eerste opgemerkt.

Het verticale keuzemenu bevat een uitvouwsysteem. Bij dit uitvouwsysteem kan verdiepende informatie worden opgevraagd. In dit geval zijn de hoofdpunten de verschillende klassen, zoals zoogdieren, reptielen, amfibieën, enz. Wanneer dit keuzemenu uitvouwt, worden van elke klasse de families, zoals hondachtigen, katachtigen, karpers enz. getoond.

Wanneer informatie over een familie in het midden op de pagina zichtbaar wordt, verschijnt rechts op de pagina een derde menu. Dit derde menu bevat de soorten of rassen van de betreffende familie. Bij het verschijnen van het derde menu wordt het centrale gedeelte smaller. Het derde menu is in figuur 4.1 in het roze afgebeeld. Er is voor deze optie gekozen, omdat het verticale keuzemenu op deze manier niet te groot wordt. Een ander voordeel van het derde menu is dat, wanneer voor een familie is gekozen, de aandacht van de bezoeker naar rechts wordt getrokken en dus ook naar de informatie die zichtbaar wordt op het centrale gedeelte van de pagina. Het is echter ook een nadeel dat het derde keuzemenu rechts staat weergegeven. Het keuzemenu valt minder snel op, aangezien keuzemenu's meestal links staat weergegeven. Dit kan worden voorkomen door het derde keuzemenu een opvallende kleur te geven. (2)

De horizontale menubalk is op de meeste websites aanwezig. Deze menubalk verschaft informatie over het kenniscentrum en bevat de basisfuncties, zoals de zoekmachine, de mogelijkheid tot het uitprinten van de zichtbare pagina en toegang tot contactgegevens.

Figuur 4.1. Voorbeeld raamwerk website.



Hoe de website er precies uit gaat zien, is nog niet duidelijk, aangezien nog onbekend is hoeveel geld beschikbaar is voor de bouw van de website. Bovendien zijn er zo veel verschillende manieren waarop een website kan worden ingedeeld, dat er deskundig advies van een professioneel ICT-er nodig is.

Indeling websites andere kenniscentra

De indeling van de website voor het kenniscentrum van PVH is aan de hand van de indeling van de vervolgpagina's van de website van de KNJV opgesteld. Het volgende beschrijft de indeling en het gebruik van de website van de KNJV.

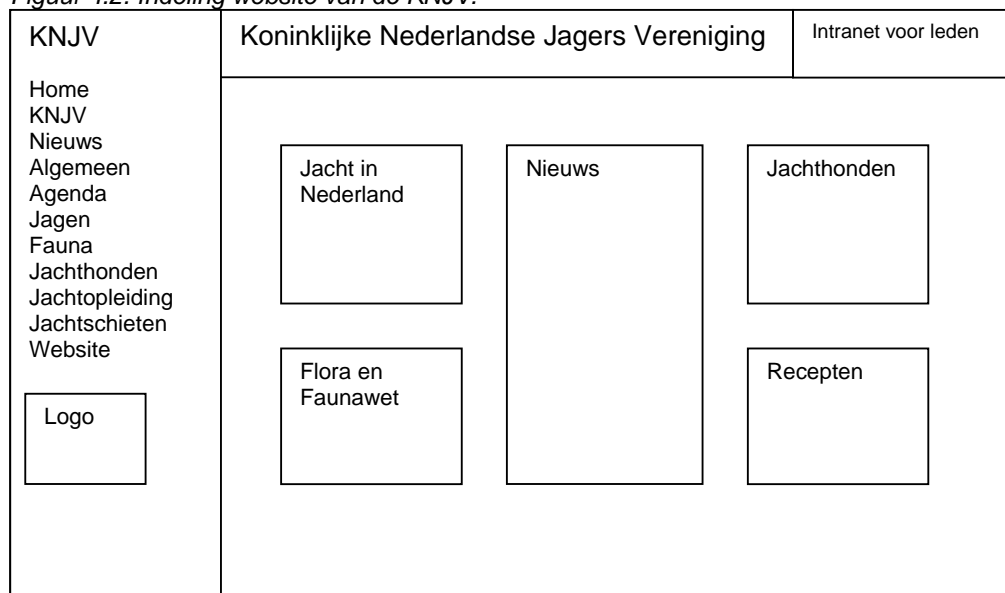
De voorpagina van de website van de KNJV bevat zes menu's, zie figuur 4.2:

- Eén verticaal keuzemenu aan de linkerkant van de pagina. Het verticale keuzemenu bevat alle onderwerpen waarover de KNJV informatie verstrekt.
- In het midden van de pagina worden 5 menu's afgebeeld. Hier kan worden gekozen voor meer informatie over de jacht in Nederland, de flora en faunawet, nieuws van de KNJV, jachthonden en recepten.

Het vaste raamwerk van de website van de KNJV bestaat uit het verticale keuzemenu dat links staat weergegeven en de menubalk die bovenaan de website staat weergegeven. Wanneer in het verticale keuzemenu, of voor één van de vijf menu's wordt gekozen volgt er een andere indeling. Deze wordt gegeven in figuur 4.3. Hier is een voorbeeld gegeven voor het onderwerp fauna.

In het midden verschijnt algemene informatie over het gekozen onderwerp. Aan de rechterkant van de pagina wordt een nieuw keuzemenu weergegeven. Dit keuzemenu geeft onderdelen weer die verdiepende informatie verstrekken over het gekozen onderwerp. (10)

Figuur 4.2. Indeling website van de KNJV.



Figuur 4.3. Vervolgpagina van de website van de KNJV.

<p>KNJV</p> <p>Home KNJV Nieuws Algemeen Agenda Jagen Fauna Jachthonden Jachtopleiding Jachtschieten Website</p> <p>Logo</p>	<p>Koninklijke Nederlandse Jagers Vereniging</p>	<p>Intranet voor leden</p> <table border="1" data-bbox="1029 401 1211 583"> <tr> <td>Fauna</td> </tr> <tr> <td>Zoogdieren</td> </tr> <tr> <td>Vogels</td> </tr> <tr> <td>Overige dieren</td> </tr> </table>	Fauna	Zoogdieren	Vogels	Overige dieren
Fauna						
Zoogdieren						
Vogels						
Overige dieren						

In deze paragraaf wordt alleen de website van de KNJV behandeld. De websites van de andere kenniscentra bevatten ook sterke punten, zoals:

- Een uitvouwsysteem in het verticale keuzemenu op de website van de AID Groendesck, het LNV-Loket en het Voedingscentrum;
- Een horizontale menubalk met de basisfuncties van de website, zoals bij de website van het Voedingscentrum.

In bijlage 6 zijn de indelingen met beschrijvingen van de websites van de andere kenniscentra weergegeven.

Privacy/ Disclaimer

Bij de indeling van een website dient rekening gehouden te worden met privacygebruiken en een disclaimer. Deze twee aspecten worden afzonderlijk op de website genoemd, vaak worden deze onderaan de website geplaatst.

Een disclaimer houdt letterlijk het afwijzen van verantwoordelijkheid in. Op deze manier wordt de bezoeker geattendeerd dat aan de uitspraken op de website geen rechten kunnen worden verleend.

Het privacygebruik houdt in dat gegevens van de bezoeker alleen gebruikt worden voor het doel waarvoor de bezoeker deze heeft achtergelaten en dat deze gegevens niet aan derden wordt getoond.

In Bijlage 7 wordt dieper ingegaan op het privacygebruik en de disclaimer vermeld op de websites van de andere kenniscentra.

Advies voor privacyregels

Het kenniscentrum moet gebruik maken van een disclaimer en cookies.

De disclaimer geeft aan dat:

- Iedere aansprakelijkheid voor eventuele schade ten gevolge van toegang tot en gebruik van de website uitdrukkelijk wordt afgewezen;

- Er wordt geen garantie geboden voor het foutloos en ononderbroken functioneren van de site;
- Cliënten die gebruik maken van de informatie op de website van het kenniscentrum akkoord gaan met de voorwaarden en bepalingen van het kenniscentrum;
- Het kenniscentrum het recht behoudt voor deze bepalingen om deze op elk gewenst moment aan te passen.

Door middel van cookies kan het verkeer van en naar de website gemeten worden. Deze gegevens worden gebruikt voor het optimaliseren van de website.

Motivatie

Bij de andere kenniscentra is naar voren gekomen dat het belangrijk is om enige vorm van privacy of aansprakelijkheid te vermelden. Daarbij komt niet alleen de privacy van de gebruiker naar voren maar ook de aansprakelijkheid van het kenniscentrum zelf.

Volgens de Wet Bescherming Persoonsgegevens mogen persoonsgegevens alleen verwerkt worden als dat uitdrukkelijk is medegedeeld. Daarnaast moet het duidelijk zijn voor de gebruiker voor welk doel de gegevens worden bewaard.

Naast de privacy van de gebruiker is de aansprakelijkheid van belang, deze houdt in dat het kenniscentrum niet verantwoordelijk is voor foutloos en ononderbroken functioneren van de website.

Het gebruik van cookies dient ook vermeld te worden op de website van het kenniscentrum. Op deze manier kan het gebruik en het verkeer van en naar de website van het kenniscentrum gemeten worden. Met die gegevens kan de website geoptimaliseerd worden. Indien gebruik gemaakt wordt van de mogelijkheid om brochures via de website te bestellen kunnen cookies worden gebruikt om persoonsgegevens van bestellingen te bewaren. Op deze wijze hoeft de gebruiker niet voor iedere brochure een nieuw bestelformulier in te vullen. Indien de gebruiker niet wil dat cookies gebruikt wordt dient de gebruiker dit via de browser aan te geven (cookies off). Indien de gebruiker de cookies accepteert, zullen deze gedurende een zekere tijd in de computer van de gebruiker opgeslagen blijven, tenzij cookies verwijderd worden. Het uitzetten van cookies kan het gebruik van de website en de diensten beperken.

Wat wil het PVH?

Het PVH heeft aangegeven dat er een vorm van aansprakelijkheid op de website van het kenniscentrum vermeld moet worden.



4.8. Naamsbekendheid kenniscentrum

Het succes van een kenniscentrum hangt, naast de kwaliteit van de informatie of voorlichting, ook af van de bekendheid met het bestaan ervan. Om die reden moet worden geïnvesteerd in het bereiken van naamsbekendheid.

Advies

In de fase dat het kenniscentrum is opgezet en voorzien is van informatie moeten er persberichten geplaatst worden in vakbladen en tijdschriften in de dierensector. Verder moeten er, in dezelfde periode en in de periode die daarop volgt, folders, brochures en posters worden verspreid bij dierenartspraktijken en dierspecialisten.

Motivatie

In de beginfase van het kenniscentrum moet het adverteren regelmatig worden herhaald. Op deze manier wordt naamsbekendheid bij de doelgroep verkregen en vergroot.

Het grootste deel van de dierhouders bezoekt met regelmaat een dierenartspraktijk en/of een dierspecialist. De folders worden dan gemakkelijk door de klant meegenomen. Het verspreiden van folders, brochures en posters is tevens een redelijk goedkope manier van reclame maken. Dit is echter een arbeidsintensieve taak, gezien het PVH verantwoordelijk is voor de verspreiding ervan.

Het uitzenden van reclamespotjes op radio- en televisiezenders is effectieve maar kostbare manier van reclame maken. Niet alleen het uitzenden van het reclamespotje, maar ook het ontwerpen door een reclamebureau brengt kosten met zich mee. Gezien het beperkte budget van PVH wordt er afgeraden reclame te maken via radio en tv.

Een andere manier om naamsbekendheid te krijgen is het plaatsen van een link op diersectorgebonden websites naar het kenniscentrum. Gezien de grote hoeveelheid van aangesloten organisaties bij het PVH is het een nadeel dat er links van deze websites op de site van het kenniscentrum moeten worden geplaatst. Reclame maken via andere websites werkt namelijk vice versa.

Andere kenniscentra en naamsbekendheid

In de onderstaande tabel staan de activiteiten weergegeven die de andere kenniscentra uitvoeren om meer naamsbekendheid te krijgen.

	Advertenties	Radio- en Tv-reclame	Brochures en folders	Links	Beurzen
AID Groendesk			x	x	x
GGD Hart voor Brabant			x		x
KNJV			x	x	x
Het LNV-Loket			x	x	x
Postbus51	x	x	x		
Voedingscentrum		x			

Tabel 4.2. Activiteiten van andere kenniscentra voor het verkrijgen van naamsbekendheid

Uit deze tabel kan worden opgemaakt dat de meeste kenniscentra brochures en folders verstrekken om meer naamsbekendheid te krijgen.

Mogelijkheden voor naamsbekendheid

Er zijn verschillende mogelijkheden om naamsbekendheid te krijgen voor het kenniscentrum van het PVH. De mogelijkheden zijn:

- Persberichten.

Voordeel	- Het is goedkoper dan radio en televisiereclame; - Door in de juiste tijdschriften en vakbladen persberichten te plaatsen wordt de doelgroep eenvoudig bereikt.
Nadeel	Het is duurder dan reclame maken middels brochures, folders, posters, e.d.

- Radio- en tv-reclame.
De kosten voor radioreclame op een regionale zender bedragen gemiddeld € 25,- per seconde op een doordeweekse dag per uitzending. De kosten voor tv-reclame op een regionale zender, zijn gemiddeld € 943,-. (12)
De kosten voor radio- en tv-reclame worden in bijlage 9 weergegeven.

Voordeel	Er wordt een groot deel van de doelgroep bereikt.
Nadeel	Reclamespotjes worden niet op commerciële zenders uitgezonden. Het uitzenden van de reclamespotjes op commerciële zenders brengt extra kosten met zich mee.

- Folders en brochures.
De kosten voor strooifolders bedragen € 795,- voor 25.000 folders in kleur en A5-formaat. De kosten voor brochures bedragen € 615,- voor 5000 stuks in kleur, bestaande uit 8 pagina's in A6-formaat. (11)
De overige kosten van folders en brochures worden in bijlage 8 weergegeven.

Voordeel	<ul style="list-style-type: none"> - De folders kunnen op meerdere locaties worden verspreid, zoals dierenartspraktijken, dierspecialzaken, fokkerijen, enz. Op deze manier wordt de juiste doelgroep bereikt; - Redelijk goedkope manier van reclame; - De folders en brochures kunnen persoonlijk worden uitgedeeld en/of in brievenbussen worden gedeponeerd.
Nadeel	<ul style="list-style-type: none"> - De folders moeten regelmatig aangevuld worden; - Folders trekken minder snel de aandacht van mensen dan radio- en tv-reclame; - PVH is verantwoordelijk voor de verspreiding van de folders en brochures.

- Posters.
Het laten maken van 250 posters met 1 basis kleur en een afmeting van 297 x 420 mm bedraagt € 99,-. (11)
Een overzicht met de kosten voor het laten maken van posters worden in bijlage 8 weergegeven.

Voordeel	<ul style="list-style-type: none"> - Snelle en gemakkelijke verspreiding; - Kunnen op meerdere locaties worden opgehangen; - Goedkope manier van reclame maken.
Nadeel	<ul style="list-style-type: none"> - Posters kunnen gemakkelijk verwijderd worden; - Posters zijn niet duurzaam; - PVH is verantwoordelijk voor de verspreiding van de posters.

- Links op het internet.

Voordeel	<ul style="list-style-type: none"> - Snelle manier om op de website van het kenniscentrum te komen; - Contracten met diersector gebonden organisaties.
Nadeel	Vermelden van links werkt vice versa, op de website van het kenniscentrum moet ook de links worden vermeld van de oorspronkelijke website-link.



Literatuurlijst

Boek

1. Lokerman, W.J.P.M. e.a., Communicatie Memo, Sponsoring als communicatie-instrument, Deventer, 1999

Persoon

2. Ing. H.J.Christians, programmeur/ informaticus met specialiteit internet

Internet

3. AID Groendesck, <http://www.aidgroendesck.nl>, (02.01.2006)
4. Farmaceutische industrie, <http://www.wikipedia.nl>, (19.12.2005)
5. GGD Hart voor Brabant, <http://www.ggdhartvoorbrabant.nl>, (02.01.2006)
6. Het LNV-Loket, <http://www.hetlnvloket.nl>, (02.01.2006)
7. Internettermen, <http://internetwoordenboek.nl>, (04.01.2006)(12.01.2006)
8. Internettermen, <http://computerwoorden.nl>, (02.01.2006)
9. Kamer van Koophandel, <http://www.kvk.nl>, (12.12.2006)
10. Koninklijke Nederlandse Jagers Vereniging, <http://www.knjv.nl>, (02.01.2006)
11. Kosten posters, brochures, folders en flyers, <http://www.flyerzone.nl>, (05.01.2006)
12. Kosten radio- en tv-reclame, <http://www.orn.nl>, (28.12.2005)
13. Postbus 51, <http://www.postbus51.nl>, (02.01.2006)
14. Voedingscentrum, <http://www.voedingscentrum.nl>, (02.01.2006)



Bijlage 1. Werkgroepen en (koepel)organisaties PVH

Werkgroepen binnen het PVH zijn:

- Werkgroep honden;
- Werkgroep katten;
- Werkgroep kleine zoogdieren;
- Werkgroep reptielen en amfibieën;
- Werkgroep vissen en ongewervelden;
- Werkgroep vogels;
- Werkgroep voeding bijzondere dieren;
- Projectgroep BSA.

(Koepel)organisaties binnen het PVH zijn:

- Confédération Ornithologique Mondial Nederland (COM);
- Federatie Kleindierenteelt (FK);
- Nederlandse Postduiven Organisatie (NPO);
- Raad van Beheer op Kynologisch Gebied (RvB);
- Samenwerkende Aquarium en Terrarium Organisaties (SATO);
- De Nederlandse kattenorganisaties.

Bijlage 2. Adressen bezochte kenniscentra

Kenniscentrum: AID Groendes
Adres: Burgemeester Verderlaan 15F
Postcode: 3544 AD Utrecht
Telefoon: 030-6692640
Fax: 084-2227971 / 030-6622299
E-mail: AID-Groendes@minInv.nl
Website: www.aid.nl/groendes

Kenniscentrum: GGD Hart voor Brabant
Adres: Ringbaan West 227
Postcode: 5037 PC Tilburg
Telefoon: 0900-4636443
Website: www.ggdhvb.nl

Kenniscentrum: KNJV
Adres: Amsterdamse weg 16
Postcode: 3812 RS Amersfoort
Telefoon: 033-4619841
Fax: 033-4651355
E-mail: info@knjv.nl
Website: www.knjvl.nl

Kenniscentrum: Het LNV-Loket
Adres: Dalsteindreef 39
Postcode: 1112 XC Diemen
Telefoon: 0800-2233322
Website: www.hetlnvloket.nl

Kenniscentrum: Postbus 51
Adres: Anna Paulownastraat 1
Postcode: 2500 EA Den Haag
Telefoon: 070-3081626
Fax: 070-3081677
Website: www.postbus51.nl

Kenniscentrum: Voedingscentrum
Adres: Eisenhowerstraat 108 -110
Postcode: 2517 KL Den Haag
Telefoon: 070-3068883
Website: www.voedingscentrum.nl

Bijlage 3. Personeelskosten

In deze bijlage staat de berekening voor de personeelskosten weergegeven.

Berekening:

De AID Groendesck hanteert € 73,50 per uur per fte. In de onderstaande berekening wordt met dit gedrag gerekend. €73,50 per uur per fte is echter een relatief hoog bedrag. Men kan er dus vanuit gaan dat de kosten voor personeel waarschijnlijk lager zullen liggen.

Er wordt uitgegaan van een werkweek van 36 uur en 30 vrije dagen op jaarbasis.

Een werkdag bevat dan ongeveer $36 / 5 = 7.2$ werkuur

Aantal werkdagen op jaarbasis:

$52 \text{ weken} \times 5 \text{ werkdagen per week} - 30 \text{ vrije dagen} = 230 \text{ dagen}$

De personeelskosten wordt dan:

$230 \text{ dagen} \times 7.2 \text{ uur} = 1656 \text{ uur op jaarbasis}$

$1656 \text{ uur} \times € 73,50 = € 121.716,- \text{ op jaarbasis}$

Bijlage 4. Betekenissen van internettermen

- Browser:** Een browser is een programma waarmee pagina's (websites) op internet bekeken kunnen worden. De browser zet HTML-pagina's om in leesbare tekst. Het is internetsoftware die speciaal voor het gebruik van internet is ontwikkeld. Er zijn verschillende browsers, zoals Gopher, Mosaic, Netscape Navigator en Microsoft Internet Explorer. Er zijn tekst- en grafisch georiënteerde browsers. Browsers zijn tegenwoordig grafisch opgezet. Dat betekent dat foto's, plaatjes, animaties, video en geluid ook kunnen worden bekeken of beluisterd. Een browser is meestal gratis. (7)
- Cookies:** Mogelijkheid van een server om gegevens op te slaan op de vaste schijf van een bezoekende gebruiker. De server kan een klein stukje informatie van de bezochte website op de ontvangende computer opslaan en ook weer (bij een volgend bezoek) lezen. Cookies worden gebruikt om de bezoekers van sites te volgen en te identificeren. Ze kunnen informatie bevatten als datum/tijd van bezoek, namen van bezochte pagina's of gekochte producten. In elke browser kan de mogelijkheid van het plaatsen van een cookie uitgeschakeld worden. Nadeel is dat veel websites dan geen toegang meer geven.
- Copyright:** Wettelijk eigendomsrecht van gegevens, bijvoorbeeld van een tekst, een foto of een afbeelding (auteursrecht).
- Domein:** Een domein is een eigen gebied op het World Wide Web. Dat kan een computer of Internetsite zijn. Elk domein is een uniek internetadres, dat nodig is om via internet te kunnen worden bereikt. De naam bestaat uit minimaal twee delen, gescheiden door een punt. Een domeinnaam is gekoppeld aan een IP-adres. De computer die de namen aan de nummers koppelt is een domeinnaamserver.
- Homepage:** Thuispagina. Iedere provider heeft een vaste pagina waarop zijn gegevens staan. Deze pagina wordt vaak als startpunt gebruikt. Een dergelijk pagina kan tekst, plaatjes of bewegende beelden bevatten. Een homepage is vrijwel altijd de hoofdpagina van een organisatie, bedrijf of gebruiker. Een homepage wordt met een computertaal als HTML (Hyper Text Markup Language) gemaakt.
- Internet:** Afkorting van INTERnationaal NETwerk. Wereldomvattend netwerk van honderdduizenden met elkaar verbonden computers en computernetwerken (via telefoon- en/of datalijnen) die het TCP/IP protocol gebruiken; in principe voor iedereen bereikbaar.
- IP:** Afkorting van Internet Protocol. De op internet gehanteerde taal om gegevens uit te wisselen. Met deze taal kan een computer precies aangeven naar welk adres de informatie toe moet.
- Netwerk:** Groep computers (of computerrandapparatuur) die aan elkaar gekoppeld zijn met behulp van glasvezel, coax (speciale kabel om computers met elkaar te verbinden) of andere kabels.
- Server:** Informatieleverende computer. Bij internet is een server rechtstreeks met internet verbonden. De andere kant is de gebruiker (cliënt) van de server. Het internet is op dit principe van server-cliënt gebaseerd.
- Website/ site:** Het totaal aan informatie op een domein. Dit kan van alles zijn op internet: een computer, een plek op een computer, een plek in een netwerk, een homepage van iemand of een homepage van bijvoorbeeld een universiteit.

Bijlage 5. Indeling website kenniscentrum PVH

Op deze pagina wordt de voorpagina van de website weergegeven.

DIERENDESK (plaatje)	
<input type="text"/> ZOEKEN PRINT INFO KENNISCENTRUM FAQ CONTACT	
THEMA menu1 menu2 menu3 menu4	Startpagina Informatie betreffende de website. Hierbij info over wat de bezoeker van de website kan verwachten!

Op deze pagina wordt de eerste vervolgpagina van de website weergegeven. De bezoeker bekijkt dan algemene informatie uit het verticale keuzemenu.

DIERENDESK (plaatje)		
<input type="text"/> ZOEKEN PRINT INFO KENNISCENTRUM FAQ CONTACT		
THEMA	Algemene informatie over submenu1	SUB1 SUB2 SUB3 SUB4
menu1		
submenu1		
submenu2		
submenu3		
submenu4		
menu2		
menu3		
menu4		

Op deze pagina wordt de tweede vervolgpagina van de website weergegeven. De bezoeker bekijkt dan informatie uit het derde keuzemenu aan de rechterkant van de pagina.

DIERENDESK (plaatje)		
<input type="text"/> ZOEKEN PRINT INFO KENNISCENTRUM FAQ CONTACT		
THEMA	Algemene informatie over SUB3	SUB1 SUB2 SUB3 SUB4
menu1 submenu1 submenu2 submenu3 submenu4 menu2 menu3 menu4		

Bijlage 6. Indeling websites andere kenniscentra

In deze bijlage wordt de indeling van de websites van de andere kenniscentra weergegeven. Bij elke kenniscentrum wordt het gebruik van de website kort toegelicht.

- AID Groendesk en het LNV-Loket.
Beide kenniscentra zijn onderdeel van het Ministerie van LNV en zijn ondergebracht in de website van het Ministerie van LNV.

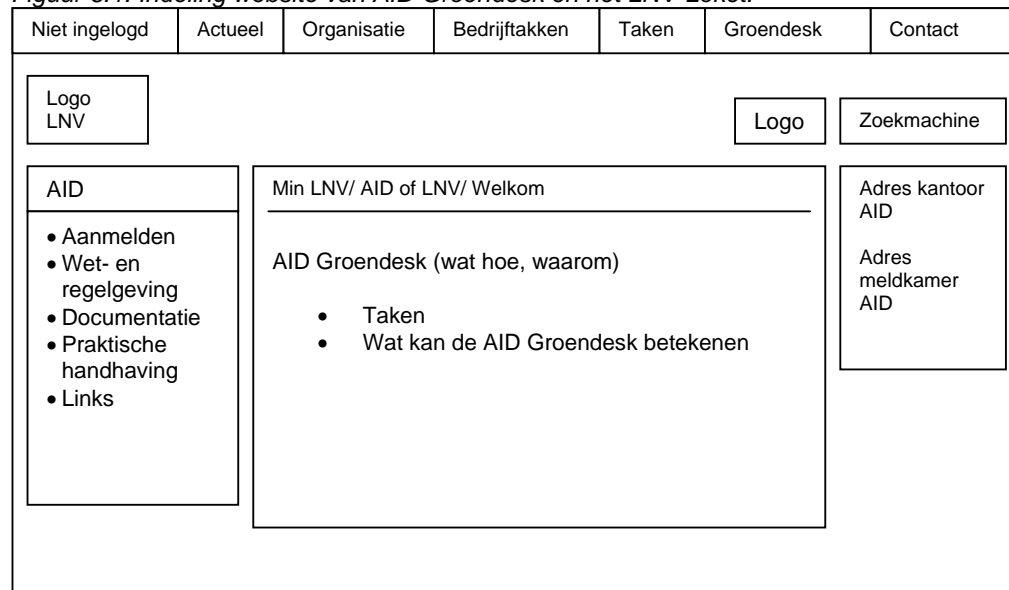
Wanneer het internetadres, ook wel URL genoemd, van de AID Groendesk wordt ingevoerd in de adresbalk van een browser wordt de pagina zoals in figuur 6.1 getoond.

Dit is de indeling voor zowel de website van AID Groendesk als voor de website van het LNV-Loket.

De websites van AID Groendesk en het LNV-Loket bevatten twee menu's:
 → Verticaal keuzemenu: 'AID' met daaronder de keuzemogelijkheden;
 → Horizontale menubalk: dit is de balk die bovenaan de pagina is afgebeeld.
 Deze verschaft algemene informatie over het Ministerie van LNV en het kenniscentrum.

Wanneer op het verticale keuzemenu wordt geklikt verschijnt op het centrale gedeelte van de pagina een nieuw menu. Dit menu bevat onderwerpen die onderdeel zijn van de mogelijkheden in het verticale keuzemenu (links). (3)(6)

Figuur 6.1. Indeling website van AID Groendesk en het LNV-Loket.

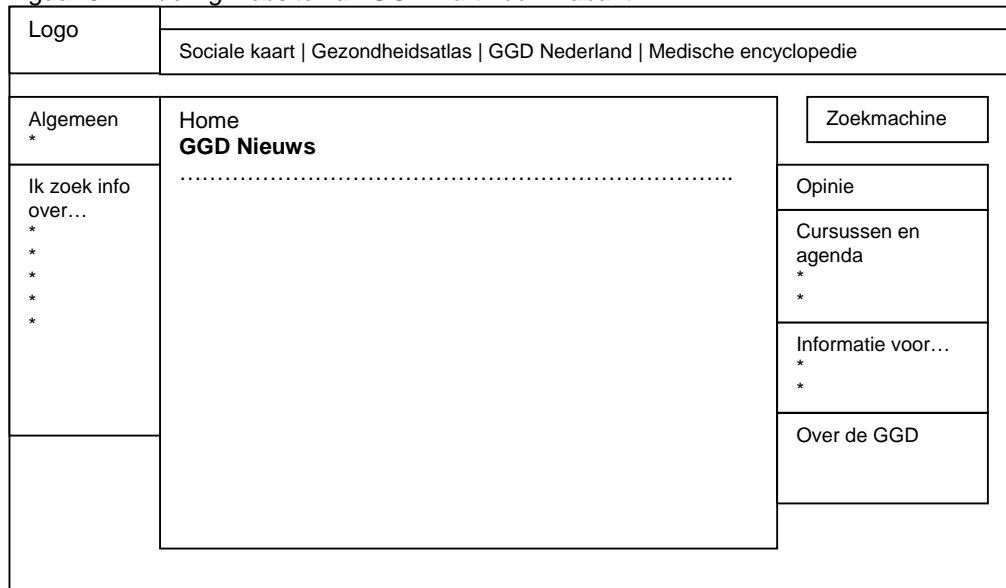


- GGD Hart voor Brabant.
De website van GGD Hart voor Brabant bevat vijf menu's:
 → Twee verticale keuzemenu's aan de linkerkant van de pagina. Het keuzemenu 'Algemeen' (zie voor verduidelijking figuur 6.2.) verschaft

informatie over het kenniscentrum. Daaronder is een tweede keuzemenu gegeven. Deze maakt gebruik van een uitvouwsysteem. Wanneer op een map wordt geklikt vouwt deze uit waarbij meerdere en/of verdiepende onderwerpen worden getoond.

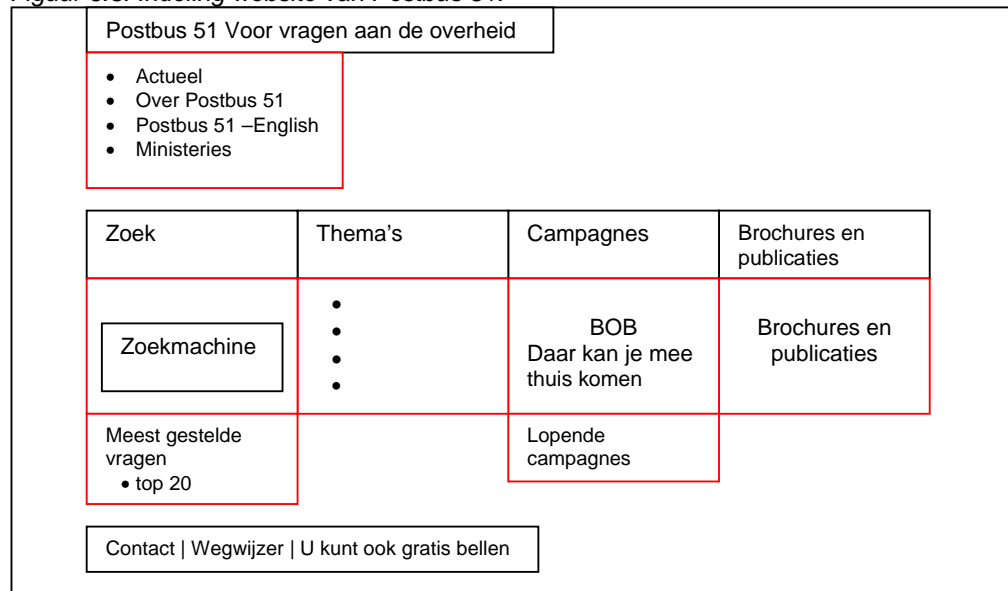
- Horizontale menubalk, dit is de balk die bovenaan de pagina is afgebeeld. Deze verschaft informatie over de sociale status, de gezondheidsatlas van Brabant, GGD Nederland en de medische encyclopedie;
- Drie verticale keuzemenu's aan de rechterkant van de pagina. De bovenste geeft informatie over de agenda van GGD Hart voor Brabant en de te volgen cursussen. Daaronder wordt een keuzemenu weergegeven met informatie voor gemeenten, (huis)artsen, kindercentra, scholen en andere instellingen. Dit menu heeft ook een uitvouwsysteem, zodat verdiepende informatie over het hoofdonderwerp kan worden gegeven. Onder dit menu wordt een menu weergegeven welke meer informatie verstrekt over het kenniscentrum. (5)

Figuur 6.2. Indeling website van GGD Hart voor Brabant.

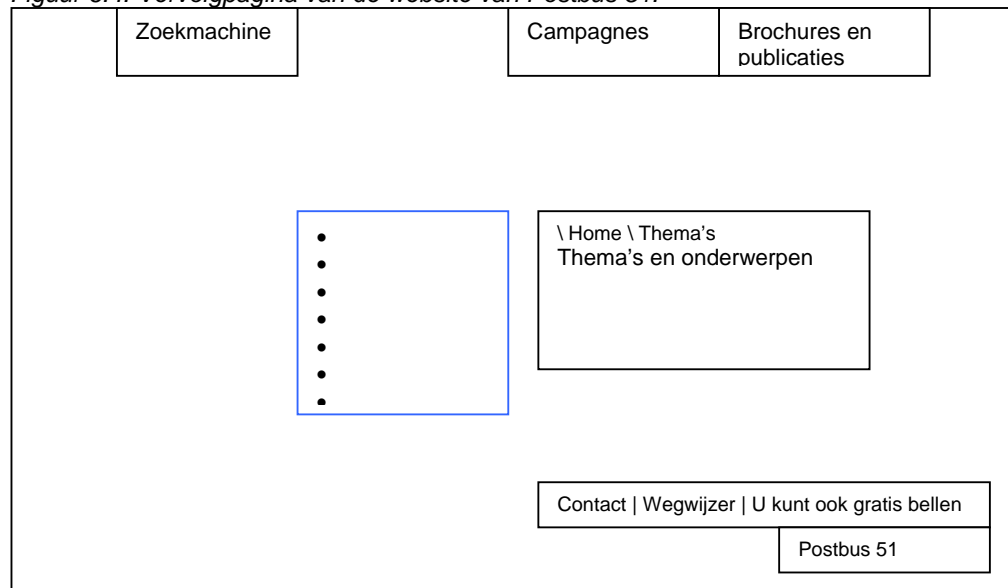


- Postbus 51.
De website van Postbus 51 maakt geen gebruik van verticale of horizontale menu's. Tevens heeft deze website geen vast raamwerk. Op de website worden zeven menu's weergegeven. In figuur 6.3 zijn de verschillende keuzemenu's met rode kaders aangegeven. Wanneer voor een keuzemenu wordt gekozen volgt er een nieuwe pagina. Deze wordt getoond in figuur 6.4. In het menu, aangegeven met een blauw kader, worden de verschillende onderwerpen weergegeven. Bij de keuze voor een bepaald onderwerp vouwt het menu naar beneden uit en worden verdiepende onderdelen over het onderwerp zichtbaar. (13)

Figuur 6.3. Indeling website van Postbus 51.



Figuur 6.4. Vervolgpagina van de website van Postbus 51.



- Voedingscentrum.
De website van het Voedingscentrum is zeer opvallend. Op de voorpagina van de website worden in totaal zeven verschillende menu's getoond. In figuur 6.5 wordt een voorbeeld gegeven van de website van het Voedingscentrum. In figuur 6.6 worden de zeven menu's aangegeven in het groen. De indeling van de verschillende menu's is als volgt:

- Twee verticale keuzemenu's aan de linkerkant van de website, het bovenste geeft informatie over voedsel, voedselveiligheid, eetgedrag, gewicht, wet- en regelgeving, enz. Het onderste keuzemenu geeft algemene informatie betreffende het voedingscentrum;
 - Horizontale menubalk, dit is de balk die bovenaan de pagina is afgebeeld. Deze bevat de basisfuncties van de website;
 - Het volgende menu wordt weergegeven als "meer nieuws". In dit menu kan gekozen worden voor actuele onderwerpen;
 - Drie verticale keuzemenu's aan de rechterkant van de website. Hier kan gekozen worden voor de verschillende campagnes die het voedingscentrum voert, voor het recept van de dag of om een test uit te laten voeren.
- Op de website van het Voedingscentrum wordt een banner getoond, dit is een reclamebalk die van inhoud kan veranderen. (14)

Figuur 6.5. Indeling website van het Voedingscentrum.

Voedingscentrum			
Zoekmachine		Mail deze pagina	Print deze pagina Aanmelden nieuwsbrief
Meer weten over... <ul style="list-style-type: none"> • hoe eet ik gezond • voedselveiligheid • ziekte, allergie... • ... • 	Actueel		Voedingscentrum in actie
			Recept van de dag
<ul style="list-style-type: none"> • Voedingscentrum • Brochures, uitgaven • Nieuws • Recepten • Vragen • Links • Voor professionals • English summary 	Meer nieuws		Bel ons.....
		Test	Banner

Figuur 6.6. Indeling website Voedingscentrum met aanduiding van verschillende menu's.

Voedingscentrum			
Zoekmachine		Mail deze pagina	Print deze pagina Aanmelden nieuwsbrief
Meer weten over... <ul style="list-style-type: none"> • hoe eet ik gezond • voedselveiligheid • ziekte, allergie... • ... • 	Actueel		Voedingscentrum in actie
			Recept van de dag
<ul style="list-style-type: none"> • Voedingscentrum • Brochures, uitgaven • Nieuws • Recepten • Vragen • Links • Voor professionals • English summary 	Meer nieuws		Bel ons.....
			Test

Bijlage 7. Privacy / Disclaimer

In deze bijlage wordt de disclaimer ofwel het privacygebruik van websites van de bezochte kenniscentra weergegeven.

Disclaimer betekent letterlijk: afwijzen van verantwoordelijkheid. Disclaimers verschijnen vaak onder aan een e-mail of webpagina. Hierin attendeert men de lezer erop dat aan uitspraken geen rechten kunnen worden ontleend.

Naast de disclaimer komen in deze bijlage ook de privacy van de gebruiker, copyright en cookies aan de orde.

In bijlage 4 worden de verschillende internettermen verklaard.

Privacygebruik andere kenniscentra

Onder dit kopje wordt het privacygebruik van de websites van de andere kenniscentra beschreven. Dit is letterlijk van de websites van de andere kenniscentra overgenomen.

KNJV

Op de website van de KNJV staat vermeld dat van de internetsite niets overgenomen mag worden zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de KNJV. (10)

AID Groendes

De AID Groendes beschrijft in een privacy reglement de privacy van de bezoeker, de omgang met e-mailgegevens en hoe cookies op de AID-website werken.

Privacy Statement AID

De Algemene Inspectiedienst hanteert een strikt privacy beleid. Er mag bij de relaties van de AID geen misverstand bestaan over de veiligheid van de bij hen bekende relatiegegevens. In dit privacy statement staat kort beschreven hoe AID omgaat met cliëntgegevens als de cliënt de website bezoekt of als de cliënt een e-mail stuurt.

Gebruiksgegevens

Bij inloggen op de AID-internetserver registreert deze gegevens over het gebruik, zoals de soort verbinding, het IP-adres van de bezoeker, de in- en uitlogtijd (sessieduur) en de hoeveelheid informatie die verzonden wordt. De Algemene Inspectiedienst gebruikt deze gegevens voor het achterhalen en oplossen van problemen met betrekking tot de verbinding, het plannen van de netwerkcapaciteit en het configureren van het platform. Anderzijds leveren deze gegevens informatie waarmee de AID het dienstenpakket verder kan verbeteren, bijvoorbeeld met nieuwe informatie.

Gegevens e-mailformulier en formulier meldpunt AID

De gegevens die de cliënt invult in het e-mailformulier of in het formulier meldpunt AID worden opgeslagen door de Algemene Inspectiedienst, zodat de AID vragen of opmerkingen van de cliënt kan behandelen. Het e-mail- of meldpunt-formulier (incl. de persoonsgegevens) en het antwoord daarop worden na het afhandelen van de vraag of opmerking vertrouwelijk opgeslagen zodat deze, indien noodzakelijk, opnieuw kunnen worden opgezocht.

Cookies

Cookies zijn kleine tekstbestanden die bepaalde gegevens bevatten van een computer die een website bezoekt. Cookies worden opgeslagen op de harde schijf van pc van de bezoeker en zorgen ervoor dat de bezoeker gemakkelijker en sneller kan surfen over het web omdat eerder bezochte websites de computer al 'kennen'. De Cookies die de AID gebruikt worden na het afsluiten van het bezoek aan de AID-website automatisch verwijderd van de computer van de gebruiker.

De privacy is gewaarborgd

De verzamelde informatie is bestemd voor de Algemene Inspectiedienst. De informatie wordt uitsluitend gebruikt om de eigen dienstverlening aan de cliënt te onderhouden en te verbeteren. De Algemene Inspectiedienst zal persoonlijke gegevens nooit (aan derden) verkopen of verhuren. (3)

Het LNV-Loket

Op de website van Het LNV-Loket staan in een privacy reglement de privacy, de gebruiksgegevens en de werking van cookies vermeld.

Privacy statement LNV-Loket

Op de website van Het LNV-Loket staat de uitvoering van regelgeving van LNV vermeld. Op de website kunnen pagina's met informatie worden bekeken, ook kunnen formulieren aangevraagd en online ingevuld worden.

Omdat hierbij bepaalde gegevens worden vastgelegd, wordt een streng beleid gevoerd op het gebruik van persoonlijke klantgegevens.

Verbruiksgegevens

Als een gebruiker op de website inlogt dan registreert Het LNV-Loket het verbruik. Daarbij moet gedacht worden aan de soort verbinding, het IP-adres, de in- en uitlogtijd (sessieduur) en de hoeveelheid informatie die verzonden wordt. Deze gegevens worden gebruikt voor het achterhalen en oplossen van problemen met betrekking tot de verbinding, het plannen van de netwerkcapaciteit, het configureren van het platform en het voorkomen van misbruik. Ook leveren deze gegevens informatie waarmee LNV haar dienstenpakket verder kan verbeteren, bijvoorbeeld met nieuwe informatie.

Cookies

Cookies zijn kleine tekstbestanden die bepaalde gegevens bevatten van een computer die een website bezoekt. Cookies worden opgeslagen op de harde schijf van de pc van de gebruiker en zorgen ervoor dat de gebruiker gemakkelijker en sneller kan surfen over het web. Dit komt omdat eerder bezochte websites de computer van de gebruiker al 'kennen'. De cookies die worden gebruikt, worden na het afsluiten van het bezoek aan de website van Het LNV-Loket automatisch verwijderd van de computer van de gebruiker.

Wat gebeurt er met de gegevens van de gebruiker?

De gegevens zijn alleen bestemd voor LNV en worden gebruikt om de dienstverlening van Het LNV-Loket aan de gebruiker te verzorgen. De gegevens van de gebruiker worden dus nooit aan derden verkocht of verhuurd.

Verantwoordelijkheid

De Minister van LNV is verantwoordelijk voor het juiste en rechtmatige gebruik van gebruikersgegevens door Het LNV-Loket. (6)

GGD Hart voor Brabant

GGD hart voor Brabant geeft onderaan de website een menubalk met de onderwerpen copyright, disclaimer en privacy weer.

Copyright

Alle rechten voorbehouden. Niets uit de uitgave van de website van GGD Hart voor Brabant mag worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door print-outs, kopieën, of op welke andere manier dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van GGD Hart voor Brabant.

Disclaimer

De op de website getoonde informatie wordt door GGD Hart voor Brabant met zorg samengesteld, doch voor de juistheid en volledigheid daarvan kan niet worden ingestaan. Er wordt geen enkele garantie of verklaring, noch uitdrukkelijk noch stilzwijgend, gegeven terzake van de redelijkheid, juistheid of volledigheid van de informatie welke op de site wordt gepubliceerd of waartoe via de site toegang wordt geboden.

Iedere aansprakelijkheid voor eventuele schade ten gevolge van toegang tot en gebruik van de website, wordt door de GGD Hart voor Brabant uitdrukkelijk afgewezen. Er wordt geen garantie geboden voor het foutloos en ononderbroken functioneren van de site.

Privacy

De GGD vraagt cliënten persoonlijke gegevens te overleggen, bijvoorbeeld naam, adres, woonplaats, telefoonnummer. Deze gegevens komen in een (elektronisch) dossier, samen met andere informatie die de GGD van de cliënten heeft. De Wet bescherming persoonsgegevens eist dat met deze gegevens behoorlijk en zorgvuldig wordt omgegaan. De wet eist een goede beveiliging, zodat onbevoegde personen of instanties er geen inzage in kunnen krijgen. Bovendien moet de GGD duidelijk maken voor welk doel de gegevens worden verzameld en verwerkt. Er mogen geen gegevens worden gevraagd en gebruikt zonder dat precies duidelijk is waarvoor.

De Wet Bescherming Persoonsgegevens gaat over het verwerken van gegevens. Dat wil zeggen over alles wat er met de gegevens gebeurt, van het verzamelen, aanvullen en bewaren, tot het corrigeren, verwijderen of overdragen van gegevens aan anderen of het vernietigen ervan. De wet schrijft voor wanneer een instelling of organisatie persoonsgegevens mag verzamelen, welke informatie gevraagd mag worden en wie ermee mag werken. Bovendien geeft de wet de betrokkene, degene van wie de persoonsgegevens zijn, een aantal rechten. Dit alles is bedoeld om er voor te zorgen dat de privacy van de cliënten wordt beschermd. (5)

Postbus 51

Op de website van Postbus 51 wordt onder de thema 'over Postbus 51' het onderwerp privacy behandeld. In dit document staan de onderwerpen als privacybeleid, Wet bescherming persoonsgegevens en de optimalisatie van de website.

Privacybeleid

Onder persoonsgegevens wordt verstaan: de informatie die herleidbaar is tot een persoon, bijvoorbeeld een naam, een huisadres of een e-mailadres. De bescherming van deze gegevens is geregeld in de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp). Deze wet helpt de privacy van burgers te beschermen en geldt ook voor persoonsgegevens die via internet worden verzameld.

Wet Bescherming Persoonsgegevens

Op grond van deze wet worden persoonsgegevens alleen verwerkt als dat uitdrukkelijk is medegedeeld. Ook moet duidelijk zijn voor welk doel de gegevens worden bewaard. Dit betekent dat op de plaats waar de cliënt zijn of haar naam of (e-mail)adres invult, precies staat aangegeven voor welk doel de persoonsgegevens worden gebruikt. De persoonsgegevens worden alleen gebruikt voor het doel waarvoor de cliënt deze heeft achtergelaten. Ook worden de persoonsgegevens niet langer bewaard dan voor dat doel nodig is.

De wet geeft enkele uitzonderingen op deze regel. De gegevens kunnen bijvoorbeeld ook worden gebruikt voor opsporing, als iemand via de site strafbare feiten pleegt of strafbare uitlatingen doet.

Website optimalisatie

Als ministeries informatieprofielen bijhouden op de website, wordt dat van tevoren medegedeeld. De profielen zijn uitsluitend bedoeld om de website beter af te stemmen op de behoefte van de gebruiker.

Cookies

Postbus 51 gebruikt cookies om het gebruik en het verkeer van en naar de website van Postbus 51 te meten en met die gegevens de website te optimaliseren. Daarnaast worden cookies gebruikt om persoonsgegevens van bestellingen te bewaren, zodat de gebruiker niet voor iedere brochure een nieuw bestelformulier hoeft in te vullen. Indien de gebruiker niet wil dat cookies gebruikt wordt dient de gebruiker dit via de browser aan te geven (cookies off). Indien de gebruiker de cookies accepteert, zullen deze gedurende een zekere tijd in de computer van de gebruiker opgeslagen blijven, tenzij cookies verwijderd worden. Het uitzetten van cookies kan het gebruik van de website en de diensten beperken. (13)

Voedingscentrum

Op de website van het voedingscentrum wordt in een map 'over het voedingscentrum' informatie gegeven over de website.

Over de site/colofon

Alle intellectuele eigendomsrechten met betrekking tot de website van het Voedingscentrum, waaronder die op programmatuur, tekst en beeld, berusten bij de Stichting Voedingscentrum Nederland. Het is daarmee niet toegestaan zonder schriftelijke toestemming vooraf software, informatie, teksten, recepten, beeldmateriaal etc. openbaar te maken, te verveelvoudigen en/of te bewerken anders dan voor persoonlijk en niet-commercieel gebruik. Toestemming daarvoor dient aangevraagd te worden via de afdeling Communicatie van het Voedingscentrum. Het overnemen van citaten is toegestaan met bronvermelding. Een melding wordt daarbij op prijs gesteld.

Materiaal van derden is uitsluitend gebruikt met toestemming van de rechthebbenden en is voorzien van een bronvermelding. Personen of organisaties die, ondanks alle door het Voedingscentrum in acht genomen zorgvuldigheid, rechten te kunnen ontleen aan in de website van het Voedingscentrum gebruikt materiaal, verzoekt het Voedingscentrum dit zo spoedig mogelijk te laten weten.

Op de website van het Voedingscentrum is het Nederlandse recht van toepassing. Dit houdt in dat bij geschillen direct of indirect voortvloeiend uit verstrekte informatie via deze site de Nederlandse rechter bij uitsluiting bevoegd is.

Disclaimer

Wie gebruikt maakt van de informatie op de internetsite van het Voedingscentrum gaat akkoord met de voorwaarden en bepalingen van het Voedingscentrum. Het Voedingscentrum behoudt zich het recht voor deze bepalingen op elk gewenst moment aan te passen.

Inhoud

De Stichting Voedingscentrum Nederland is verantwoordelijk voor de inhoud van de website. Aan de gegevens op deze website kunnen geen rechten worden ontleend. Het Voedingscentrum streeft ernaar actuele en correcte informatie aan te bieden. Niettemin kan het Voedingscentrum niet garanderen dat alle opgenomen informatie in alle gevallen daadwerkelijk actueel, correct en volledig is. Het Voedingscentrum aanvaardt daarom in geen geval aansprakelijkheid in welke vorm dan ook, bij schade of letsel als gevolg van, of voortvloeiend uit het gebruik van de informatie van deze site.

Links naar andere sites

De website van het Voedingscentrum kan, bij wijze van service, links of verwijzingen bevatten naar andere sites. Het Voedingscentrum is niet verantwoordelijk voor de inhoud van deze websites en is evenmin aansprakelijk voor schade of letsel voortvloeiend uit de inhoud daarvan.

Alle tot individuen herleidbare gegevens in de elektronische correspondentie met deze website zal het Voedingscentrum met de grootst mogelijke zorgvuldigheid behandelen. De persoonsgegevens worden niet aan derden verkocht of ter inzage gegeven. (14)

Bijlage 8. Kosten posters, brochures, folders en flyers

Brochures		
- A6	8 pagina's	€615,- (5.000 stuks)
Fullcolour, 135 gr. MC	12 pagina's	€805,- (5.000 stuks)
	16 pagina's	€997,- (5.000 stuks)
- A5	8 pagina's	€792,- (5.000 stuks)
Fullcolour, 135 gr. MC	12 pagina's	€1408,- (5.000 stuks)
	16 pagina's	€2024,- (5.000 stuks)
- A4	8 pagina's	€1408,- (5.000 stuks)
Fullcolour, 135 gr. MC	12 pagina's	€2136,- (5.000 stuks)
	16 pagina's	€2816,- (5.000 stuks)

Strooifolders		
- Dubbelzijdig Fullcolour, 135 gr. MC	A5	€795,- (25.000 stuks)
	A4	€1.080,- (25.000 stuks)
	A3	€1.499,- (25.000 stuks)
Folders		
- Dubbelzijdig Fullcolour, 150 gr. MC	A4, gevouwen A5	€950,- (10.000 stuks)
	A3, gevouwen A4	€1240,- (10.000 stuks)
Harmonica folders,		
- Dubbelzijdig zwart, 150 gr. MC	4 luik A6	€1096,- (10.000 stuks)
	6 luik A6	€1377,- (10.000 stuks)
	8 luik A6	€1449,- (10.000 stuks)
- Dubbelzijdig full colour 150 gr. MC	4 luik A6	€1096,- (10.000 stuks)
	6 luik A6	€1446,- (10.000 stuks)
	8 luik A6	€1517,- (10.000 stuks)

Posters		
- 1 basis kleur,	297 x 420 mm	€99,- (250 stuks)
135 gr. MC	420 x 594 mm	€115,- (250 stuks)
	500 x 700 mm	€130,- (250 stuks)
	594 x 840 mm	€175,- (250 stuks)
	700 x 1000 mm	€215,- (250 stuks)
- 2 basis kleuren,	297 x 420 mm	€140,- (250 stuks)
135 gr. MC	420 x 594 mm	€170,- (250 stuks)
	500 x 700 mm	€205,- (250 stuks)
	594 x 840 mm	€310,- (250 stuks)
	700 x 1000 mm	€345,- (250 stuks)
- Full colour,	297 x 420 mm	€180,- (250 stuks)
135 gr. MC	420 x 594 mm	€220,- (250 stuks)
	500 x 700 mm	€275,- (250 stuks)
	594 x 840 mm	€440,- (250 stuks)
	700 x 1000 mm	€475,- (250 stuks)

(11)

Bijlage 9. Kosten radio- & tv-reclame

- Regio Radio, Nationale tarieven (4^e kwartaal 2005)

Tijdvak	Prijs per seconde	Prijs per seconde	Prijs per seconde
Tijdvak	Maandag t/m vrijdag	Zaterdag	Zondag
06.00 – 07.00	€ 19		
07.00 – 08.00	€ 37		
08.00 – 09.00	€ 35		
09.00 – 10.00	€ 29	€ 28	€ 13
10.00 – 11.00	€ 29	€ 30	€ 19
11.00 – 12.00	€ 28	€ 30	€ 19
12.00 – 13.00	€ 28	€ 28	€ 17
13.00 – 14.00	€ 22	€ 20	€ 12
14.00 – 15.00	€ 21	€ 15	€ 12
15.00 – 16.00	€ 19	€ 13	€ 12
16.00 – 17.00	€ 19	€ 11	€ 11
17.00 – 18.00	€ 19		
18.00 – 19.00	€ 14		

- Regio Radio, globaalpakket

Tijdvak	Aantal spots	Pakketprijs	Korting t.o.v. specifiek tarief ca.
Maandag t/m zondag			
09.00 – 15.00	23	€ 7.500	33%
09.00 – 15.00	40	€ 12.500	36%
09.00 – 15.00	72	€ 20.000	43%

- Regio TV, nationale tarieven (4^e kwartaal)

Tijdvak	Oktober	November	December
Tijdvak Tarief 30" maandag t/m zondag			
1	17:45 – 18:00	€ 825	€ 825
2	18:15 – 18:30	€ 1.650	€ 1.650
3	18:30 – 18:45	€ 2.200	€ 2.200
4	18:45 – 19:00	€ 1.375	€ 1.513
5	19:15 – 19:30	€ 688	€ 825
6	19:45 – 20:00	€ 413	€ 550
7	20:15 – 20:30	€ 550	€ 550
8	20:45 – 21:00	€ 688	€ 688
9	21:15 – 21:30	€ 688	€ 688
10	21:45 – 22:00	€ 825	€ 825

11	22:15 – 22:30	€ 825	€ 825	€ 825
12	22:45 – 23:00	€ 550	€ 688	€ 688
13	23:15 – 23:30	€ 550	€ 688	€ 688
14	23:45 – 24:00	€ 688	€ 688	€ 688
	Gemiddeld	€ 894	€ 943	€ 943

(12)