

Rapportage Praktijkonderzoek

LECTORAAT WELZIJN VAN DIEREN

juli 2013



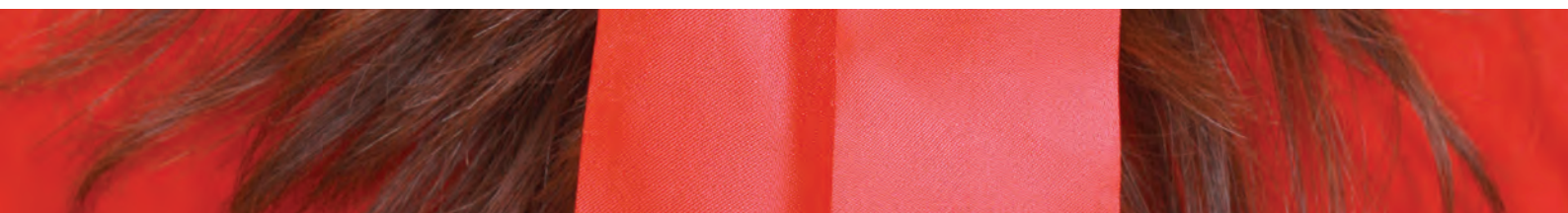
Hogeschool

VHL

University of Applied Sciences

Liefde maakt blind?

Onderzoek naar waardenoriëntaties en waardenafwegingen
van kopers/houders van 'risicovolle' dieren



Liefde maakt blind?

Onderzoek naar waardenoriëntaties en waardenafwegingen
van kopers/houders van 'risicovolle' dieren

Vincent Pompe
Hans Hopster
Marjolein van Dieren

Lectoraat Welzijn van Dieren, Hogeschool VHL, Leeuwarden

Colofon

- Uitgever:** Lectoraat Welzijn van Dieren, Hogeschool VHL,
Postbus 1528, 8901 BV Leeuwarden
T: 058-2846331
- In opdracht van:** Ministerie van Economische Zaken,
Directie Dierlijke Agroketens en Dierenwelzijn.
Onderzoeksopdracht OND-2012-001
- Auteurs:** Pompe, V., Hopster, H. en M. van Dieren
- Onderzoeksteam:** Dr. Vincent Pompe, Lectoraat Welzijn van Dieren
Ing. Marjolein van Dieren, Lectoraat Welzijn van Dieren
Ir. Chantal Steuten, Freelance onderzoeker,
Strategische Communicatie WUR
Ir. Henry Kuipers, Diermanagement
Van Hall Larenstein, Leeuwarden
Ing. Marije Nieuwenhuizen, Diermanagement
Van Hall Larenstein, Leeuwarden
Dr. ing. Hans Hopster, Lectoraat Welzijn van Dieren
- Adviseurs:** Prof. dr. Noelle Aarts, Strategische Communicatie,
Universiteit van Amsterdam/Wageningen Universiteit
Ir. ing. Ed J. Gubbels, Genetic Counselling Services,
Westerhaar-Vriezenveensewijk
Drs. Eva Schippers, Stichting AAP, Almere
- ICT Enquêtebeheer:** Marion van Iersel, LEI Wageningen UR, Den Haag
- Vormgeving:** Studio Bassa
Fotografie: Godelieve Kranendonk, Richard Kok (Lentiz) en Thinkstock
- Eindredactie
en productie:** Pieter Boetzkes (Silo)
- Copyright:** © Hogeschool VHL 2013

Overname van de inhoud is toegestaan, mits met duidelijke bronvermelding.

Aansprakelijkheid

Hogeschool VHL aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele schade voortvloeiend uit het gebruik van de resultaten van dit onderzoek of de toepassing van de adviezen.

Voorwoord

Het houden van gezelschapsdieren voorziet bij veel mensen in diepgewortelde behoeftes. De halve bevolking houdt dieren en vrijwel uitsluitend als gezelschapsdier. Eerder publieksonderzoek¹ toonde aan dat de top drie van aspecten die mensen aan dieren positief vinden, geassocieerd is met de relationele dimensie van het houden van dieren. Mensen onderhouden met dieren een affectieve relatie, met alle lief en leed dat daar uit voort kan komen.

Een vraag die al langer speelt is waarom mensen dieren aanschaffen waarvan het bekend is dat deze een verhoogd risico op gezondheids- en welzijnsproblemen hebben. Het lectoraat Welzijn van Dieren van de Hogeschool Van Hall Larenstein kreeg de kans om deze vraag nader te onderzoeken. De samenwerking die we daarvoor hebben opgezet met de leerstoelgroep Strategische Communicatie van Wageningen Universiteit en Research Centrum, met Genetic Counselling Services en met Stichting AAP, heeft het onderzoek aan Hogeschool VHL een nieuwe impuls gegeven. Ik ben de opdrachtgever en genoemde partijen daarvoor bijzonder erkentelijk.

Ik verwacht dat de uitkomsten van dit onderzoek en de daar uit voortkomende adviezen bijdragen aan betere, interactieve, gedifferentieerde en cross-mediale communicatie over de aanschaf van gezelschapsdieren. Dieren én houders van dieren plukken daar de vruchten van.

Dr.ing. Hans Hopster,
Lector Welzijn van Dieren

1 De Cock Buning, Tj., Pompe, V., Hopster, H. en De Brauw, C., 2012. Denken over dieren; dier en ding, zegen en zorg. Ministerie van Economische zaken, landbouw en Innovatie, Den Haag.

Samenvatting

Het ministerie van Economische zaken, Landbouw en Innovatie (EL&I, thans EZ) heeft in 2012 het Lectoraat Welzijn van Dieren (Hogeschool VHL, Leeuwarden) gevraagd meer inzicht te verschaffen in de beweegredenen van mensen die kiezen voor een dier met een hoog welzijns- en gezondheidsrisico. Deze vraag werd gesteld vanuit het beleidsvoornemen deze groepen te bereiken met voorlichting aangaande de risico's en alternatieven.

Onderzoek naar de beweegredenen is verricht aan de hand van de volgende vragen:

1. Vanuit welke motieven, preferenties en functionele waarden komen keuzes voor een bepaalde diersoort tot stand?
2. Vanuit welke sociale achtergrond worden de keuzes gemaakt?
3. Welke verkoopkanalen worden gebruikt om de dieren te verkrijgen?
4. Welke welzijnsoriëntatie hebben dierhouders naar het dier toe?
5. Wat zijn effectieve communicatiestrategieën?

De focus van het onderzoek is de mate waarin de houder bewust (doordacht of weloverwogen) een dier heeft aangeschaft en de mate waarin dit volgens de houder succesvol uitpakt. Het onderzoek is in drie fases opgesplitst: kwantitatief onderzoek door middel van een online enquête; kwalitatief onderzoek vanuit interviews met houders van 'risicovolle' dieren; workshop om de tussentijdse resultaten te bespreken met experts uit de kynologie, opvang, communicatie en het beleid.

De enquête heeft netto 2410 bruikbare formulieren opgeleverd. De modale respondent bleek een vrouw van middelbare leeftijd met een mbo/hbo-opleiding, samenwonend, met de kinderen het huis uit en actief op internet. Zij heeft de enquête ingevuld met in gedachten haar hond als zorgobject. De respondenten vormen daarmee een selecte uitsnede van de bevolking, qua sekse maar ook wat betreft het dier waarvoor de enquête is ingevuld. De steekproef is daarmee niet representatief voor de Nederlandse houder van gezelschapsdieren.

Een uitzondering daarop geldt voor de vergelijking tussen houders van 'risicovolle' en houders van 'risicoarme' dieren met betrekking tot motieven, overwegingen en beslissingsaspecten. In dit onderzoek is dat een centrale vraag. Aangezien dit een relatieve vergelijking betreft heeft het tekort aan representativiteit in die vergelijking minder of geen invloed op de uitkomsten.

Binnen de respondentenpopulatie levert het kwantitatieve onderzoek een enigszins diffuus en multidimensionaal beeld op van de dierhouder. Over de gehele linie lijken de respondenten zich sterk bewust te zijn van de diverse aspecten die een rol spelen bij de overweging om een dier aan te schaffen. De achterliggende beweegredenen voor aanschaf van een dier zijn gerelateerd aan de behoefte van de houder zoals, 'structuur', 'affectie', 'fascinatie', 'prestaties' en 'sociale cohesie'. In het algemeen blijkt dat respondenten over de gehele linie positief zijn over hoe het houden van hun dier uitpakt in de praktijk.

Uit sociale analyse blijkt dat 'bekendheid met het dier' en 'de positieve waardering van anderen' relevante sociale factoren zijn die de aanschaf stimuleren. Daarnaast blijkt dat respondenten veelal getypeerd kunnen worden als 'eigengereid'. Van de houders van 'risicovolle' dieren geeft bijna 95% aan, ondanks de bewustheid van de risico's en de bijkomende kosten, het ras of soort zo nodig opnieuw te willen aanschaffen. En, meer dan 75% van deze groep geeft aan het 'risicovolle' dier desgevraagd ook aan anderen te willen aanbevelen.

Uit interviews met een aantal houders van risicovolle dieren blijkt dat hun welzijnsoriëntatie duidelijk diergericht is met de nadruk op de soortspecifieke behoefte. Daarnaast blijkt dat de reden voor het aanschaffen van een rasdier of exoot duidelijk in het affectieve vlak ligt. Interviews laten zien dat men over het algemeen bewust is van de meevalers en tegenvallers van het houden van een 'risicovol' dier. Dit beeld wordt in de workshop herkend. Experts koppelen hieraan de mening dat communiceren met de houders een zeer lastige taak is.

Uit de feitelijke internetrespons in relatie tot het potentiële bereik, gevormd door de relatiebestanden van de instanties die hebben gewerkt aan het onderzoek, kan empirisch worden bevestigd dat een groot deel van de houders moeilijk te bereiken is. Voorlichting over welzijnsrisico's en alternatieven vraagt om een communicatiebeleid dat cross-mediaal, specifiek en interactief is. Het 'zenden' en 'aanbieden' van informatie moet gedifferentieerd zijn op beginnende en bestaande houders als ook op de sociale omgeving. Daarnaast moet een nieuw interactiebeleid worden gestimuleerd dat gericht is op sociale netwerken van houders en experts. Houders moeten worden aangespoord om middels bonding elkaar te vinden, te steunen en informatie uit te wisselen. Daarnaast en bovenal, moeten middels bridging netwerken van houders, fokkers en deskundigen op het gebied van dierenwelzijn worden verbonden om gezamenlijk problemen te signaleren en handelingsperspectieven te ontwikkelen die gericht zijn op vervangende alternatieven of welzijnsverfijnende maatregelen

Uit het onderzoek naar de aanschaf van risicovolle dieren volgen vijf aanbevelingen:

1. Hanteer een cross-mediale aanpak waarin diereigenaren via verschillende kanalen en op verschillende manieren betrokken worden.
2. Benut moderne mogelijkheden van het internet en TV om (aspirant-)houders van een gezelschapsdier en hun sociale omgeving te bereiken met risicovoorlichting en handelingsperspectieven op het vlak van vervanging en verfijning.
3. Maak binnen de discussie over het houden van 'risicovolle' dieren het gedrag van de dierhouder (coping mechanisme) tot een thema.
4. Ondersteun en stimuleer via voorlopers die gewenst gedrag vertonen, de interactie binnen bestaande netwerken van georganiseerde dierhouders (PVH, rasverenigingen) met betrekking tot de thema's diergezondheid en dierenwelzijn (bonding).
5. Ondersteun en versterk de samenwerking tussen de rasverenigingen en dierenfora met ambassadeurs en bruggenbouwers als het LICG, de Raad van Beheer en Dierenwelzijnsweb (bridging).

Summary

In 2012, the Dutch Ministry of Economic Affairs, Agriculture and Innovation asked the Animal Welfare Group of the Van Hall Larenstein University at Leeuwarden to provide more insight into the motivations of people who purchase animals with a risk for breed-related (dog, cats) and husbandry-related (exotic animals) welfare and health problems. The policy of the ministry is to improve its communication strategy to pet owners, in particular information regarding the risks of keeping certain pets and concerning the alternatives.

The research into the motivation of pet owners has been carried out with the following questions:

1. What motives, preferences and functional values constitute the choice for a particular breed or species?
2. What is the social background?
3. Which channels are used to purchase the animal?
4. What perspective on animal welfare do the owners hold?
5. What are effective communication strategies?

The research regarding the purchase of the animal focuses on the one hand on the owner's awareness of several aspects concerning pet-keeping and on the other hand on the success of pet-keeping according to the owner's own assessment. The research has been divided into three phases: a quantitative research in the form of an online survey; a qualitative research containing interviews with pet-owners of animals with health risks; finally, a workshop with experts in the field of zoology, animal sheltering, communication and policy to discuss the intermediate results.

The survey has yielded 2410 usable questionnaires. The profile of the average respondent turned out to be a middle-aged woman with a pre-university training, cohabiting, who has non-residential children, is active on the internet and owns a dog. The respondents, therefore, form a select group of the pet-owning population, not only in gender but also with respect to the animal for which the survey was completed. This makes the research not representative for the Dutch pet-owners. However, this research is valuable because the comparison between the owners of 'animals' with a low and a high risk for breed/husbandry-related problems, with respect to motives, considerations and decision-making aspects, holds scientific validity.

Overall, the respondents seem to be aware of the various aspects of animal keeping. Many of those aspects are processed while considering the purchase. The reasons for keeping a particular pet or breed are strongly related to the wants of the owner, such as 'structure', 'affection', 'fascination', 'performance' and 'social cohesion'. In general, respondents indicate that they are (very) positive on how their way of pet-keeping turns out in practice.

A social analysis shows that 'familiarity with the animal' and 'the appreciation of others' are relevant social factors that stimulate the purchase. Analysis also shows that respondents can often be typified as 'obstinate'. Almost 95% of the owners of animals with a risk of breed-related welfare problems will purchase the same breed or species again, despite the awareness of the health risks for the animal and additional

costs of veterinary care . Besides, more than 75% of this group indicates that they will recommend such animals to others, when asked for advice.

The interviews with a number of owners of 'high health risk' animals show a distinct welfare orientation for their animal with a focus on the species-specific needs. Interviews also make clear that the reason for purchasing a purebred or exotic species is mainly affective. In general, the owners are well aware of the windfalls and setbacks of keeping a 'high health risks' animal. These results were underlined in the workshop with experts. Participants of the workshop also shared the opinion that communicating with the pet-owners is a very difficult task.

From the actual internet response in relation to the potential number of owners, that could be reached in the period the survey was online, this research empirically confirms that pet owners are hard to approach effectively. With this insight, information on welfare risks and alternatives requires a communication policy that is cross-media, specific and interactive. The sending of a message and the presentation of information must be differentiated to novice and experienced keepers on the one hand and to the (direct) social environment of the pet-owner on the other. In addition, a new interaction policy must be encouraged with a focus on the social networks of pet owners, breeders and animal experts. Pet owners should be encouraged through *bonding* to find and to support each other and to exchange information. In addition, and above all, *bridging* must take place between the networks of owners, breeders and welfare experts, in order to mutually identify problems and to develop perspectives on replacement (alternatives) and on the refinement of breeding and keeping.

The research into purchasing 'health risk' animals concludes with five recommendations concerning communication strategies:

1. Employ a cross-media approach in which pet owners are reached through various channels and in different ways;
2. Exploit modern possibilities such as the internet and TV to educate pet-owners (to-be) and their social environment, in the field of risk assessment as well as replacement and refinement;
3. Make the owner's behavior, in particular her/his way of coping with dissonant cognitive aspects in pet keeping, a subject of discussion;
4. Support and encourage the interaction within the existing networks of organized pet keepers (peer clubs, internet forums) especially in relation to animal health and animal welfare (*bonding*);
5. Support and strengthen the cooperation between the peer clubs, pet forums and animal welfare experts (*bridging*).

Inhoudsopgave

1	Inleiding11
1.1	Aanleiding11
1.2	Doelstelling van het beleid12
1.3	Focus van het onderzoek13
1.4	Probleemstelling14
1.5	Onderzoeksvragen14
1.6	Begripsbepaling15
2	Aanpak17
2.1	Onderzoekstrategie17
2.2	Kwantitatief onderzoek18
2.3	'Risicovolle' dieren22
2.4	Statistische verwerking23
2.5	Kwalitatief onderzoek24
2.6	Workshop25
3	Literatuurstudie27
4	Resultaten online enquête31
4.1	Algemeen31
4.2	De aankoop zelf34
4.3	Aanschafmotieven35
4.4	Beslissingsaspecten(bewustheid)37
4.5	Sociale omgeving40
4.6	Persoonlijkheidstypen41
4.7	Subjectief succes47
4.8	Verbanden48
4.9	Conclusies online enquête49
5	Resultaten verdiepende interviews51
5.1	Opzet van de interviews51
5.2	Welzijnsoriëntatie52
5.3	Aanschaf54
5.4	Sociale invloed54
5.5	Evaluatie eigen houden55
5.6	Conclusies interviews56
6	Workshop57
6.1	Reflectie op resultaten enquête57
6.2	Invulling nieuw communicatiebeleid58
6.3	Conclusies workshop58

7	Vernieuwde communicatie over het risicodier59
7.1	Feiten en beperkingen in communicatie59
7.2	Gedrag en verandering61
7.3	Communicatie-instrumenten63
7.4	Conclusies en aanbevelingen69
	Bijlage 1: Online enquête aankoopmotieven gezelschapsdieren.71



1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Nederland is een rijk land als het om gezelschapsdieren gaat. Binnen de huishoudens worden ruwweg 30 miljoen dieren gehouden, waarbij vissen (15 mln.) en vogels (7 mln.) zijn meegerekend². Vele gezinnen hebben een of meerdere katten (2.9 mln.) of honden (1.5 mln.). Daarnaast zijn konijnen en knaagdieren met een kleine 2 miljoen ook populair. Het houden van deze huisdieren is in het meeste geval geen probleem voor het dier, de eigenaar en de omgeving. Het aantal situaties waarin het welzijn of de gezondheid van het dier wel ernstig in het geding is, is niet goed bekend maar wel substantieel³. Het gaat hier met name om functiebelemmerende erfelijke kwalen bij honden en katten als gevolg van overdreven nadruk in de fokkerij op bepaalde uiterlijke kenmerken (overtyping) of door het fokken binnen te kleine populaties (inteeft) en als gevolg van het met te weinig kennis of met een verkeerde houding houden van dieren.

Het ministerie van Economische zaken, Landbouw en Innovatie (EL&I, thans EZ) heeft in 2012 het Lectoraat Welzijn van Dieren (Hogeschool VHL, Leeuwarden) gevraagd meer inzicht te verschaffen in de beweegredenen van mensen die kiezen voor een dier met een hoog welzijns- en gezondheidsrisico. Met het oog op preventie, wil het ministerie bovendien advies over de mogelijkheden deze groepen te bereiken met voorlichting aangaande de risico's en alternatieven. Met de verkregen inzichten verwacht men een impuls te kunnen geven aan het voorkomen van welzijnsproblemen bij dieren die door particulieren als huisdier worden gehouden. Het betreft hier niet alleen een gangbaar huisdier, zoals hond of kat, dat door fokkerijkeuze veel gezondheidsproblemen heeft, maar kan ook een (uitheems) dier zijn dat gespecialiseerde huisvesting en verzorging

² Feiten en cijfers gezelschapsdierensector 2011 HAS Kennistransfer, Hogeschool HAS Den Bosch

³ Raad van Dieraangelegenheden. 2006. Gedeelde zorg – Actieplan; Rothuizen. J. en H Hopster, 2007, *Welzijn van gezelschapsdieren: voorstel voor een onderzoeksprogramma*, Utrecht/Lelystad; Raad van Dieraangelegenheden, 1998, *Fokken met recreatiedieren*. Den Haag; Leenstra, F., Van Dongen, M. en R. Ferwerda, 2010. Ongerief bij gezelschapsdieren, Wageningen UR Livestock Research, Lelystad.; Vinke, C.M., Van Eijk, I.A.M. en I.Boissevain, 2012. Inventarisatie en prioritering van welzijnsproblemen binnen de sector bijzondere dieren., Rijksuniversiteit Utrecht.

nodig heeft. Voor dit soort risicovolle situaties wil de overheid houders voorafgaand aan de aanschaf van het dier meer bewust maken van risico's, waardoor eerder voor een gezond dier of voor een eenvoudiger te houden dier gekozen wordt.

1.2 Doelstelling van het beleid

Het vermijden van welzijns- en gezondheidsproblemen bij gezelschapsdieren en het voorkomen dat dieren in asielen en opvangcentra belanden is een doelstelling van het overheidsbeleid. Hiervoor is inzicht nodig in de mechanismen die ten grondslag liggen aan de keuze van mensen voor 'risicovolle' dieren. Op basis hiervan kunnen communicatiestrategieën worden ontwikkeld die ertoe bijdragen dat eigenaren een zorgvuldige afweging maken voordat zij een dier aanschaffen.

Uitgangspunt voor de overheid blijft dat private verantwoordelijkheid centraal staat: "Alles begint bij de houder van het dier"⁴, die een primaire plicht heeft voor een goede zorg voor het dier.

In de nieuwe Wet Dieren en de daaronder liggende voorgenomen besluiten (ontwerp besluit Gezelschapsdieren en ontwerp besluit Houders van Dieren) wordt specifiek ingegaan op het fokken van dieren. Op basis van de wet wordt aan alle fokkers een inspanningsverplichting opgelegd: men dient, voor zover mogelijk, zorg te dragen voor het voorkomen van nadelige gevolgen voor welzijn en gezondheid van nakomelingen en ouderdieren ten gevolge van het fokken.

Ontwerp Besluit Houders van Dieren: Artikel 3.4

Degene die met een gezelschapsdier fokt, houdt rekening met de anatomische, fysiologische en gedragskenmerken die de gezondheid en het welzijn van de nakomelingen of het ouderdier kunnen benadelen.

De overheid geeft daaraan nadere invulling waar het bedrijfsmatige fokkers betreft; bedrijfsmatige fokkers dienen rekening te houden met erfelijke aandoeningen, schadelijke raskenmerken, gedrag, wijze van voortplanting en het aantal nesten dat een dier jaarlijks krijgt (vergelijk artikel 3.4 van het Besluit Houders van Dieren, voor alle fokkers, en artikel 19 van het Besluit Gezelschapsdieren, voor bedrijfsmatige fokkers).

Ontwerp Besluit Gezelschapsdieren: Artikel 19

-
1. De wijze waarop met gezelschapsdieren wordt gefokt mag het welzijn en de gezondheid van het ouderdier of nakomelingen niet benadelen.
 2. In ieder geval wordt bij het fokken, bedoeld in het eerste lid, voor zover mogelijk voorkomen dat:
 - a. ernstige erfelijke afwijkingen en ziekten aan nakomelingen worden doorgegeven;
 - b. uiterlijke kenmerken worden doorgegeven aan of kunnen ontstaan bij nakomelingen die schadelijke gevolgen hebben voor welzijn of gezondheid van de dieren;

⁴ Nota Dierenwelzijn, 2007, Ministerie van LNV, Den Haag; Nota Dierenwelzijn en Diergezondheid, 2012, Ministerie van EL&I, Den Haag

- c. gefokt wordt met gezelschapsdieren met ernstige gedragsproblemen;
 - d. voortplanting op onnatuurlijke wijze plaatsvindt;
 - e. het aantal nesten dat een gezelschapsdier krijgt de gezondheid of het welzijn van dat dier of de nakomelingen benadeelt.
3. Het aantal nesten, bedoeld in het tweede lid, onderdeel e, bedraagt voor een hond in ieder geval meer dan één nest binnen een aaneengesloten periode van 12 maanden.
 4. Het aantal nesten, bedoeld in het tweede lid, onderdeel e, bedraagt voor een kat in ieder geval meer dan twee nesten binnen een aaneengesloten periode van 12 maanden of meer dan 3 nesten in een aaneengesloten periode van 24 maanden.
-

Recent is door de staatssecretaris van Economische Zaken bekendgemaakt⁵ dat zij als reactie op de aangenomen motie Van Gerven-Van Dekken (TK 31 389, nr. 128) een wijziging van het Besluit Houders van Dieren zal voorbereiden. In deze motie wordt o.a. verzocht om de regels omtrent het fokken in het Besluit Gezelschapsdieren (art. 19) te laten gelden voor alle fokkers, inclusief hobbyfokkers.

Regels alleen werken beperkt effectief, onder meer omdat het gedrag van diereigenaren vaak onzichtbaar is en dus moeilijk te handhaven. Om het welzijn van huisdieren toch te verbeteren, zal gezocht moeten worden naar een effectieve instrumentenmix waar communicatiestrategieën nadrukkelijk deel van uitmaken. In het beleid is het vergroten van de kennis en kunde van de houders belangrijk. Hiervoor is het Landelijk Informatiecentrum Gezelschapsdieren (LICG) opgericht. Gebleken is dat met name de volgende groepen voor het LICG moeilijk bereikbaar zijn⁶:

- mensen die kiezen voor dieren met bijzondere uiterlijke kenmerken en
- mensen die kiezen voor gezelschapsdieren waarvan het houden een complexe aangelegenheid is, doordat ze bijvoorbeeld speciale verzorging nodig hebben, bijzonder voedsel, etc.

Het is essentieel dat deze groepen huisdierbezitters effectiever wordt bereikt met communicatie, om zo beleidsdoelstellingen met betrekking tot het verbeteren van dierenwelzijn te realiseren.

De aard en, in aanzienlijk mindere mate, de omvang van de welzijn- en gezondheidsproblemen bij gezelschapsdieren en bijzondere dieren zijn enigszins bekend. De behoefte bij deze problematiek is een beter inzicht in de beweegredenen en de *sociaalpsychologische factoren* die een rol spelen bij de aanschaf van gangbare huisdieren en exoten met een hoog welzijns- en gezondheidsrisico.

⁵ Tweedekamerbrief DGA-DAD / 13072607, 4 juli 2013

⁶ *Bestek OND-2012-001* Marktonderzoek naar eigenaren van diersoorten met een hoog welzijnsrisico

1.3 Focus van het onderzoek

Vanuit de sociale psychologie is aankoopgedrag een complex fenomeen met emoties, persoonlijkheid en cognitieve aspecten⁷. Een cruciale rol in het gedrag spelen frames (voorstellingen) die ontstaan uit kennis, overtuiging, waarden, normen en belangen van de koper al dan niet in interactie met anderen⁸. In geval van dieren, met welzijns- en gezondheidscomponenten, is het sociaalpsychologisch proces tevens een moreel proces van affectie en oordelen, waarbij sociale omgeving, opvoeding/opleiding en psychologische geaardheid van invloed zijn⁹. Het gedrag van de dierhouder wordt, naast de welzijnsoriëntatie op het dier, met name gevormd door een of meerdere functionele waarden die het dier voor de houder heeft, zoals gezelschap, schoonheid of zoölogische interesse.

Met kennis over de houders, en in het bijzonder over de mate waarin zij in de afweging tussen de eigen waarden en de welzijn- en gezondheidswaarden van het dier openstaan voor externe informatie, kunnen profielen worden opgesteld die verdere ontwikkeling van effectieve communicatie mogelijk maken¹⁰. Door vanuit de sociale psychologie de waardenoriëntatie en de ontvankelijkheid van de houder voor externe informatie centraal te stellen is de soort of het ras van het dier niet primair van belang in dit onderzoek. Bij de aanschaf van een 'risicovol' dier maakt het immers niet uit of het een hond, een kat, of een exotisch dier is. Bij de beweegredenen gaat het hoofdzakelijk om het type mens, het type houding en het type logica.

1.4 Probleemstelling

De centrale vraag in dit onderzoek is waarom mensen dieren met een hoog welzijns- en gezondheidsrisico aanschaffen. Hieronder worden dieren verstaan: a) met een aangeboren verhoogd risico op functionele stoornissen; b) dieren die vergaande eisen stellen aan de houderij en de verzorging waaraan de gemiddelde dierhouder niet kan voldoen. In beide gevallen loopt het welzijn van het dier meer dan gemiddeld gevaar. Met betrekking tot het houden van dieren met een hoog welzijns- en gezondheidsrisico zijn twee aan elkaar gekoppelde problemen zichtbaar, te weten:

- een gebrek aan inzicht in de beweegredenen en overwegingen van de houders bij aanschaf van het dier;
- het ontbreken van een effectief preventiebeleid gericht op specifieke profielen van (potentiële) houders.

7 Beresford Bryony and Tricia Sloper. 2008. Understanding the Dynamics of Decision-Making and Choice: A Scoping Study of Key Psychological Theories to Inform The Design and Analysis of the Panel Study. DHP 2215

8 Dewulf, A., Gray, B., Putnam, L., Lewicki, R., Aarts, N., Bouwen, R., et al. (2009). Disentangling approaches to framing in conflict and negotiation research: A meta-paradigmatic perspective. *Human Relations*, 62(2): 155-193.

9 Bredemeier, B., and Shields, D. 1994. "Applied ethics and moral reasoning in sport," in J. R. Rest, and D. Narvaez, eds., *Moral Development in the Profession: Psychology and Applied Ethics*. Mahwah, NJ.

10 Nijland, J., Aarts, M.N.C. & Renes, R.J. (2010). Frames and Ambivalence in Context: An Analysis of Hands-On Experts' Perception of the Welfare of Animals in Traveling Circuses in The Netherlands (online first). *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*. Jansen J. et.al 2010. Debunking the myth of the hard-to-reach farmer: Effective communication on udder health. *Journal of Dairy Science* Vol. 93 No. 3

1.5 Onderzoeksvragen

De probleemgebieden worden benaderd vanuit een sociaalwetenschappelijk perspectief met accenten op morele psychologie, aankoopdynamiek en communicatie ten behoeve van gedragsverandering. De volgende vragen zijn richtinggevend voor het onderzoek.

- 1 Vanuit welke motieven, preferenties en functionele waarden komen keuzes voor een bepaalde diersoort tot stand?
- 2 Vanuit welke sociale achtergrond worden de keuzes gemaakt?
- 3 Welke verkoopkanalen worden gebruikt om de dieren te verkrijgen?
- 4 Welke welzijnsoriëntatie hebben dierhouders naar het dier toe?
- 5 Wat zijn effectieve communicatiestrategieën?

1.6 Begripsbepaling

Binnen dit onderzoek waarin de houder van 'risicovolle' dieren centraal staat, worden begrippen als welzijn, gezondheid, aanschaf, eigenaar, verantwoordelijkheid e.d. toegepast volgens algemeen gebruik binnen de Nederlandse taal.

Een duidelijke uitzondering hierop is het begrip risico. In algemene zin wordt de term risico (R) gedefinieerd als 'kans op de gebeurtenis' (K) maal 'de gevolgen of impact' (G): $R = K \times G$. Ten aanzien van dieren verwijst risico niet alleen naar de gevolgen (schade voor dier en mens), maar ook naar de oorzaak van die schade. Zo kan schade aan de gezondheid en welzijn van het dier intrinsiek zijn door genetische aandoeningen of extrinsiek door het onkundig houden en verzorgen van het dier¹¹.

Voor een beter onderscheid binnen de gefokte dieren wordt de groep 'risicovol' dier als volgt gedefinieerd¹²:

'Risicovolle' dieren zijn dieren die behoren tot subpopulaties die ten gevolge van inteelt en/of biologisch ondoelmatige selectiedoelen een bekend en aanzienlijk verhoogd risico hebben op gezondheids- en welzijnsproblemen en daarmee op hoge kosten en/of verdriet voor de eigenaar.

Bij een aankoop spelen begrippen als bewustheid van keuze en het ervaren succes van een eerdere keuze een belangrijke rol. Bewustheid is gedefinieerd als de mate waarin de eigenaar aangeeft diverse consequenties van het houden van dieren vóór aanschaf te hebben overwogen. Het succes van de keuze is gedefinieerd als de mate waarin de houder zelf vindt dat het houden van het dier op de verschillende aspecten goed uitpakt. Bewustheid van de keuze en succes van de keuze zijn dus *subjectieve* bepalingen.

Mens- en dierwaarden, risico's, bewustheid, sociale invloed en succes van het houden worden in dit onderzoek op kwantitatieve en kwalitatieve wijze uitgewerkt.

11 Schade aan de mens, i.h.b. zijn gezondheid en eigendom, en schade aan de natuur, in de zin van biodiversiteit en ecologische integriteit, zijn ook risico's die verbonden zijn met het houden van dieren. Deze spelen in dit onderzoek een secundaire rol.

12 Definitie volgens Ed.J.Gubbels, Genetic Counselling Services



2 Aanpak

Dit hoofdstuk gaat in op de wijze waarop het onderzoek is opgezet en uitgevoerd teneinde te voldoen aan de gestelde doelen en de gestelde onderzoeksvragen te beantwoorden. Eerst wordt de onderzoekstrategie nader uitgelegd om vervolgens de enquête te presenteren en toe te lichten. Het kwalitatieve deel van het onderzoek zal daarna uiteen worden gezet.

2.1 Onderzoekstrategie

Het uiteindelijke onderwerp van het onderzoek is de houder van 'risicovolle' dieren. De onderzoekstrategie is daarom gericht op de mate waarin de houder *bewust* (doordacht of weloverwogen) een dier heeft aangeschaft en de mate waarin dit volgens de houder *succesvol* uitpakt.

- *Bewust en succesvol*: er waren goede overwegingen, of de beleving daarvan, en geen ervaring van problemen met te verwachte dierenwelzijn achteraf.
- *Bewust en niet-succesvol*; ondanks goede overwegingen, of de beleving daarvan, zijn er toch negatieve gevolgen voor het welzijn van het dier of indirect voor de mens.
- *Onbewust en succesvol*: de aanschaf was niet of slechts deels overwogen, zoals bij impulsaankoop, maar dat had geen negatieve gevolgen voor het welzijn van het dier tot gevolg.
- *Onbewust en niet-succesvol*: de aanschaf was niet of slechts deels overwogen en er zijn negatieve gevolgen voor het welzijn van het dier en wellicht ook voor de eigenaar.

De relatie tussen bewustheid en succes is niet strikt causaal. Hooguit kan gesteld worden dat doordachtheid bijdraagt aan succes. Wel ligt in de verwachting dat alle vier de categorieën voorkomen binnen de populatie houders van gezelschapsdieren, zowel bij de houders van 'risicoarme' als 'risicovolle' dieren. Aangezien misstanden bij het houden van dieren vallen in de categorieën niet-succesvol zal de houder, vanwege gevoelens van spijt of schaamte, moeilijk direct te bereiken zijn. Er is daarom in dit onderzoek opzettelijk gekozen om houders op indirecte wijze te benaderen door in eerste instantie geen onderscheid te maken tussen 'risicoarme' en 'risicovolle' dieren. In eerste instantie wordt ervan uit gegaan dat alle dieren 'risicoarme' dieren zijn. Na het sluiten van de

enquête en na analyse is binnen de lijst van opgegeven rassen en diersoorten bepaald welke daarvan 'risicovol' zijn.

Het onderzoek bestaat uit drie opeenvolgende fasen:

1. *Kwantitatief onderzoek*: het verzamelen en analyseren van gegevens over de aspecten met betrekking tot het aanschaffen van het dier en de evaluatie van het houden, aangevuld met gegevens over de motivatie voor aanschaf, sociale invloed en demografie.
2. *Kwalitatief onderzoek*: het verdiepen van inzichten rondom het houden van 'risicovolle' dieren.
3. *Workshop*: het toetsen van de bevindingen uit het kwantitatieve en kwalitatieve onderzoek aan de praktijkervaring van experts uit het veterinaire veld, de dierverenigingen en de dieropvang. In deze onderzoeksvorm wordt tevens een concept communicatiestrategie gepresenteerd.

2.2 Kwantitatief onderzoek

Het kwantitatieve deel van het onderzoek bestaat uit een voorgestructureerde enquête die op het internet online kon worden ingevuld. De volledige enquête is opgenomen in bijlage 1. Alvorens de enquête breed uit te zetten is in een pilot, uitgevoerd onder 24 studenten, de homogeniteit van het meetinstrument onderzocht. Het betrof hier met name de clusters van vragen waarmee motieven, overwegingen vooraf en het ervaren succes worden gemeten. Om te kijken of de variabelen allemaal hetzelfde meten, zodat de scores later zinvol bij elkaar kunnen worden opgeteld, is een itemanalyse¹³ uitgevoerd.

De enquête is opgebouwd uit de volgende delen; contactkanalen, diersoort en herkomst, redenen voor aanschaf, beslissing en evaluatie, sociale invloed en communicatie en als laatste demografie en afsluitende vragen.

Kanalen

Om verspreiding van de enquête te verbeteren en het *aandachtsdomein* te vergroten is aan verschillende organisaties gevraagd actief mee te werken door het openstellen van kanalen naar hun leden en contacten (zie Tabel 2.1).

Veel organisaties hebben op hun website een banner/link geplaatst die direct toegang bood tot de site van de enquête of hebben in hun nieuwsbrief of emailverkeer een oproep tot medewerking aan het onderzoek geplaatst. Daarnaast heeft het onderzoeksteam op dierenfora als www.hondenplaza.nl, www.caviaforum.nl en www.kattenplaza.nl, een oproep geplaatst om mee te doen aan de enquête.

In potentie geven de kanalen tezamen toegang tot ongeveer 400.000 unieke leden¹⁴ en 3500 maandelijkse bezoekers. De respondenten moeten aangeven via welk kanaal zij bij de enquête zijn terechtgekomen. Dit geeft uiteindelijk informatie over de potentie van de kanalen om dierhouders te bereiken, wat op zich zelf weer van belang kan zijn bij het opstellen van een communicatiestrategie.

13 Voor deze analyse is gebruik gemaakt van SPSS (versie 20) en is op basis van Cronbach's alfa (streefwaarde > 0.9) en 'corrected item total correlation' de vragenlijst geoptimaliseerd.

14 Ruw geschat zijn ongeveer 80.000 leden lid van meer dan een organisatie. Zie ook Raad van Dieraangelegenheden. 2006. Gedeelde zorg – Feiten en cijfers

Tabel 2.1 Overzicht van organisaties die de enquête via hun website hebben verspreid.

Kanaal	Korte beschrijving + aantallen
Platform Verantwoord Huisdierbezit (PVH)	Samenwerkingsverband van dierverenigingen voor het bevorderen van een verantwoorde relatie tussen de mens en het gezelschapsdier. Potentie 300.000 deelnemers.
Stichting AAP	Europees opvangcentrum voor uitheemse dieren met ca. 60.000 donateurs.
Dierenwelzijnsweb	Informatiemedium met gemiddeld 1300 unieke bezoekers per maand; meer dan 1000 volgers op LinkedIn en ruim 600 abonnees voor haar nieuwsbrief
Dierenspecialzaak (Dibevo)	Brancheorganisatie voor ondernemers in de gehele gezelschapsdierensector met ongeveer 1600 leden.
Raad van Beheer op Kynologisch gebied (RvB)	Federatie van verenigingen op kynologisch gebied bestaande uit ca 300 verenigingen, circa 70 kynologenclubs en 120.000 vertegenwoordigende leden.
Landelijk informatie centrum gezelschapsdieren (LICG)	Onafhankelijk instituut voor informatie en documentatie gezelschapsdieren met ca 320.000 website bezoekers per jaar.

Diersoort en herkomst

Het overzicht van soorten gezelschapsdieren kent een lange lijst. Voor dit onderzoek is de lijst vereenvoudigd in categorieën, waaronder hond, kat, knaagdier, konijn, amfibie, reptielen, kooivogels en bijzondere zoogdieren (exoten). Respondenten werd gevraagd aan te geven of ze meer dan één diersoort bezitten en of bij meerdere soorten deze even makkelijk te houden zijn. Deze laatste vraag is een opmaat voor de respondent om bij 'meerdere dieren' voor de beantwoording van de vervolgvragen dat dier te kiezen dat naast het plezier ook de meeste zorg vraagt. Voor de respondent werd dat dier tijdens het verdere verloop van de enquête 'uw dier' genoemd.

Aan de respondent werden ook enkele gegevens gevraagd over waar ze het dier hadden aangeschaft, via welk contact en ook of het dier in Nederland was aangekocht. De gegevens rondom het 'waar en hoe' kunnen inzicht geven in via welk kanaal en medium de houder in het algemeen en die van een bepaalde diersoort makkelijk te bereiken is. Dit is belangrijk voor het bepalen van de strategie voor het communiceren met de houder.

Redenen voor aanschaf

Gevraagd werd aan te geven welke redenen een rol speelden bij de aanschaf van het dier (zie box 2.1). Respondenten konden kiezen uit een lijst van 14 motieven, variërend van gezelligheid en schoonheid tot fokken. De mate van belang kon men per reden aangeven in een 4-puntschaal (nauwelijks (1) – enigszins (2) – erg (3) - heel erg (4)). De scores geven inzicht in de motieven voor het aanschaffen en houden van dieren. Deze redenen worden in de analyse gekoppeld aan het houden van 'risicovolle' dieren voor een vergelijking met het houden van 'risicoarme' dieren. In de analyse wordt ook gekeken naar de relatie tussen motieven en de mate van bewustheid en succes van het houden.

Beslissing en evaluatie

De LICG 'aanschaflijst' is de basis voor de geselecteerde aspecten die aan de geënquêteerden zijn voorgelegd. De lijst dient om enerzijds vast te stellen hoe bewust het proces

van aanschaf is verlopen, anderzijds is het een instrument waarmee het succes van het houden, vanuit het perspectief van de houder, kan worden vastgesteld (zie box 2.1).

De aspecten verwijzen naar kennis, persoonlijke leefomstandigheden, financiën en sociale omgeving. Respondenten werd verzocht aan te geven in welke mate men over de individuele aspecten van de lijst heeft nagedacht. De score, van *nauwelijks (1) – enigszins (2) – veel (3) – heel veel (4)*, is een indicatie van de mate waarin men bewust is van de betekenis van het aankoopaspect en in het bijzonder van de mogelijke negatieve gevolgen.

Box 2.1

Aspecten bij aanschaf gezelschapsdier voor beslissen en evalueren

- Voldoende tijd voor de verzorging: *voeren, kammen, uitlaten*
- Geschikte huisvesting: *kooi, terrarium, volièrre, tuin*
- Allergisch huisgenoten: *uitslag, niezen, hoesten*
- Houding omgeving tegenover het dier: *huisgenoten, burens: enthousiast, onverschillig, weezin*
- Opvoeden van het dier: *zindelijkheid, omgang met mensen, met andere dieren en met objecten*
- Dier en nakomelingen: *sterilisatie / castratie*
- Zorg dier bij afwezigheid: *vakantie of ziekenhuisopname*
- Ouder worden van het dier: *minder speelsheid, ongemakken (plassen in huis), meer dierenartskosten*
- Mannetje of vrouwtje: *agressiviteit, seksueel gedrag*
- Jong of oud dier: *speels of juist rustig*
- Zuiver ras of een kruising: *ras- en fok-kenmerken*
- Voorlichting, service en garantie: *koopcontract*
- Eenmalige en vaste kosten: *aanschaf, accessoires, voer, bedding*
- Onverwachte kosten: *behandeling bij de dierenarts*
- Erfelijke aandoeningen: *fokken in het algemeen en doorfokken*
- Kennis van het gedrag (algemeen): *sociaal, actief, territoriaal*
- Kennis van de leeftijd, de grootte, het gewicht: *algemene kenmerken van het dier*
- Kennis van het eetpatroon: *wat, hoeveel en hoe vaak*
- Kennis van de gezondheid / welzijnseisen: *wat heeft het minimaal nodig en waar kan het last van hebben?*

Later in de enquête, na de vragen over sociale invloed en profiel, werd dezelfde lijst gepresenteerd. De respondent werd gevraagd aan te geven in welke mate de aspecten uit de beslissingsvraag goed uitpakken in de praktijk. De score, zijnde een evaluatie, op de schaal *slecht (1) – onvoldoende (2) – voldoende (3) – goed (4)* is een indicatie voor hoe succesvol het houden van het dier op dat bepaalde aspect is.

Sociale invloed en profiel

Daar het beslissen niet louter een individuele activiteit is maar ook een product dat door invloed van de sociale omgeving tot stand is gekomen, vormt dit een belangrijk onderdeel van het onderzoek. Het feit dat de houder al dan niet is opgegroeid met het ras of de diersoort en het gegeven of vrienden van de houder de aanschaf goedkeuren of stimuleren zijn voorbeelden van factoren die van invloed zijn op de aanschaf van het dier.

Respondenten werden daarom gevraagd aan te geven in welke mate bepaalde sociale situaties van toepassing waren. Het al dan niet hebben van kinderen is een andere factor.

De resultaten geven inzicht in de sociale aspecten die een belangrijke rol spelen bij de aanschaf en of daarbij verschillen zijn tussen 'risicoarme' en 'risicovolle' dieren. Deze kennis kan gebruikt worden binnen de communicatie om de sociale omgeving van de houder te betrekken bij de keuze voor een dier. Respondenten zijn gevraagd aan te geven in welke mate verschillende aspecten aangaande de 'algemene omgang met anderen' van toepassing zijn op het eigen leven. Deze aspecten representeren een attitude tegenover informatie en innovatie. De totale lijst (zie box 2.2) legt een profiel bloot van de mate van openheid en vertrouwen in relatie tot informatie van buitenaf.

Box 2.2

Aspecten van algemene omgang van de dierhouder met anderen

- Andere meningen zijn belangrijk voor mij.
 - Ik doe snel mee aan nieuwe ontwikkelingen.
 - Ik ben een voortrekker.
 - Ik praat met anderen graag over problemen en oplossingen.
 - De meningen van anderen vallen vaak tegen.
 - Ik sta open voor 'het nieuwe' maar blijf behoorlijk sceptisch.
 - Mijn motto is: "Eerst zien dan geloven".
 - Ik doe dingen liever zelf en laat me slechts een enkele keer adviseren.
 - Bij mij geldt vaak "Ik wil wel maar het komt er niet van".
 - Ik moet een 'zetje' krijgen om mee te doen aan een nieuwe ontwikkeling.
 - Mijn motto is: "Ik kijk het altijd even aan".
 - Ik ben niet zo ondernemend.
 - Anderen moeten zich niet bemoeien met mijn zaken.
 - Ik bepaal echt zelf wel wat goed en slecht is.
 - Mijn motto is: "Ik kan het alleen wel".
 - Ik ben een meer-op-mijzelf type.
-

De antwoorden op omgangsaspecten verschaffen inzicht in de mate waarin de houder bereid is informatie tot zich te nemen en of dit via een persoonsgerichte of omgevingsgerichte wijze moet geschieden. De lijst geeft ook inzicht in de verschillen tussen houders van verschillende diersoorten en tussen houders van 'risicoarme' en 'risicovolle' dieren.

Demografie en afsluitende vragen

Ter afsluiting van de enquête zijn enkele demografische gegevens gevraagd. Daarnaast is de voor het onderzoek belangrijke vraag gesteld of het huisdier nogmaals zou worden aangeschaft en of het aan anderen wordt aanbevolen. Respondenten hadden ook de gelegenheid om de soort of het ras van hun dier te melden. Gezien de gevoeligheid van dit onderwerp in de maatschappelijke discussie was het invullen niet verplicht.

Demografische gegevens dienen als basis voor een analyse naar de verschillen tussen houders en tussen diersoorten. De afsluitende vraag is met name bij houders van 'risicovolle' dieren van belang, omdat daarmee inzicht wordt verschaft in de motivatie om het dier ondanks de gezondheid- en welzijnsproblemen te houden.

2.3 ‘Risicovolle’ dieren

Een belangrijke vraag in dit onderzoek is waarom mensen kiezen voor dieren uit rassen met bekende schadelijke kenmerken. In dit onderzoek zijn dit soort dieren op basis van het door de houder in de enquête aangegeven soort of ras¹⁵, achteraf gelabeld als ‘risicovolle’ dieren (zie paragraaf 1.6).

Dieren die behoren tot honden- en kattenrassen die op basis van de gehanteerde definitie als ‘risicovolle’ dieren zijn aangemerkt, zijn weergegeven in tabel 2.2. Daarbij moet worden opgemerkt dat de aanwijzing als ‘risicovol’ dier arbitrair is en dat is meegewogen in hoeverre de koper ‘het had kunnen weten’ dat er risico’s zijn.

In de diverse analyses is ‘risicovol’ als factor meegenomen. Een specifieke vergelijking van aankoopmotieven tussen houders van ‘risicovolle’ dieren en houders van ‘risicoarme’ dieren is beperkt tot de houders van honden en katten.

2.4 Statistische verwerking

Logistische regressie (SPSS versie 20) is gebruikt om uit de reeks van demografische variabelen (geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, alleenstaand, thuiswonende kinderen) en andere voorspellende variabelen (‘risicovol’ dier) een relatie met motivatie, beslissingsaspecten of persoonlijkheidskarakteristieken vast te stellen. Om het aantal vrijheidsgraden in de gebruikte modellen te beperken zijn de uitslagen op de 4-puntsschaal (helemaal niet, weinig, groot, zeer groot; slecht, onvoldoende, voldoende, goed; zeer oneens, oneens, eens, zeer eens) getransformeerd naar een dichotome (0/1) schaal waarbij ieder van de eerste twee en van de laatste twee categorieën zijn samengevoegd. Om inzicht te krijgen in de achterliggende structuur van de motivaties van de respondenten (factoren) om een dier aan te schaffen, is een factoranalyse uitgevoerd. Relevante details over de gebruikte statistische procedures worden weergegeven in de betreffende paragrafen in een apart kader.

Bewustheidsscore

Negentien vragen (BA1-BA19, zie bijlage 1) zijn gesteld om in kaart te brengen in welke mate de houders van gezelschapsdieren voorafgaand aan de aanschaf van hun dier, bewust diverse aspecten van het houden van het dier hebben overwogen. De uitslagen op de vierpuntsschaal zijn getransformeerd naar een bewustheidsscore tussen 0 en 10. Deze bewustheidsscore is een subjectieve maat voor overweging van de aspecten van het houden van gezelschapsdieren vóór de aankoop en is als volgt berekend: $\text{Bewustheidsscore} = \sum BA_{1-19} / \sum BA_{\text{max}_{1-19}} / 10$. Een correctie voor het relatieve belang van de verschillende aspecten is uitgevoerd door middel van een weging op basis van ‘mean ranks’.

Score voor subjectief succes

Op een vergelijkbare wijze is voor iedere respondent een totaalscore berekend voor de 19 evaluatievragen (EA1-EA19, zie bijlage 1) waarmee een subjectieve maat is verkregen voor de mate van het door de respondent ervaren succes:

$\text{Subjectief succes score} = \sum EA_{1-19} / \sum EA_{\text{max}_{1-19}} / 10$.

Ook hier is een correctie uitgevoerd voor het relatieve belang van de verschillende aspecten door middel van een weging op basis van ‘mean ranks’.

15 Vraag 13: Hieronder kunt u de soort of het ras van UW DIER vermelden

Tabel 2.2 Risicovolle honden en katten op basis van erfelijke kenmerken in relatie tot het welzijn en de gezondheid van het dier.

Honden, aangemerkt als 'risicovol' dier		Katten, aangemerkt als 'risicovol' dier	
Ras/soort	Aantal	Ras/soort	Aantal
Berner Sennenhund	14	Maine Coon	27
Bordeaux Dog	8	Perzische kat	6
Cane Corso	8	Siamese kat	10
Amerikaanse Bulldog	2		
Cavalier King Charles Spaniel	16		
Chihuahua	9		
Chow Chow	3		
Duitse Dog	9		
Duitse Herder	41		
Dwergteckel	18		
Engelse Bulldog	18		
Engelse Mastiff	1		
Fila Brasileiro	4		
Flatcoated Retriever	18		
Franse Bulldog	27		
Griffon Belge	1		
Mopshond	7		
Newfoundlander	3		
Petit Brabancon	1		
Sharpei	25		
Tibetaanse Mastiff	5		
Totaal	238		43

2.5 Kwalitatief onderzoek

De resultaten die de enquête laat zien op het punt van de beslissingsaspecten en de evaluatie van het houden zijn *subjectieve waarnemingen* van bewustheid en succes. Of het houden van het dier ook een succes is vanuit een meer objectieve waarneming aan het dier zelf, kan de enquête niet duidelijk maken. Het kwalitatieve deel, diepte-interviews met een selectie van respondenten die thuis zijn bezocht voor een interview en waarbij de dieren konden worden gezien, moet hier meer licht op laten schijnen.

Het kwalitatieve deel bestaat uit interviews en een workshop die beide volgens de *responsieve dialoog* methode zijn uitgevoerd waarbij praktijken worden beschreven en geanalyseerd vanuit de ervaring van de actoren en de daarmee verbonden verhalen¹⁶. Het doel van deze methode is de motieven en het gedrag van de dierhouder te begrijpen vanuit zijn of haar specifieke context bestaande uit een eigen verzameling mens- en diergeoriënteerde waarden.

De interviews werden bij de houder thuis afgenomen en met goedkeuring opgenomen. Geïnterviewden kregen een schriftelijke samenvatting van het interview ter goedkeuring voorgelegd. De interviews zijn door drie onderzoekers uitgevoerd aan de hand van een vooropgestelde onderwerpenstructuur (zie box 2.3) en synchronisatie van de onderzoekstermen.

Box 2.3 **Inhoudelijke interviewstructuur**

- Welzijnsoriëntatie: welke betekenis en toepassing geeft de houder aan welzijn?
 - Welzijnsoriëntatie algemeen
 - Welzijnsoriëntatie naar eigen (type) dier
 - Gezondheid eigen dier
 - Overwegingen vooraf: aspecten die overwogen zijn voor de aanschaf
 - Redenen aanschaf: waarom dit dier?
 - Bewuste aanschaf?
 - Sociale invloed: de mate waarin de omgeving een rol heeft gespeeld in de aanschaf en selectie van het dier.
 - Informatievoorziening: de wijze waarop informatie wordt verzameld en verwerkt
 - Gebruikte bronnen
 - Dierenarts
 - Evaluatie: beoordeling van de huidige situatie in retrospectief
 - Meevallers
 - Tegenvallers
 - Geleerde lessen: advies aan anderen
 - Aanbevelingen voor beleidsmakers
-

Tijdens de interviews lag de nadruk niet zo zeer op de antwoorden van de vragen, maar meer bij de achterliggende verhalen. Verhalen hebben een grotere hermeneutische (begrijpende) kracht dan de directe respons op de vragen. Alle interviews zijn behandeld als onafhankelijke cases en ook als zodanig gedocumenteerd. De cases zijn samengevat aan de hand van de onderwerpenstructuur en verhalen van de verschillende houders zijn na persoonlijke accordering op thema's samengevoegd om een overzichtsbeeld te krijgen.

¹⁶ Abma, T.A. and Widdershoven, G.A.M. 2006. *Responsieve methodologie. Interactief onderzoek*. Den Haag: Boom Lemma. Zie ook: Widdershoven Guy, Tineke Abma and Bert Molewijk, 2009. "Empirical ethics as dialogical practice". *Bioethics*. 23(4): 236–248

2.6 Workshop

De resultaten uit de enquête en interviews dienen als basis voor het eindadvies over de manier waarop eigenaren van 'risicovolle' dieren kunnen worden benaderd teneinde een effectief preventiebeleid te kunnen realiseren. Alvorens het advies geschreven wordt, is het van groot belang tussentijdse resultaten voor te leggen aan enkele praktijkexperts.

Voor reflectie over de bevindingen uit het onderzoek is een 'workshop aankoopmotieven gezelschapsdieren' georganiseerd. De doelstelling is tweeledig: nagaan of de resultaten overeenkomen met de ervaring uit de praktijk van experts en bekijken welk communicatiebeleid effectief kan worden ingezet om welzijns- en gezondheidsproblemen bij gezelschapsdieren te vermijden.

Voor de workshop zijn de onderzoekpartners, organisaties die meewerken aan de verspreiding van de enquête en enkele experts uitgenodigd. Van de workshop is een verslag gemaakt en ter goedkeuring aan de deelnemers voorgelegd. De bevindingen van de workshop zijn meegenomen in het afsluitende beleidshoofdstuk.



3 Literatuurstudie

Het gedrag van de dierhouder is verbonden met een waardencomplex waarvan bekend is dat dit snel kan veranderen naar gelang de context waarin men zich bevindt (thuis, stal, laboratorium) en de soort of het ras dat onderwerp is van de situatie¹⁷. Dier- en mensgeoriënteerde waarden en interesses spelen bij de aankoop een rol, maar zullen per persoon verschillend gewogen worden. De aankoop kan gezien worden als een uitkomst van de balans tussen preferenties (verwachte baten) en belemmeringen (verwachte kosten). Het probleem bij het houden van dieren ontstaat als door *egocentrische waarden* (zoals esthetiek, sport, gezelschap en identiteit) de *dierwaarden* (als welzijn, gezondheid en natuurlijkheid) worden verwaarloosd, maar ook als dierwaarden wel de nodige aandacht krijgen maar verkeerd worden ingeschat. In het eerste geval domineert de preferentie (positieve waarden), waardoor de dierwaarden onvoldoende worden gerespecteerd. In het tweede geval domineren de belemmeringen (negatieve waarden) van de onvoorziene complicaties van het houden en de daarmee gepaarde materiële en immateriële kosten, waardoor de verwachte egocentrische waarde niet gerealiseerd kan worden. Bij een niet-succesvolle aankoop mag worden aangenomen dat de eigen preferentie is overschat en/of de kosten zijn onderschat. In zo'n situatie is vaak sprake van spijt, enerzijds gericht op de negatieve uitkomst anderzijds vanuit zelfverwijt¹⁸.

Het feit dat het houden van gezelschapsdieren gepaard kan gaan met gezondheid- en welzijnsproblemen is algemeen erkend. De Raad voor Dieraangelegenheden (RDA) spreekt in verschillende rapporten haar zorgen uit wat betreft het ondeskundig houden en fokken van dieren¹⁹. In 2006 is een onderzoeksprogramma 'Welzijn

17 Herzog Hal. 2011. *Some We Love, Some We Hate, Some We Eat: Why It's So Hard to Think Straight About Animals*. HarperCollins. Serpell, J.A. 2004. "Factors influencing human attitudes to animals and their welfare". *Animal Welfare*, Volume 13. pp. 145-151(7); Arluke Arnold, Clinton Sanders, 1996. *Regarding animals*. Temple University Press.

18 Zeelenberg M, Pieters R. A theory of regret regulation 1.0. *Journal of Consumer Psychology*. 2007;17:3-18. ; Connolly, T. and Zeelenberg, M. (2002) Regret in decision making. *Current Directions in Psychological Science*, 11, 212-216.

19 Raad van Dieraangelegenheden. 2006. *Gedeelde zorg – Actieplan*

Gezelschapsdieren' van start gegaan met als doel houders van gezelschapsdieren en organisaties in het veld beter te voorzien van bruikbare kennis en inzichten ter verbetering van het welzijn van de gezelschapsdieren. Speerpunten zijn onder andere het ontwikkelen van moleculair biologische technieken en databestanden om erfelijke problemen sneller op te sporen en het ontwikkelen en valideren van welzijnsparameters ten einde een betrouwbare welzijnsmonitor gezelschapsdieren te introduceren²⁰.

Onderzoek naar bijzondere huisdieren laat zien dat gebrek aan kennis van met name goede huisvesting en verzorging gezien kan worden als de belangrijkste oorzaak van veel gezondheidsproblemen²¹. Dit geldt niet alleen voor de consument, maar ook voor de ondernemer als het om voorlichten gaat. Zorg voor het dier is een breed begrip, naast goede voeding en huisvesting moet er ook aandacht zijn voor gezondheid en gedrag en dat alles op het soortspecifieke niveau²². Het LICG ontwikkelde in dat kader informatie over de verschillende aspecten die, idealiter, overwogen moeten worden voordat een huisdier wordt aangeschaft. De toekomstige houder wordt hiermee gestimuleerd om vooraf te bepalen of het houden van een huisdier wel de juiste keuze is binnen zijn of haar persoonlijke omstandigheid²³. De lijst van aankoopaspecten van het LICG vormt in de enquête van dit onderzoek de basis voor het meten van de 'bewustheid' van de aankoop en het 'succes' van het houden.

Ten aanzien van het fokken en houden van bijzondere rassen is ook binnen de kring van de fokkers het besef dat selectie op schoonheid negatieve gevolgen kan hebben voor de gezondheid van het dier²⁴. De meeste voorkomende problemen, met name bij honden, zijn beschreven en verschillende rassen zijn als gezondheid- en welzijn-risicovol gelabeld²⁵. Informatie van Genetic Counselling Services en de Universities Federation for Animal Welfare (UFAW) over genetische aandoeningen vormt de basis voor de classificatie 'risicoarm' en 'risicovol' van het binnen de enquête door de respondent opgegeven ras. Daarbij is ook het model voor de beschrijving, typering en weging van welzijnsrisico's gehanteerd zoals dat door Netto²⁶ is ontwikkeld en is overgenomen in het RDA-advies Fokken met recreatiedieren²⁷. In dat model worden schadelijke, erfelijke kenmerken op basis van de volgende criteria getypeerd en gewogen: erfelijke aanleg (recessief, dominant, familiair, polygeen), levensverwachting (sterfte rond geboorte, levensbedreigend op korte termijn, chronische aandoeningen met dodelijke afloop, sterfte bij noodzakelijke euthanasie, niet levensbedreigende aantasting van vitaliteit), waarneembaarheid (direct en betrouwbaar waarneembaar, met diagnostische hulpmiddelen aantoonbaar, graduele en niet duidelijk gedefinieerde stoornissen), prevalentie (hoog > 10%, matig 5-10%, beperkt 1-5%, laag 0,1-1%, zeer laag < 0,1%),

20 Rothuizen, J, H Hopster, 2007, *Welzijn van gezelschapsdieren: voorstel voor een onderzoeksprogramma*, Utrecht/ Lelystad

21 Vinke, C.M., Van Eijk, I.A.M. en I.Boissevain, 2012. Inventarisatie en prioritering van welzijnsproblemen binnen de sector bijzondere dieren., Rijksuniversiteit Utrecht.

22 Zie <http://www.welfarequality.net>

23 Zie <http://www.licg.nl/z6/praktisch/aanschaf/aanschaf/het-aanschaffen-van-een-huisdier.html>

24 Zie als voorbeeld: Kor Oldenbroek, Jack Windig Handboek. 2012 'Fokken van rashonden, omgaan met inteelt en verwantschap'. Raad van Beheer.

25 Ten aanzien van rassen is gebruik gemaakt van Genetic Counselling Services [<http://www.gencouns.nl/inventarisaties.php>] en UFAW [<http://www.ufaw.org.uk/geneticwelfareproblems.php>].

26 Netto, W.J. 1998. De ontwikkeling van een model voor de gradering en rubricering van schadelijke erfelijke kenmerken bij recreatiedieren. Faculteit Biologie, Universiteit Utrecht.

27 Fokken met recreatiedieren. 2002. Rapport van de werkgroep Fokken met recreatiedieren van de Raad voor Dierenaangelegenheden, RDA 2002/04, Den Haag

pijnlijkheid en/of hinder (zeer pijnlijk, zeer hinderlijk/lastig, pijnlijk, hinderlijk/lastig), integriteit (aangetast, niet aangetast) en tijdstip van ontstaan (voor de geboorte, direct na de geboorte, gedurende het leven).

Er is ook literatuur geraadpleegd met betrekking tot consumentengedrag. In het begin is de aandacht gericht op sociaalpsychologische concepten als 'need for cognition' en 'need for closure'²⁸. Dit omdat de aankoop, zoals de eerste term aangeeft, afhangt van de mate waarin deze wordt overwogen met daaraan gekoppelde behoefte aan informatie. Daarnaast is de snelheid van belang waarin zekerheid wordt ervaren en overgegaan wordt tot een aankoop. 'Need for cognition and closure' zijn erkende concepten met hun eigen gevalideerde vragenlijsten die gebruikt worden in sociaalonderzoeken. Hoewel dit model zeer verhelderend is voor het begrijpen van consumentengedrag, is het niet toegepast in dit onderzoek vanwege het te grote noodzakelijke aantal vragen in relatie tot de gehele enquête. Daarbij speelt dat een selectie van een aantal vragen uit de bestaande lijst de validiteit van het model als geheel zou aantasten.

Gekozen is voor een compacter model dat inzicht geeft in houdingen van mensen ten opzichte van bemoeienis van buitenaf. Hierin staan concepten als 'openheid voor' en 'vertrouwen in' informatie centraal²⁹. In dit model gaat het dus niet zozeer om de aankoopprocessen maar om de mate waarin houders openstaan voor externe informatie en de mate waarin ze die informatie in het algemeen vertrouwen. Houders van gezelschapsdieren kunnen worden getypeerd in vier categorieën die elk een eigen communicatiestrategie behoeven: proactief, doe-het-zelf, afwachtend en teruggetrokken. Er is (nog) geen gevalideerde vragenlijst om deze typologie toe te passen op het aanschaffen en houden van gezelschapsdieren. De indicatoren voor typering zijn in dit onderzoek omgezet in vragen die inzicht moeten verschaffen in de mate waarin houders van 'risicovolle' dieren openstaan voor en vertrouwen hebben in informatie van buitenaf. Dit inzicht vormt de basis voor het bepalen van een communicatiestrategie, gericht op eigenaren van gezelschapsdieren die bij moet dragen aan het verminderen van risico's die gerelateerd zijn aan het kopen en houden van gezelschapsdieren.

Er heeft ook een oriëntatie plaatsgevonden op de invloed van de sociale omgeving rondom het consumentengedrag. Beslissen over de aanschaf van een dier is niet louter een individuele activiteit maar een uitkomst die door de invloed van de sociale omgeving tot stand is gekomen. Inzicht hierin vormt een belangrijk doel van het onderzoek. Gekeken wordt in welke mate opvoeding, familie en vrienden van invloed zijn bij de aanschaf van het dier.

28 Zie: Faddegon Krispijn. 2009. Psychologische verschillen in keuzegedrag in: W.L. Tiemeijer, C.A. Thomas, H.M. Prast (red.). 2009, *De menselijke beslisser. Over de psychologie van keuze en gedrag* – WRR-Verkenning nr. 22,

29 Jansen J. et.al 2010. Debunking the myth of the hard-to-reach farmer: Effective communication on udder health. *Journal of Dairy Science* Vol. 93 No. 3



4 Resultaten online enquête

Dit hoofdstuk geeft de resultaten weer van de online enquête zoals deze van 17 juli tot 1 oktober 2012 via internet werd aangeboden aan houders van gezelschapsdieren. Deze dierhouders zijn via verschillende kanalen benaderd (zie tabel 2.1). De resultaten van de enquête worden in dit hoofdstuk in algemene en beschrijvende zin gepresenteerd. Daarnaast worden de uitkomsten van de statistische analyses weergegeven, voor zover deze relevant zijn in het kader van de onderzoeksvraag.

4.1 Algemeen

Op 1 oktober 2012 is de enquête afgesloten met de opbrengst van 3041 respondenten. Bij een eerste analyse bleek dat 373 personen het deel aangaande de beslissingsaspecten (bewustheid) en 258 de evaluatieaspecten (subjectief succes) niet of zeer onvolledig hadden ingevuld. Netto heeft de enquête 2410 bruikbare formulieren opgeleverd. Deze 2410 formulieren zijn als input gebruikt voor een beschrijvende en statistische analyse van de resultaten.

Het eerste resultaat dat in het oog springt is de relatief beperkte respons, afgezet tegen het potentieel aan dierhouders dat de enquêtekkanalen in zich dragen. De potentie van alle kanalen bij elkaar omvat ongeveer 400.000 dierhouders plus 3500 maandelijkse bezoekers. Het aantal respondenten is minder dan 1% van dit potentieel.

Steekproef en representativiteit

Met de enquête, uitgezet via de genoemde internetkanalen, wordt een voor de hand liggend, gemakkelijk toegankelijk deel van de populatie dierhouders bereikt. Dat houdt ook in dat er elementen in de steekproef worden opgenomen die met name gelden voor deze populatie. Omdat het niet voor de hand ligt dat iedere dierhouder in Nederland in dezelfde mate actief is op internet of even bereid is om een online enquête in te vullen, moet rekening worden gehouden met het risico op vertekening. Daarom is het van belang om de steekproefpopulatie te onderzoeken op representativiteit.



Figuur 4.1 Aandeel (%) van de respondenten per postcodegebied. (illustratie: (http://nl.wikipedia.org/wiki/Postcodes_in_Nederland)).

De respondenten wonen redelijk verspreid over Nederland. Ondanks dat er geen correctie voor bevolkingsdichtheid heeft plaatsgevonden, wordt vertekening door sterke regionale verschillen beperkt geacht.

Het zijn vooral vrouwen (80.1%) die de enquête hebben ingevuld. Bijna driekwart (73.6%) van de respondenten woont samen en bij meer dan tweederde (71.9%) van deze respondenten zijn de kinderen inmiddels het huis uit. Meer dan 90% van het aantal respondenten heeft als hoogste opleidingsniveau het middelbaar (45.5%) of hoger (47.2%) onderwijs doorlopen.

Tabel 4.1 Samenstelling van de steekproef op basis van demografische gegevens.

Demografische gegevens		Aantal	Percentage	Nederland
Door respondent ingevuld	Ja	2382	98.8	
	Nee	28	1.2	
Geslacht	Man	450	18.7	49.5
	Vrouw	1932	80.1	50.5
Leeftijd	18-25	265	11.0	12.5
	26-40	719	29.8	23.3
	41-60	1152	47.8	36.8
	60+	246	10.2	27.4
Alleenstaand	Ja	608	25.2	30.1
	Nee	1774	73.6	69.9
Thuiswonende kinderen	Ja	648	26.9	-
	Nee	1734	71.9	-
Opleidingsniveau ^x	Lager	174	7.3	22.7
	Middelbaar	1083	45.5	42.2
	Hoger	1125	47.2	34.1
Totaal bruikbaar		2410	100%	

^x Ingedeeld volgens de Standaard Onderwijs Indeling (SOI), referentie CBS 2011

Ten opzichte van het Nederlandse gemiddelde (CBS 2012) zijn vrouwen relatief oververtegenwoordigd en ouderen (> 60 jaar) en lager opgeleiden relatief ondervertegenwoordigd. De met de online enquête uitgevoerde steekproef is daarmee niet representatief voor de Nederlandse bevolking (zie tabel 4.1).

Evenzo is het van belang een goed beeld te hebben van het dier³⁰ waarvoor de enquête is ingevuld. Een overzicht hiervan is gegeven in tabel 4.2

Tabel 4.2 Samenstelling van de steekproef op basis van de diercategorie.

Diercategorie	N	%
Hond	1736	72,0
Kat	331	13,7
Knaagdier (bv. cavia, hamster)	78	3,2
Kooivogel (bv. parkiet, kanarie)	59	2,4
Overige dieren	58	2,4
Konijn	53	2,2
Reptiel (bv. slang, schildpad, leguaan)	41	1,7
Amfibie (bv. pijlgifkikker)	14	0,6
Bijzondere zoogdieren (bv. wasbeer, dingo, stokstaartje, stinkdier)	13	0,5
Papegaai	12	0,5
Marterachtige (bv. fret, nerts)	9	0,4
Aquariumvissen	6	0,2
Totaal	2410	100,0

Het is duidelijk dat de hond met 72,0% met afstand het dier was waarvoor de respondenten de enquête hebben ingevuld. De kat neemt met 13,7% een bescheiden tweede positie in, gevolgd door knaagdieren, konijnen en kooivogels die samen goed zijn voor 7,8%. Dat betekent dat de modale respondent als volgt kan worden getypeerd:

De modale respondent is een vrouw van middelbare leeftijd met een mbo/hbo-opleiding, samenwonend, met de kinderen het huis uit en actief op internet die de enquête heeft ingevuld met in gedachten haar hond als zorg-object.

De respondenten vormen daarmee een selecte uitsnede van de bevolking, qua sekse maar ook wat betreft het dier waarvoor de enquête is ingevuld. De steekproef is daarmee niet representatief voor de Nederlandse houder van gezelschapsdieren. De meeste bevindingen uit dit onderzoek dienen in dat licht te worden geïnterpreteerd.

30 Vraag 3 in de enquête: Als u meer dan één diersoort heeft welk vraagt, naast het plezier, de meeste zorg? Deze door u gekozen diersoort noemen we in de verdere enquêtevragen steeds UW DIER.

Een uitzondering daarop geldt voor de vergelijking tussen houders van 'risicovolle' en houders van 'risicoarme' dieren met betrekking tot motieven, overwegingen en beslissingsaspecten. In dit onderzoek is dat een centrale vraag. Aangezien dit een relatieve vergelijking betreft heeft het tekort aan representativiteit in die vergelijking minder of geen invloed op de uitkomsten.

Bij aquariumvissen (n=6) en marterachtigen (n=9) gaat het om erg kleine aantallen respondenten (< 0,5%), waardoor een zinvolle analyse niet mogelijk is. In dit hoofdstuk worden de resultaten dan ook beperkt tot 10 diercategorieën waarbij de vijf meest voorkomende (hond, kat, knaagdier, kooivogel en overige dieren) in deel A van de figuren is weergegeven en de overige vijf (konijn, reptiel, amfibie, bijzondere zoogdieren en papegaai) in deel B.

4.2 De aankoop zelf

Verschillende dieren worden via verschillende verkoopkanalen aangeschaft. De gegevens laten zien (tabel 4.3) dat de fokker een prominente rol speelt bij de aanschaf van honden, knaagdieren, amfibieën, reptielen, kooivogels, bijzondere zoogdieren en overige dieren. Daarnaast spelen de kennis/particulier en de asielen/opvangcentra een belangrijke rol. Hierbij moet worden opgemerkt dat het onderscheid tussen enerzijds fokker en anderzijds kennis/particulier niet altijd gemakkelijk is te maken, maar voor het doel van dit onderzoek minder relevant is.

Tabel 4.3 Keuze van aanschafkanaal en wijze van contact als percentage van het aantal respondenten.

Meest voorkomende en op een na meest voorkomende keuze	n	Aanschafkanaal ^x				Contact ^y	
		Fokker	Asiel/Opvang	Dierenwinkel	Kennissen/ Particulieren	Persoonlijk contact	Via internet
Hond	1736	70	11			45	47
Kat	331		40		24	41	41
Knaagdier (bv. cavia, hamster)	78	49	18			27	51
Kooivogel (bv. parkiet, kanarie)	59	54			14	66	22
Overige dieren	58	41			28	55	35
Konijn	53		53	26		42	34
Reptiel (bv. slang, schildpad, leguaan)	41	37			29	42	42
Amfibie (bv. pijlgifkikker)	14	50			43	64	36
Bijzondere zoogdieren (bv. wasbeer, dingo, stokstaartje, stinkdier)	13	31			31	62	32
Papegaai	12	25		33		67	17

^x Fokker, Asiel/Opvang, Dierenwinkel, Tuincentrum, Kennissen/Particulieren, Marktplaats/Internet, Beurs/tentoonstelling en Overig.

^y Liep er tegenaan, via persoonlijk contact, via kranten/tijdschriften, via internet.

Het betreft namelijk in beide gevallen transacties tussen particulieren. Wat opvalt is dat papegaaien en in mindere mate ook konijnen vooral via dierenwinkels worden aangeschaft. Asielen en opvangcentra blijken vooral een bron te zijn voor de aanschaf van katten en konijnen en in mindere mate voor de aanschaf van knaagdieren. Voor geen enkele van de genoemde dieren is het tuincentrum/de beurs/ de tentoonstelling een veelvoorkomend verkoopkanaal.

De aanschaf van gezelschapsdieren vindt vooral plaats tussen particulieren via persoonlijk contact, al dan niet via internet. Ongeveer een op de vijf honden, reptielen, amfibieën en bijzondere dieren wordt buiten Nederland, maar binnen Europa aangeschaft.

Ook de wijze waarop contacten tussen de respondenten en de aanbieders van verschillende dieren tot stand zijn gekomen, staat weergegeven in tabel 4.3. Over de hele linie zijn de respondenten bij de aanschaf van hun dier via het persoonlijk contact, al dan niet via internet in contact gekomen met de aanbieder. Alleen bij knaagdieren (22%) en konijnen (25%) bleek “liep er tegenaan” substantieel meer voor te komen. Contact via kranten of tijdschriften is met in totaal 2.5% marginaal. Ten aanzien van de herkomst komt 84% van alle dieren uit Nederland. Wat opvalt is het substantiële deel van de honden (17%), amfibieën (21%), reptielen (22%) en bijzondere zoogdieren (23%), dat buiten Nederland maar binnen de EU is aangeschaft.

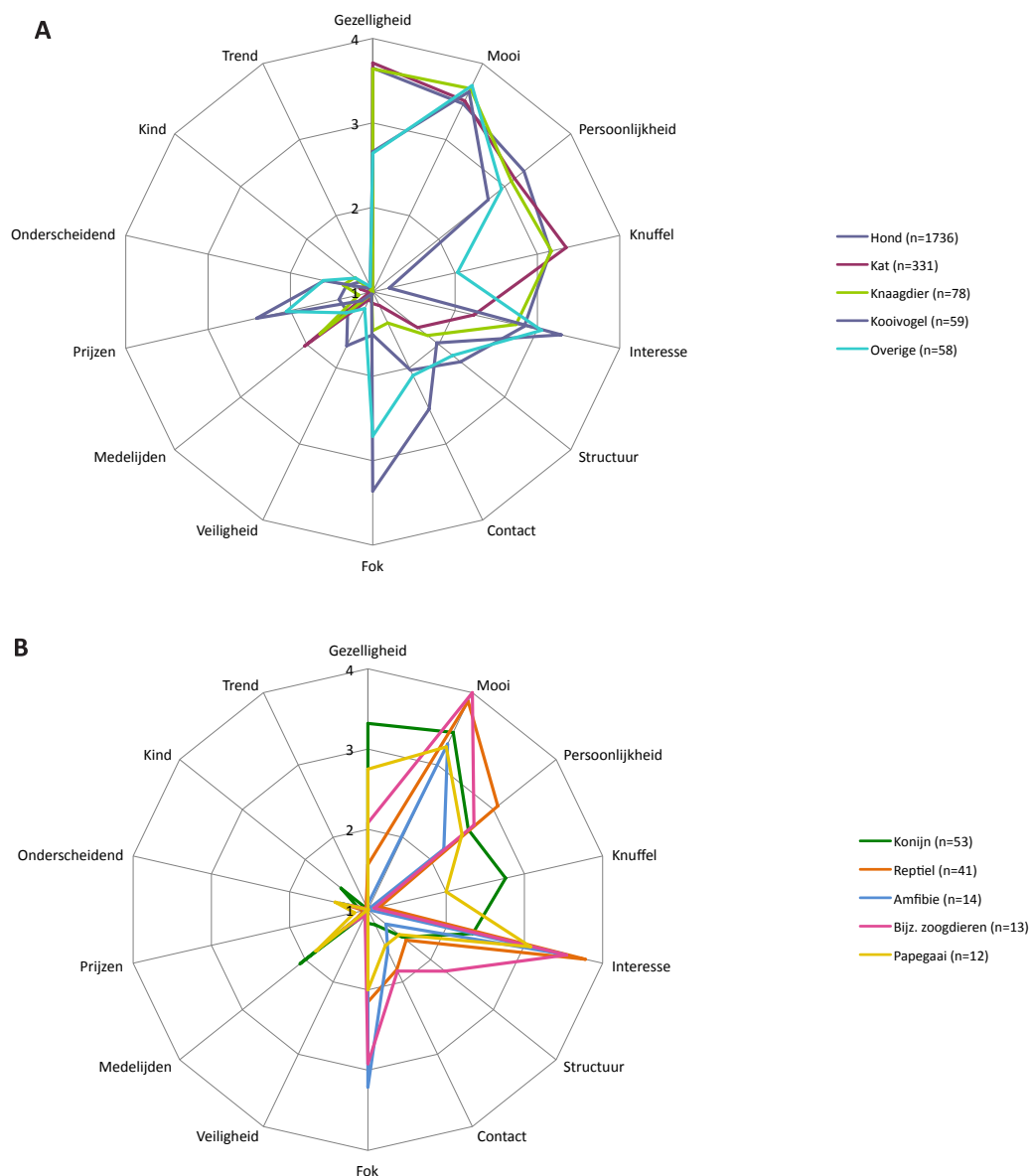
4.3 Aanschafmotieven

Mensen schaffen een dier aan vanuit verschillende beweegredenen. In vrijwel alle gevallen gaat het om een combinatie van redenen. Met de voorgelegde lijst van redenen wordt inzicht gegeven in het belang dat men met de aankoop van het dier probeert te dienen. Vraag 4 in de enquête luidde: ‘Bij de aanschaf van UW DIER, in welke mate waren voor u de volgende redenen belangrijk?’ Figuur 4.2 toont de rekenkundige gemiddelden voor alle dieren op basis van de scores van de respondenten die aangeven de verschillende redenen nauwelijks (1), enigszins (2), erg (3) of heel erg (4) belangrijk te vinden. De gegevens laten een redelijk eenduidig beeld zien (Figuur 4.2). Motivaties in de rechterhelft van het spindigram scoren over het algemeen hoog. Hier gaat het om motieven als ‘vanwege de gezelligheid’ (Gezelligheid), ‘om van te genieten en naar te kijken’ (Mooi), ‘omdat het past bij mijn persoonlijkheid’ (Persoonlijkheid) en ‘het is interessant om me in te verdiepen’ (Interesse). Motivaties als ‘om te aaien en knuffelen’ (Knuffel), ‘voor structuur in mijn persoonlijke leven’ (Structuur), ‘om in contact te komen met anderen’ (Contact) en ‘om mee te fokken/kweken’ (Fok) worden wisselend en afhankelijk van de diersoort gescoord. Kooivogels en minder alledaagse dieren als reptielen, amfibieën en bijzondere zoogdieren worden vooral aangeschaft uit interesse, vanwege hun schoonheid en om mee te fokken en logischerwijs veel minder om te aaien en te knuffelen.

In de bovenste helft (A) van het spindigram scoren motivaties over het algemeen laag. Dit betreft aanschafredenen als ‘omdat het trendy is’ (Trend), ‘omdat de kinderen dit graag willen’ (Kind), ‘om me te onderscheiden van anderen’ (Onderscheidend), ‘om prijzen mee te winnen’ (Prijs), ‘uit medelijden met het dier’ (Medelijden) en ‘voor veiligheid of hulp’ (Veiligheid).

Om inzicht te krijgen in de achterliggende structuur van motivaties van respondenten (typen dierhouders) om een dier aan te schaffen, is een factoranalyse uitgevoerd³¹. De resultaten zijn weergegeven in tabel 4.4.

Op basis van de geclusterde redenen voor aanschaf van een gezelschapsdier, weergegeven in tabel 4.4, is het mogelijk om te komen tot een enigszins arbitraire definitie van motivaties om een dier aan te schaffen. Dieren voorzien in de menselijke behoefte aan structuur, affectie, fascinatie, prestaties en sociale cohesie. Dit zijn aspecten die in de strategische communicatie een centrale plek moeten krijgen. Interessant is dat 'medelijden' zich negatief verhoudt met de behoefte van de mens aan prestaties.



Figuur 4.2 Redenen voor de aanschaf van gezelschapsdieren, door respondenten (n) gescoord als 1=nauwelijks 2=enigszins 3=belangrijk 4= heel belangrijk en weergegeven als rekenkundige gemiddelden per diersoort.

³¹ De factoranalyse leverde vijf dimensies op (criterium eigenwaarde>1) die 59,3% van de variantie in de totale dataset verklaarden. De Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) waarde is 0.694 hetgeen aangeeft dat deze factoranalyse zinvol is, maar bij voorkeur een hogere KMO-waarde (> 0.7) had opgeleverd.

Tabel 4.4 Uitkomst van de factoranalyse: factorladingen per component (absolute waarde > 0.5) van de redenen om een dier aan te schaffen (PCA met Varimax rotatie, eigenwaarde >1).

Beweegreden voor aanschaf	Component				
	1	2	3	4	5
Structuur	0,798	<i>Structuur</i>			
Contact	0,742				
Veiligheid	0,513				
Gezelligheid		0,838	<i>Affectie</i>		
Knuffel		0,836			
Mooi			0,724	<i>Fascinatie</i>	
Interesse			0,654		
Persoonlijkheid			0,637		
Prijzen	<i>Prestaties</i>			0,758	
Fok				0,736	
Medelijden				-0,610	
Trend	<i>Sociale cohesie</i>				0,749
Kind					0,614
Onderscheidend					

4.4 Beslissingsaspecten(bewustheid)

Om inzicht te krijgen in de mate waarin respondenten bij de aanschaf van een dier diverse aspecten hebben overwogen kregen zij 19 vragen voorgelegd die konden worden gescoord op de vierpuntsschaal nauwelijks (1), enigszins (2), veel (3) en heel veel (4) (zie bijlage 1: BA1-BA19).

Per diersoort is voor ieder beslissingsaspect een gemiddelde score uitgerekend. Deze beslissingsaspecten zijn vervolgens per diersoort gesorteerd op basis van hun gemiddelde scores en daarna ingedeeld in de drie klassen 3 - 4 (veel tot heel veel), 2 - 3 (enigszins tot veel) en 2-1 (nauwelijks tot enigszins). In tabel 4.5 is dit voor de hond en de kat weergegeven. Voor alle diersoorten zijn de beslissingsaspecten op deze wijze weergegeven in bijlage 2.

Tabel 4.5 Aspecten, door respondenten overwogen bij de aanschaf van hun hond of kat, gerangschikt naar de mate van aandacht die eraan werd besteed.

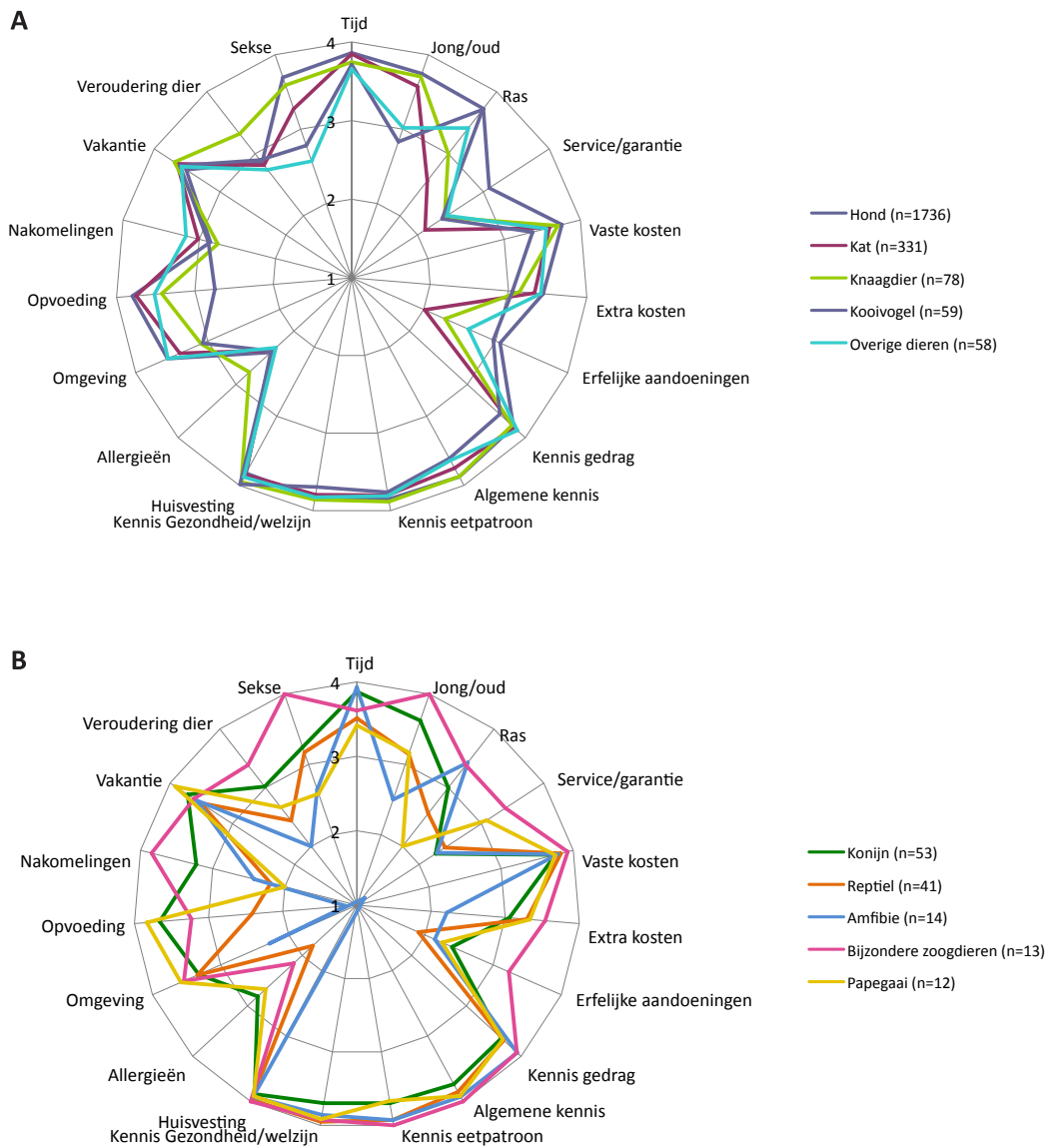
Aspecten, overwogen bij aanschaf van de hond (n=1736) binnen klassen gesorteerd van hoog naar laag			Aspecten, overwogen bij aanschaf van de kat (n=331) binnen klassen gesorteerd van hoog naar laag		
Heel veel tot veel (gem. 4-3)	Veel tot enigszins (gem. 3-2)	Enigszins tot nauwelijks (gem. 2-1)	Heel veel tot veel (gem. 4-3)	Veel tot enigszins (gem. 3-2)	Enigszins tot nauwelijks (gem. 2-1)
Tijd	Ouder worden		Huisvesting	Leeftijd	Erfelijke aandoening
Opvoeding	Kosten, extra		Tijd	Kennis voeding	Ras
Huisvesting	Nakomelingen		Vakantie	Kennis gedrag	Service/garantie
Kennis gedrag	Kosten, vast		Opvoeding	Ouder worden	
Kennis welzijn	Service/garantie		Kennis welzijn	Kennis algemeen	
Vakantie	Allergie e.d.		Nakomelingen	Kosten, extra	
Kennis algemeen	Omgeving			Kosten, vast	
Kennis voeding				Seks m/v	
Seks m/v				Allergie e.d.	
Leeftijd				Omgeving	
Ras					
Erfelijke aandoening					

Over de gehele lijn blijkt dat alle beslissingsaspecten volgens de respondenten zelf redelijk goed worden overwogen. In de klassen 'Heel veel tot veel' en 'Veel tot enigszins' wordt over alle diersoorten heen respectievelijk 46.9% en 44.3% van alle aspecten gescoord.

Wat opvalt is dat bij de hond het aspect 'tijd' op één staat en 'hoe op te voeren' op twee. In de vergelijking tussen de hond en de kat valt op dat 'Ras' en 'Erfelijke aandoeningen' bij de aanschaf van een hond heel veel tot veel aandacht krijgen, bij de aanschaf van een kat is dat enigszins tot nauwelijks het geval.

Aspecten die bij de aanschaf van een dier bij vrijwel elke diersoort het belangrijkste worden geacht zijn huisvesting, kennis (algemeen, dierenwelzijn, diergedrag, diervoeding), tijd en vakantie. Service / garantie, erfelijke aandoeningen, veroudering dier en allergieën worden in het algemeen minder belangrijk geacht.

Figuur 4.3 illustreert voor de verschillende diersoorten de mate waarin respondenten alle verschillende beslissingsaspecten compleet overwegen en van belang achten. Opvallend is de hoge score van respondenten die bijzondere zoogdieren houden. Dat wijst erop dat deze houders zeer bewust een complete afweging maken alvorens hun dier aan te schaffen. Wat ook opvalt is dat over diersoorten heen respondenten de aspecten als 'Erfelijke aandoeningen' en 'Allergieën', 'Service/garantie' en 'Veroudering dier' veel minder in hun aanschafoverwegingen betrekken.



Figuur 4.3 Mate waarin houders van dieren alle verschillende beslissingsaspecten overwegen en van belang achten bij de aanschaf van hun dier (1=nauwelijks; 2=enigszins; 3=veel; 4=heel veel).

4.5 Sociale omgeving

Bij beslissingen om een specifiek dier aan te schaffen, kunnen mensen sterk beïnvloed worden door anderen. Om zicht te krijgen in de mate waarin dit bij de respondenten speelde, zijn hen situaties voorgelegd (SO1-SO8, zie bijlage 1) met de vraag in hoeverre dit bij de beslissing om hun dier aan te schaffen van toepassing was. Deze vragen konden worden gescoord op de vierpuntsschaal 'Helemaal niet' (1) 'enigszins' (2) 'wel' (3) 'zeer zeker' (4).

Vergelijkbaar met de beslissingsaspecten is per diersoort in iedere situatie een gemiddelde score uitgerekend. Deze situaties zijn vervolgens per diersoort gesorteerd op basis van hun gemiddelde scores.

Tabel 4.6 Sociale invloed op de beslissing van respondenten om een dier aan te schaffen.

Situaties die van invloed zijn op de beslissing om een dier aan te schaffen.	Gem. score	Van toepassing?
Ken anderen met zo'n dier	2.45	Enigszins (2) tot wel (3)
Mee opgegroeid	2.44	
Laat het graag zien	2.35	
Vriend/familie zijn positief	2.20	
Vriend/familie hebben zo'n dier	1.95	Helemaal niet (1) tot enigszins (2)
Vriend/familie betrokken bij aankoop	1.94	
Kind betrokken bij aankoop	1.41	
Kind wil het dier	1.37	

Beschouwen we de uitkomsten per diersoort, dan is het opvallend dat bij de hond, de kat, de kooivogel en de papegaai 'Ken anderen met zo'n dier' in combinatie met 'Mee opgegroeid' tot de top 2 behoort. Voor de meer bijzondere huisdieren geldt dit voor de combinatie 'Ken anderen met zo'n dier' en 'Laat het graag zien'.

Een logistische regressie met de sociale invloed op een 0/1 schaal als afhankelijke variabele ('Helemaal niet' en 'enigszins' (0); 'wel' en 'zeer zeker' (1)) en demografische kenmerken, bewustheidsscore, verkoopkanaal en wijze van contact leggen als verklarende variabelen leverde het inzicht op dat deze factoren weliswaar hier en daar significante, maar weinig relevante invloed hebben op de aangegeven sociale invloeden. Een nadere beschouwing ervan wordt daarom achterwege gelaten.

Over alle diersoorten heen is volgens de respondenten de sociale invloed op hun aanschafbeslissing beperkt. Jeugdervaringen, anderen die ook zo'n dier hebben en het dier graag aan anderen laten zien worden 'enigszins' tot 'wel' van toepassing geacht. Ook de rol van vriendenkring en familie wordt enigszins onderkend.

Om inzicht te krijgen in de achterliggende structuur van de sociale aspecten die bij de aanschaf van dieren een rol spelen, is een factoranalyse uitgevoerd. De resultaten zijn weergegeven in tabel 4.7.

De factoranalyse leverde drie dimensies op (criterium eigenwaarde > 1) die 68% van de variantie in de totale dataset verklaarden.

Tabel 4.7 Uitkomst van de factoranalyse: factorladingen per component (absolute waarde > 0.5) van de sociale invloed op de aanschaf van een dier (PCA met Varimax rotatie, eigenwaarde > 1).

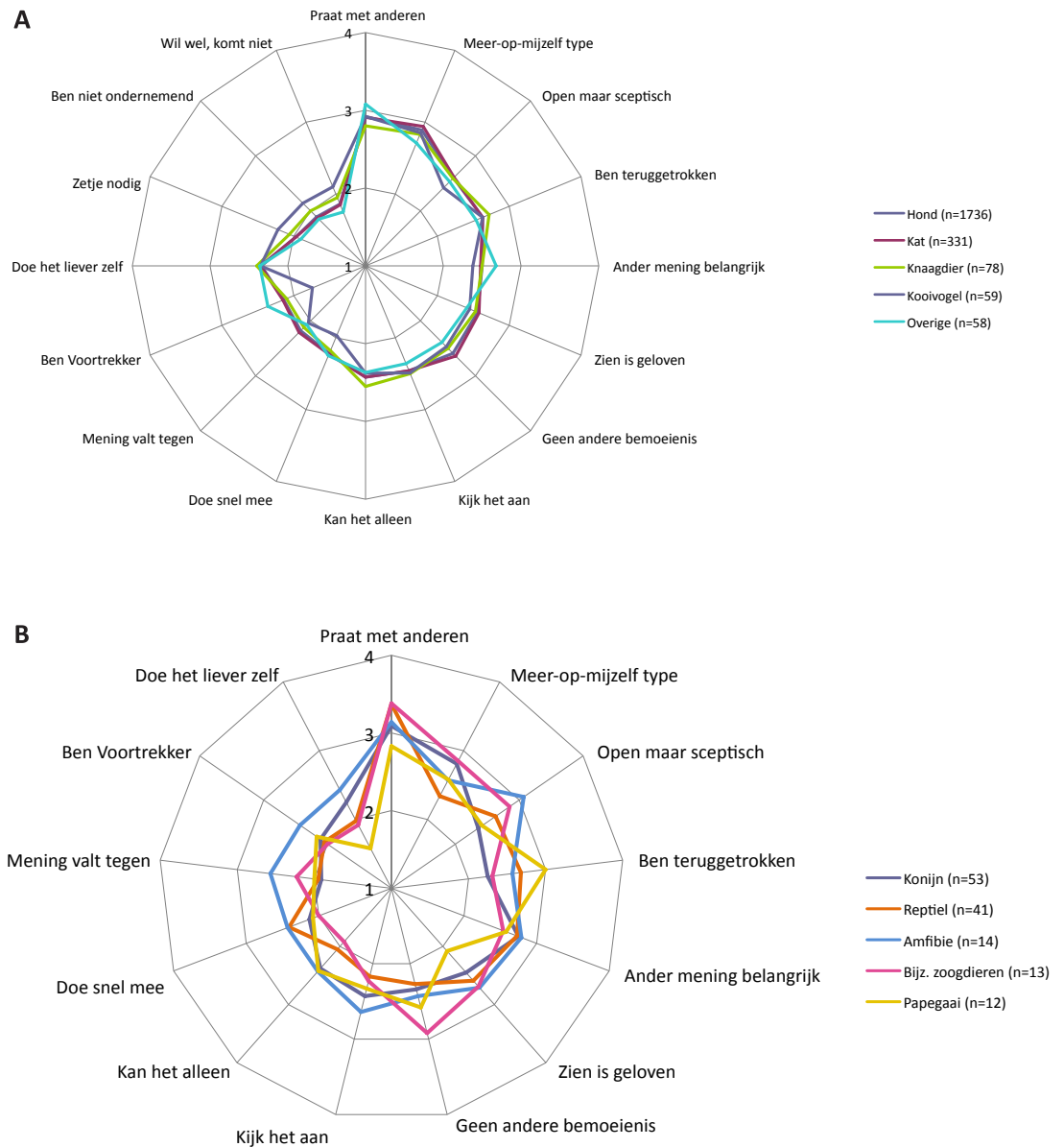
Sociale invloed	Component		
	1	2	3
Ken anderen met zo'n dier	0.854	Bekend met het dier	
Vriend/familie hebben zo'n dier	0.840		
Mee opgegroeid	0.526		
Kind wil het dier	Kindgericht	0.944	
Kind betrokken bij aankoop		0.943	
Vriend/familie zijn positief	Sociaal		0.834
Vriend/familie betrokken bij aankoop			0.808
Laat het graag zien			0.537

Op basis van de geclusterde sociale invloeden op de aanschaf van een gezelschapsdier, weergegeven in tabel 4.7, is het mogelijk om te komen tot de volgende, enigszins arbitraire definities van de factoren die een rol spelen bij de aanschaf van een dier: bekend met het dier en behager (gezin, familie en vrienden).

4.6 Persoonlijkheidstypen

Met als doel begrip te krijgen van de verschillen in persoonlijkheid die een rol kunnen spelen bij de aanschaf van bepaalde dieren, is gevraagd naar de algemene omgang van de respondent met anderen. Op de vraag "In welke mate bent u het met de volgende stellingen eens?" kon men als antwoord aangeven: zeer oneens (1), oneens (2), eens (3) en zeer eens (4). De gemiddelde scores zijn in een spindigram weergegeven (figuur 4.4).

Wat opvalt is de consistentie in antwoorden van houders van verschillende (meest gehouden) dieren in deel A van figuur 4.4. De classificaties met een wat negatieve connotatie scoren over de gehele linie een lichte ontkenning (oneens). De tegenovergestelde typen 'Praat met anderen' en 'Meer op mezelf type' krijgen beide gemiddeld bevestiging (eens). De overige typering vallen gemiddeld tussen 'eens' en 'oneens'. In deel B van figuur 4.4 is er meer variatie te zien tussen de houders van de verschillende (minder gehouden) dieren, hoewel het patroon in grote lijnen overeenstemt met dat in deel A van figuur 4.4. Wel lijkt de houding van houders van amfibieën en van bijzondere zoogdieren hierin meer eigengereid.



Figuur 4.4 Mate waarin houders van dieren zich herkennen (1=zeer oneens; 2=oneens; 3=eens; 4=zeer eens) in de wijze van omgaan met anderen.

Om inzicht te krijgen in de achterliggende typen persoonlijkheden van de respondenten is een factoranalyse uitgevoerd op de antwoorden op de vragen PP1 – PT4 (vraag 9 in de enquête). De resultaten zijn weergegeven in tabel 4.8.

De analyse leverde 4 componenten op met een eigenwaarde > 1 die gezamenlijk 49.4% van de variantie in de antwoorden op de 16 vragen verklaarden.

- Respondenten die hoog scoren op component 1 kunnen worden gekenschetst als **'eigengereide'** dierhouders die gewend zijn de dingen te doen zoals deze zelf willen. Anderen moeten zich er niet mee bemoeien, hun mening is niet belangrijk en deze respondenten praten dan ook niet graag met anderen over problemen en oplossingen.

- Respondenten die hoog scoren op component 2 zijn de **'afwachtende'** dierhouders. Zij hebben een tekort aan besluitvaardigheid en daadkracht en hebben een duwtje in de rug nodig om aan nieuwe ontwikkelingen mee te doen.
- Respondenten die hoog scoren op component 3 laten zich kennen als de **'sceptische'** dierhouders die weliswaar open staan voor informatie, maar overtuigd willen worden met bewijzen.
- Respondenten die hoog scoren op component 4 geven een beeld van de **'proactieve'** dierhouders die graag als eerste met nieuwe ontwikkelingen aan de slag gaan, in nauwe interactie met anderen.

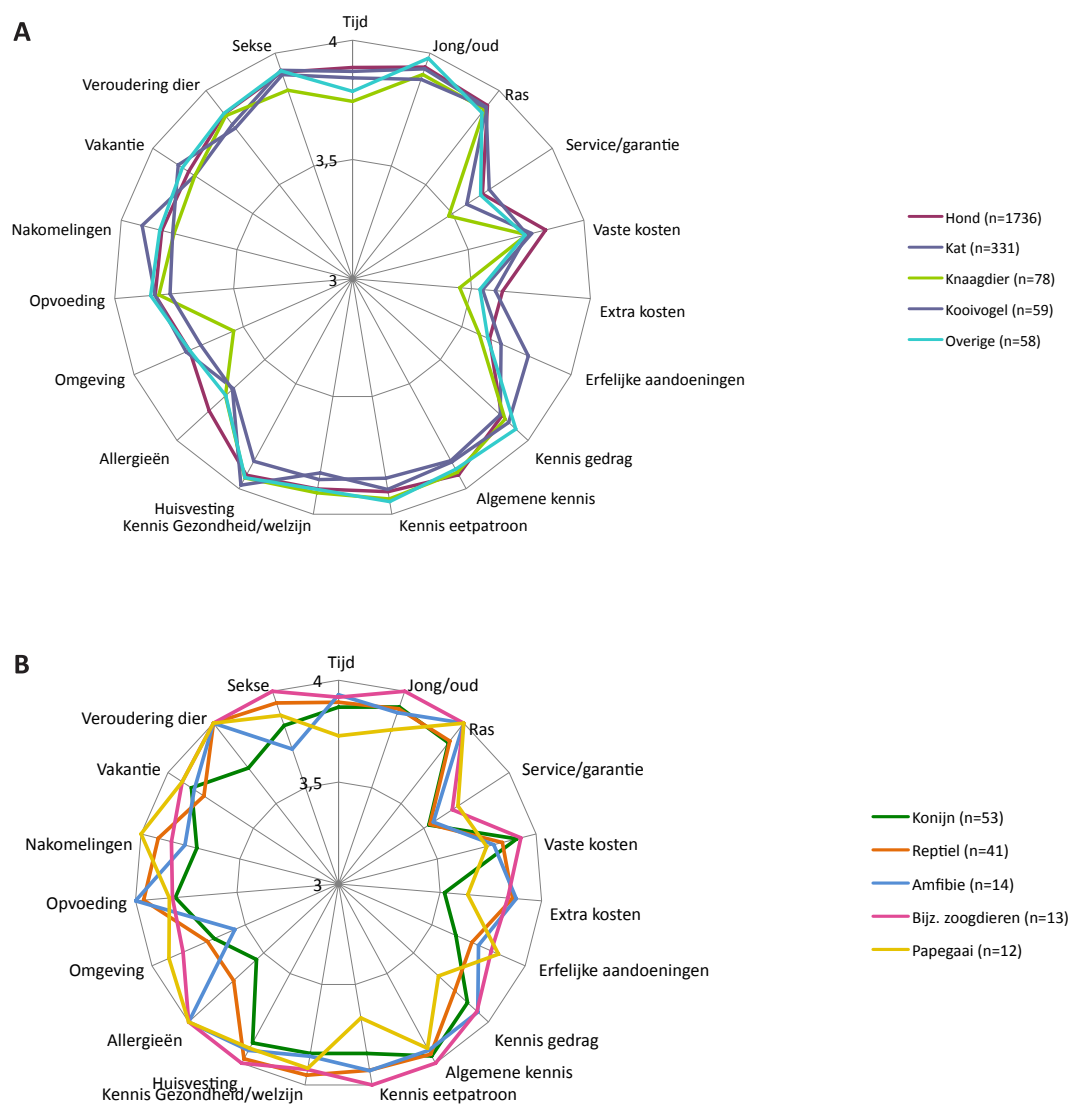
Tabel 4.8 Uitkomst van de factoranalyse: factorladingen per component (absolute waarde > 0.4) van de persoonlijkheidstypen (PCA met Varimax rotatie, eigenwaarde >1).

Persoonlijkheidstypen	Component			
	1	2	3	4
Mijn motto is: "ik kan het alleen wel"	0,710			
Ik doe dingen liever zelf en laat me slechts een enkele keer adviseren	0,636			
Anderen moeten zich niet bemoeien met mijn zaken	0,627			
Ik bepaal echt zelf wel wat goed en slecht is	0,580			
Ik ben een meer-op-mijzelf type	0,553			
Andere meningen zijn belangrijk voor mij	-0,456			0,407
Ik ben niet zo ondernemend		0,740		
Bij mij geldt vaak "ik wil wel maar het komt er niet van"		0,731		
Ik moet een 'zetje' krijgen om mee te doen aan een nieuwe ontwikkeling		0,668		
Mijn motto is: "ik kijk het altijd even aan"		0,450		
Ik sta open voor 'het nieuwe' maar blijf behoorlijk sceptisch			0,748	
Mijn motto is: "eerst zien dan geloven"			0,624	
De meningen van anderen vallen vaak tegen				
Ik doe snel mee aan nieuwe ontwikkelingen				0,774
Ik ben een voortrekker				0,674
Ik praat met anderen graag over problemen en oplossingen	-0.407			0,439

Dierhouders classificeren zichzelf overtuigend in de tegenovergestelde typen 'praat met anderen' en 'meer op mezelf'. Qua ontvankelijkheid voor informatie van buitenaf worden 'eigengereide', 'afwachtende', 'sceptische' en 'proactieve' houders onderscheiden.

4.7 Subjectief succes

Om een indruk te krijgen van de mate waarin respondenten achteraf tevreden zijn over hoe de van tevoren overwogen beslissingsaspecten hebben uitgepakt, kregen zij opnieuw de eerder gestelde 19 vragen over keuze-elementen voorgelegd, met daarbij de vraag te benoemen hoe het uitpakte. De centrale vraag 'hoe pakte dat uit' werd gescoord op de vierpuntsschaal slecht (1), onvoldoende (2), voldoende (3) en goed (4) (zie bijlage 1: EA1-EA19). De scores geven weer hoe naar het inzicht van de respondenten de diverse aspecten in de praktijk goed zijn uitgepakt.

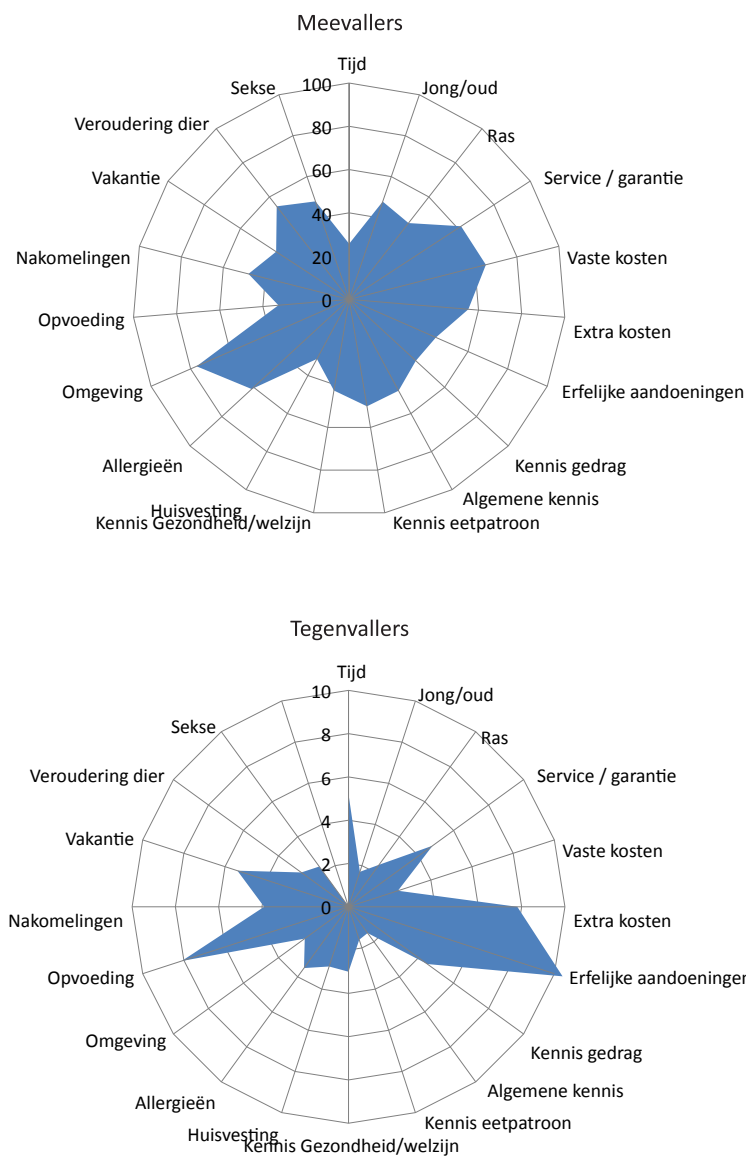


Figuur 4.5 Mate waarin houders van dieren voor de verschillende evaluatie aspecten naar eigen zeggen succesvol zijn in het houden van hun dier (3=voldoende; 4=goed).

Per diersoort is voor ieder evaluatieaspect een gemiddelde score berekend. Deze evaluatieaspecten zijn vervolgens per diersoort gesorteerd op basis van hun gemiddelde scores en daarna ingedeeld in de drie klassen 3-4 (voldoende tot goed), 2-3 (onvoldoende tot voldoende) en 1-2 (slecht tot onvoldoende).

In het algemeen blijkt dat respondenten over de gehele linie positief zijn over hoe het houden van hun dier in de praktijk heeft uitgepakt. Over alle diersoorten heen wordt van de 19 evaluatieaspecten 70.2% in de klasse ‘voldoende tot goed’ gescoord. ‘Erfelijke gebreken’, ‘Service/garantie’ en ‘Allergieën’ en ‘Extra kosten’ worden over het algemeen relatief het laagst beoordeeld.

Figuur 4.5 illustreert per diersoort en voor elk van de evaluatieaspecten apart het succes van het houden van dier zoals dit door de houder zelf is ervaren. Opnieuw valt op dat respondenten die bijzondere zoogdieren houden over de gehele linie erg hoog scoren. Dat betekent dat deze houders hun praktijk als meer dan voldoende succesvol waarden. Gemiddeld vallen vrijwel alle beoordelingen in de bovenste helft van de maximumschaal (3.5-4.0).



Figuur 4.6 Aandeel van de houders (%) dat op basis van weloverwogen verwachtingen bij de evaluatie aspecten ervaart die mee- of tegenvallen.

Het is interessant om na te gaan in hoeverre aspecten die de houder voorafgaand aan de aanschaf zegt in meer of mindere mate te hebben overwogen, ook in dezelfde grootteorde als succesvol worden geëvalueerd. Het succes dat respondenten zeggen met het houden van hun dier te ervaren wordt namelijk beoordeeld in het licht van *de verwachting* die de houder op dat punt had. Een aspect terdege overwegen, bijvoorbeeld 'heb ik tijd genoeg voor de verzorging?', en dan besluiten om het dier aan te schaffen impliceert dat de verwachting op dat punt positief is: 'ik heb voldoende tijd'. Tussen BA en EA is dus zeker een relatie, ook al is deze niet direct. Indien de evaluatiescore dan lager uitvalt kun je spreken van een tegenvaller, als de score beter uitvalt is er sprake van een meevaller.

Het is interessant om na te gaan in welke mate de aspecten die houders bij de aanschaf van hun dier in overweging hebben genomen, naar eigen zeggen in de praktijk mee- of tegenvallen. Hiervoor hebben we de 19 BA scores vergeleken met de 19 EA scores. Het aandeel van de respondenten dat op de diverse aspecten mee- en tegenvallers heeft ervaren is weergegeven in figuur 4.6.

In het algemeen worden de 19 aspecten door een grote meerderheid van de respondenten positiever beoordeeld bij de vraag 'hoe pakte dat uit' dan bij de vraag 'in welke mate heeft dit meegewogen' (McNemar-Bowker Test, $P < 0,001$). Let hierbij op de schaalverschillen tussen de tegenvallers: 0-10% van de respondenten en de meevallers: 0-100% van de respondenten.

Over diersoorten heen beoordelen dierhouders zelf het succes waarmee zij hun dier houden gemiddeld als (ruim) voldoende tot goed. De balans tussen mee- en tegenvallers is duidelijk positief. Relatieve tegenvallers zijn extra kosten, erfelijke aandoeningen en opvoeding

Bij de tegenvallers vallen enkele aspecten extra op. 'Erfelijke aandoeningen', 'Extra kosten', 'Opvoeding' en in mindere mate 'Tijd', 'Service/garantie' en 'Kennis gedrag' scores bij een relatief klein deel van de respondenten in de evaluatie aanzienlijk lager dan aanvankelijk bij de aanschaf was ingeschat. Bij de meevallers betrof het 'Omgeving' en 'Allergieën' die relatief hoog scoorden, mogelijk omdat deze aspecten bij de aanschaf minder zijn overwogen. Een positieve beleving zal eerder aan de orde zijn bij aspecten waarbij van tevoren in het geheel niet is stilgestaan.

4.8 Verbanden

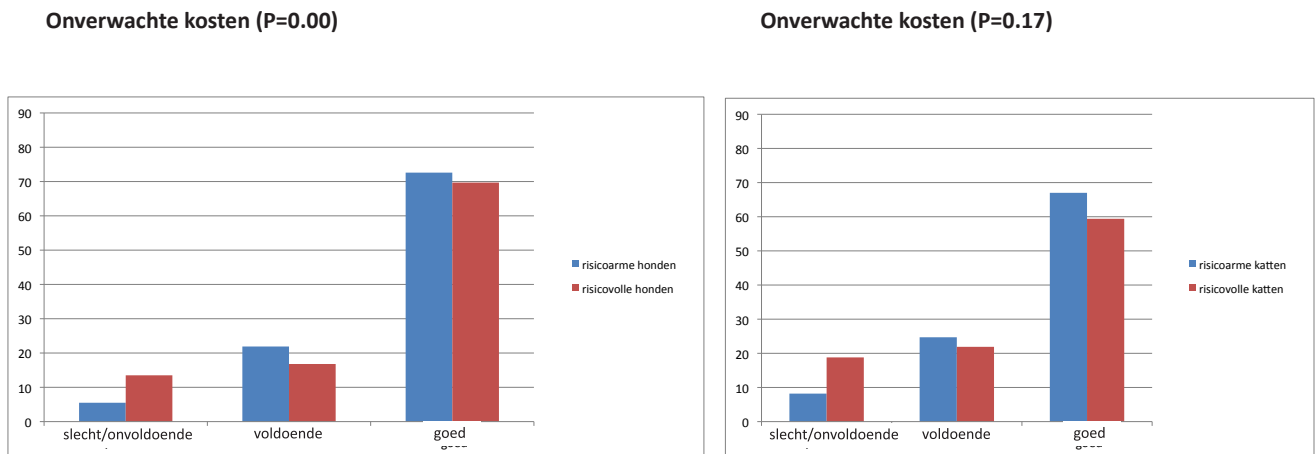
Naast het beeld uit de gemiddelden, frequenties en ranking is gekeken naar verbanden tussen de verschillende variabelen, gericht op verschillen tussen 'risicovolle' en 'risicoarme' dieren en de invloed van demografische en andere factoren daarop.

'Risicovolle' dieren

Een belangrijk vraag in dit onderzoek is of houders van 'risicovolle' dieren bij de aanschaf van een dier andere afwegingen maken en andere aankoopmotieven hebben dan houders van 'risicoarme' dieren.

Over de gehele linie is er geen duidelijk verschil aan te tonen in demografische kenmerken, bewustheidsscore, verkoopkanaal en de wijze van contact leggen tussen

houders van 'risicovolle' en houders van 'risicoarme' dieren. 'Erfelijke aandoeningen' lijken in de vele aankoopoverwegingen van ondergeschikt belang.



Figuur 4.7 Antwoord op de vraag “Wat kunnen de onverwachte kosten zijn: hoe pakte dat uit?” voor ‘risicovolle’ en ‘risicoarme’ honden en katten.

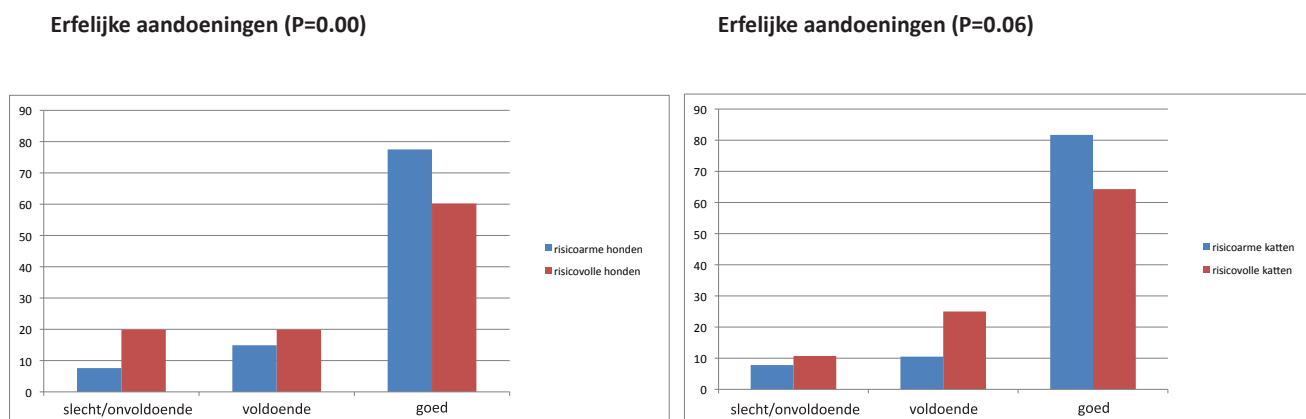
Nagegaan is of er verschillen zijn tussen houders van ‘risicovolle’ dieren en houders van ‘risicoarme’ dieren in de mate waarin zij hun aanschaf achteraf op diverse aspecten als succesvol beoordelen (‘hoe pakte dat uit?’). Voor de ‘hond’ en voor de ‘kat’ zijn deze verschillen met de Chi-kwadraat test getoetst, waarbij de eerste twee antwoordcategorieën van de vierpuntsschaal zijn samengevoegd tot ‘slecht/onvoldoende’.

Houders van ‘risicovolle’ honden en katten beoordelen het houden van hun dier als relatief minder succesvol dan houders van ‘risicoarme’ dieren met betrekking tot erfelijke aandoeningen en extra kosten. De verschillen zijn echter klein en het weerhoudt hen er niet van om hetzelfde type dier opnieuw aan te schaffen of dit aan anderen aan te bevelen.

Voor de categorie honden is er bij ‘risicovolle’ dieren ten opzichte van ‘risicoarme’ dieren in ongunstige zin sprake van een significante verschuiving (figuur 4.7). Dat betekent dat houders van ‘risicovolle’ honden minder tevreden zijn over de mate waarin zij zich geconfronteerd voelen met onverwachte kosten dan houders van ‘risicoarme’ honden (13,5% vs 5,5% slecht/onvoldoende tevreden). Voor katten was de verschuiving vergelijkbaar en in dezelfde richting (18,8% vs 8,2%), maar als gevolg van de relatief kleinere aantallen niet significant. Relatief gezien scoort ruim 80% van de houders van ‘risicovolle’ dieren naar eigen zeggen in de categorieën voldoende en goed.

Voorgaande bevindingen worden bevestigd als we kijken naar de tevredenheid van dierhouders met betrekking tot erfelijke aandoeningen. Binnen de diercategorie honden is er bij ‘risicovolle’ dieren ten opzichte van ‘risicoarme’ dieren opnieuw in ongunstige zin sprake van een significante verschuiving (figuur 4.8). Houders van ‘risicovolle’ honden zijn vaker slecht/onvoldoende tevreden over de mate waarin zij zich geconfronteerd voelen met erfelijke aandoeningen dan houders van ‘risicoarme’ dieren (19,9% vs 7,6%). Dit wordt ook weer bevestigd door de oordelen van de katteneigenaren zij het dat bij katten de

verschuiving vooral optrad van de categorie 'goed' naar 'voldoende' (10,7% vs 7,8%). Dit bevestigt het beeld dat houders van 'risicovolle' dieren zich meer dan houders van 'risicoarme' dieren geconfronteerd zien met 'erfelijke aandoeningen' en 'onverwachte kosten'. In hoeverre deze twee aspecten samenhangen is niet bekend, maar valt niet uit te sluiten.



Figuur 4.8 Antwoord op de vraag “Over mogelijke erfelijke aandoeningen: hoe pakte dat uit?” voor ‘risicovolle’ en ‘risicoarme’ honden en katten.

Herhalingsaanschaf

Houders van ‘risicovolle’ dieren bevelen hun dier in gelijke mate³² aan anderen aan (76,7%) als houders van ‘risicoarme’ dieren (81,6%). Ook waar het de houders zelf betreft, verschillen³³ de houders van ‘risicovolle’ dieren in hun keuze voor opnieuw hetzelfde type dier (94,3%) niet van houders van ‘risicoarme’ dieren (95,8%). Dat betekent dat het aantal spijtoptanten bijzonder gering is.

Relatie met demografische factoren

Om inzicht te krijgen in de samenhang tussen aanschafmotieven enerzijds en demografische kenmerken, bewustheidsscore, verkoopkanaal en wijze van contact leggen anderzijds is voor elk van de redenen voor aanschaf een logistische regressie uitgevoerd. Over de gehele linie bleek de door het model verklaarde variantie laag (Nagelkerke R^2 0.034 - 0.279 op de schaal van 0-1) hetgeen wijst op veel onbekende factoren die de beweegredenen van mensen beïnvloeden.

Deze analyse bevestigt desondanks bestaande inzichten:

- Vrouwelijke respondenten (96%) kiezen gemiddeld vaker dan mannelijke respondenten (74%) **vanwege de gezelligheid** voor een dier ($P < 0,001$). In de leeftijdsklasse van 18-25 jaar is het verschil tussen vrouwen (93%) en mannen (44%) het grootst.
- Ook kiezen vrouwelijke respondenten (81%) gemiddeld vaker dan mannelijke respondenten (44%) een dier vanuit de behoefte **om te aaien en te knuffelen** ($P=0.000$). Opnieuw is hier het verschil tussen vrouwen (79%) en mannen (15%) in de leeftijdsklasse van 18-25 jaar het grootst.
- Respondenten met een VMBO- of MBO-opleiding (resp. 47% en 43%) kiezen relatief vaker dan mensen met een HBO- of WO-opleiding (resp. 34% en 28%) voor de aanschaf van een dier vanwege de **behoefte aan structuur in hun persoonlijk leven** ($P < 0,001$).

32 Fisher's exact test; $P=0,074$

33 Fisher's exact test; $P=0,299$

- Respondenten ouder dan 60 jaar (37%) kiezen relatief vaker dan mensen in de leeftijd van 18-40 jaar (20%) voor een dier **om in contact te komen met anderen** ($P < 0,001$). Hetzelfde geldt voor respondenten met een VMBO-opleiding (39%) ten opzichte van respondenten met een WO opleiding (13%).
- Opleidingsniveau heeft invloed op de aanschaf van een dier met als reden dat **het interessant is om je erin te verdiepen** ($P=0,001$). Dit verschil is het grootst tussen VMBO'ers (71%) en WO'ers (52%).
- Opleidingsniveau heeft invloed op de aanschaf van een dier met als reden dat de houder **zich wil onderscheiden van anderen** ($P=0,004$). Dit verschil is het grootst tussen VMBO'ers (13%) en WO'ers (4%).
- Opleidingsniveau heeft invloed op de aanschaf van een dier met als reden om er **prijzen mee te winnen** ($P=0,004$). Dit verschil is het grootst tussen VMBO'ers (16%) en WO'ers (9%).
- Opleidingsniveau heeft invloed op de aanschaf van een dier **vanwege veiligheid of hulp** ($P=0,049$). Dit verschil is het grootst tussen VMBO'ers (22%) en WO'ers (10%).
- Vrijwel voor alle aanschafredenen geldt dat het percentage respondenten dat om een bepaalde reden een dier aanschaf toeneemt met de bewustheidsscore.

Deze inzichten leren ons dat factoren als geslacht, opleidingsniveau en leeftijd significante, maar beperkte invloed hebben op de redenen van respondenten om een dier aan te schaffen.

4.9 Conclusies online enquête

De resultaten tonen in de eerste plaats aan dat de online enquête vooral is ingevuld door vrouwen (80.1%) met een mbo/hbo-opleiding, samenwonend, met de kinderen het huis uit en met in gedachten de hond (72.0%) of kat (13.7%) als zorgobject. De gekozen opzet met een online enquête is kosteneffectief en levert interessante inzichten op, maar leidt niet automatisch tot de gewenste representativiteit.

Binnen de respondentenpopulatie levert het kwantitatieve onderzoek een enigszins diffuus en multidimensionaal beeld op van de factoren die een rol spelen bij de beslissing van de modale respondent om een dier aan te schaffen. In de gebruikte modellen blijkt dat bekende factoren als leeftijd, opleidingsniveau en geslacht significante invloed hebben op de aankoopmotieven, maar in beperkte mate.

De aanschaf van de meeste dieren vindt vooral plaats tussen particulieren via persoonlijk contact, deels met gebruik van internet. Papegaaien en in mindere mate konijnen worden via dierenwinkels aangeschaft. Een substantieel aantal katten en konijnen wordt betrokken uit de asielen en opvangcentra. De meeste dieren (84%) komen uit Nederland. Een substantieel deel van de honden (17%), amfibieën (21%), reptielen (22%) en bijzondere zoogdieren (23%) wordt van buiten Nederland uit andere EU-landen betrokken.

Over de gehele lijn lijken de respondenten zich sterk bewust te zijn van diverse aspecten die een rol spelen bij de overweging om een dier aan te schaffen. Onvoorbereide aanschaf ('ik liep er tegenaan') komt vooral voor bij knaagdieren (22%) en konijnen (25%). Aspecten die bij vrijwel elke diersoort het belangrijkste worden geacht zijn 'huisvesting', 'kennis' (algemeen, gezondheid en welzijn, diergedrag, diervoeding), 'tijd' en 'vakantie'. Aspecten die in de overweging veel minder worden betrokken zijn 'erfelijke aandoeningen', 'allergieën', 'service/garantie' en 'veroudering van het dier'.

De achterliggende beweegredenen voor aanschaf van een dier zijn gerelateerd aan de behoefte van de houder aan 'structuur', 'affectie', 'fascinatie', 'prestaties' en 'sociale cohesie'.

Bij de beslissing van mensen om een bepaald dier aan te schaffen speelt de sociale omgeving een rol. Bekendheid met het dier (jeugd, familie, vrienden) en waardering van kinderen, familie en vrienden zijn relevante sociale factoren die de aanschaf stimuleren.

In het algemeen blijkt dat respondenten over de gehele linie positief zijn over hoe het houden van hun dier in de praktijk heeft uitgepakt. Over alle diersoorten heen wordt van de 19 evaluatieaspecten 70.2% in de klasse 'voldoende tot goed' gescoord. 'Erfelijke gebreken', 'Service/garantie' en 'Allergieën' en 'Extra kosten' worden over het algemeen relatief het laagst beoordeeld.

Analyse van de type persoonlijkheden van de respondenten leverde onderscheid op tussen de 'eigengereide' dierhouder (doet en weet alles zelf, heeft anderen niet nodig), de 'afwachtende' dierhouder (is aarzelend, heeft een duwtje in de rug nodig), de 'sceptische' dierhouder (eerst zien dan geloven) en de 'proactieve' dierhouder (innovatief en interactief).

Houders van 'risicovolle' honden en katten zijn minder tevreden dan houders van 'risicoarme' dieren over de mate waarin zij zich geconfronteerd zien met onverwachte kosten en met erfelijke aandoeningen.

Ondanks dat men zich bewust is van de risico's en de bijkomende kosten geeft bijna 95% van de houders van 'risicovolle' dieren aan dit dier zo nodig opnieuw te willen aanschaffen. Ook geeft meer dan 75% van de houders van 'risicovolle' dieren aan het 'risicovolle' dier desgevraagd ook aan anderen te willen aanbevelen. De aanbeveling die 'risicovolle' dieren en 'risicoarme' dieren van hun houders krijgen verschilt niet. Er is dus sprake van een zekere ongevoeligheid voor de negatieve kanten van het uitverkoren gezelschapsdier. Met andere woorden: maakt liefde blind?



5 Resultaten verdiepende interviews

Het kwalitatieve deel van het onderzoek bestaat uit verdiepende interviews en een workshop. De interviews zijn gehouden met een selectie van 26 respondenten van de enquête die rashonden, raskatten of exoten houden die geclassificeerd zijn als 'risicovol'.

5.1 Opzet van de interviews

Uitgangspunt bij de interviews is om motieven en het gedrag van mensen te begrijpen, in het bijzonder de persoonlijke set van waarden waar het dier deel van uit maakt. De interviews zijn uitgevoerd volgens de responsieve dialoogmethode waarmee praktijken worden beschreven en geanalyseerd vanuit de ervaring van de actor en de daarmee verbonden verhalen. De geïnterviewden zijn thuis bezocht om context van de houder en het dier mee te kunnen nemen in de verslaglegging. De interviews werden opgenomen en een verslag werd ter goedkeuring voorgelegd aan de respondenten.

De selectie van respondenten is gebaseerd op houders van die dieren die binnen dit onderzoek geclassificeerd zijn als 'risicovol'. Dit zijn rashonden en raskatten met veel erfelijke gezondheidsproblemen (zie tabel 5.1) en exoten. Naast deze groep zijn alle respondenten benaderd die bij de evaluatie een 'niet van toepassing' (n.v.t.) hebben geantwoord op de evaluatievraag "Weet ik genoeg van de gezondheid/welzijnseisen: hoe pakte dat uit?". Deze groep werd benaderd voor meer inzicht in de redenen van hun, in de ogen van de onderzoekers, merkwaardig antwoord. In een interview is nader ingegaan op wijze waarop zij de vraag geïnterpreteerd hadden.

De groep van het 'risicovol dier' en die van 'nvt' tezamen bestaat uit 159 potentiële respondenten. Deze zijn benaderd en 40 houders hebben positief gereageerd op het verzoek voor een interview. Vanwege operationele redenen en zorg voor een zo breed mogelijk bereik is een tweede selectie uitgevoerd. Criteria hierbij waren: spreiding van mogelijke verhalen, leeftijd, gender, diergroep, ras en 'dier niet aan anderen aanraden'.

Tabel 5.1 Risicovolle rassen uit de enquête

'Risicovolle' honden		'Risicovolle' katten	Exoten
Berner Sennenhund	Dwergteckel	Maine Coon	Gambiaanse hamsterrat
Bordeaux Dog	Engelse Bulldog	Perzische kat	Stinkdier
Cane Corso	Flatcoated Retriever	Siamese kat	Dwergmangoesten
Cavalier King Charles Spaniel	Franse Bulldog		Gestreepte tenrec,
Chow Chow	Mopshond		Springmuis
Duitse Dog	Sharpei		Eekhoorns

Het uiteindelijke resultaat is 26 respondenten. De groep geïnterviewden heeft de volgende karakteristieken:

- 22 Vrouwen en 4 mannen;
- De meesten zijn niet alleenstaand;
- 17 Vulden de online-enquête in voor hun hond(en), 6 voor hun kat(ten) en 3 voor hun exotische zoogdier(en). Velen hebben meerdere diersoorten;
- De mate van bewustheid ten aanzien van de aanschaf varieert, maar een lage score in de enquête bleek tijdens het interview veelal toch overeen te komen met een gedegen aandacht voor de aanschaf. In dat geval bleek validiteit van de enquête op die vraag 'vals negatief' te zijn;
- Allen achten zichzelf zeer bekwaam in het houden van hun dier. Dit kon tijdens het verdiepende interview door de onderzoekers in verreweg de meeste gevallen worden bevestigd;
- Ruim de helft is hobbymatig of beroepsmatig zeer actief in de dierenwereld (o.a. als fokker, gedragstherapeut, keurmeester, hondentrainer, bestuurder).

Het paspoort van de groep alsmede de algemene indruk van de onderzoekers geven aan dat de geïnterviewden géén representatieve steekproef vormen! Echter, de verhalen van de houders worden hierdoor niet minder waardevol voor het inzicht in de beweegredenen van het houden van dieren.

5.2 Welzijnsoriëntatie

Vrijwel allen geven aan dat welzijn goed is wanneer voorzien wordt in de (fysieke en geestelijke) behoeftes van een dier: "Je moet weten wat een dier nodig heeft en daarop inspelen, en dat is per dier anders". Honden en katten hebben voldoende aandacht nodig in de zin dat de eigenaar veel thuis moet zijn. Ook een dierlijk speelmaatje voor hond of kat wordt door de respondenten aanbevolen. Voor het houden van katten geldt dat ze naar buiten moeten kunnen en voldoende mentale prikkels nodig hebben. Voor honden wordt hieraan toegevoegd dat ze voldoende uitgelaten moeten worden, waarbij de frequentie en duur afhankelijk is van het hondenras en het individuele dier. Voor exoten is van belang het kunnen vertonen van natuurlijk gedrag waarbij huisvesting een belangrijke rol speelt. Voor alle diergroepen wordt het belang van goede voeding benadrukt. Als het om welzijn in het algemeen gaat, staan respondenten zeer kritisch tegenover broedfokkers van rashonden en -katten en regelmatig ook tegenover honden-

en kattenshows, omdat bij deze shows uiterlijke kenmerken zwaarder wegen dan het karakter of de gezondheid van het dier.

Het overgrote deel van de geïnterviewden met honden heeft rasspecifieke gezondheidsproblemen ondervonden met hun honden (met uitzondering van de Engelse bulldoggen en ruwharige dwergteckels). Bij de katteneigenaren lijkt het percentage wat lager te liggen, hoewel ook bij hen rasspecifieke problemen als hartfalen (HCM), voedselallergie en nierproblemen (PKD) meermaals voorkomen. Bij de eigenaren van exoten komen soortspecifieke gezondheidsproblemen veel minder voor.

Geïnterviewden die fokken met hun rashond of –kat zijn zich allen zeer bewust van de erfelijke problemen van het ras. Dit waren ze al vóór hun eerste aanschaf van het dier. Allen onderschrijven het streven van de rasverenigingen om gezondere dieren te fokken, ook als dit betekent dat de standaarden voor het (alsmaar extremer worden) rasspecifieke uiterlijk niet meer gehaald worden.

Alle van deze fokkers bevragen altijd potentiële kopers:

- in hoeverre ze op de hoogte zijn van de behoeften van het dier;
 - of ze beseft hebben van de mogelijke gezondheidsproblemen;
 - of ze voldoende thuis zijn;
 - of ze hebben nagedacht over wie voor het dier zorgt als zij op vakantie willen etc.
- Als het niet goed voelt, geven ze hun dieren niet mee.

Voor een deel van de geïnterviewden die niet met hun dier fokken kwamen pas ná de aanschaf de rasspecifieke gezondheidsproblemen van hun hond of kat aan het licht. Anderen waren van tevoren op de hoogte van de mogelijke gezondheidsproblemen en maakten desondanks bewust de keuze voor het ras. Voor beide groepen zijn de mogelijke gezondheidsproblemen géén reden om dit ras in de toekomst niet opnieuw te nemen. Het veruit meest voorkomende argument hiervoor is: 'Je moet weten wat het risico is, als je het risico weet dan kun je bewust een keuze maken'. Daarnaast werden argumenten genoemd als:

- 'Ik heb mijn dier meteen goed verzekerd'.
- 'Je weet dat er een grotere kans is dat dit dier die ziekte krijgt, maar dat wil nog niet zeggen dat dat ook echt gaat gebeuren'.
- 'Dan kun je geen enkele grote hond meer nemen, want die hebben er allemaal last van'.
- 'Elk ras heeft wel iets'.
- 'Zoals zoveel domme mensen was ik vastbesloten die hond te nemen...'

Bij de zorg voor de gezondheid en welzijn van het dier valt op dat een hoog aantal geïnterviewden nauwelijks of nooit op vakantie gaat in verband met hun dieren.

5.3 Aanschaf

Voor de geïnterviewden met honden is de reden van aanschaf van het specifieke ras vrijwel altijd het karakter, meestal in combinatie met het (mooie of aparte) uiterlijk. Ook onder de katteneigenaren werden karakter en uiterlijk als belangrijkste redenen genoemd, hoewel minder prominent dan onder de hondeneigenaren. Een aantal heeft een ras aangeschaft omdat ze al lang gefascineerd waren door dit ras. Voor enkelen was

het ras van ondergeschikt belang. Belangrijker waren dan zaken als karakter, met name gezinshond en lief voor kleine kinderen, of praktische zaken als ‘binnenkat’ of een kat die met honden overweg kan. De exotenhouders begonnen met het houden van ratten, muizen en eekhoorns; vanuit daar breidde hun interesse in een collectie van exoten uit. Voor de meeste geïnterviewden was de aanschaf zeer bewust. Zij hebben zich vooraf goed geïnformeerd en hebben het ras echt gekozen omdat het bij hun karakter en/of persoonlijke situatie past. Sommigen zijn op zoek geweest naar een goede fokker (gezondheid, welzijn, stamboom van het dier), terwijl enkele anderen bewust kozen voor herplaatsingsdieren. Een aantal schafte hun dier pas aan nadat hun situatie (bijvoorbeeld woning) geschikt was.

Sommige geïnterviewden hebben uit medelijden en relatief impulsief een hond in huis gehaald, bijvoorbeeld een verwaarloosd dier dat een nieuwe baas behoefde. Dit waren echter wel mensen die een dergelijke hond wilden en zich goed bewust waren van de behoeften van het dier. Zij die aangaven weleens een dier in een opwelling te hebben aangeschaft, hebben daar allemaal spijt van gekregen.

Twee van de geïnterviewden met exoten houden al tientallen jaren dergelijke dieren. Hun allereerste aanschaf was relatief impulsief maar tegenwoordig kopen ze alleen nog nieuwe soorten als ze zich vooraf goed hebben geïnformeerd over de eigenschappen en behoeften van dat dier. Veel van de soorten die zij houden zijn ook niet zomaar te verkrijgen. Ze schaffen ook alleen soorten aan die ze passende huisvesting kunnen bieden.

5.4 Sociale invloed

De meeste geïnterviewden zijn opgegroeid met dieren, niet zelden met het ras of in elk geval type dier dat ze nu hebben. Een aantal kwam via anderen met het type dier in contact en is zo enthousiast geworden. Opvallend is dat de gezelschapsdieren (inclusief exoten), via verenigingen, shows, contacten op straat en internet bijdragen aan het ontstaan van vriendschappen. De omgeving reageert met name in het geval van de grotere honden wel eens negatief, vooral uit angst. Rasspecifieke gezondheidsproblemen van de dieren lokken geen negatieve reacties uit van omgeving. De geïnterviewden geven aan dat de meeste mensen waarschijnlijk niet eens op de hoogte zijn van dergelijke problemen. In het geval van de exoten veronderstelt de omgeving wel eens dat het houden van deze dieren illegaal is. Houders geven aan deze illusie niet te hoeven verbreken – het is wat hen betreft niet nodig dat allerlei mensen exoten gaan houden.

Vrijwel alle respondenten zijn zich, vooraf en anders vlak na de aanschaf, intensief gaan informeren over de eigenschappen en behoeftes van het eigen dier, en hoe daaraan te voldoen. De meest gebruikte bron is internet waarbij vaak in eerste instantie gezocht wordt via Google, om vervolgens veel gebruik te maken van fora, (ras- en parkdier) verenigingen en Facebook pagina's. Volgens velen is de betrouwbaarheid van informatie zeker bij fora in het geding omdat lang niet alle informatie juist is, en veel gebaseerd is op meningen. De meer specifieke fora (gericht op het ras of exotische zoogdieren) worden wel betrouwbaarder geacht, hoewel filteren van informatie ook hier nog nodig blijft. Meerderen geven aan dat ze om deze reden altijd bewust verschillende internetbronnen raadplegen om antwoorden te vergelijken.

Ook de (ras- en parkdier)verenigingen en fokkers/handelaren worden veel genoemd als gehanteerde bronnen. Het LICG is niet of slechts in beperkte mate bekend. Bij degenen die er wel bekend mee zijn, staat het te boek als een goede en betrouwbare bron. Fokkers worden gezien als degenen die het meeste verstand van de specifieke rassen of soorten hebben. Toch werd verschillende malen gemeld dat veel fokkers slecht op de hoogte zijn van erfelijke afwijkingen, zich bij de keuze van de dieren waarmee ze fokken veelal puur op het uiterlijk richten en wat de praktijk is.

Binnen de Parkdierenvereniging (voor houders van exotische zoogdieren) worden de Duitse huisvestingsrichtlijnen gehanteerd. Twee van de geïnterviewden met exoten werken daarnaast veel met dierentuinen en wisselen ook kennis - en dieren - met hen uit. Er is een sterk netwerk onder liefhebbers van exoten, en men mailt en belt elkaar met vragen en advies. Ook onder honden- en katteneigenaren komt dit regelmatig voor binnen de rasverenigingen. Daarnaast wordt gebruik gemaakt van boeken, andere houders met hetzelfde type dier, gedragsdeskundigen en aanbieders van (puppy- en andere) cursussen. Een kleiner aantal leest bovendien wetenschappelijke artikelen en volgt congressen en cursussen over diergedrag, voeding etc.

De dierenarts wordt vrijwel alleen gebruikt voor medische vragen, en alleen na aanschaf van het dier. Een dierenarts is volgens velen net als een huisarts: die moet van zoveel dingen af weten dat hij geen specialistische kennis heeft. Velen gaan daarom naar een dierenarts die is gespecialiseerd in hun ras c.q. in exoten. Een aantal meldt dat hun dierenarts afkeurend stond tegenover hun ras of soort. Enkeligen geven ook aan dat dierenartsen zich meer richten op commercie dan dierenwelzijn, zowel in de behandelingsprocedure als in het aanraden van voeding. Verschillende geïnterviewden benadrukken dat dierenartsen gespecialiseerd zijn in medische zaken en vaak weinig kennis hebben over zaken als gedrag en omgang met het dier in relatie tot welzijn.

5.5 Evaluatie eigen houden

Geïnterviewden werd gevraagd hun eigen situatie van het houden van hun 'risicovolle' dier te evalueren en hierbij de meevallers en tegenvallers aan te geven. De volgende stellingen werden vaak geuit.

Meevallers:

- Voegen veel waarde toe aan het leven.
- Maken echt deel uit van het gezin.
- Brengen waarden tot uiting: troost, gezelligheid, gevoel van veiligheid (honden), 'aanwezigheid in huis', knuffelen, het verantwoordelijk zijn voor een levend wezen (zingeving), het genieten van het gedrag, ze maken je gelukkiger, ze zorgen voor persoonlijke groei.
- Leveren een grote bijdrage aan het sociale leven, de vriendenkring, van de geïnterviewden.

Tegenvallers:

- De gezondheidsproblemen en bijkomende zorgen en kosten bij raskatten of rashonden, ook als deze van tevoren zijn ingecalculleerd.
- De algemene kosten (los van dierenartskosten) voor bijvoorbeeld voeding en huisvesting.

- De hoeveelheid tijd en energie die de opvoeding van een hond of kat kost.
- De mate van gebondenheid door het hebben van een dier (veel moeilijker weg kunnen).
- De onvoorspelbare werkelijkheid. Ondanks veel kennis en goede voorbereiding valt soms geen grip te krijgen op gedrag van het dier (bijvoorbeeld blaffen en schade aan spullen) en de match qua karakter.
- Verkeerde inschatting van de hoeveelheid dieren die men kan verzorgen of huisvesten.

In het licht van de meevallers en tegenvallers valt in de gesprekken op, hoeveel de geïnterviewden over hebben voor hun dier. Zij nemen de hoge kosten voor lief en gaan niet of nauwelijks op vakantie.

5.6 Conclusies interviews

Een selecte groep van houders van risicovolle honden, katten en exoten is geïnterviewd om meer inzicht te krijgen in de motieven en het gedrag. Hoewel de groep niet representatief is, kunnen uit de verslagen enkele algemene lijnen worden opgetekend.

De geïnterviewde houders hebben een duidelijke welzijnsoriëntatie die gericht is op de soortspecifieke behoefte van het dier in zowel lichamelijk als geestelijk opzicht. In deze welzijnsoriëntatie staat men kritisch tegenover fokkers die het uiterlijk belangrijker vinden dan de gezondheid van het dier. Ten aanzien van hun eigen dier staat het welzijn hoog op de lijst. Dit uit zich bij de fokkers door zich ervan te vergewissen dat het nieuwe baasje goed voor het dier kan zorgen. Bij kopers van gefokte dieren blijkt de welzijnsoriëntatie uit de zorgzaamheid waarmee men gezondheidsrisico's accepteert. Vaak wordt het persoonlijk leven aangepast aan de behoefte van het dier. De meeste respondenten zijn zich duidelijk bewust van aspecten die aan de aanschaf van het (risicovolle) dier kleven.

De reden voor het aanschaffen van een rasdier of exoot heeft duidelijk affectieve gronden. De geïnterviewde houders van 'risicovolle' dieren zijn doorgaans opgegroeid in een omgeving met dat type dier. Daarnaast zijn de houders bovengemiddeld in dierkennis en zorghouding. Men zoekt bewust en kritisch naar informatie, waarbij internet de hoofdbron is. Het raadplegen van andere expert-houders is ook een belangrijk medium. Het LICG is niet goed bekend en dierenartsen worden alleen geraadpleegd bij duidelijke gezondheidsproblemen.

Over het algemeen is men bewust van de meevallers en tegenvallers van het houden van een 'risicovolle' dier (zo niet vooraf, dan toch snel na aanschaf). Men is bereid daar veel voor te geven, wat ook blijkt uit het feit dat de meeste respondenten aangeven dat ze in de toekomst weer dezelfde keuze voor dit type dier zouden maken.



6 Workshop

De workshop is gehouden met de opdrachtgever, onderzoekpartners en enkele experts om de eerste resultaten van het onderzoek te bespreken en de daaruit voortvloeiende richting van het beleidsadvies te bepalen³⁴. De doelstellingen waren:

1. Nagaan hoe de resultaten uit het kwantitatieve en kwalitatieve onderzoek matchen met de ervaring uit de praktijk van experts.
2. Inzicht verkrijgen in welk effectief communicatiebeleid op basis van de data en de reflectie kan worden opgesteld.

Tijdens de workshop werden de resultaten gepresenteerd alsmede een aanzet tot een nieuw communicatiebeleid gegeven, beide als opmaat voor reflectie.

6.1 Reflectie op resultaten enquête

Uit de workshop kwamen veel vragen naar voren met betrekking tot de representativiteit van het onderzoek: kunnen uitkomsten wel gegeneraliseerd worden? Onderzoekers en workshopdeelnemers zitten hier op een lijn: de resultaten kunnen niet geëxtrapoleerd worden naar de samenleving. De online-enquête filtert al de actieve van de meer terughoudende en afwachtende dierhouders. Hierdoor zijn bepaalde type houders meer vertegenwoordigd dan andere.

Bij toekomstig onderzoek moet de vraag meer gericht zijn op 'hoe bereik je mensen die niet uit zichzelf meedoen met enquêtes?' Wellicht zijn juist de mensen die zich niet zomaar 'laten bereiken' de meest interessante groep. Een vermoeden is dat zogenaamde 'impuls-aanschaffers' en zij die ondeskundig omgaan met dieren ook tot deze groep horen omdat ze in het onderzoek niet zichtbaar zijn terwijl ze wel bestaan.

34 07-02-2013 Boerderij Breevoort, Hoogland (Amersfoort): aanwezig Alex Ploeg (Dibevo), Alide Vergossen (EZ), Chantal Steuten (WUR), Corina Haverlag (LICG), Ed Gubbels (PVH), Eva Schippers (AAP), Marko Ruis (WUR), Marjolein van Dieren, Hans Hopster, Vincent Pompe, Vincent Neddermeijer (allen VHL)

Speciale aandacht moet ook besteed worden aan houders die bewust een risicodier aanschaffen. Zeker als zij na praktijkervaring besluiten tot heraanstaf. In het onderzoek valt op dat ten aanzien van heraanstaf geen verschil te zien is tussen risicodieren en non-risicodieren. Dit is een interessant verschijnsel en roept vragen op als:

- is het baasje zich niet bewust van de problematiek?
- manifesteert de problematiek zich wel?
- is het een kwestie van 'oogkleppen op', het niet willen zien?
- of neemt men de problematiek voor lief, omdat men 'verliefd is geworden op het ras'?

De laatste vraag blijkt uit de interviews het geval te zijn. Kennelijk weegt de emotionele verbondenheid met het ras en de subjectieve invulling van welzijn van het dier zwaarder dan wat vanuit veterinaire of gedragskundig oordeel in het belang van het dier gewenst is.

6.2 Invulling nieuw communicatiebeleid

In een korte presentatie werden enkele ideeën voor communicatiebeleid gelanceerd. Een daarvan is het stimuleren van een maatschappelijke discussie over de waarden die we met gezelschapsdieren moeten behartigen en mogen realiseren en welke gezondheid- en welzijnsrisico's we daarbij moeten vermijden en kunnen accepteren. Daarnaast is stilgestaan bij het fenomeen netwerk en in het bijzonder bij termen als samenhang en kennisinnovatie welke in de literatuur benoemd worden als 'bonding' en 'bridging'. Het verbinden van individuen en bruggen tussen instanties/groepen kunnen de basis vormen van een nieuw communicatiebeleid.

Ten aanzien van waarden en risico's werd tijdens de workshop ingebracht dat 'lijden' en 'welzijn' lastige begrippen zijn om te definiëren en toe te passen. Dit vanwege vragen als:

- Wanneer kan men spreken van een risicodieren?
- Hoe ervaar je ellende van een gezelschapsdier?
- Is dit het lijden van het dier?
- Hoe neem je dit waar (helemaal als 'gemiddelde' huisdierbezitter)?
- Hoe beoordeel je de mate waarin een diergroep als geheel lijdt en een risicogroep vormt?

Met betrekking tot nieuwe communicatie werd gesteld dat een goed beleid niet uitgevoerd wordt met een enkel instrument maar dat meerdere instrumenten tegelijk moet worden ingezet (cross-mediaal). Dit betekent dat publiekscampagnes, individuele benadering van de houders en benadering van de sociale omgeving gecombineerd het effect moet leveren. Wettelijke maatregelen hebben minder prioriteit dan andere instrumenten en handhaving is praktisch lastig en kost veel. Hierbij werd de opmerking geplaatst dat zonder wettelijk kader gewenst gedrag te vrijblijvend is. Er werd ook geconstateerd dat er geen marktwerking is richting gezonde dieren, in de zin dat gezondheid- en welzijns garanties deel uitmaken van 'productkwaliteit'. Dit laatste is het onderzoeken waard omdat 'welzijn' ook kostenbesparend of winstgevend kan zijn.

6.3 Conclusies workshop

Uit de workshop blijkt een consensus over het doel, namelijk het terugdringen van welzijnsproblemen bij gezelschapsdieren, en over het belang van emoties bij aanschaf. Het inzicht dat communiceren met de houders een zeer lastige taak is, wordt in de workshop bevestigd. Communicatie moet cross-mediaal en diersoort gericht zijn.



7 Vernieuwde communicatie over het risicodier

7.1 Feiten en beperkingen in communicatie

De doelstelling van dit onderzoek is inzicht verschaffen in de beweegredenen voor en overwegingen ten aanzien van het houden van gezelschapsdieren. Dieren voorzien in de menselijke behoefte aan structuur, affectie, fascinatie, prestaties en sociale cohesie. Dit inzicht moet leiden tot een beter preventiebeleid ten aanzien van gezondheid- en welzijnrisico's voor gezelschapsdieren. Het kwantitatief en kwalitatief onderzoek laat resultaten zien die weliswaar enkele bestaande opvattingen bevestigen maar eveneens nieuwe impulsen kunnen geven aan het communicatiebeleid.

Waarnemingen uit de online enquête

- Houders van gezelschapsdieren zijn met een online enquête over aankoopmotieven moeilijk te bereiken. Van het potentiële bereik van houders deed minder dan 1% mee aan het onderzoek.
- De enquête via de gekozen internetkanalen blijkt niet representatief
- Het modus type respondent is een vrouw van middelbare leeftijd met een mbo/hbo opleiding, samenwonend met uitwonende kinderen, die overwegend voor een hond en in mindere mate voor een kat de vragenlijst heeft ingevuld.
- Representativiteit speelt in de vergelijking tussen houders van 'risicovolle' dieren en houders van 'risicoarme' dieren een ondergeschikte rol.
- Uit dit online houdersonderzoek blijkt verder dat:
 - de aanschaf met name plaatsvindt tussen particulieren (fokkers, kennissen) onderling, deels via internet;
 - zij zich bij aanschaf redelijk bewust zijn van de diverse aankoopaspecten;
 - aankoopmotieven vooral zijn gerelateerd aan affectie, interesse en identiteit;
 - welzijn van het dier volgens eigen zeggen veel aandacht krijgt;
 - zij naar hun eigen oordeel erg succesvol zijn bij het houden van hun dier;
 - bijna 95% van de houders van 'risicovolle' dieren aangeeft dit dier – ondanks zich bewust te zijn van de risico's - opnieuw te willen aanschaffen;
 - meer dan 75% van de houders van 'risicovolle' dieren aangeeft het 'risicovolle' dier desgevraagd ook aan anderen aan te willen bevelen;

- de aanbeveling die ‘risicovolle’ dieren en ‘risicoarme’ dieren van hun houders krijgen, niet verschilt.

Waarnemingen uit de interviews met houders van risicovolle dieren

- Men is zich bewust van de risico's en gebreken; de aanschaf is weldoordacht.
- Motivatie voor aanschaf: karakter en uiterlijk van het ras, fascinatie voor het ras.
- Men accepteert/calculeert de gebreken, hoge kosten in.
- ('Risicovolle')dieren voegen veel waarde toe aan het leven van de houder.
- Men geeft aan het welzijn van het dier hoog in het vaandel te hebben.
- Men zou hetzelfde 'risicovolle' dier ook in de toekomst willen hebben.
- Men is zeer kritisch op het handelen van de ander, in het bijzonder op het niet-handelen van de overheid.
- Informatiebronnen: internet veruit belangrijkste, ook rasverenigingen, fokkers, andere eigenaren.
- Dier heeft een grote invloed op sociale omgeving (nieuwe vriendschappen na aanschaf).

De bevindingen van het onderzoek sluiten in grote lijnen aan bij de visie van het de Raad voor Dierenaangelegenheden (RDA) aangaande de gedeelde zorg rondom het probleem gezelschapsdieren³⁵. Het onderzoek bevestigt in zekere mate het beeld van de RDA dat het welzijn van gezelschapsdieren doorgaans goed gewaarborgd wordt. De kanttekening die de RDA hierbij maakt, dat gebrek aan kennis en juiste houding de oorzaken zijn van vele problemen, wordt weliswaar in dit onderzoek niet bevestigd maar ook niet ontkracht, omdat alleen subjectieve oordelen over het welzijn van het dier zijn gemeten. Wel bevestigt het onderzoek de opvatting van de RDA dat gevoelens vaak dominant zijn in de keuze voor een bepaald ras of diersoort.

Voor de start van het onderzoek was bekend dat de houders van risicovolle dieren moeilijk te benaderen zijn. Om eigenaren met probleem dieren toch te prikkelen voor deelname aan het onderzoek is de focus verruimd naar de 'houders van gezelschapsdieren' in het algemeen. Die houders zijn via verschillende kanalen benaderd. Uit de feitelijke internet respons in relatie tot het potentiële bereik vanuit de kanalen en het communicatieprofiel van de houder (eigengereid), blijkt dat een groot deel van de houders moeilijk te bereiken is. Uniek is deze constatering niet, daar een soortgelijk onderzoek in Australië hetzelfde beeld laat zien³⁶.

Uit de resultaten kunnen ook enkele overwegingen gehaald worden die van belang zijn bij het evalueren van het bestaande communicatiebeleid en het opstellen van een aangepaste strategie³⁷. In het licht van het onderzoek kunnen daarom enkele stellingen worden geponeerd.

35 Raad van Dierenaangelegenheden. 2006. Gedeelde zorg – Actieplan

36 Vanessa I. Rohlff, Pauleen C. Bennett, Samia Toukhsati and Grahame Coleman, 2010. Why Do Even Committed Dog Owners Fail to Comply with Some Responsible Ownership Practices? *ANTHROZOOS*. Vol 23/ 2

37 Zie: Noelle Aarts, Cees van Woerkum, 2010. *Strategische communicatie: principes en toepassingen*, Van Gorcum. Charles U. Larson. 2012. *Persuasion: Reception and Responsibility*. Wadsworth Publishing. B. Pol en C. Swankhuisen, 2006, Nieuwe aanpak in overheidscommunicatie, Coutinho

Directe communicatie (vanuit de overheid) naar de houder is beperkt effectief.

Dit geldt in het algemeen, maar in het bijzonder als het gericht is op de houder van 'risicovolle' dieren die zich bewust is van de voor- en nadelen. De houder is namelijk vaak overtuigd van de juistheid van zijn overwogen beslissing en zal de mening van de overheid slechts in beperkte mate toelaten. Dit neemt niet weg dat voor de 'naïeve' koper algemene overheidscommunicatie (postbus 51), zoals "kopen met het koppie" nodig is en dat dit deels effectief zal zijn in het onder de aandacht brengen van het probleem. Daar het bieden van handelingsperspectieven noodzakelijk is voor het vergroten van het effect moet in de communicatie naar de houders het onderscheid gelden 'voor beginners' en 'voor gevorderden'.

Bepalen van de 'boodschap' is lastig

Van boodschappen als bijvoorbeeld "wees je bewust van de afweging" en "keuzevrijheid schept verantwoordelijkheid" kan verwacht worden dat ze een lage impact hebben, omdat de 'onderzochte' houder aangeeft bewust en verantwoordelijk te zijn. Men wil wellicht wel luisteren maar niet naar iedere boodschap. Daarnaast is de problematiek sterk dier- en kanaal-gerelateerd. We hebben hier dus met verschillende doelgroepen te maken. Houden van honden vraagt om een andere boodschap dan houden van cavia's, en fokkers moeten anders en via andere kanalen benaderd worden dan klanten in een winkel.

Communicatie moet meer gevoel- dan kennisgericht zijn

Houders geven aan dat ondanks gezondheidsrisico's zij toch voor hetzelfde dier blijven kiezen. Mensgerichte waarden, als schoonheid en gezelligheid, wegen dan doorgaans zwaarder dan dierwaarden als natuurlijkheid, gezondheid en levensverwachting. Kennis (cognitie) speelt hierbij een ondergeschikte rol in relatie tot gevoel (affectie).

Focus meer op de sociale omgeving

Mensen beïnvloeden met argumenten werkt alleen wanneer die mensen zowel gemotiveerd als in staat zijn om de boodschap te verwerken. De houder van het dier is vaak moeilijk te bereiken of toont zich deels niet ontvankelijk voor de argumenten die het welzijn van het dier promoten. Hierdoor verliest de zogenaamde 'directe route' van communicatie, die zich richt op het individu, zijn effectiviteit. De houder kan wél indirect beïnvloed worden door de sociale omgeving gevoelig te maken voor de welzijnsproblemen van het dier. Deze route kan een dominantere rol spelen in communicatiebeleid.

De stellingen geven weer dat de uitdaging van communicatie is om aan te sluiten bij de persoonlijke leefwereld van de ontvanger. Het probleem hierbij is dat de leefwerelden divers en complex zijn.

7.2 Gedrag en verandering

"Alles begint bij de houder van het dier" is de instelling van de overheid, maar de wetgever kijkt wel mee³⁸. Maar verantwoordelijkheid is een complex begrip dat niet alleen verwijst naar het *subject* (dierhouder) en het *object* (dier). Bij het houden van

38 Ministerie LNV: nota Dier 2007 en Ministerie EL&I, nota Dierenwelzijn en Diergezondheid, 2011

dieren behoort ook een *instantie* te zijn waartegen verantwoording kan worden afgelegd en standaarden waarmee 'goed' en 'slecht' kunnen worden vastgesteld. Er moeten ook *consequenties* zijn als standaarden niet gehaald worden. Verantwoordelijkheid is dan ook iets dat in de wet beschreven en gereguleerd kan worden.

Nu ligt wetgeving rondom het houden van gezelschapsdieren politiek gevoelig en de handhaving is lastig. Gedragsveranderingen kunnen doorgaans beter tot stand worden gebracht doordat mensen zelf inzichten ontdekken en daardoor intrinsiek gemotiveerd raken. Dat ontdekken van inzicht blijkt in de praktijk niet eenvoudig te zijn. Een van de meest opvallende resultaten uit het onderzoek is dat houders van 'risicovolle' dieren willens en wetens hun keuze maken en daarbij bovendien aangeven dat zij ondanks de erfelijke aandoeningen vrijwel allemaal opnieuw voor dit ras zouden kiezen. Driekwart van de onderzochte houders van 'risicovolle' dieren zou het dier desgevraagd ook aan anderen aanbevelen. Dit ondanks dat zij tegelijkertijd aangeven het welzijn van dieren hoog in hun vaandel te hebben. Dit fenomeen bevestigt hetgeen al eerder in tv-reportages over problemen bij rashonden naar voren werd gebracht.

Houders van 'risicovolle' dieren hebben kennelijk het vermogen om tegenstrijdigheden met elkaar te verenigen en waardenconflicten uit de weg te gaan. Dit verschijnsel staat in verband met het fenomeen *cognitieve dissonantie*. Bij dit verschijnsel wordt een inconsistentie als niet prettig ervaren en wordt daardoor tot gedrag aangezet om die innerlijke spanning op te heffen. Dit kan door de dissonantie te reduceren, men heft dan de onverenigbaarheid op, of door de consonantie te versterken, wat inhoudt dat eigen rust wordt bewaard en beschermd tegen kwalijke invloeden (zie tabel 7.1 voor een overzicht).

Tabel 7.1 Remedies tegen cognitieve dissonantie (naar Larson 2012).

Reductie van cognitieve dissonantie	Versterken cognitieve consonantie
Devalueer eigen opvatting en verander van gedrag <i>ik heb het verkeerd en ga het anders doen</i>	Revalueer eigen opvatting en maak ze sterker <i>ik heb echt gelijk</i>
Devalueer de verstorende informatie: <i>de overheid zegt dat nu wel, maar ze bedoelt...</i>	Revalueer de informatiebron door het meer credit te geven dan het toekomt <i>dit blad (deze site) is echt goed</i>
Selectieve perceptie van informatie : <i>het geldt voor 80% van de bulldogs, dus voor 20% niet</i>	Percipieer informatie sterker dan die is <i>ik vind fokker echt overtuigend</i>
Proberen de verstorende informatie te vergeten: <i>ik ga door met waarmee ik bezig was</i>	Selecteer het positieve deel van de informatie en onderstreep deze <i>In vele gevallen zijn er geen problemen</i>
Wegrationaliseren van het probleem: <i>binnenkort vindt men wel een oplossing</i>	Zoek meer ondersteunde informatie <i>Even googlen</i>
Verminderen van het onwenselijke gedrag: <i>ik fok nog maar 1 keer per 3 jaar</i>	

In interviews kwamen verschillende typen argumenten naar voren. Veel houders laten zien dat zij hun eigen wereld controleren. Het veranderen van gedrag vraagt dan ook om een communicatiebeleid dat breed, specifiek en aanhoudend moet zijn. Hiervoor

moeten drie basisinstrumenten tegelijk worden ingezet om maximaal effect richting gedragsverandering te kunnen bewerkstellen: 1) het zenden van een boodschap, 2) het aanbieden van informatie en 3) interactie aangaan voor uitwisseling van kennis en ervaring³⁹.

7.3 Communicatie-instrumenten

Het is noodzakelijk om mensen via verschillende kanalen en op verschillende manieren te betrekken. Hiervoor zijn de volgende uitgangspunten van groot belang:

- Mensen beslissen te allen tijde zelf of ze op zoek gaan naar informatie, of aangeboden informatie tot zich nemen, om daar vervolgens iets mee te doen.
- Mensen organiseren zichzelf in netwerken om problemen op te lossen.
- Mensen moeten een duwtje in een bepaalde richting krijgen in de hoop dat ze vervolgens zelf in actie komen.
- Mensen hebben een handelingsperspectief nodig aangaande hoe ze bepaalde problemen waar ze tegenaan lopen kunnen oplossen.

Gedifferentieerde voorlichting

Het zenden en aanbieden vormen de basis voor respectievelijk actieve en passieve voorlichting. Voorlichting in relatie tot gedragsverandering is een ambivalente taak omdat het enerzijds noodzakelijk is maar anderzijds beperkt effect heeft. Zenden van een kritische boodschap en aanbieden van kennis dienen dan ook 'op maat' te zijn. In hoofdstuk 4 laat een factoranalyse zien dat de persoonlijkheid van de houder getypeerd kan worden met vier profielen. De 'eigengereide' die de dingen zelf wil doen en niet graag ziet dat anderen zich ermee bemoeien. De 'afwachtende' die een tekort heeft aan besluitvaardigheid en daadkracht en daarom een duwtje in de rug nodig heeft om met nieuwe ontwikkelingen mee te doen. De 'scepticus' die weliswaar open staat voor informatie, maar overtuigd wil worden met bewijzen. En, de 'proactieve' dierhouders die graag als eerste met nieuwe ontwikkelingen aan de slag gaan en dat graag in nauwe interactie met anderen doet. Deze profielen hebben invloed op de wijze waarop dierhouders met voorlichting kunnen worden bereikt. Informatie op interactieve websites prikkelt vooral de proactieve, terwijl de afwachtende meer door persoonlijke interactie te bereiken is. De scepticus heeft juist meerdere bronnen nodig om een oordeel te vormen en de eigengereide eigenaar is te bereiken met specialistische informatie⁴⁰.

Op de informatiesites wordt al gedifferentieerd op dier en (gezondheids)probleem. Vernieuwend in het beleid zou zijn om, naast de aandacht voor het dier, meer nadruk te leggen op de houder, op diens persoonlijke profiel met betrekking tot informatieverwerking, en in het bijzonder op het onderscheid tussen beginnende en gevorderde houders en het onderscheid tussen het individu en zijn of haar sociale omgeving.

39 C. van Woerkum, 'Gezelschapsdieren: zijn wij het goede gezelschap voor dieren?' In: Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, 2004 Verslag van de Werkconferentie welzijn gezelschapsdieren, Delft.. Zie ook: Woerkum, C.M.J. van (2000). Communicatie en interactieve beleidsvorming. Alphen aan den Rijn, Samson.

40 Jansen J. et.al 2010. Debunking the myth of the hard-to-reach farmer: Effective communication on udder health. *Journal of Dairy Science* Vol. 93 No. 3

De verschillen tussen beginnende en gevorderde dierhouders rechtvaardigen een beleidsdifferentiatie. Uitgangspunt hierbij is de aanname dat beginnende houders doorgaans nog op ontdekking zijn en daardoor plooibaar in hun keuzes. Het begrip *vervanging* kan hierbij een rol spelen. Zij zijn gebaat bij informatie over alternatieven waarmee gezochte waarden als bijvoorbeeld gezelschap en veiligheid ook kunnen worden gerealiseerd. Vervanging is het bieden van handelingsperspectieven die gericht zijn op iets anders dan dieren of binnen de dierverzameling op andere soorten of andere rassen. Speciale aandacht verdient bij beginners de zogenaamde impulsaankoop. Naast presentatie van alternatieven kan middels het introduceren van bedenkijd worden ingespeeld op de aandrang van het ogenblik.

Bij gevorderden is de plooibaarheid geringer omdat het gedrag doorgaans meer ingebed is. Gevorderden zijn doorgaans behoudender en staan daarom gereserveerder tegenover veranderingen. Voorlichting moet dan ook niet zozeer gericht zijn op vervanging maar meer op *verfijning* omdat verandering hierbij minder radicaal is en meestal stapsgewijs gaat. Met verfijning wordt bedoeld dat handelingsperspectieven worden aangeboden waarmee de houder zijn gedrag kan aanpassen ten voordele van het welzijn van het dier. Dit kan door openheid te vragen voor betere huisvesting en voeding. Maar ook dat men binnen het favoriete ras minder zuiverheid accepteert.

Voorlichting over het eigen gedrag en de alternatieven moet niet alleen gericht zijn op de houder als individu maar ook op de sociale omgeving van de houder. De sociale omgeving is in het zenden en aanbieden nog onvoldoende zichtbaar (als die er überhaupt is). Voorlichting richting de sociale omgeving moet als doel hebben niet-houders te betrekken bij de discussie over wat goed houderschap is en in het bijzonder bij het bepalen welke rassen in welke gezondheidscondities maatschappelijk acceptabel zijn. De sociale omgeving kan aan de houder haar mening geven, vragen stellen en normen poneren.

Tabel 7.2 Differentiatie in voorlichting

	Houder	
	Beginners	Gevorderden
Dierhouder (psychologie)	Plooibaarheid en Vervanging	Behoudendheid en Verfijning
Sociale omgeving	Goed houderschap	Acceptabele rassen

Gedifferentieerd zenden en aanbieden zullen de effectiviteit van de communicatie bevorderen. Het bereik en de intensiteit van de voorlichting zullen worden vergroot als verschillende kanalen dezelfde boodschap verkondigen en elkaar faciliteren. Daarnaast kunnen bestaande mediatechnieken intensiever worden benut voor voorlichting over risicovolle dieren. Enkele concrete suggesties zijn:

- De sites van LICG, DWW, PVH, Raad van Beheer kunnen voor de bezoeker zichtbaarder aan elkaar gelinkt worden.
- Combineer Postbus 51-achtige campagnes met concrete handelingsmogelijkheden om zodanig met hun dieren om te gaan dat dier en mens daar geen last van hebben.
- Veelbekeken tv-programma's als soaps en talkshows kunnen een rol krijgen in het bespreekbaar maken van gezondheids- en welzijnsproblemen bij dieren.

- Het via internet op zoek zijn naar informatie over gezelschapsdieren, gericht op de aanschaf daarvan, kan slim gekoppeld worden aan content (voorlichting) aangaande het aanschaffen, houden en verzorgen van het dier (voordelen en risico's).
- Gebruik verhalen in de juiste toon in plaats van droge informatie.

Het voordeel van het gebruik van tv-programma's en zoekmachines is dat direct gekoppeld kan worden aan het profiel van de houder (bijv. motieven, type, leeftijd, geslacht en opleiding).

Interactie binnen sociale netwerken

Naast voorlichting is het van groot belang dat houders zelf met elkaar in discussie gaan om verantwoordelijkheid voor het welzijn van het dier te definiëren en toe te passen. Zo'n discussie moet dan niet beperkt blijven tot de groep zelf maar ook en juist aangegaan worden met niet-houders vanuit de directe sociale omgeving en professionals, zoals dierenartsen en fokkers. Hiervoor kan interactie als communicatie-instrument worden aangemoedigd.

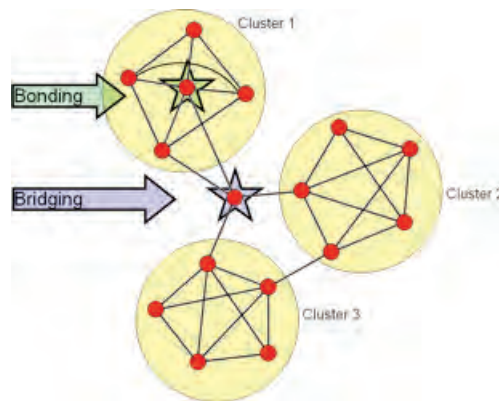
In de praktijk van de gezelschapsdieren komen al in verschillende vormen van interactie voor. De interviews laten zien dat vele houders een netwerk hebben voor het uitwisselen van kennis en ervaring. Er zijn vele dierverenigingen en een overkoepelend orgaan als het Platform Verantwoord Huisdierbezit (PHV) dat met een achterban van meer dan 300.000 georganiseerde gezelschapsdierenhouders 90% van het aantal georganiseerde huisdierenbezitters vertegenwoordigt. De range van interactie varieert van een eenvoudige nieuwsbrief en een jaarlijkse bijeenkomst tot professionele websites en internetfora. Van dat laatste zijn de site van de Nederlandse Labrador Vereniging en fora als honden- en kattenplaza goede voorbeelden⁴¹. Vrijwel alle verenigingen proberen, naast voorlichting, op interactieve wijze liefhebbers bij elkaar te brengen om de gezondheid en het welzijn van het ras te bevorderen. Echter, vanuit een wetenschappelijk perspectief is niet goed inzichtelijk hoe het gesteld is met de kwaliteit en het effect van de interactieve communicatie vanuit de verenigingen die interactie stimuleren.

Een nieuw interactiebeleid kan de wisselwerking tussen leden, niet-leden en professionals belangrijker maken in het beheersen van de aanschaf en het houden van risicovolle dieren. Dit kan middels sociale netwerk concepten als *bonding en bridging*⁴². Bij *bonding* richt men zich op een netwerk dat naar *binnen* is gericht en waarbij mensen gelijke opvattingen kunnen delen en koesteren, zoals in een rasvereniging of liefhebbersclub. *Bonding* heeft de functie om (exclusieve) identiteiten te versterken, zoals (beroeps)rollen, sociale status, materiële en symbolische interesses, normen en politieke visie. Daarnaast bewerkstelligt het de homogeniteit door specifieke wederkerigheid te stimuleren en solidariteit te mobiliseren. *Bridging*, aan de andere kant,

41 www.nlv.nu; www.hondenplaza.nl www.kattenplaza.nl

42 De termen *bridging* en *bonding* zijn door Robert Putnam in 2000 vormgegeven in zijn boek *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York, NY: Simon and Schuster. Inmiddels is er veel literatuur over dit onderwerp zie o.a. De Souza Briggs, X. (2003). *Bridging Networks, Social Capital, and Racial Segregation in America*. Faculty Research Working Papers. John. F. Kennedy School of Government, Harvard University. Theall, Katherine P. et. al. 2009. Social capital and the neighborhood alcohol environment. *Health and Place*, Volume 15, issue 1 (March, 2009), p. 323-332. Douglas D. Perkins, Joseph Hughey & Paul W. Speer. 2002. Community Psychology Perspectives on Social Capital Theory and Community Development Practice, *Community Development Society*. Journal, 33:1, 33-52

verwijst naar een netwerk dat naar *buiten* gericht is. De nadrukkelijke intentie hierbij is om connecties te leggen tussen verschillende (cultureel, sociaal, moreel) mensen met als functie – zoals de naam als aanduidt – het slaan van bruggen over de diverse sociale scheidslijnen, zoals rasverenigingen, beroepsgroepen, opleidingen enz.. Het doel van verbinding is niet het homogeniseren van verschillen, maar juist heterogeniteit te stimuleren. Waar bonding staat voor behoud van wat men dierbaar is, staat bridging voor verandering en vooruitgang. Uitgangspunt van een nieuw interactiebeleid moet zijn dat *zowel* bonding als bridging gestimuleerd moeten worden. Met name voorlopers die gewenst gedrag vertonen en ambassadeurs van nieuwe inzichten spelen hierbij een belangrijke rol.



Figuur 7.1 Bonding and Bridging (bron sciencedirect.com)

Versterken van sociale netwerken, zowel intern als extern gericht, is een beleid dat leidt tot meer grip op de problematiek van het risicovolle dier. Netwerk als basis voor interactie kan het uitwisselen van kennis over verantwoord beheer van ras, gezondheid en welzijn verbeteren. Bonding kan de discussie stimuleren over schadelijke raskenmerken en de mogelijkheden om vanuit de vereniging te werken aan oplossingen. Ook kunnen praktijkervaringen en (nieuwe) kennis uit de genetica en diergeneeskunde worden gedeeld. Vanuit de 'common ground' die zo ontstaat kunnen standaarden makkelijker worden opgesteld en kunnen leden sneller worden aangezet tot adequaat gedrag. Bonding kan zelfs de basis zijn voor transparantie van praktijken binnen de groep en voor een instantie voor (interne) sociale verantwoording. Bij bridging gaat het om een dialoog over erfelijke gebreken tussen fokkers, eigenaren, ngo's en dierenartsen. Door 'bruggen' te slaan naar andere inzichten en ervaringen buiten de groep, kan de eigen groepspraktijk nieuwe inzichten toepassen en daardoor eerder tot verandering komen. Bridging kan juist in de complexe wereld van gezelschapsdieren een rol spelen in het aanzetten tot nadenken over vervanging en verfijning. Daarnaast is bridging ook de basis voor de dialoog met de samenleving over welke rasstandaarden en welzijnsrisico's acceptabel zijn.

Nieuwe sociale netwerken voor eigenaren van huisdieren en het verbeteren van bestaande kunnen aan de hand van concepten als bonding en bridging gestimuleerd worden. Het succes van netwerken wordt mede bepaald door zijn structurele en cognitieve eigenschappen. Bij het structurele gaat het om de organisatie ofwel het institutionele aspect van de interactie, terwijl bij het cognitieve de nadruk ligt op hoe de interactie beleefd wordt, dus de psychologie en het gedrag. Structurele en cognitieve aspecten van een netwerk moeten een zodanige kwaliteit hebben dat deelnemers daar voordelen in zien.

Zo is een structurele voorwaarde voor bonding, dat een sociaal netwerk uitnodigt tot lidmaatschap. Een website als die van de Nederlandse Labrador Vereniging is daar een goed voorbeeld van. Naast een site met informatie kunnen sociale media worden uitgebreid met bestaande middelen als weblogs, fora, en netwerken als Hyves, Facebook, LinkedIn, Twitter en Google+. Deze structuren, al dan niet gecombineerd, kunnen de interactie en dialoog tussen de gebruikers verbeteren en daarmee bijdragen aan homogeniteit. Het cognitieve aspect, van het aangaan van een band met anderen, is gebaseerd op vertrouwen en gemeenschapszin. Daarnaast zijn materiële aspecten als het efficiënter regelen van zaken en de mogelijkheid voor ondersteuning ook belangrijke redenen voor participatie. Hierbij valt te denken aan uitgifte van een gezondheidscertificaat waardoor met dieren gefokt mag worden of waardoor nakomelingen in een stamboek kunnen worden ingeschreven. Ook kan het opzetten van een meldpunt voor gezondheidsproblemen en overlijden een materieel aspect voor de rasvereniging zijn, omdat men daarmee betrouwbaar inzicht krijgt in de gezond- en welzijnssituatie van het ras. De bonding kan zelfs uitmonden in een organisatie die, zoals bij een gilde, een bepaalde kwaliteit uitstraalt en een symbool vormt van de vereniging. Daarnaast kan de houder in het algemeen meer voorgelicht worden over het fenomeen cognitieve dissonantie en de gebruikelijke coping mechanismes, waardoor er een groter besef ontstaat van het eigen gedrag. Deze insteek wordt al toegepast binnen gezondheidsthema's als roken en overgewicht.

Tabel 7.3 Overzicht bonding and bridging met suggesties.

Bonding		Bridging	
Doel	Stimuleren van homogeniteit Bespreekbaar maken van issues Aanzetten tot adequaat gedrag Begeleiden in de zorg voor dieren	Geen bonding zonder bridging	Stimuleren van heterogeniteit Aanzetten tot nadenken Feiten en waardendiscussie Innovatie van de bestaande praktijk
Structurele stimuli	Opzetten/uitbreiden sociaal netwerk		Opzetten/uitbreiden van toegang tot bronnen, middelen voor innovatie, vergroten van de impact.
	<i>Positie rasverenigingen belangrijker maken en vanuit kennisinstellingen ondersteunen</i> <i>Stimuleren discussie op fora</i>		<i>Uitbreiding kennis/kundigheid overkoepelde organisatie als PVH, RvB. belangrijker maken in dialoog</i> <i>Participatie organisaties als DWW en LICG op de fora</i>
Cognitieve stimuli	Promoten voordelen, vertrouwen, gemeenschapszin en materiele efficiëntie en ondersteuning		Zorgen voor gevoel van participatie en betrokkenheid bij beslissingen
	<i>Gildevorming</i> <i>Definiëren en uitdragen van welzijns-kwaliteit</i> <i>Certificatie</i>		<i>Verenigingen herkenbaar betrekken bij beleid.</i> <i>Oprichten van 'werkplaatsen' voor interactie</i>

Het bridgen, ofwel het zoeken naar de ander of het andere, kan gestimuleerd worden door de voordelen daarvan duidelijk te maken. Zo kan op het structurele vlak toegang verleend worden tot bepaalde bronnen. Meer mogelijkheden kunnen gegeven worden voor innovatie en voor het vergroten van de impact van het eigen handelen. Met bridgen kan de interactie met andere instituten verbeterd worden, waardoor men meer of snellere toegang krijgt tot kennis en deskundigheid of dat er een groter platform ontstaat (linken) voor het uitdragen van eigen beginselen. Via bridging kunnen eigenaren en deskundigen samen zinvolle apps ontwikkelen met heldere en haalbare tips en handelingsperspectieven voor het houden van verschillende dieren.

Discussies binnen de bonding worden door het bridgen gevoed met nieuwe ideeën en theorieën waardoor er extra leermomenten ontstaan. Een voorbeeld is dat professionele, diergerichte organisaties en kennisinstellingen actief deelnemen in discussies op internetfora waar houders van dieren met elkaar contact hebben over de gezondheid en het welzijn van dieren. Bridging is meedoen in het sociale netwerk van andere gemeenschappen. Daarnaast kunnen organisaties elkaar versterken, zoals dat bij allianties het geval is. Zo kan bonding voor de overheid een voorwaarde zijn om een gemeenschap beleid aangaande het houden van gezelschapsdieren mee te laten bepalen. Bridgen zou kunnen betekenen meewerken aan onderzoek naar schadelijke raskenmerken en erfelijke gebreken, zoals bij de Labrador Retriever en de Perzische kat gewenst wordt⁴³. Voor de overheid is 'Meet de fokkers'!, dat wil zeggen in gesprek gaan met fokkers en rasverenigingen een belangrijke brugactiviteit om daarmee de bron voor verandering en zelfregulatie verder te activeren. Deze activiteit zou sterker kunnen worden aangezet.

Het cognitieve aspect van bridging is ook hier essentieel. Het is belangrijk dat er bij het bridgen een duidelijk gevoel is van participatie en betrokkenheid.

Zonder dat gevoel kan er geen sprake zijn van een wederkerige activiteit, waar bridgen wel om vraagt. Het gevaar van bonding is afsplitsing of isolatie van de ander. Het verenigen kan leiden tot een eiland van eensgezinden in een heterogene samenleving. Dit zou vanuit communicatief oogpunt een slechte ontwikkeling zijn en de weg naar beter dierenwelzijn afsluiten. Bonding moet dan ook niet zonder bridging. Het moet zelfs beschouwd worden als een opmaat voor bridging.

7.4 Conclusies en aanbevelingen

Communicatiestrategieën als zenden, aanbieden en interactie worden in verenigingen, ngo's en overheid al op vele manieren toegepast. Voor een beter effect moeten die instrumenten integraal worden ingezet omdat ze elkaar versterken. Ze kunnen elkaar zelfs constitueren in de zin dat de boodschap sterker wordt als houder deeleigenaar is van de zender en aanbieder.

In de relatie publiek-privaat kunnen gedifferentieerde voorlichting en interactie via bonding en bridging een nieuwe impuls geven in het structureren en invullen van verantwoordelijkheid voor het houden van 'risicovolle' dieren. In de pluriforme wereld

43 Zie Ministerie EZ. Nota-overleg Wet dieren. Kamerstuk 21 maart 2013

van 'denken over dieren' is het essentieel om het houden van 'risicovolle' dieren met elkaar te bespreken. Het gaat hier niet alleen over waarden, als schoonheid en natuurlijkheid, maar ook over problematische risico's en dierenwelzijn. Gedifferentieerde voorlichting en interactie middels bonding en bridging geven een vernieuwde aanzet tot het verzoenen van waarden en onderhandelen over feiten⁴⁴. En nog belangrijker, tot het voorkomen van een 'dialogo van de doven'⁴⁵.

Uit het onderzoek naar de aanschaf van 'risicovolle' dieren volgen vijf aanbevelingen:

1. Hanteer een cross-mediale aanpak waarin diereigenaren via verschillende kanalen en op verschillende manieren betrokken worden.
2. Benut moderne mogelijkheden van het internet en TV om (aspirant-)houders van een gezelschapsdier en hun sociale omgeving te bereiken met risicovoorlichting en handelingsperspectieven op het vlak van vervanging en verfijning.
3. Maak binnen de discussie over het houden van 'risicovolle' dieren het gedrag van de dierhouder (coping mechanisme) tot een thema.
4. Ondersteun en stimuleer via voorlopers die gewenst gedrag vertonen, de interactie binnen bestaande netwerken van georganiseerde dierhouders (PVH, rasverenigingen) met betrekking tot de thema's diergezondheid en dierenwelzijn (bonding).
5. Ondersteun en versterk de samenwerking tussen de rasverenigingen en dierenfora met ambassadeurs en bruggenbouwers als het LICG, de Raad van Beheer en Dierenwelzijnsweb (bridging).

44 Hisschemöller, M. and Hoppe, R. (1995). Coping with intractable controversies: The case for problem structuring in policy design and analysis. *Knowledge and Policy: The international Journal of Knowledge Transfer and Utilization* 8, 40-60.

45 P. W. A. Scholten and F. K. M. van Nispen (2008). Building Bridges Across frames?. *Journal of Public Policy*, 28



Bijlage 1

Online enquête aankoopmotieven gezelschapsdieren

A **Introductie**

Aankoopmotieven gezelschapsdieren

Onderzoek beweegredenen en overwegingen van de houders bij aanschaf van het dier

In opdracht van het ministerie EI&I

Om uiteenlopende redenen spelen dieren een belangrijke rol in ons leven. Met dit onderzoek willen we meer inzicht krijgen in:

- Waar u op lette toen u een dier aanschafte?
- Kwamen die verwachtingen uit?
- Maar ook, hoe maakt u een beslissing en vanuit welke waarden en vanuit welke persoonlijke eigenschappen.

Met de resultaten van dit onderzoek kan voorlichting-op-maat worden ontwikkeld om zo de match tussen eigenaar en dier te verbeteren.

Deze enquête bestaat uit zeven delen en vraagt ongeveer 15 minuten van uw tijd. De gegevens worden in het gehele onderzoek veilig en vertrouwelijk behandeld.

Lectoraat Welzijn van Dieren, Van Hall Larenstein, Leeuwarden

e-mail: aankoopdieren.vhl@wur.nl

B Dier

1 Via welke organisatie of via welk kanaal bent u voor deze enquête uitgenodigd?		
L1	Platform Verantwoord Huisdierbezit (PVH)	0
L2	Stichting AAP	0
L3	Dierenwelzijnsweb	0
L4	Dierenspecialzaak (Dibevo)	0
L5	Raad van Beheer op Kynologisch gebied (RvB)	0
L6	Rasverenigingen (los van PVH en RvB)	0
L7	Landelijk informatie centrum gezelschapsdieren (LICG)	0
L8	Overige	0
A1	Heeft u meer dan één diersoort?	Ja/nee
A2	Zijn al uw dieren even makkelijk te houden? Voor het dier zelf, voor u als eigenaar en voor uw omgeving	Ja/nee/n.v.t.

2 Welke diersoort(en) heeft u? Meerdere opties mogelijk		
T1	Hond	0
T2	Kat	0
T3	Knaagdier (bv. cavia, hamster)	0
T4	Konijn	0
T5	Marterachtige (bv. fret, nerts)	0
T6	Amfibie (bv. pijlgifkikker)	0
T7	Reptiel (bv. slang, schildpad, leguaan)	0
T8	Kooivogel (bv. parkiet, kanarie)	0
T9	Papegaai	0
T10	Aquariumvissen	0
T11	Bijzondere zoogdieren (bv. wasbeer, dingo, stokstaartje, stinkdier)	0
T12	Overige	0

3 Als u meer dan één diersoort heeft welk vraagt, naast het plezier, de meeste zorg? Met andere woorden voor welke soort wilt u de enquête invullen?		
TK1	Hond	0
TK2	Kat	0
TK3	Knaagdier (bv. cavia, hamster)	0
TK4	Konijn	0
TK5	Marterachtige (bv. fret, nerts)	0
TK6	Amfibie (bv. pijlgifkikker)	0

TK7	Reptiel (bv. slang, schildpad, leguaan)	0
TK8	Kooivogel (bv. parkiet, kanarie)	0
TK9	Papegaai	0
TK10	Aquariumvissen	0
TK11	Bijzondere zoogdieren (bv. wasbeer, dingo, stokstaartje, stinkdier)	0
TK12	Overige	0
<i>Deze door u gekozen diersoort noemen we in de verdere enquêtevragen steeds UW DIER.</i>		

4 Bij de aanschaf van UW DIER, in welke mate waren voor u de volgende redenen belangrijk?

<i>De schaal is nauwelijks (1) – enigszins (2) – erg (3) - heel erg (4)</i>		
R1	Vanwege de gezelligheid	nauwelijks 1-2-3-4-heel erg
R2	Om te aaien en knuffelen	nauwelijks 1-2-3-4-heel erg
R3	Voor structuur in mijn persoonlijke leven	nauwelijks 1-2-3-4-heel erg
R4	Om in contact te komen met anderen (uitlaten/diervereniging)	nauwelijks 1-2-3-4-heel erg
R5	Het is interessant om me in te verdiepen	nauwelijks 1-2-3-4-heel erg
R6	Omdat het past bij mijn persoonlijkheid	nauwelijks 1-2-3-4-heel erg
R7	Om me te onderscheiden van anderen	nauwelijks 1-2-3-4-heel erg
R8	Om van te genieten en naar te kijken	nauwelijks 1-2-3-4-heel erg
R9	Om mee te fokken/kweken	nauwelijks 1-2-3-4-heel erg
R10	Omdat het trendy is	nauwelijks 1-2-3-4-heel erg
R11	Om prijzen mee te winnen (sport of tentoonstelling)	nauwelijks 1-2-3-4-heel erg
R12	Voor veiligheid of hulp	nauwelijks 1-2-3-4-heel erg
R13	Uit medelijden met het dier (het heeft bij mij een beter leven)	nauwelijks 1-2-3-4-heel erg
R14	Omdat de kinderen dit graag willen	nauwelijks 1-2-3-4-heel erg

5 Waar heeft u UW DIER aangeschaft?

H1	Fokker	0
H2	Asiel/Opvang	0
H3	Dierenwinkel	0
H4	Tuincentrum	0
H5	Kennissen/particulieren	0
H6	Marktplaats (internet)	0
H7	Beurs/tentoonstelling	0
H8	Overige	0

5a Hoe heeft u de aanbieder gevonden?		
HV1	Ik liep er tegenaan	0
HV2	Via persoonlijk contact	0
HV3	Via kranten/tijdschriften	0
HV4	Via internet	0

6 In welk land heeft u UW DIER aangeschaft?		
HL1	Nederland	0
HL2	EU-land	0
HL3	Buiten de EU	0

C Beslissingsaspecten

7 Bij het aanschaffen van UW DIER, in welke mate heeft u nagedacht over de volgende aspecten? Opmerking: als een aspect voor u VANZELFSPREKEND is, vul dan heel veel in. De schaal is nauwelijks (1) – enigszins (2) – veel (3) – heel veel (4)		
BA1	Over of ik voldoende tijd heb voor de verzorging. <i>Bv. Voeren, Kammen, Uitlaten</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA2	Over geschikte huisvesting. <i>Bv Kooi, terrarium, volièrre, tuin</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA3	Over of ik of mijn huisgenoten allergisch zijn. <i>Bv Uitslag, niezen, hoesten</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA4	Over hoe mijn omgeving staat tegenover het dier. <i>Bv Huisgenoten, buren: enthousiast, onverschillig, weezin</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA5	Over hoe ik het dier moet opvoeden. <i>Bv Zindelijkheid, omgang met mensen, met andere dieren en met objecten</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA6	Over of ik wil dat het dier jongen krijgt of niet <i>Bv Sterilisatie/castratie</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA7	Over wie er voor het dier zorgt als ik er niet ben. <i>Bv Bij vakantie of ziekenhuisopname</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA8	Over wat als het dier ouder wordt. <i>Bv Minder speelsheid, ongemakken (plassen in huis), meer dierenartskosten</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA9	Over of ik een mannetje of vrouwtje wil. <i>Bv Agressiviteit, sexueel gedrag</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA10	Over of ik een jong of oud dier wil. <i>Bv Speels of juist rustig</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA11	Over of ik een zuiver ras wil of een kruising. <i>Bv Ras- en fok-kenmerken</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA12	Over of ik voorlichting, service en garantie krijg. <i>Bv Koopcontract</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel

BA13	Over wat de eenmalige en vaste kosten zijn. <i>Bv Aanschaf, accessoires, voer, bedding</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA14	Over wat de onverwachte kosten kunnen zijn. <i>Bv Behandeling bij de dierenarts</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA15	Over mogelijke erfelijke aandoeningen. <i>Bv Fokken in het algemeen en doorfokken</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA16	Over of ik genoeg weet van het gedrag (algemeen). <i>Bv Sociaal, actief, territoriaal</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA17	Over of ik genoeg weet van de leeftijd, de grootte, het gewicht. <i>Bv Algemene kenmerken van het dier</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA18	Over of ik genoeg weet van het eetpatroon. <i>Bv Wat, hoeveel en hoe vaak</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel
BA19	Over of ik genoeg weet van de gezondheid/welzijnseisen. <i>Bv Wat heeft het minimaal nodig en waar kan het last van hebben</i>	nauwelijks 1-2-3-4-heel veel

D De dynamiek van het beslissen

8 Bij de beslissing om UW DIER aan te schaffen, in welke mate waren de volgende situaties van toepassing?

Opmerking: Heeft u geen kinderen of kinderen nog te jong om mee te beslissen vul dan bij de betreffende vraag helemaal niet in.

Helemaal niet (1) enigszins (2) wel (3) zeer zeker (4)

SO1	In mijn vriendenkring/familie zijn ook mensen die dit dier hebben	Helemaal niet 1-2-3-4 Zeer zeker
SO2	Voordat ik dit dier aanschafte kende ik al mensen die eenzelfde dier hadden	Helemaal niet 1-2-3-4 Zeer zeker
SO3	Ik ben opgegroeid met dit (type) dier om me heen	Helemaal niet 1-2-3-4 Zeer zeker
SO4	Ik laat mijn dier graag aan anderen zien	Helemaal niet 1-2-3-4 Zeer zeker
SO5	Mijn vrienden/familie waren enthousiast over mijn plan om dit dier te kopen	Helemaal niet 1-2-3-4 Zeer zeker
SO6	Mijn vrienden/familie zijn betrokken geweest bij de aankoop van mijn dier	Helemaal niet 1-2-3-4 Zeer zeker
SO7	Mijn thuiswonende kinderen wilden dit dier hebben	Helemaal niet 1-2-3-4 Zeer zeker
SO8	Mijn thuiswonende kinderen zijn betrokken geweest bij de aankoop van mijn dier	Helemaal niet 1-2-3-4 Zeer zeker

9 In uw algemene omgang met anderen, in welke mate bent u met de volgende stellingen eens?

zeer oneens (1) - oneens (2) - eens (3) - zeer eens (4)

PP1	Andere meningen zijn belangrijk voor mij	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens
PP2	Ik doe snel mee aan nieuwe ontwikkelingen	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens
PP3	Ik ben een voortrekker	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens
PP4	Ik praat met anderen graag over problemen en oplossingen	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens

PD1	De meningen van anderen vallen vaak tegen	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens
PD2	Ik sta open voor 'het nieuwe' maar blijf behoorlijk sceptisch	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens
PD3	Mijn motto is: "eerst zien dan geloven"	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens
PD4	Ik doe dingen liever zelf en laat me slechts een enkele keer adviseren	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens
PA1	Bij mij geldt vaak "ik wil wel maar het komt er niet van"	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens
PA2	Ik moet een 'zetje' krijgen om mee te doen aan een nieuwe ontwikkeling	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens
PA3	Mijn motto is: "ik kijk het altijd even aan"	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens
PA4	Ik ben niet zo ondernemend	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens
PT1	Anderen moeten zich niet bemoeien met mijn zaken	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens
PT2	Ik bepaal echt zelf wel wat goed en slecht is	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens
PT3	Mijn motto is: "ik kan het alleen wel"	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens
PT4	Ik ben een meer-op-mijzelf type.	Zeer oneens 1-2-3-4 zeer eens

E Evaluatie

10 Wat zijn uw ervaringen nu u eenmaal UW DIER bezit? In welke mate pakken de volgende aspecten in uw praktijk/realiteit goed uit?

De schaal slecht (1) – onvoldoende (2) – voldoende (3) - goed (4)

Opmerking: Indien het aspect in zijn geheel niet van toepassing is, vult u dan 'nvt' in.

EA1	Heb ik voldoende tijd heb voor de verzorging: hoe pakte dat uit? <i>Voeren, Kammen, Uitlaten</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA2	Geschikte huisvesting: hoe pakte dat uit? <i>Kooi, terrarium, volièrre, tuin</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA3	Ben ik of zijn mijn huisgenoten allergisch: hoe pakte dat uit? <i>Uitslag, niezen, hoesten</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA4	Hoe staat mijn omgeving tegenover het dier: hoe pakte dat uit? <i>Huisgenoten, burens: enthousiast, onverschillig, weezin</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA5	Hoe ik het dier moet opvoeden: hoe pakte dat uit? <i>Zindelijkheid, omgang met mensen, met andere dieren en met objecten.</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA6	Wil ik dat het dier jongen krijgt of niet: hoe pakte dat uit? <i>Sterilisatie/castratie</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA7	Wie zorgt er voor het dier als ik er niet ben: hoe pakte dat uit? <i>Bij vakantie of ziekenhuisopname</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA8	Als het dier ouder wordt: hoe pakte dat uit? <i>Minder speelsheid, ongemakken (plassen in huis), meer dierenartskosten</i>	slecht 1-2-3-4- goed

EA9	Wil ik een mannetje of vrouwtje: hoe pakte dat uit? <i>Agressiviteit, sexueel gedrag</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA10	Wil ik een jong of oud dier: hoe pakte dat uit? <i>Speels of juist rustig</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA11	Wil ik een zuiver ras of een kruising: hoe pakte dat uit? <i>Ras- en fok-kenmerken</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA12	Krijg ik voorlichting, service en garantie: hoe pakte dat uit? <i>Koopcontract</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA13	Wat zijn de eenmalige en vaste kosten: hoe pakte dat uit? <i>Aanschaf, accessoires, voer, bedding</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA14	Wat kunnen de onverwachte kosten zijn: hoe pakte dat uit? <i>Behandeling bij de dierenarts</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA15	Over mogelijke erfelijke aandoeningen: hoe pakte dat uit? <i>Fokken in het algemeen en doorfokken</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA16	Weet ik genoeg van het gedrag (algemeen): hoe pakte dat uit? <i>Sociaal, actief, territoriaal</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA17	Weet ik genoeg van de leeftijd, de grootte, het gewicht: hoe pakte dat uit? <i>Algemene kenmerken van het dier</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA18	Weet ik genoeg van het eetpatroon: hoe pakte dat uit? <i>Wat, hoeveel en hoe vaak</i>	slecht 1-2-3-4- goed
EA19	Weet ik genoeg van de gezondheid/welzijnseisen: hoe pakte dat uit? <i>Wat heeft het minimaal nodig en waar kan het last van hebben</i>	slecht 1-2-3-4- goed

G Aanvullende gegevens

11	Wij zouden van u het volgende willen weten?		
AG1	Wat is uw geslacht?		M/V
AG2	Wat is uw leeftijdscategorie?	18-25 26-40 41-60 60+	
AG3	Bent u alleenstaand?		Ja/nee
AG4	Heeft u thuiswonende kinderen?		Ja/nee
AG5	Wat is uw hoogste opleiding?	VMBO, HAVO, VWO MBO, HBO, WO	
AG6	Postcode (alleen de 4 cijfers)		0000
AG7	<i>In de volgende fase van dit onderzoek willen wij graag een aantal diereigenaren nader interviewen. Als u bereid bent om hieraan mee te werken, vul dan uw E-mailadres in.</i>		--@---,--

H Afsluiting

12	Alles overziende en ter afsluiting	
E1	Zou u UW (type) DIER met dezelfde kenmerken nogmaals aanschaffen?	Ja/nee
E2	Zou u UW (type) DIER met dezelfde kenmerken in het algemeen aan anderen aanbevelen?	Ja/nee
E3	Hoeveel jaren heeft u het type dier (UW DIER)	0-1 1-3 3-8 8+
13	Hieronder kunt u de soort of het ras van UW DIER vermelden. (tekstblok: max 30 tekens)	
14	Hieronder kunt u eventuele opmerkingen kwijt over dit onderzoek en deze enquête. (tekstblok: max 50 woorden)	



Leeuwarden

Agora 1
Postbus 1528, 8901 BV
Telefoon (058) 284 64 44

Velp

Larensteinselaan 26a
Postbus 9001, 6880 GB Velp
Telefoon (026) 369 57 95

Wageningen

Droevendaalsesteeg 2
Postbus 411, 6700 AK Wageningen
Telefoon (026) 369 57 95

info@vanhall-larenstein.nl

www.vanhall-larenstein.nl