

Een hond kopen, hoe ga jij er mee om?

Afstudeerwerkstuk



Britt van Lierop

3023989

augustus, 2020

Een hond kopen, hoe ga jij er mee om?

De gedachten en motieven van de Nederlandse hondeneigenaar tijdens het aankoopproces van een hond in kaart gebracht.

Auteur

Naam: Britt van Lierop
Opleiding: Diergezondheid en Management
E-mail: brittvanlierop@live.nl
3023989@aeres.nl

Opdrachtgever

Aeres Hogeschool Dronten
De Drieslag 4
8251 JZ, Dronten

Afstudeerdocent

Loes Spit
l.spit@aeres.nl

Valkenswaard, augustus 2020

DISCLAIMER

Dit rapport is gemaakt door een student van Aeres Hogeschool als onderdeel van zijn/haar opleiding. Het is géén officiële publicatie van Aeres Hogeschool. Dit rapport geeft niet de visie of mening van Aeres Hogeschool weer. Aeres Hogeschool aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade voortvloeiend uit het gebruik van de inhoud van dit rapport.

Voorwoord

Voor u ligt een afstudeerwerkstuk geschreven in het kader van afstuderen aan de opleiding Diergezondheid en Management aan de Aeres Hogeschool te Dronten.

Het afstudeerwerkstuk bevat het proces en het resultaat van een onderzoek naar het aankoopproces van honden in Nederland.

Ik wil graag mijn afstudeerdocente Loes Spit bedanken voor de begeleiding tijdens de lange zoektocht naar een onderwerp en het schrijven van het afstudeerwerkstuk. Mijn dank gaat ook uit naar mijn vriendinnen thuis, voor het oneindig doorlezen van mijn geschreven hoofdstukken. Ten slotte wil ik alle respondenten bedanken voor het invullen van de enquêtes.

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	5
Abstract.....	6
Hoofdstuk 1 – Inleiding	7
Hoofdstuk 2 – Materiaal en methode	10
2.1 Hoofd- en deelvragen	10
2.2 Literatuur.....	10
2.3 Consumentenonderzoek.....	10
2.4 Betrouwbaarheid van het onderzoek	11
Hoofdstuk 3 – Resultaten.....	12
3.1 Demografische gegevens	12
3.2 Deelvraag 1: ‘Wat zijn de voornaamste beweegredenen voor de aanschaf van de hond?’	13
3.3 Deelvraag 2: ‘Op welke aspecten heeft de hondeneigenaar zich georiënteerd voor de aankoop van de hond?’	13
3.4 Deelvraag 3: ‘Op welke aspecten richt de verkoper aandacht tijdens een gesprek?’	13
3.5 Deelvraag 4: ‘Welke kenmerken spelen mee in de uiteindelijke keuze voor een bepaald hondenras?’	15
3.6 Overige resultaten	16
Hoofdstuk 4 – Verbanden binnen het onderzoek	19
4.1 Verband tussen kennis van de respondenten en leeftijdscategorie	19
4.2 Verband tussen kennis van de respondenten en opleidingsniveau	20
4.3 Verband tussen aantal bezoeken aan de verkoper en aankoopplaats	22
Hoofdstuk 5 – Discussie	23
5.1 Aanpak van het onderzoek.....	23
5.2 Verkregen resultaten	24
5.3 Verbanden tussen de resultaten	25
Hoofdstuk 6 – Conclusie en aanbevelingen.....	26
6.1 Antwoord op de deelvragen.....	26
6.2 Antwoord op de hoofdvraag	26

6.3 Aanbevelingen	28
6.3.1 Vervolgonderzoek	28
6.3.2 Honden verkoper	28
Hoofdstuk 7 – Literatuurlijst	29
Hoofdstuk 8 – Bijlagen	31
Bijlage 1. Fairpup-check hondenbescherming	31
Bijlage 2. Enquête Nederlandse hondeneigenaren	33
Bijlage 3. Overige opmerkingen enquête	36
Bijlage 4. Output SPSS.....	37
Bijlage 5. Checklist Schriftelijk Rapporteren	42

Samenvatting

In Nederland worden in totaal 1,5 miljoen honden gehouden, deze zijn verdeeld in vele verschillende rassen. Bij de aanschaf van een hond zijn verschillende aspecten van belang, zoals bijvoorbeeld de gezondheid van de pup, welk ras het beste bij de gezins- en woonsituatie past en de beweegreden voor de aanschaf van een hond. Vóór de aankoop van de hond is echter maar een beperkte controle mogelijk wat betreft deze aspecten. Deze controle ligt met name bij de verkoper.

Uit onderzoeken is gebleken dat men, ondanks een lange voorbereidingsperiode, vrij impulsief overgaat tot de aanschaf van de hond. Aspecten als het uiterlijk van de pup zijn vaak belangrijker voor de koper dan bijvoorbeeld de achtergrond van de pup en de ouderdieren. Er is te stellen dat emotie belangrijk is dan ratio in de aankoop van een hond. Dit leidt tot het doel van het onderzoek, namelijk inzicht krijgen in de gedachten en motieven van de hondeneigenaar die leiden naar de uiteindelijke aankoop van een hond.

De hoofdvraag van het onderzoek luidt: 'Hoe zien de verschillende aspecten van het aankoopproces van een hond in Nederland eruit voor de consument' Het onderzoek wordt uitgevoerd door middel van een online enquête voor Nederlandse hondeneigenaren. De verschillende deelvragen dienen ter ondersteuning van het beantwoorden van de hoofdvraag.

De resultaten van de online enquête schetsen een beeld van het aankoopproces van honden in Nederland op verschillende gebieden. De antwoorden op de enquêtevragen gericht op de beweegreden, de wijze en mate van oriëntatie, aankoopplaats en overige aspecten vormen samen de conclusie op de hoofdvraag. Er zijn echter ook verschillende punten die ter discussie gesteld kunnen worden aan het onderzoek en het verwerken hiervan. Een voorbeeld van deze punten is de beperktheid in antwoorden voor bepaalde enquêtevragen waardoor er een vertekend beeld gevormd kan worden. De aanbevelingen zijn gericht op een mogelijk vervolgonderzoek en de verkopers van honden.

Abstract

The Netherlands houses a total of 1,5 million dogs, divided into many different breeds. When a dog is purchased there are different aspects that are important to consider, for example the health of the puppy, which is the best breed for the household and what is the main reason for the household to buy a dog? Before the actual purchase of the dog there is limited control on these aspects, and this control lies mainly in the hands of the seller.

Research shows that people, despite a long period of preparation, are quite impulsive to move to purchase the dog. Aspects such as the way the puppy looks are often thought of as more important for the buyer than for example the pedigree of both the puppy and its parents. It can be said that decisions are mostly made from an emotional way of thinking rather than a rational one. This leads to the purpose of this research, which is gaining insight in the thoughts and motives of the dog owner which lead to the final decision and the act of, buying a dog.

The main question is: 'How do the different aspects of the purchase process of a dog in the Netherlands appear from a consumers point of view?' The research is executed by an online survey for Dutch dog owners. There are various sub-questions that help answer the main question.

The results from the online survey give an overview of the process of purchasing a dog in the Netherlands on various aspects. The results received through the online survey on aspects such as the main reason to buy a dog, the way and amount of orientation, purchase place and others, will formulate the answer to the main research question. However, with research comes a discussion, this discussion will entail a range of subjects with as an example the limitations in answers that can be given within an online survey. At the end of the paper there are recommendations for a possible follow-up research but also recommendations for the businesses and people that sell dogs.

Hoofdstuk 1 – Inleiding

“That the dog is a loyal, true and affectionate friend must be gratefully admitted, but when we come to consider the psychical nature of the animal, the limits of our knowledge are almost immediately reached.”
– Sir John Lubbock (1889, p. 272)

Het is lang geleden geconstateerd dat de wolf de voorouder van de hond is (Serpell, 1995). Door de jaren heen is de wolf gedomesticeerd en verder geëvolueerd in de hond. De hond was daarmee het eerste gedomesticeerde dier en leeft naar schattingen al 15.000 tot 35.000 jaar samen met de mens (Horard-Herbin, Tresset & Vigne, 2014; Wolpert, 2013; Olsen, 1985; Galibert et al., 2011). Ondertussen is de hond vrijwel niet meer weg te denken in de samenleving. Ondanks dat de uitspraak van John Lubbock gedateerd is, laat het zien dat er al jarenlang onduidelijkheden zijn in de kennis van de mens over de hond.

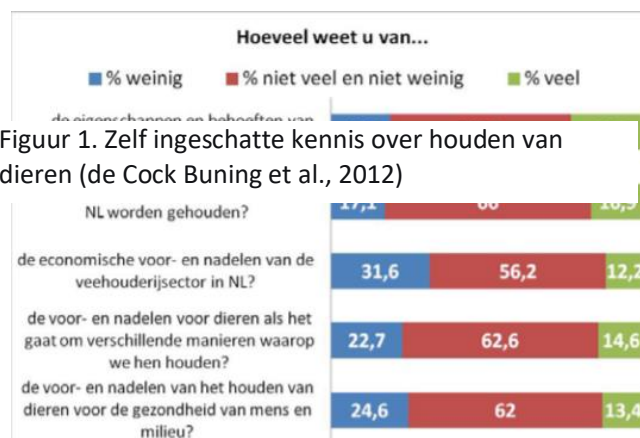
In 2018 telde Nederland een totaal van 1,5 miljoen honden verdeeld over ruim een miljoen huishoudens (NVG, 2018). Deze 1,5 miljoen honden zijn opgedeeld in meer dan 300 verschillende rassen, met als populairste rassen de Labrador Retriever, de Golden Retriever en de Berner Sennenhond. Vrijwel alle hondenrassen zijn erkend door het Raad van Beheer (Raad van Beheer, 2015).

Voor de 300 erkende rassen zijn in Nederland ruim 600 erkende fokkers te vinden, zo is gebleken uit contact met mevrouw Rensing (persoonlijke communicatie, 13 december 2019). De bij het Raad van Beheer erkende rassen vallen tevens allen binnen een van de rasgroepen van de Fédération Cynologique Internationale (FCI).

De FCI is een overkoepelende organisatie waarbij het grootste deel van de Nederlandse (en internationale) kennelclubs is aangesloten. De FCI heeft de hondenrassen ingedeeld in tien rasgroepen. De onderverdeling in rasgroepen is gericht op afkomst, uiterlijke kenmerken en gebruiksdoel.

Er zijn vele redenen waarom iemand een hond in huis wil nemen. Voorbeelden van deze redenen zijn gezelschap, voor de sport of als hulphond. Echter blijven de redenen vaag, want wat valt wel onder gezelschap en wat niet, waar ligt de grens van gezelschapshond tot hond voor sport en vanaf wanneer is een hond officieel een hulphond? Deze vragen blijven vaak onbeantwoord. Het is vrijwel onmogelijk om de meest voorkomende beweegredenen in kaart te brengen, omdat er zoveel verschillende beweegredenen en differentiaties binnen die beweegredenen zijn. Daar komt ook bij dat elk ras gefokt is voor een ander gebruiksdoel (Raad van Beheer, 2015; LICG, 2013).

Ondanks een vaak lange voorbereidingsperiode, gaat men toch vrij impulsief over tot aanschaf van de pup, zo is gebleken uit eerder onderzoek (Niekerk, Potters & Meeusen, 2014). De omstandigheden waar men de pup aantreft en het uiterlijk van de pup acht men vaak belangrijker dan de achtergrond of de gezondheid van de pup. Hieruit is af te leiden dat bij de aankoop van dieren vaker emotie dan ratio een rol speelt (Pompe, Hopster & van Dieren, 2013).



Figuur 1. Zelf ingeschatte kennis over houden van dieren (de Cock Buning et al., 2012)

De Cock Buning, Pompe, Hopster & de Brauw (2012) hebben aangetoond dat ruim een vijfde van de mensen denkt weinig kennis te hebben over de voor- en nadelen van dieren gericht op de verschillende manieren van het houden van dieren. Hetzelfde geldt voor de kennis over de eigenschappen en behoeften van dieren, ook hier geeft een vijfde aan weinig kennis te hebben over het onderwerp. In afbeelding 1 is het overzicht van de resultaten uit het onderzoek weergegeven.

Van den Dungen en Hilgers (2006) toonden aan dat ruim 80% van zowel bestaande als potentiële hondenbezitters zich voorbereidt op de aanschaf van de hond. Ongeveer 6% heeft zich niet voorbereid in verband met eerdere ervaring met honden, en 13,5% heeft zich om overige redenen niet voorbereid op de aanschaf van de hond (bijvoorbeeld een impulsaankoop). Van de respondenten die aangaven zich te hebben voorbereid op de aanschaf van de hond, gaf ruim de helft aan informatie gezocht te hebben over het karakter, ongeveer 40% zocht informatie over ras-eigenschappen en ook verzorging en gedrag werden onderzocht. Men raadpleegt boeken, internet, en familie, vrienden of kennissen om deze informatie te verkrijgen. Uit deze informatie is af te leiden dat 20% van de mensen zich niet voorbereidt op de aanschaf van de hond. Als binnen deze 20% de kennis over het houden van de dieren slecht of matig is, kan dit leiden tot een verslechterd welzijn van de hond.

Bij de aankoop van een hond, of ander huisdier komen verschillende aspecten kijken. Er moet een geschikte huisvesting zijn, de koper moet nadenken over de verrijking van de omgeving van de hond. Daarnaast moet de koper kijken naar de verschillende soorten voeding en welke het beste aansluit bij de hond en hoe de aanpak gaat zijn als de hond langere tijd alleen moet blijven. Slechts een derde van de nieuwe huisdiereigenaren ontvangt echter een bijsluiterskaart waar de basisinformatie over de verzorging van het dier te vinden is. Dierenspeciaalzaken en asielen zijn verplicht om deze mee te geven aan de koper, maar fokkers of particulieren hebben deze verplichting niet (Dibevo, 2018).

Een aantal vragen die men zichzelf kan stellen voor het kopen van een pup zijn:

- Voor welk gebruiksdoel zal de hond ingezet worden?
- Past het (ras)gedrag bij dat specifieke gebruiksdoel?
- Hebben de ouders al eerder een nest gehad en wat is er bekend over die pups?
- Zijn de ouders van de pup gezonde honden?

Het boek 'Het fokken van rashonden. Omgaan met verwantschap en inteelt' (Oldenbroek & Windig, 2012) geeft de koper antwoord op deze vragen en helpt zo bij de keuze van ten eerste het best passende ras en ten tweede bij het oriënteren op een gezonde hond. De laatste vraag is echter niet gespecificeerd genoeg om er een duidelijk antwoord op te geven. Heeft de gezondheid betrekking op een goed welzijn, is er betrekking op de fysieke gezondheid of gaat het in op of de hond medisch in orde is?

Het Landelijke InformatieCentrum Gezelschapsdieren (LICG) (2013) is een van de informatiebronnen waar de koper informatie vandaan haalt. Het biedt iemand die aan het oriënteren is op de aanschaf van een hond inzicht in belangrijke overwegingen voor de koop. Tevens is er informatie te vinden over wat voor hond het beste past bij de gezinssituatie, waar men het beste een hond kan kopen, welke kosten erbij komen en nog meer.

De website van de hondenbescherming (2012), wijdt een pagina aan de verschillende manieren waarop men een hond kan kopen. Mogelijke aankoopkanalen zijn:

- Het asiel of via een herplaatsingsorganisatie
- Een organisatie die buitenlandse honden naar Nederland haalt

- Een kennis
- Internet
- Een fokker die maar één nestje heeft en dat in huis houdt
- Een fokker die veel pups aanbiedt of via een winkel

Voor de eerste vier manieren van aankoop heeft de hondenbescherming een app opgezet waar praktische tips en informatie over verzorging, gedrag en overige aspecten over honden te vinden is.

Indien een fokker als aankoopplaats gekozen is, heeft de hondenbescherming de pupchecklist en de Fairpup-check opgesteld (zie bijlage 1). Met deze checklist kan een koper nagaan of de verkoper betrouwbaar is en of de pups op het oog op een juiste manier worden gehouden. Een aantal aspecten die de checklist nagaat is het uiterlijk van de pup zelf, is de moeder aanwezig en op welke aspecten controleert de fokker.

Er zijn dus verschillende aspecten belangrijk bij het houden van een hond en het is moeilijk om te controleren in hoeverre de toekomstige eigenaar zich heeft voorbereid op de aanschaf en komst van een hond.

Het doel van dit onderzoek is inzicht krijgen in de gedachten en motieven van de hondeneigenaar die leiden naar de uiteindelijke aankoop van een hond. De hoofdvraag die hierbij geformuleerd is, luidt als volgt: 'Hoe zien de verschillende aspecten van het aankoopproces van een hond in Nederland eruit voor de consument?' Na het onderzoek zal een overzicht ontstaan met de belangrijkste motieven en aandachtspunten van een consument bij de aankoop van een hond.

Om antwoord te geven op de hoofdvraag zijn de volgende deelvragen opgesteld:

- Wat zijn de voornaamste beweegredenen voor de aanschaf van de hond?
- Op welke aspecten heeft de hondeneigenaar zich ingelezen voor de aankoop van de hond?
- Op welke aspecten richt de verkoper aandacht tijdens een gesprek?
- Welke kenmerken spelen mee in de uiteindelijke keuze voor een bepaald hondenras?

Hoofdstuk 2 – Materiaal en methode

2.1 Hoofd- en deelvragen

De hoofdvraag voor dit onderzoek is: 'Hoe zien de verschillende aspecten van het aankoopproces van een hond in Nederland eruit voor de consument?'

Voor het beantwoorden van de hoofdvraag zijn deelvragen opgesteld ter ondersteuning. De enquête zorgt voor een antwoord op alle deelvragen. De deelvragen luiden als volgt:

1. Wat zijn de voornaamste beweegredenen voor de aanschaf van de hond?
2. Op welke aspecten heeft de hondeneigenaar zich ingelezen voor de aankoop van de hond?
3. Op welke aspecten richt de verkoper aandacht tijdens een gesprek?
4. Welke kenmerken spelen mee in de uiteindelijke keuze voor een bepaald hondenras?

2.2 Literatuur

Voor het beschrijven van de relevantie en het verdere schrijven van de inleiding is de literatuur een essentieel onderdeel. De volgende websites zijn gebruikt om passende literatuur te vinden:

- Google scholar
- Science Direct
- Wageningen University Research

De artikelen die onderdeel uitmaken van het verslag zijn uitgekozen op de kwaliteit van de inhoud en datum van publicatie. De gebruikte literatuur is gepubliceerd in de jaren 2010 tot en met 2020. Het beoordelen van de kwaliteit van de inhoud gebeurt door het lezen van de abstract of samenvatting van het artikel. Ook boeken zullen bronnen aanleveren voor het onderzoek.

Alle gebruikte literatuur is terug te vinden in de literatuurlijst in hoofdstuk 4.

2.3 Consumentenonderzoek

Om antwoord te geven op de hoofd- en deelvragen is een kwantitatief consumentenonderzoek uitgevoerd. Het onderzoek richt zich enkel op de Nederlandse hondeneigenaren.

Het onderzoek heeft de vorm van een online enquête die is verspreid via sociale media. De enquête bestaat uit 19 vragen en is met behulp van het programma SurveyPlanet gemaakt. Er is voor dit programma gekozen, omdat het een duidelijk overzicht zal geven van de antwoorden in verschillende figuren. Een ander positief aspect van het programma was dat er een voorbeeldweergave mogelijk was voor zowel desktop, tablet of ander mobiel apparaat. Dit droeg bij aan het overzichtelijk houden van de enquête voor de respondenten.

Voor het verwerken van de resultaten van het consumentenonderzoek is gekozen voor SPSS. Dit programma genereert tabellen en grafieken met de beschikbare gegevens. De resultaten die niet toegelicht zijn in hoofdstuk 3 zijn te vinden in bijlage 3. Dit zijn onder andere de demografische gegevens.

De enquête is uitgezet op de volgende facebookpagina's (het aantal volgers/leden van de pagina's is genoteerd op de dag van uitzetten van de enquête):

Wij houden van honden	105.820 volgers
Ik hou van honden	64.468 volgers
Honden	13.722 volgers
Honden en zo	10.252 leden

Door de enquête te verspreiden in de vier groepen bereikt deze een verscheidenheid aan potentiële respondenten. Echter is niet bekend hoeveel van de volgers wel of geen hond heeft. In totaal bereikt het sociale media platform bijna 200.000 personen die de enquête kunnen invullen. Ook heeft de onderzoeker de enquête op de privé pagina uitgezet, welk bereik de enquête hiermee behaalt is niet bekend in verband met de mogelijkheid tot het delen van de enquête door anderen.

In het onderzoek is geen onderscheiding gemaakt tussen erkende en niet-erkende honden, met de reden dat dit onderscheid niet relevant is voor het onderzoek. Wel is de respondent gevraagd binnen welke rasgroep de hond valt, waar ook een optie is voor kruisingen of niet-erkende rashonden, deze vraag is als uitbreiding voor de demografische gegevens en doelgroep beschrijving.

2.4 Betrouwbaarheid van het onderzoek

De volgende formule is van toepassing bij het berekenen van de betrouwbaarheid:

$$n = \frac{(N * z^2 * p(1 - p))}{z^2 * p(1 - p) + (N - 1) * F^2}$$

Uitleg formule:

n	= het aantal individuen benodigd voor de steekproef	
z	= de standaardafwijking voor een betrouwbaarheid van 95%	z = 1,96
N	= de populatiegrootte	N = 1.240.000
p	= de kans dat iemand een bepaald antwoord geeft	p = 0,5
F	= de foutenmarge, of de nauwkeurigheid	F = 0,05

Bij het onderzoek is een populatiegrootte gebruikt naar aanleiding van het aantal huishoudens met een hond in 2018, cijfers van 2019 zijn nog onbekend. Dit is een totaal van 1.240.000 huishoudens (N = 1.240.000). De waardes voor z en p zijn standaardwaardes binnen de formule.

Bij een populatiegrootte van 1.240.000 zijn minimaal 384 respondenten nodig voor een betrouwbaarheid van 95%. Indien dit aantal niet is behaald zal een herberekening van het uiteindelijk behaalde betrouwbaarheidspercentage plaatsvinden.

Hoofdstuk 3 – Resultaten

In dit hoofdstuk komen de resultaten aan bod die verkregen zijn door middel van de online enquête. Eerst komen de demografische gegevens van de respondenten aan bod, gevolgd door de resultaten per deelvraag. De resultaten die niet direct aansluiten bij een deelvraag maar wel relevant zijn voor het onderzoek zijn aan het eind van het hoofdstuk toegelicht.

De enquête ontving in totaal 471 responses, waarvan 448 responses relevant waren voor het onderzoek. 23 responses zijn afgefallen nadat bij vraag 1 aangegeven was geen hond te hebben of hebben gehad. Met een totaal van 448 bruikbare responses is het minimale aantal ($n = 384$) voor een betrouwbaarheid van 95% behaald.

3.1 Demografische gegevens

De demografische gegevens in tabel 1 weergeven dat 87,7% van de respondenten vrouwelijk is. De leeftijdscategorie waarbinnen de meeste antwoorden gegeven zijn is de categorie van 46 – 55 jaar ($n = 140$). Het grootste deel van de respondenten ($n = 195$) heeft aangegeven een hbo-opleiding te hebben afgerond. Tevens is af te leiden dat Zuid-Holland de provincie is met de meeste respondenten voor deze enquête met een percentage van 16,5 gevolgd door Noord-Brabant met een percentage van 15,2.

Tabel 1. Demografische gegevens respondenten

	Antwoord	Aantal	Percentage
Geslacht	Man	51	11,4
	Vrouw	393	87,7
	Verkiest het niet te vertellen	4	0,9
Leeftijd	18 jaar of jonger	3	0,7
	19 – 25 jaar	60	13,4
	26 – 35 jaar	42	9,4
	36 – 45 jaar	73	16,3
	46 – 55 jaar	140	31,3
	56 – 65 jaar	103	23,0
	Ouder dan 65 jaar	27	6,0
Opleiding	Middelbaar onderwijs	41	9,2
	MBO	179	40,0
	HBO	195	43,5
	WO	33	7,4
Provincie	Drenthe	15	3,3
	Flevoland	21	4,7
	Friesland	11	2,5
	Gelderland	52	11,6
	Groningen	13	2,9
	Limburg	30	6,7
	Noord-Brabant	68	15,2
	Noord-Holland	55	12,3
	Overijssel	56	12,5
	Utrecht	42	9,4
	Zeeland	11	2,5
	Zuid-Holland	74	16,5

3.2 Deelvraag 1: 'Wat zijn de voornaamste beweegredenen voor de aanschaf van de hond?'

Een van de vragen in de enquête was gericht op de beweegredenen of het gebruiksdoel waarvoor de respondent de hond heeft aangeschaft. In tabel 2 is te zien dat het grootste deel van de respondenten, namelijk 91,1%, aangeeft de hond voor gezelschap te hebben aangeschaft. Na gezelschap zijn sport (3,6%) en jacht (2,5%) de meest gegeven antwoorden. De overige antwoorden zijn gelijk verdeeld, allen met een percentage van 0,7 (n = 3). Één van de respondenten heeft bij de anders, namelijk... optie geen toelichting gegeven.

Tabel 2. Beweegredenen voor de aanschaf van een hond

Antwoord	Aantal	Percentage
<i>Gezelschap</i>	408	91,1
<i>Hulphond</i>	3	0,7
<i>Sport</i>	16	3,6
<i>Waakhond</i>	3	0,7
<i>Anders, namelijk...</i>		
<i>Fokkerij</i>	3	0,7
<i>Jacht</i>	11	2,5
<i>Rescue dog</i>	3	0,7
<i>Geen antwoord ingevuld</i>	1	0,2

3.3 Deelvraag 2: 'Op welke aspecten heeft de hondeneigenaar zich georiënteerd voor de aankoop van de hond?'

Onderstaande tabel 3, geeft een overzicht weer van de vraag in welke mate de respondenten hebben georiënteerd op de verschillende onderwerpen. Hieruit is af te leiden dat bij alle onderwerpen, behalve de voeding van de hond, door de respondenten is aangegeven dat de kennis zeer goed was op het moment van aanschaf.

Tabel 3. De mate van oriëntatie op verschillende onderwerpen voor de aankoop van een hond

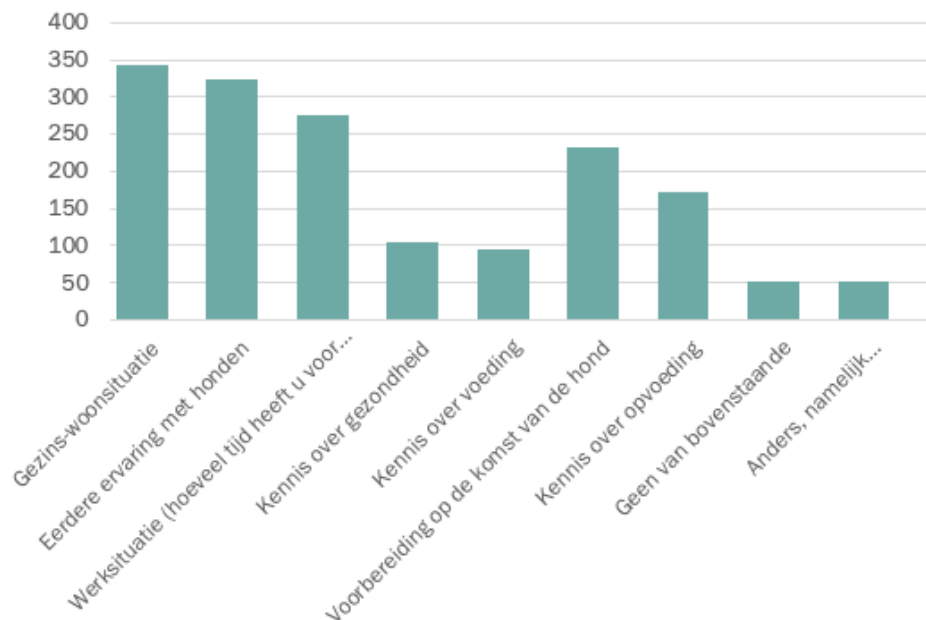
Antwoord	Voeding van de hond (%)	Opvoeding van de hond (%)	Gezondheid van de hond (%)	Raseigen-schappen van de hond (%)	Gezondheids-beperkingen van het ras (%)
<i>Niet</i>	16,7	5,8	4,2	10,9	6,7
<i>Matig</i>	7,8	6,3	3,6	9,6	4,0
<i>Gemiddeld</i>	23,7	12,3	14,7	14,3	10,7
<i>Voldoende</i>	28,6	36,8	36,2	30,4	29,7
<i>Veel</i>	23,2	38,8	41,3	34,8	48,9

3.4 Deelvraag 3: 'Op welke aspecten richt de verkoper aandacht tijdens een gesprek?'

Uit de resultaten van de enquête, te zien in figuur 2, is af te leiden dat de verkoper tijdens het gesprek/de gesprekken de aandacht vooral richt op de gezins-/woonsituatie (n = 343), eventuele eerdere ervaring met honden (n = 323) en de werksituatie en de tijd die men daarmee heeft voor de hond (n = 275).

Kennis over de gezondheid als ook kennis over de voeding, werden in mindere mate genoemd door de verkoper. De antwoorden gegeven bij anders, namelijk... zijn terug te vinden onder figuur 2 in tabel 4. Uit

de anders, namelijk... optie blijkt dat 17 respondenten de hond aangeschaft hebben bij een bekende waardoor tijdens de gesprekken geen specifieke vragen/gesprekken zijn gevoerd, of überhaupt geen gesprekken zijn gevoerd.



Figuur 2. Gespreksonderwerpen van eerste bezoeken aan de verkoper van de hond

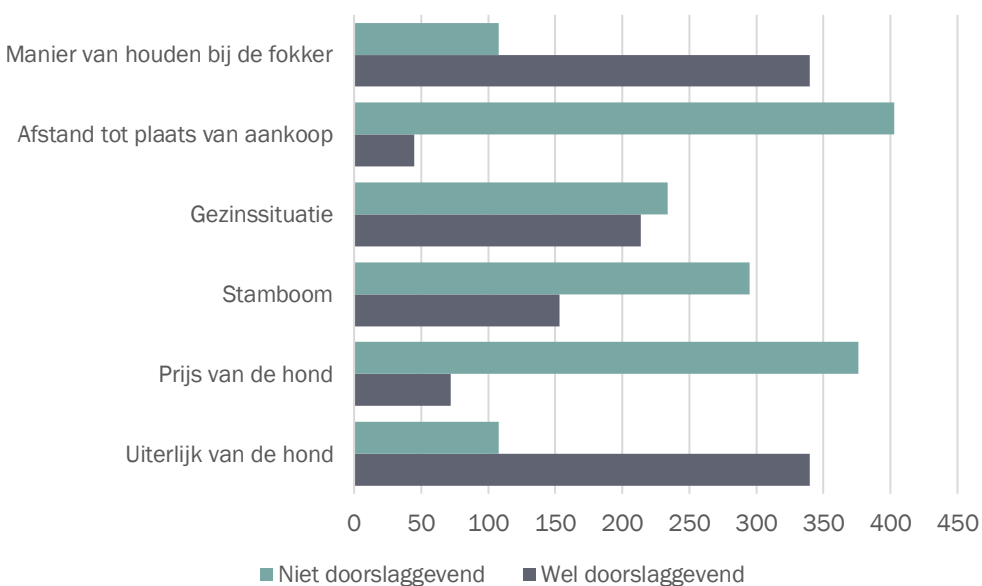
Tabel 4. Gespreksonderwerpen tijdens het eerste gesprek met de verkoper

Anders, namelijk...	Aantal
Alles is vanuit de fokker wel ter sprake geweest	3
Bij mijn eerste kooiker in 1984 werd er nergens naar gevraagd. Je kocht een hond en kon hem gelijk meenemen	1
Verkoper kende kopers persoonlijk goed, geen specifieke vragen/gesprekken	17
Eerdere ervaringen met dit specifieke ras	4
Er is wel een contract opgemaakt	1
Gebruiksdoel	4
Hond moest met spoed herplaatst worden	1
Ik heb gewerkt in het asiel waar ik mijn hond vandaan heb. Hierdoor is samen besproken of de hond bij onze situatie past. Gezien mijn opleiding (Diergezondheid en Management), en overige ervaring wisten zij dat ik kennis had van het houden van honden	1
Ik kocht mijn hond via marktplaats over van een andere vrouw. Zij deed meer haar eigen verhaal dan dat ze ernaar vroeg	1
Ik werkte op een schapen bedrijf en kon daar een pup kopen, gedaan.	1
Ik zag dit alles en vroeg het toen ik op bezoek was, niet eerder.	1
In gezamenlijk gesprek veel doorgesproken telefonisch en bij eerste nestbezoek	1
Jacht	2
Of bepaald hondje uit nest goed bij je past	1
Of we ervaring met het ras hadden en hem konden bieden wat hij nodig had	1
Of we voldoende konden doen met een jachthond om te doen waar zo'n hond voor gefokt is	1

Onze hond is doof. Daar hebben we ons eerst over ingelezen	1
Over vacht en onderhoud trimmer, e.d.	1
Reden van keuze voor dit ras	1
Specifieke kennis van ras-eigenschappen	2
Tips over voeding, gezondheid en opvoeding	1
Trainingsambities	1
Voorgeschiedenis	1
Plannen met de hond in coachpraktijk	1
Woonruimte	1

3.5 Deelvraag 4: ‘Welke kenmerken spelen mee in de uiteindelijke keuze voor een bepaald hondenras?’

De twee kenmerken die in de enquête als meest doorslaggevend naar voren kwamen zijn de manier van houden bij de fokker ($n = 340$) en het uiterlijk van de hond ($n = 340$), zoals te zien is in figuur 3. De twee kenmerken die het minst doorslaggevend zijn bij de respondenten zijn de afstand tot plaats van aankoop ($n = 403$) en de prijs van de hond ($n = 376$). De antwoorden voor het kenmerk gezinssituatie lagen dicht bij elkaar met een overhand voor niet doorslaggevend. De stamboom van de hond is voor het merendeel van de respondenten niet doorslaggevend.



Figuur 3. Doorslaggevende kenmerken voor de raskeuze van een hond

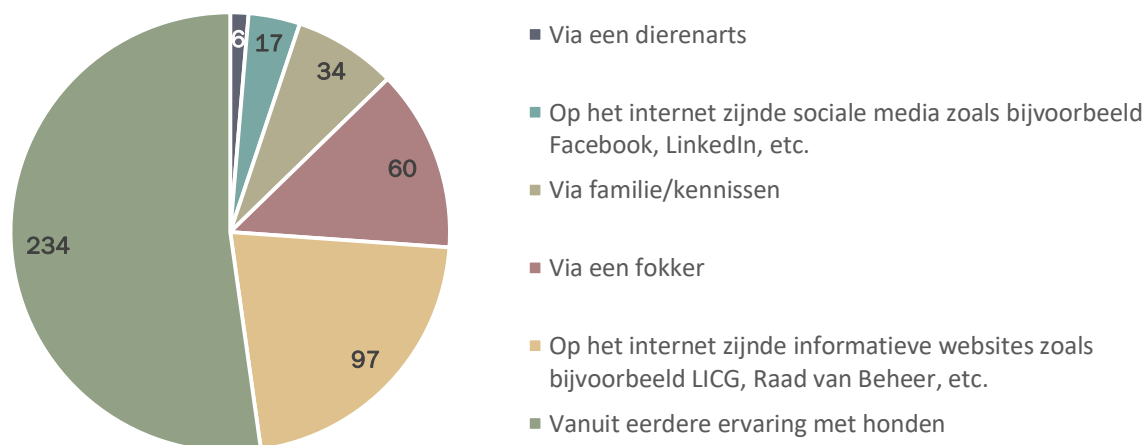
3.6 Overige resultaten

De aanschafleeftijd van de hond bij de respondenten varieert van 8 weken of jonger tot 96 maanden. 8 tot 12 weken is de meest aangegeven leeftijd voor de aanschaf met een percentage van 56,3. Tabel 5 laat de verdeling in gegeven antwoorden uit de enquête zien.

Tabel 5. Leeftijd van de hond op moment van aanschaf

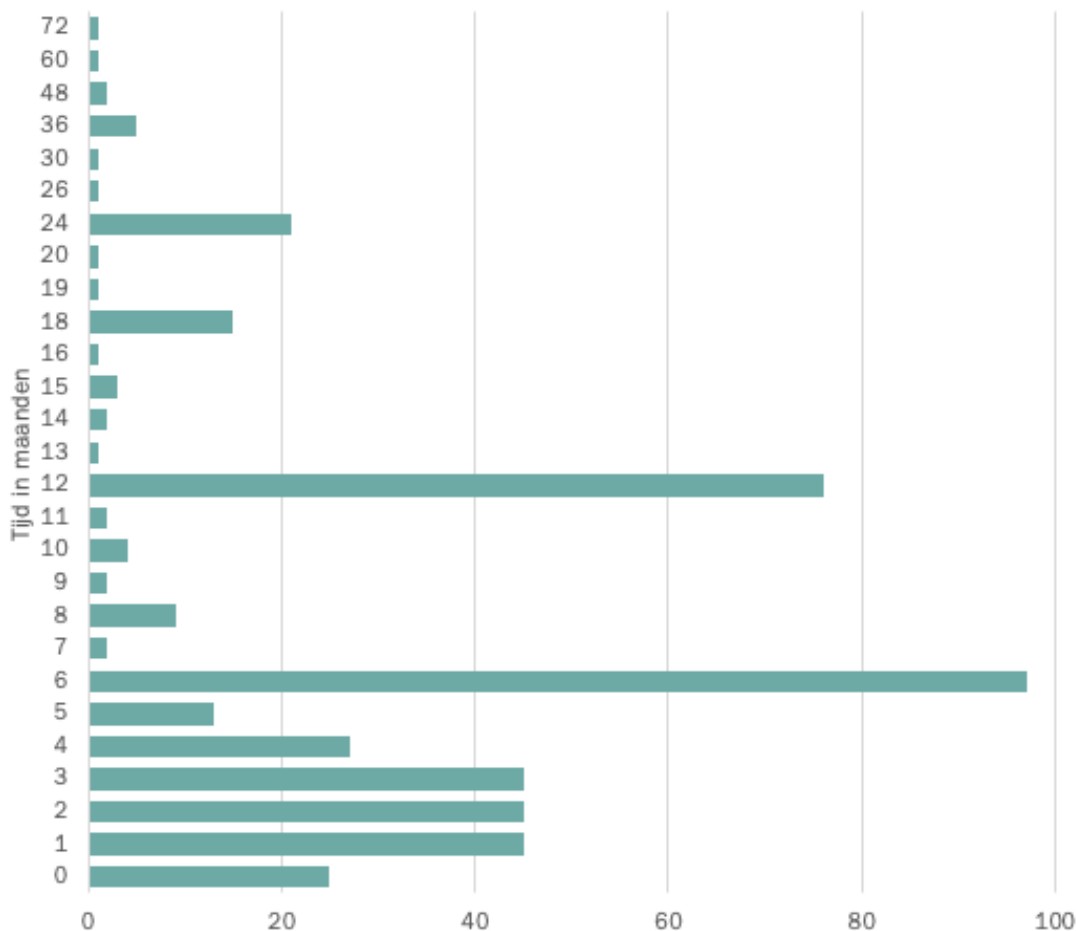
Antwoord	Aantal	Percentage
8 weken of jonger	111	24,8
8 tot 12 weken	252	56,3
12 weken tot 1 jaar	41	9,2
Ouder dan 1 jaar, namelijk...		
13 maanden	2	0,4
14 maanden	1	0,2
17 maanden	1	0,2
18 maanden	5	1,1
21 maanden	3	0,7
24 maanden	8	1,8
30 maanden	2	0,4
36 maanden	5	1,1
42 maanden	1	0,2
48 maanden	3	0,7
60 maanden	5	1,1
66 maanden	1	0,2
72 maanden	2	0,4
96 maanden	4	0,9
Geen leeftijd ingevuld	1	0,2

Figuur 4 laat zien dat hondeneigenaren de informatie voor het houden van een hond voornamelijk vanuit eerdere ervaring met honden halen. Daarna zijn informatieve websites een veel genoemde informatiebron. De dierenarts en sociale media zijn de twee minst genoemde informatiebronnen.



Figuur 4. Wijze van oriëntatie op benodigheden voor het houden van een hond

De enquêteresultaten geven weer dat er veel variëteit zit in de lengte van de oriëntatieperiode voor de aanschaf van de hond. De gemiddelde tijd in maanden waarop men begint met oriënteren is 7,8 maanden. Uit figuur 5 is af te leiden dat het grootste deel van de respondenten 6 maanden of korter is begonnen met oriënteren op de aanschaf van de hond.



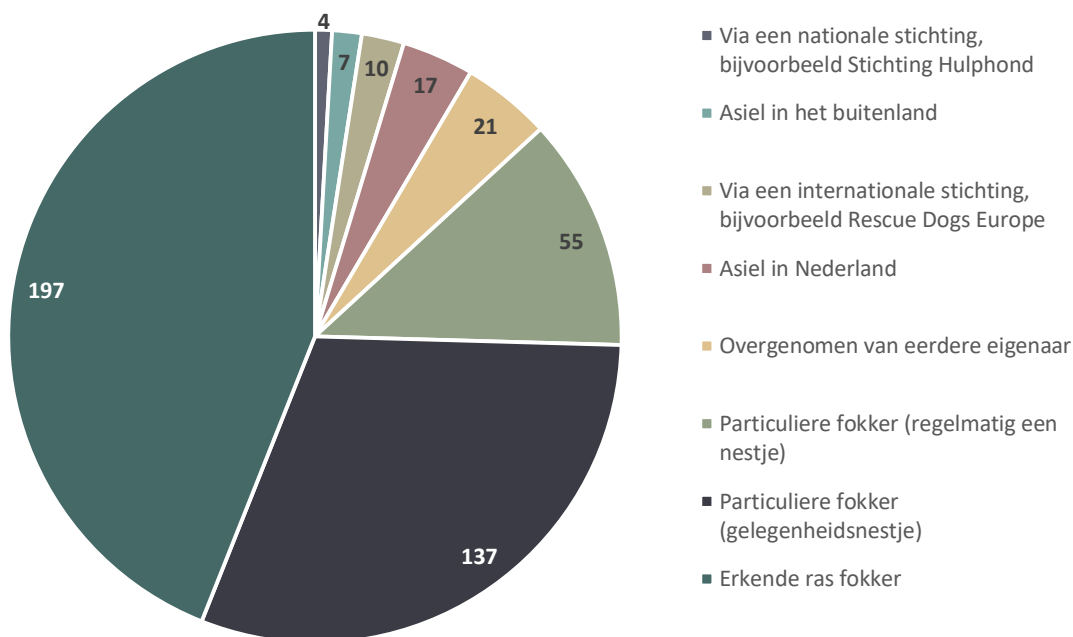
Figuur 5. Startmoment oriëntatie voor de aanschaf van de hond

De kennis van de respondenten op de 5 gekozen aspecten is afhankelijk van verschillende factoren. Tabel 6 laat de zelf ingeschatte kennis van de respondenten zien op de verschillende aspecten. Hoofdstuk 4 zal verder ingaan op verbanden tussen deze resultaten en de leeftijd en opleiding van de respondenten.

Tabel 6. Kennis van de respondenten op het moment van aanschaf van de hond op 5 verschillende aspecten

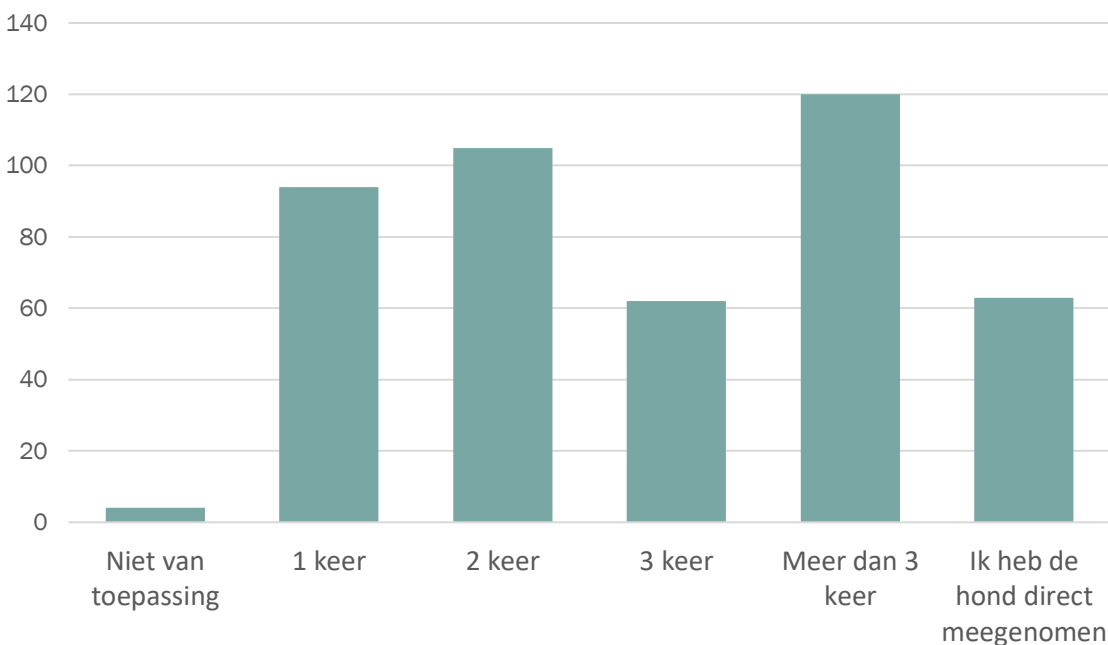
Antwoord	Voeding van de hond (%)	Opvoeding van de hond (%)	Gezondheid van de hond (%)	Ras-eigenschappen van de hond (%)	Gezondheidsbeperkingen van het ras (%)
<i>Onvoldoende</i>	2,5	1,8	2,2	3,8	6,3
<i>Matig</i>	10,7	5,1	4,5	7,4	10,3
<i>Gemiddeld</i>	26,3	23,0	23,9	18,3	21,9
<i>Voldoende</i>	36,8	41,3	40,2	35,0	33,5
<i>Goed</i>	23,7	28,8	29,2	35,5	28,1

De doelgroep gaf aan in de enquête de hond voornamelijk bij een erkende ras fokker of een particuliere fokker aan te schaffen. Nationale stichtingen zijn het minste als antwoord gegeven (n = 4).



Figuur 6. Aankoopplaats van de hond

Bezoeken aan de verkoper variëren per aankoopplaats, dit verband is nader toegelicht in hoofdstuk 4. Uit de enquête blijkt dat het merendeel van de respondenten minimaal 1 keer bij de verkoper langs is geweest voor het meenemen van de hond. 63 respondenten (14%) heeft de hond direct meegenomen.



Figuur 7. Aantal bezoeken aan de verkoper voor het meenemen van de hond.

Hoofdstuk 4 – Verbanden binnen het onderzoek

Dit hoofdstuk gaat in op verbanden die tussen verschillende onderdelen van het onderzoek vast te stellen zijn. De uitvoering van de toetsen is gedaan met SPSS.

4.1 Verband tussen kennis van de respondenten en leeftijdscategorie

Om een eventueel verband aan te tonen tussen de kennis van de respondenten op de verschillende aspecten en de leeftijdscategorie, is gebruik gemaakt van crosstabs, de output is te vinden in tabel 8 tot en met 12 in bijlage 4.

Voeding van de hond

Voor het aspect voeding van de hond hebben 59 van de 448 respondenten (13%) aangegeven de kennis in te schatten onder gemiddeld niveau. Dit aantal is opgedeeld in 11 met onvoldoende kennis en 48 met matige kennis. De leeftijdscategorieën 18 jaar of jonger en 26-35 jaar hebben minimaal matig aangegeven als kennis. De categorie ouder dan 65 jaar heeft één respondent met onvoldoende kennis. Dit zijn tevens de drie categorieën met de minste respondenten.

Het merendeel van elke leeftijdscategorie geeft aan voldoende kennis te hebben over de voeding, namelijk 36% van alle respondenten.

De respondenten met goede kennis ($n = 106$) zijn verdeeld over de leeftijdscategorieën. Van de 3 respondenten onder de 18 jaar hebben 0 aangegeven goede kennis te hebben. De categorieën van 19-25 jaar, 36-45 jaar, 56-65 jaar en ouder dan 65 zitten allen rond de 20% met goede kennis. In de categorie 26-35 jaar heeft 26,2% respondenten goede kennis en van de categorie 46-55 jaar heeft 25% respondenten goede kennis.

Opvoeding van de hond

Voor de opvoeding van de hond wordt de kennis van de respondenten al hoger ingeschat dan bij de voeding. In totaal geeft hier 28,8% van de respondenten aan goede kennis te hebben over het onderwerp. Voor dit aspect zitten de meeste leeftijdscategorieën rond 25 – 35% respondenten met goede kennis.

Bij elkaar opgeteld hebben geven van alle categorieën een totaal van 31 respondenten aan onvoldoende of matige kennis over de opvoeding van de hond te hebben. Van de categorie 18 jaar of jonger hebben de 3 respondenten aangegeven voldoende of goede kennis te hebben.

De optie voldoende kennis is door alle leeftijdscategorieën met het hoogste aantal respondenten aangegeven, met een totaal van 185, dit is 20 respondenten meer dan bij de voeding.

Gezondheid van de hond

69% van de respondenten beoordeeld de kennis over de gezondheid van de hond als voldoende ($n = 180$) of goed ($n = 131$). De categorie 18 jaar of jonger is ook bij dit aspect gelijk verdeeld over de opties gemiddeld, voldoende en goed met allen één antwoord binnen de categorie.

De verdeling van de antwoorden binnen de gemiddelde kennis is gelijk tussen de verschillende categorieën. Van de categorieën 19-25 jaar en 26-35 jaar heeft ongeveer 23% van de respondenten voor dit antwoord gekozen. De respondenten van 46-55 jaar en 56-65 jaar zitten daar iets onder, namelijk 21% en 22% koos voor gemiddelde kennis. Daarentegen kozen de respondenten van 36-45 jaar en 65 jaar met een hoger percentage, namelijk 28% en 29%, voor gemiddelde kennis.

De respondenten met onvoldoende of matige kennis zijn in aantallen vergelijkbaar met het aspect opvoeding van de hond, een totaal van 30 respondenten koos voor deze antwoorden. De categorie 46-55 jaar beslaat 30% van de totale antwoorden, gevolgd door de categorie 56-65 jaar met 26,7%.

Ras-eigenschappen van de hond

De kennis over de ras-eigenschappen van de hond wordt, in tegenstelling tot de eerdere aspecten, met een hoog aantal antwoorden als goed aangegeven. Een totaal van 159 respondenten (35,5%) koos voor dit antwoord. De antwoorden voldoende (n = 157) en gemiddeld (n = 82) daarentegen zijn in mindere mate gekozen.

De antwoorden voor onvoldoende en matige kennis zijn tevens gestegen in aantallen. Waar er bij de gezondheid in totaal 30 respondenten kozen voor deze antwoorden, is dat bij de ras-eigenschappen gestegen naar 50 respondenten. Ook voor dit aspect geldt dat de categorie 46-55 jaar een meerderheid beslaat in deze antwoorden, namelijk 38% van het totaal.

Gezondheidsbeperkingen van de hond

Ingaand op de kennis over de gezondheidsbeperkingen van de hond. Deze is door de respondenten aangegeven als het aspect met de minste kennis. Een totaal van 74 respondenten koos voor de antwoorden onvoldoende en matige kennis. Binnen deze opties, zoals ook bij de kennis over de ras-eigenschappen, heeft de categorie van 46-55 jaar een meerderheid in de antwoorden. Door deze categorie is 13 keer aangegeven onvoldoende kennis te hebben, en 11 keer matige kennis.

De categorie 19-25 jaar is het meest verdeeld over de verschillende opties. De overige categorieën, met uitzondering van 18 jaar of jonger, hebben allen een percentage tussen 27% en 30% bij antwoordoptie goed.

4.2 Verband tussen kennis van de respondenten en opleidingsniveau

Om het verband tussen de kennis van de respondenten op een schaal van onvoldoende tot goed en het opleidingsniveau vast te stellen, is gebruik gemaakt van crosstabs, de output is te vinden in figuur 8 tot en met 12 in bijlage 4.

Voeding van de hond

De voeding van de hond uitgezet tegen het opleidingsniveau van de respondenten laat zien dat de respondenten met als hoogste opleidingsniveau het middelbaar onderwijs de kennis inschatten als gemiddeld, voldoende of goed. 4 van de 41 respondenten kozen voor onvoldoende of matige kennis.

De opleidingsniveaus mbo en hbo tonen een gelijke verdeling in de antwoorden. Een stijgende lijn tot voldoende kennis en vervolgens een lichte daling voor het aantal antwoorden voor de optie goede kennis.

Voor opleidingsniveau wo geldt de stijgende lijn tot de gemiddelde kennis, waarna de waarden voor voldoende en goede kennis weer afnemen.

Opvoeding van de hond

De resultaten voor de opvoeding van de hond uitgezet tegen het opleidingsniveau, laat bij de mbo- en hbo-respondenten eenzelfde verdeling zien als bij de voeding. Het antwoord matig is bij mbo in totaal 14 keer gegeven, dit staat gelijk aan 8% van het totaal aantal respondenten met opleidingsniveau mbo. Voor opleidingsniveau hbo is door 5 respondenten (2,6%) van het totaal aantal voor het opleidingsniveau gekozen voor dit antwoord.

De respondenten met als hoogste opleidingsniveau wo, laten een gelijke verdeling zien. 3 respondenten met matige kennis, vervolgens een lichte stijging naar 9 respondenten met gemiddelde kennis. 12 respondenten met voldoende kennis waarna een lichte daling volgt terug naar 9 respondenten met goede kennis. Antwoordoptie onvoldoende is niet gegeven bij dit opleidingsniveau.

Gezondheid van de hond

Voor de gezondheid van de hond blijkt bij de wo-opgeleiden dat er enkel is gekozen voor de opties matig en gemiddeld. De respondenten binnen het middelbaar onderwijs kozen tweemaal voor onvoldoende, verder werd de kennis ingeschat op gemiddeld, voldoende of goed.

Wat betreft de mbo- en hbo-respondenten, laat figuur 10 in bijlage 4 zien dat er weer eenzelfde patroon is in de verdeling van de antwoorden. Opleidingsniveau hbo toont 85 respondenten met voldoende kennis en 51 met goede kennis, waar opleidingsniveau mbo er 64 toont met voldoende en 56 met goede kennis.

Ras-eigenschappen van de hond

De kennis over ras-eigenschappen van de hond is anders verdeeld dan de eerder behandelde aspecten. Respondenten met als hoogste opleidingsniveau wo laten een stijgende lijn zien in de hoeveelheid kennis, met uiteindelijk 15 respondenten die goede kennis hebben over het onderwerp. Hetzelfde geldt voor de respondenten met als hoogste opleidingsniveau mbo, hier laten 62 respondenten weten goede kennis te hebben over het onderwerp.

De respondenten van het middelbaar onderwijs fluctueren in aantallen, één respondent geeft aan onvoldoende kennis te hebben, daarna stijgt het aantal naar 5 voor de optie matig en daalt vervolgens naar 3 keer het antwoord gemiddeld. De optie voldoende wordt in totaal 18 keer gegeven binnen dit opleidingsniveau waarna weer een lichte daling te zien is naar 14 respondenten met goede kennis.

De respondenten met als hoogste opleidingsniveau hbo laten tot het antwoord voldoende kennis een stijging zien in het aantal antwoorden met 71 respondenten als piek voor voldoende kennis. Goede kennis is voor 68 respondenten het niveau dat wordt geschat.

Gezondheidsbeperkingen van de hond

Voor wo-opgeleiden geldt wat betreft de kennis over gezondheidsbeperkingen van de hond dat het merendeel een voldoende of goede kennis heeft, namelijk 22 van de 33 wo-opgeleiden. De respondenten met als hoogste opleidingsniveau het middelbaar onderwijs laten een duidelijke verdeling zien in het aantal antwoorden. De opties onvoldoende, matig en gemiddeld zijn met een gezamenlijk totaal van 12 minder gegeven dan de opties voldoende en goed. De laatsten hebben een gezamenlijk totaal van 39.

De verdeling in antwoorden voor de opleidingsniveaus mbo en hbo hebben een gelijke verdeling. Voor de mbo-respondenten geldt dat 31 respondenten kozen voor onvoldoende of matige kennis. Daarna volgt een stijging naar 37 antwoorden voor gemiddelde kennis. De antwoordopties voldoende en goede kennis zijn het vaakst aangegeven door de respondenten (voldoende n = 57, goed n = 54).

Voor de hbo-respondenten geldt dat er 33 keer de antwoorden onvoldoende of matig zijn gegeven. De optie voor gemiddelde kennis is 48 keer doorgegeven. Ook voor dit opleidingsniveau is een meerderheid van de respondenten gegaan voor de opties voldoende en goed, namelijk een totaal van 114.

4.3 Verband tussen aantal bezoeken aan de verkoper en aankoopplaats

Om het verband tussen de het aantal bezoeken aan de verkoper en de aankoopplaats vast te stellen, is gebruik gemaakt van crosstabs, de output tabel is te vinden in tabel 18 in bijlage 4.

Uit de tabel is af te leiden dat de optie 'ik heb de hond direct meegenomen' statistisch het vaakst voorkomt bij een internationale stichting (6 van de 10), asielen (8 van de 24) en bij overnemen van een eerdere eigenaar (12 van de 21). Bij Nederlandse asielen is het echter ook veelvoorkomend dat de koper 1 of 2 keer op bezoek is voor het ophalen van de hond.

Meer dan 3 keer de verkoper bezoeken komt het meeste voor bij een erkende ras fokker (41%) of een particuliere fokker met een gelegenheidsnestje (19%). In verhouding met de 41% bij een erkende ras fokker, is de 19% bij een particuliere fokker met een gelegenheidsnestje echter een laag percentage. 1 of 2 keer bezoeken komt dan ook bij deze aankoopplaats vaker voor (samen 54%).

Hoofdstuk 5 – Discussie

In dit hoofdstuk staan de discussiepunten van het onderzoek beschreven. De discussiepunten zijn opgedeeld in punten over het onderzoek en de aanpak daarvan, en punten over de verkregen resultaten en de wijze waarop deze verwerkt zijn.

5.1 Aanpak van het onderzoek

De enquête is uitgezet op verschillende Facebookpagina's, via deze verspreidingswijze is echter niet te controleren welk bereik de enquête heeft. Een van de opmerkingen op de enquête via Facebook was van een respondent uit België, er was niet duidelijk vermeld dat de enquête op hondeneigenaren uit Nederland in ging. Deze respondent heeft als provincie Noord-Brabant gekozen omdat deze het dichtst in de buurt komt. Er is geen controle mogelijk of dit bij meerdere respondenten het geval was.

Een online enquête heeft vaak sturende vragen met beperkte en gerichte antwoorden om de enquête kort te houden om een groter aantal respondenten te bereiken. Uit een onderzoek van Survey Monkey (2011) blijkt dat hoe meer vragen een enquête bevat, hoe korter een respondent per vraag besteed. Een aantal vragen die wel eventuele toevoeging hadden kunnen bieden aan het onderzoek zijn dan ook uit het onderzoek gelaten om de enquête beknopt te houden. De antwoorden die men in kan vullen bij een enquête zijn daarnaast meer sturend dan tijdens een persoonlijk interview of gesprek. De onderzoeker kiest mogelijke antwoorden op een vraag, eventueel een met een invuloptie, waarvan voor het uitzetten al beredeneerd is dat dit mogelijke antwoorden zijn.

Tijdens en na het onderzoek kwam naar voren dat een aantal vragen nog antwoordopties misten. Een belangrijke vraag had betrekking op de plaats van aankoop van de hond. Er werd bij de opmerkingen een aantal keer aangegeven dat de hond gekocht was bij een broedfokker. Ook gaven respondenten aan dat de optie 'via de rasvereniging' miste. Dit is echter niet een plaats van aankoop, uiteindelijk zal de koper de hond bij een erkende fokker, die aangesloten is bij de rasvereniging, halen. In dit geval zou een erkende fokker of een particuliere fokker met regelmatig een nestje een passend antwoord zijn.

Een andere vraag waar de antwoordopties uitgebreider konden was de vraag over hoe men oriënteerde op de aanschaf van de hond. De antwoorden sociale media, internet, dierenarts, etc. zijn mogelijke opties. Antwoorden die echter ook mogelijk waren bij deze vraag zijn boeken en/of tijdschriften, via een opleiding of via werk. Dit werd, net als het punt van de plaats van aanschaf, benoemd door enkele respondenten. Uitbreiding van deze vraag had geresulteerd in een specifiek beeld van de oriëntatiemogelijkheden en informatiebronnen voor een hond in Nederland.

Deelvraag 2, luidt "Op welke aspecten heeft de hondeneigenaar zich ingelezen voor de aankoop van de hond?". Echter komt de formulatie van het antwoord op deze deelvraag voort uit een vraag waar de respondent aan moet geven in hoeverre georiënteerd is op een selectie van onderwerpen. Deze selectie van onderwerpen zorgt voor een gericht en selectief antwoord waar geen verdere vrijheid is tot aangeven van overige onderwerpen. De deelvraag of de enquête had hier anders op aangepast kunnen worden voor het uitzetten van het onderzoek voor een gericht beeld op de oriëntatie van hondeneigenaren in Nederland. Echter zijn er veel onderwerpen die relevant zijn voor de aanschaf van een hond, welke niet allen behandeld zijn in de enquête.

5.2 Verkregen resultaten

Bij de vraag naar welke kenmerken wel of niet doorslaggevend waren voor de keuze van het ras, waren antwoordopties bijvoorbeeld de prijs van de hond, de afstand en de manier van houden bij de fokker. Hier werd echter niet in gegaan op specifieke kenmerken van een hond, zoals bijvoorbeeld het onderhoud of de mate van (vacht)verzorging, kosten van de verzorging van de hond, grootte van het ras, de ras-eigenschappen, en nog vele andere kenmerken die wel zijn benoemd in eerdere vragen. Dit is een punt waarmee deelvraag 4 een uitgebreider, en daarmee specifiekere, antwoord had kunnen zijn.

Een andere toevoeging aan de vragen heeft betrekking op de plaats van aankoop, in de enquête is geen rekening gehouden met de mogelijkheid tot het verkrijgen van een hond door eigen fok. Door enkele respondenten werd in de opmerkingensectie aangegeven dat dit wel het geval was. Vanuit dat standpunt is tevens te beredeneren dat er gelimiteerde opties waren om aan te geven dat de respondent al langer bekend was met het ras en de informatie heeft verkregen uit deze eerdere ervaring met het ras, of andere honden.

Bij vraag zeven gaat de respondent in op de kennis over bepaalde onderwerpen gericht tot de aanschaf van een hond. De antwoordopties zijn hier verdeeld in een schaal van onvoldoende, matig, gemiddeld, voldoende en goed. Echter, het gaat hier om de inschatting van de kennis van de respondent, er volgt geen verdere toetsing in de enquête of de kennis inderdaad op een bepaald niveau is. Deze vraag geeft daarom een discutabel resultaat waarvan onzeker is of deze betrouwbaar genoeg is om verder te gebruiken voor het onderzoek en de conclusie.

Gekeken naar de gegeven antwoorden bij de vraag naar de beweegredenen van de aanschaf van de hond, blijkt dat verschillende respondenten om meerdere redenen een hond heeft. Ondanks dat gevraagd werd naar de meest voornaamste reden, werd door velen bij de anders, namelijk... optie alle redenen waarom diegene een hond heeft aangeschaft benoemd. Om deze antwoorden toch in te kunnen delen is gekeken naar de gebruikte termen in de antwoorden. Termen als voor de gezelligheid, een maatje, de leegte thuis opvullen, etc. zijn in de verwerking van de resultaten geclassificeerd onder het antwoord 'gezelschap'. Verschillende antwoorden duiden op dat de hond als hulphond is aangeschaft, door verwoordingen als: aangeschaft na het oplopen van een handicap, om te helpen na het ongeluk, blindengeleidehond, etc. Deze antwoorden zijn bij het verwerken van de resultaten ingedeeld bij het antwoord 'hulphond'. Zo is het voor de verschillende antwoorden voorgekomen dat men het aangaf bij anders, namelijk... maar uiteindelijk zijn enkele antwoorden nog verwerkt bij de overige opties.

Dit punt tast mogelijk de betrouwbaarheid van het onderzoek aan, antwoorden zijn naar eigen inschatting ingedeeld bij overige opties, in plaats van het antwoord dat door de respondent gekozen was.

Bij de vragen over de leeftijd van de hond op het moment van aanschaf en hoe lang van tevoren de respondent was begonnen met oriënteren door een aantal respondenten opgemerkt dat er slechts 2 karakters ingevoerd mochten worden bij het antwoord. Dit is in het opzetten van de enquête bewust gedaan om verschillende vormen van eenzelfde antwoord tegen te gaan, zoals bij voorbeeld 6 maand, 6 maanden, half jaar, etc. In de vraag stond aangegeven dat de leeftijd, indien ouder dan 1 jaar, en de periode van het oriënteren in cijfers in maanden vermeld moest worden. Echter was in de resultaten terug te zien dat de respondenten dit of niet gelezen hebben of niet begrepen hebben. Het grootste deel van de resultaten bestond uit de leeftijd in maanden zoals gevraagd, maar een aantal resultaten bestond uit bijvoorbeeld: 3j, 1j, 1, 2, etc. De antwoorden waarvan duidelijk was dat het de leeftijd in jaren betrof, zijn omgerekend naar maanden en op die manier verwerkt in de resultaten. De antwoorden waarvan beredeneerd was dat het de leeftijd in maanden betrof zijn verwerkt in de resultaten. De antwoorden bij

de vraag over hoe lang van tevoren de respondent was begonnen met oriënteren, zijn op dezelfde manier verwerkt voor de resultaten.

5.3 Verbanden tussen de resultaten

De verbanden tussen de resultaten gaan in op de kennis van de respondenten uitgezet tegen het hoogst afgeronde opleidingsniveau en de verschillende leeftijdscategorieën. Er is geen gebruik gemaakt van statistische ondersteuning in het beschrijven van de verbanden, het is daarmee onzeker of de verbanden tussen de leeftijdscategorieën en kennis over de onderwerpen, en tussen de opleidingsniveaus en de kennis over de onderwerpen ook daadwerkelijk significant is.

Hoofdstuk 6 – Conclusie en aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden de deelvragen individueel beantwoord en wordt een conclusie voor de hoofdvraag: ‘Hoe zien de verschillende aspecten van het aankoopproces van een hond in Nederland eruit voor de consument?’ geformuleerd. Na de conclusies komen in dit hoofdstuk enkele aanbevelingen aan bod.

6.1 Antwoord op de deelvragen

Deelvraag 1: Wat zijn de voornaamste beweegredenen voor de aanschaf van de hond?

Uit de resultaten van de enquête is gebleken dat met een aandeel van 91,1% de gezelschap de meest voornaamste beweegreden is voor de aanschaf van de hond, gevolgd door gebruik in de sport en gebruik voor de jacht.

Deelvraag 2: Op welke aspecten heeft de hondeneigenaar zich ingelezen voor de aankoop van de hond?

In de enquête is deze deelvraag beantwoord door de respondenten aan te laten geven hoeveel deze zich hebben georiënteerd op een selectie aan onderwerpen. Uit de resultaten is gebleken dat de respondenten zich op het onderwerpen ‘voeding van de hond’ gemiddeld of voldoende heeft georiënteerd. Bij de onderwerpen ‘opvoeding van de hond’, ‘gezondheid van de hond’, ‘ras-eigenschappen van de hond’ en ‘gezondheidsbeperkingen van het ras’ werd aangegeven dat er voldoende of veel was georiënteerd.

Tevens is uit deze resultaten te concluderen dat respondenten zich voor het onderwerp ‘voeding van de hond’ in minste mate inlezen voor de aanschaf van de hond. 75 van de 448 respondenten gaf zelfs aan niet te oriënteren op de voeding van de hond.

Deelvraag 3: Op welke aspecten richt de verkoper aandacht tijdens een gesprek?

Uit het onderzoek is gebleken dat de gezins-/woonsituatie, eerdere ervaring met kinderen en de werksituatie (gerelateerd met de hoeveelheid tijd die de respondent heeft voor de hond) de meest benoemde aspecten zijn door de verkoper tijdens een gesprek met de koper. Ook de voorbereiding op de komst van de hond en de kennis over opvoeding worden meermaals benoemd als gespreksonderwerpen.

Deelvraag 4: Welke kenmerken spelen mee in de uiteindelijke keuze voor een bepaald hondenras?

De resultaten weergeven dat de manier van houden bij de fokker en het uiterlijk van de hond de meest doorslaggevende kenmerken zijn in de uiteindelijke keuze voor een bepaald hondenras. De afstand en de plaats tot aankoop zijn de minst doorslaggevende kenmerken in de keuze voor een bepaald ras.

6.2 Antwoord op de hoofdvraag

De hoofdvraag voor dit onderzoek luidt: ‘Hoe zien de verschillende aspecten van het aankoopproces van een hond in Nederland eruit voor de consument?’ Voor het beantwoorden van de hoofdvraag worden de antwoorden op de deelvragen en de overige resultaten meegenomen.

Het eerste onderdeel van het aankoopproces van de hond is de beweegreden. Een hond wordt met een bepaald idee en voor bepaalde wensen aangeschaft. Uit het onderzoek is gebleken dat de voornaamste beweegreden de gezelschap is.

Na de beweegreden volgt de oriëntatie op verschillende onderwerpen zoals de voeding, opvoeding, ras-eigenschappen, etc. Men begint gemiddeld 7 maanden van tevoren met het oriënteren op deze onderwerpen. Uit de resultaten is te concluderen dat deze periode varieert van 0 maanden tot meer dan

3 jaar. De mate van oriëntatie verschilt per persoon, dit kan afhankelijk zijn van eerdere ervaring met honden, eigen kennis die men al heeft vanuit een opleiding en andere factoren. De oriëntatie kan op verschillende manieren gebeuren. Velen halen de informatie uit eerdere ervaring met honden, anderen zullen bij vrienden/kennissen om tips en advies vragen, maar ook internet en sociale media worden veel geraadpleegd voor en na de aanschaf van de hond. Ook de fokker is een veel gebruikt informatiepunt, hier krijgt de koper rasspecifiek advies en informatie uit ervaringen van eerdere kopers.

Een essentieel onderdeel van de oriëntatie is de plaats van aankoop van de hond. Het onderzoek laat zien dat het grootste deel van de aankopen bij particuliere fokkers of erkende fokkers gebeurt. Ook overnames van eerdere eigenaren komen regelmatig voor. Uiteraard kan de aankoopplaats afhankelijk zijn van het gebruiksdoel van de hond. Iemand die een hulphond nodig heeft zal deze bij een stichting aanschaffen die hierin gespecialiseerd is en een getrainde hond aan het huishouden kan koppelen.

Het volgende punt in het aankoopproces gaat over hoe vaak de koper bij de verkoper is geweest tot het moment van ophalen. Het grootste deel van de respondenten gaf aan 1 keer of vaker bij de verkoper geweest te zijn. Ruim een kwart is meer dan drie keer geweest, maar indien er sprake is van eigen fok is dit verder niet van toepassing.

Tijdens de bezoeken is het vanzelfsprekend dat de verkoper in gaat op verschillende onderwerpen, en dat zowel de koper als de verkoper verschillende vragen stelt. Vragen van de verkoper gaan over de gezins- en woonsituatie, eerdere ervaring met honden, de werksituatie (gericht op de hoeveelheid tijd die de koper heeft voor de hond), voorbereiding op de komst van de hond en nog vele andere onderwerpen. En vragen van de koper gaan over het houden van de hond, voeding, opvoeding en eventuele tips.

Als de verkoper besluit dat de koper een geschikt onderkomen en juiste verzorging kan bieden aan de hond, komt de hond bij het gezin na een bepaalde periode. De meest voorkomende leeftijd voor in huis halen van de hond is 7 á 8 weken. Bij de aanschaf van een oudere hond ligt de leeftijd vaak tussen de 8 weken en een jaar. Rescuehonden, of honden uit asielen komen vaker op een hogere leeftijd in huis.

Puntsgewijs bestaat het aankoopproces van een hond uit de volgende stappen:

1. Interesse in een hond in huis
2. Oriëntatie naar ras, opvoeding, etc.
3. Oriëntatie naar plaats van aankoop
4. Bezoeken plaats van aankoop (indien van toepassing)
5. Hond mee naar huis

De duur van het gehele aankoopproces is persoonsgebonden en afhankelijk van verschillende factoren.

6.3 Aanbevelingen

6.3.1 Vervolgonderzoek

Voor een eventueel vervolgonderzoek is het belangrijk om een groter aantal respondenten te bereiken en de vragenlijst verder uit te breiden. Zoals in de discussie benoemd is zijn een aantal vragen te selectief in de antwoordopties. Het vervolgonderzoek zou hierop in kunnen spelen door een kleine enquête op te stellen om op bepaalde vragen een dieper antwoord te verkrijgen. Een voorbeeld hiervan is de vraag de kennis over bepaalde onderwerpen. Voor een uitbreiding zou het interessant kunnen zijn om deze kennis op bepaalde aspecten te testen. Om dit mogelijk te maken is het een idee om meerdere bedrijven samen te laten werken om de benodigde resultaten te behalen. Elk bedrijf kan zich richten op bepaalde onderwerpen en de resultaten verwerken om zo een gezamenlijk document samen te stellen.

Uit reacties van respondenten is gebleken dat er vanuit kopers ook interesse is om hier meer over te lezen en er werd aangegeven dat ook fokkers interesse hadden om verder mee te werken in soortgelijke onderzoeken.

6.3.2 Honden verkoper

De verkoopplaats van honden kan dit onderzoek gebruiken om hun diensten en informatieverstrekking te verbeteren.

Het onderzoek wijst uit dat de hondeneigenaar zelf vindt weinig kennis te hebben over voeding, hier kan op ingespeeld worden door de verkopers door hier meer informatie over te geven en de eigenaar tips te geven waar op te letten met de voeding.

Een ander aspect voor de verkoper om op te letten is de manier van houden van de hond. Uit het onderzoek bleek dat het grootste deel van de kopers dit meenemen in de beoordeling van de verkoopplaats. Het is belangrijk dat er aan de gestelde eisen wordt voldaan en dat het er voor de koper betrouwbaar uit ziet.

Hoofdstuk 7 – Literatuurlijst

- Besluit houders van dieren. (2018, 1 juli). Geraadpleegd van, <https://wetten.overheid.nl/BWBR0035217/2018-07-01>
- de Cock Buning, T., Pompe, V., Hopster, H. & de Brauw, C. (2012, 20 maart). *Denken over Dieren: dier en ding, zegen en zorg*. Faculteit der Aard- en levenswetenschappen.
- Dibevo. (2018, 6 maart). *Consumenten nog te vaak onwetend over juiste verzorging van zijn huisdier*. Geraadpleegd van, <https://dibevo.nl/pers/consument-nog-te-vaak-onwetend-over-juiste-verzorging-van-zijn-huisdier>
- van den Dungen, M. & Hilgers, G. (2006, 5 juli). *Honden- en kattenbezitters: wat willen én moeten ze weten?* Platform Verantwoord Huisdierenbezit.
- FCI. (2014, 28 augustus). *Presentation of our organization*. Geraadpleegd van, <http://www.fci.be/en/Presentation-of-our-organisation-4.html>
- Galibert, F., Quignon, P., Hitte, C. & André, C. (2011). Toward understanding dog evolutionary and domestication history. *Comptes Rendus – Biol.*, (334), 190–196.
- Hondenbescherming. (2012, 16 februari). *Checklists*. Geraadpleegd van, <https://hondenbescherming.nl/ik-neem-een-hond/checklists/>
- Hondenbescherming. (2012, 16 februari). *Zo kom ik aan een hond*. Geraadpleegd van, <https://hondenbescherming.nl/ik-neem-een-hond/zo-kom-ik-aan-een-hond/>
- Hondenpage. (2009, 7 maart). *Fokkers: alle fokkers op Hondenpage*. Geraadpleegd van, <https://www.hondenpage.com/fokkers/index.php>
- Horard-Herbin, M., Tresset, A. & Vigne, D. (2014). Domestication and uses of the dog in western Europe from the Paleolithic to the Iron Age. *Animal Frontiers*, (4), 23-31.
- LICG. (2013, 1 april). *De aanschaf van een hond*. Geraadpleegd van, <https://www.licg.nl/honden/de-aanschaf-van-een-hond/>
- Lubbock, J. (1889). *The senses, instincts, and intelligence of animals: With special reference to insects* (2nd ed.). London: Kegan Paul, Trench & Co.
- Niekerk, T., Potters, P. & Meeusen, M. (2014, november). *Rapportage kwalitatief onderzoek 'Identificatie en Registratie van honden'*. Livestock Research Rapport 818.
- NVG. (2018, 20 januari). *Feiten & cijfers over dierenvoeding*. Geraadpleegd van, <https://www.nvg-diervoeding.nl/over-huisdieren/feiten-cijfers/>
- Oldenbroek, K. & Windig, J. (2012, 29 oktober). De keuze van een hond: wat moet een koper van een pup weten? *Het fokken van rashonden – Omgaan met verwantschap en inteelt*. (pp. 14). Ede: GVO drukkers en vormgevers B.V.

- Olsen, S. (1985). *Origins of the domestic dog: the fossil record*. University of Arizona Press.
- Pompe, V., Hopster, H. & van Dieren, M. (2013, juli). *Liefde maakt blind?* Lectoraat Welzijn van Dieren.
- Raad van Beheer. (2015, 15 september). *Hondenrassen*. Geraadpleegd van, <https://www.houdenvanhonden.nl/hondenrassen/>
- Raad van Beheer. (2015, 15 september). *Rashonden*. Geraadpleegd van, <https://www.houdenvanhonden.nl/kopen-verzorgen-en-opvoeden-van-je-hond/stamboom-en-registratie-van-je-hond/rashonden/>
- Schukken, Y., van Trijp, J., van Alphen, J. & Hopster, H. (2019, 4 oktober) *Staat van het dier; beschouwingen en opinies over de verschuivende relatie tussen mens en dier in Nederland*. Raad voor dierenaangelegenheden (pp. 67).
- Serpell, J. (1995) *The domestic dog: it's evolution, behaviour and interactions with people*. Syndicate of the University of Cambridge.
- Survey Monkey (2011, 14 februari). *How much time are respondents willing to spend on your survey?* Geraadpleegd van https://www.surveymonkey.com/curiosity/survey_completion_times/
- Wolpert, S. (2013, 14 november). *Dogs likely originated in Europe more than 18.000 years ago, UCLA biologists report*. UCLA Newsroom.

Hoofdstuk 8 – Bijlagen

Bijlage 1. Fairpup-check hondenbescherming

FAIRPUP-CHECK



 **Je wilt een hond**

Je hebt:

- nagedacht over de voordelen én de nadelen van een hond,
- een herplaatsingshond overwogen, maar besloten dat een pup beter past,
- gekozen voor een passend ras of type zonder rasgebonden afwijkingen.

Zo ben je aanbeland bij de aanschaf van je pup. Deze FAIRPUP-CHECK helpt je bij het maken van een verantwoorde keus wat betreft het nestje.

Door een gezonde pup te kiezen die leuk sociaal gedrag toont, voorkom je dure dierenartsrekeningen en verdriet. Bovendien voorkom je leed, pijn, angst en agressie bij de hond die je kameraad wordt.

Neem de checklist mee, als je op bezoek gaat bij een nestje met pups. Zijn niet alle punten in orde, koop dan **GEEN** puppy bij deze fokker.

 **Tips:**

Check op internet of het adres dat je van plan bent te bezoeken geen slechte naam heeft.

Lees een koopovereenkomst goed door. Lees waar je je aan verbindt en welke rechten je hebt wanneer de koop niet goed uitpakt.

Neem de tijd om je beslissing te maken. Nu wat langer wachten kan je vele jaren meer plezier geven van je hond. Bovendien kan het dierenleed voorkomen.

Meer informatie?
www.fairpup.nl

 **Voorkom dierenleed en koop een fijne hond**

Tref je een pup die je zielig vindt en wilt helpen? Bedenk dan dat je het hondenwelzijn het meest dient door **NIET** te kopen bij een slechte fokker.

Jij bepaalt immers of de fokker geld blijft verdienen aan de dierenonvriendelijke industrie van malafide hondenhandel. Wanneer je niet koopt, zal de ellende stoppen waarin deze pups (en hun ouders) verkeren.

Een initiatief van:



☐ **Geen pups op voorraad of bezorging aan huis**

Wanneer pups 'op voorraad' zijn, is er meestal niet op verantwoorde wijze gefokt. Fokkers die de pup afleveren, verbergen vaak de situatie waarin de pup opgroeit.

☐ **Bij de fokker is maar een nestje aanwezig, of hooguit twee**

Het kost tijd om een nest pups een goede start te geven. Een fokker die veel nesten heeft, heeft niet genoeg tijd om alle pups te laten wennen aan wat ze gewoon moeten gaan vinden.

☐ **Gezondheidsinformatie wordt verstrekt**

De pup is gechipt en geregistreerd, ontwormd en ingeënt. Je krijgt een paspoort mee en kunt het chipregistratiebewijs inzien. De ouderdieren zijn getest op mogelijke gebreken en je krijgt die testresultaten te zien.

☐ **De pups hebben schone ogen, oren, neusjes en achterkanten**

Een schone pup duidt op een schone leefomgeving en goede gezondheid.

☐ **De pup gaat op zijn vroegst met zeven weken met je mee**

Een fokker die eerder afstand doet van zijn pups overtreedt de wet en heeft meestal geen goede intenties.

☐ **De pups groeien op in een schone huiselijke omgeving**

Opgroeien in een rijke, huiselijke omgeving zorgt dat de pup zich kan ontwikkelen en kan wennen aan alles wat hij normaal moet gaan vinden.

☐ **De moederhond is aanwezig bij de pups**

Een moederhond voedt haar pups op en is erg belangrijk voor een goede start

☐ **De moederhond en pups zijn blij met je bezoek**

De appel valt niet ver van de boom. Als de moederhond sociaal is, is de kans groter dat de pups dat ook zijn. Daarom is het belangrijk dat de honden open en vriendelijk reageren en het fijn vinden door je geaaid te worden.

☐ **De fokker stelt je vragen over je woon-, leef- en gezinssituatie**

Een goede fokker wil dat zijn pups goed terecht komen en zal je dus op geschiktheid als hondeneigenaar willen beoordelen.

Bijlage 2. Enquête Nederlandse hondeneigenaren

Beste meneer, mevrouw,

Bij voorbaat dank dat u de tijd neemt om de enquête in te vullen. De resultaten van de enquête worden gebruikt voor mijn afstudeerscriptie waarbij het uiteindelijk doel is om het aankoopproces van een hond in Nederland gezien vanuit de consument in kaart te brengen. Dit bevat verschillende aspecten van het oriënteren op waarom u een hond kocht tot de gezinssituatie op het moment van aankoop. De verkregen resultaten zullen uiteraard vertrouwelijk behandeld worden en zijn geheel anoniem.

Ik bedank u nogmaals voor het invullen van de enquête.

1. Heeft u op dit moment 1 of meerdere honden?

- Ja
- Nee [einde enquête]

2. Hoe oud was uw hond op het moment van aanschaf?

Bij ouder dan 1 jaar, graag de leeftijd in maanden in cijfers aangeven.

- 8 weken of jonger
- 8 tot 12 weken
- 12 weken tot 1 jaar
- Ouder dan 1 jaar, namelijk...

3. Voor welk gebruiksdoel heeft u uw hond aangeschaft?

Graag het meest voornaamste aankruisen.

- Gezelschap
- Hulphond
- Sport
- Waakhond
- Anders, namelijk

4. Hoe heeft u voornamelijk georiënteerd op de behoeften voor het houden van een hond?

Graag het antwoord aankruisen waar u het meest gebruik van heeft gemaakt.

- Op het internet zijnde informatieve websites zoals bijvoorbeeld LICG, Raad van Beheer, etc.
- Op het internet zijnde sociale media zoals bijvoorbeeld Facebook, LinkedIn, etc.
- Via een dierenarts
- Via een fokker
- Via familie/kennissen
- Vanuit eerdere ervaring met honden

5. In welke mate heeft u op onderstaande onderwerpen georiënteerd voor de aankoop van uw hond? (Aangeven op een schaal: veel-matig-niet)

- Voeding van de hond
- Opvoeding van de hond
- Gezondheid van de hond
- Ras-eigenschappen
- Gezondheidsbeperkingen van het ras

- 6. Hoelang voor de aankoop van uw hond bent u ongeveer begonnen met oriënteren?
Graag antwoord in maanden in cijfers aangeven.**
- 7. Hoe is/was uw kennis op het moment dat u uw hond aan heeft geschaft?
Naar eigen inschatting aangeven.
(Aangeven op een schaal: goed-voldoende-matig-onvoldoende)**
- Voeding van de hond
 - Opvoeding van de hond
 - Gezondheid van de hond
 - Ras-eigenschappen
 - Gezondheidsbeperkingen van het ras
- 8. Wat was de aankoopplaats van uw hond?**
- Door het Raad van Beheer erkende ras fokker
 - Particuliere fokker (persoon met een gelegenhedenestje)
 - Asiel in Nederland
 - Asiel in het buitenland
 - Via een nationale stichting, bijvoorbeeld Stichting Hulphond
 - Via een internationale stichting, bijvoorbeeld Rescue Dogs Europe
- 9. Tijdens uw eerste bezoek/gesprek aan/met de verkoper, werd er door de verkoper gevraagd naar... Verschillende aspecten (ja – nee – kan ik mij niet herinneren)**
- Gezins-/woonsituatie
 - Ervaring met eerdere honden
 - Werksituatie (hoeveel tijd heeft u voor de hond)
 - Kennis over gezondheid
 - Kennis over voeding
 - Kennis over opvoeding
 - Voorbereiding op de komst van de hond
- 10. Hoe vaak bent u bij de verkoper geweest voor het ophalen van de hond?
Als deze vraag voor u niet van toepassing is, 'niet van toepassing' aankruisen.**
- 1 keer
 - 2 keer
 - 3 keer
 - Meer dan 3 keer
 - Niet van toepassing
- 11. Welke van de volgende kenmerken heeft een doorslag gegeven voor de keuze voor het ras van uw hond? (zeer doorslaggevend/ niet doorslaggevend)**
- Uiterlijk van de hond
 - De stamboom van de hond
 - De prijs van de hond
 - Afstand tot plaats van aankoop
 - Eventuele kinderen die onderdeel zijn van het gezin
 - Manier van houden bij de fokker

12. Heeft u nog opmerkingen of overige informatie die u kwijt wilt? Indien u niets heeft kunt u het veld leeg laten.

13. Met welk geslacht identificeert u zich?

- Man
- Vrouw
- Verkies het niet te vertellen

14. In welke leeftijdscategorie valt u?

- 18 jaar of jonger
- 19 – 25 jaar
- 26 – 35 jaar
- 36 – 45 jaar
- 46 – 55 jaar
- 56 – 65 jaar
- Ouder dan 65 jaar

15. Wat is uw hoogst behaalde diploma?

- Middelbaar onderwijs
- MBO
- HBO
- WO

16. In welke provincie bent u woonachtig?

- Drenthe
- Flevoland
- Friesland
- Gelderland
- Groningen
- Limburg
- Noord-Brabant
- Noord-Holland
- Overijssel
- Utrecht
- Zeeland
- Zuid-Holland

Bijlage 3. Overige opmerkingen enquête

Onderstaande tabel weergeeft de antwoorden gegeven op vraag 12 uit de enquête, gericht op eventuele opmerkingen of overige informatie voor het onderzoek. De punten die hier genoemd zijn, zijn meegenomen in de discussie en conclusie van de resultaten.

Tabel 7. Opmerkingen of overige informatie met betrekking tot de enquête vanuit de respondenten

Aandacht voor terugdringen van impulsaankopen en marktplaats aanbiedingen is hard nodig.
Aangegeven dat ik slechts een keer bij de fokker ben geweest, kwam mede door de afstand van ruim 800 km enkele reis. De rest van mijn hindernis bij mij geboren.
Als goede fokker kies je vaak de juiste pup voor het gezin/koper om een zo goed mogelijke match te maken en krijgen de kopers niet altijd hun 1 ^e keus.
Bij de eerste hond zijn we al een keer bij de fokker geweest voordat de puppy's geboren waren; in de eerste 8 weken ook nog 1x. onze huidige hond hebben we meteen meegenomen.
Bij de laatste vraag zou ik nog een tussenkeuze zetten. Bijvoorbeeld: geheel onbelangrijk, onbelangrijk, belangrijk, heel belangrijk.
Bij de vraag waar je je hebt georiënteerd mis ik de rasvereniging
Bij het aankopen van een hond zou ik nu op veel meer aspecten letten. Toentertijd was het meer vanuit ervaring, nu heb ik meer kennis
Bij meerdere honden over langere tijd zijn antwoorden natuurlijk onderhevig aan ervaringen
De meeste honden die ik heb gehad zijn niet bewust gekozen maar kwamen op m'n pad. Verschillende rassen van verschillende leeftijden en achtergronden.
Vraag m.b.t. aanschaf; voor de geboorte had ik al een reservering, hij mocht pas mee met 9 weken
De vragen zijn erg kort
Wederzijdse bekendheid en liefde voor het ras zal altijd doorslaggevend zijn
Ik was 13 jaar geleden blind voor de mindere kantjes van het ras. 6 jaar later kwam er een andere hond en ben ik zorgvuldiger te werk gegaan
Eerst verlanglijstje gemaakt van wat wij zochten in een hond. Toen gaan zoeken naar het ras wat daarbij paste. Uiteindelijk meest passende ras, ook direct verliefd op het uiterlijk
Er wordt gevraagd hoe vaak ik de fokker bezocht heb. Vanwege Corona kon dat helaas maar twee keer
Hond via marktplaats gevonden, was vooral belangrijk dat deze bij kleine kinderen paste. Ook wel gekeken naar de prijs, vandaar geen raszuivere hond
Het fijne was dat we bij deze fokker al op gesprek konden komen zonder dat er een nest was om te oriënteren of het ras bij ons zou passen. Een jaar op de wachtlijst gestaan
Het was geen rashond met een onbekende achtergrond, veel vragen waren niet van toepassing
Mijn huidige hond heb ik van pups af aan bij een fokker gehaald. Jaren later kwam ik er pas achter dat het een broedfokker was. Nu zou ik meer onderzoek vooraf doen. Maar neig wel nog steeds naar herplaatsers.

Bijlage 4. Output SPSS

Tabel 8. Output crosstabs SPSS – kennis van de hondeneigenaar op het gebied van voeding uitgezet tegen de leeftijdscategorieën

		Q7 – Hoe was uw kennis op het moment dat u uw hond aan heeft geschaft op het gebied van...? (Voeding van de hond)					Total
		Onvoldoende	Matig	Gemiddeld	Voldoende	Goed	
Q14 – In welke leeftijdscategorie valt u?	18 jaar of jonger	0	1	1	1	0	3
	19 – 25 jaar	2	8	16	21	13	60
	26 – 35 jaar	0	6	8	17	11	42
	36 – 45 jaar	3	10	22	23	15	73
	46 – 55 jaar	3	12	33	57	35	140
	56 – 65 jaar	2	8	29	38	26	103
	Ouder dan 65 jaar	1	3	9	8	6	27
Total		11	48	118	165	106	448

Tabel 9. Output crosstabs SPSS – kennis van de hondeneigenaar op het gebied van opvoeding van de hond uitgezet tegen de leeftijdscategorieën

		Q7 – Hoe was uw kennis op het moment dat u uw hond aan heeft geschaft op het gebied van...? (Opvoeding van de hond)					Total
		Onvoldoende	Matig	Gemiddeld	Voldoende	Goed	
Q14 – In welke leeftijdscategorie valt u?	18 jaar of jonger	0	0	0	1	2	3
	19 – 25 jaar	1	1	17	26	15	60
	26 – 35 jaar	0	3	10	15	14	42
	36 – 45 jaar	1	2	22	31	17	73
	46 – 55 jaar	3	7	25	62	43	140
	56 – 65 jaar	2	7	24	39	31	103
	Ouder dan 65 jaar	1	3	5	11	7	27
Total		8	23	103	185	129	448

Tabel 10. Output crosstabs SPSS – kennis van de hondeneigenaar op het gebied van gezondheid van de hond uitgezet tegen de leeftijdscategorieën

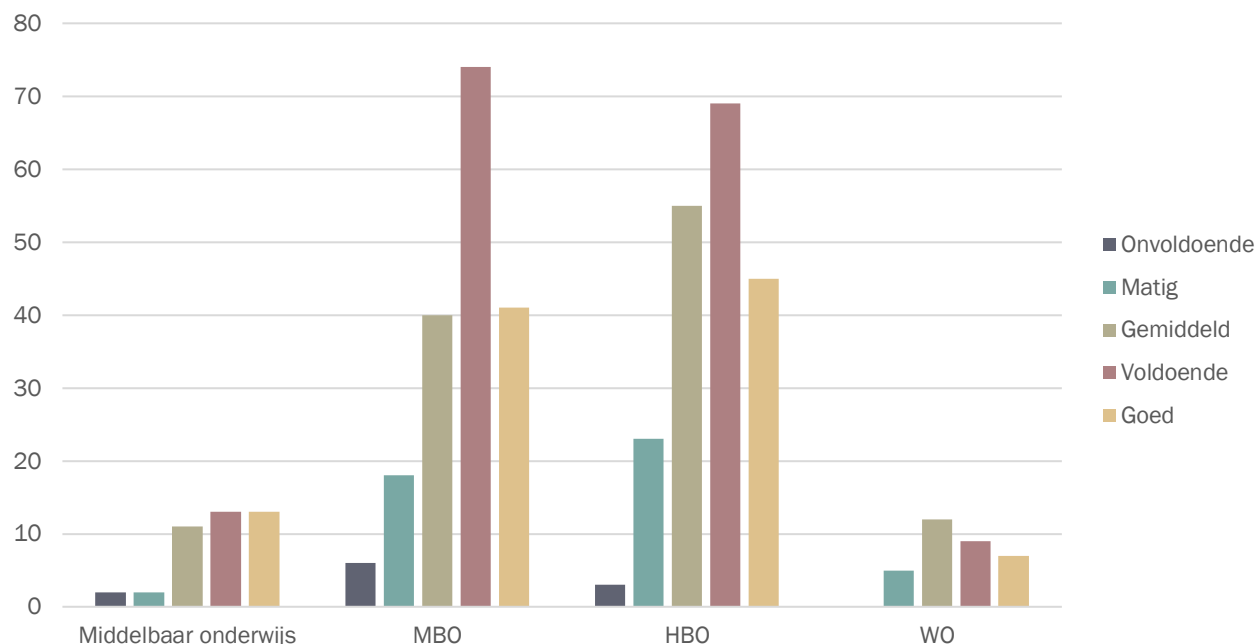
		Q7 – Hoe was uw kennis op het moment dat u uw hond aan heeft geschaft op het gebied van...? (Gezondheid van de hond)					Total
		Onvoldoende	Matig	Gemiddeld	Voldoende	Goed	
Q14 – In welke leeftijdscategorie valt u?	18 jaar of jonger	0	0	1	1	1	3
	19 – 25 jaar	1	1	14	28	16	60
	26 – 35 jaar	1	2	10	16	13	42
	36 – 45 jaar	1	5	21	27	19	73
	46 – 55 jaar	5	4	30	57	44	140
	56 – 65 jaar	1	7	23	43	29	103
	Ouder dan 65 jaar	1	1	8	8	9	27
Total		10	20	107	180	131	448

Tabel 11. Output crosstabs SPSS – kennis van de hondeneigenaar op het gebied van ras-eigenschappen uitgezet tegen de leeftijdscategorieën

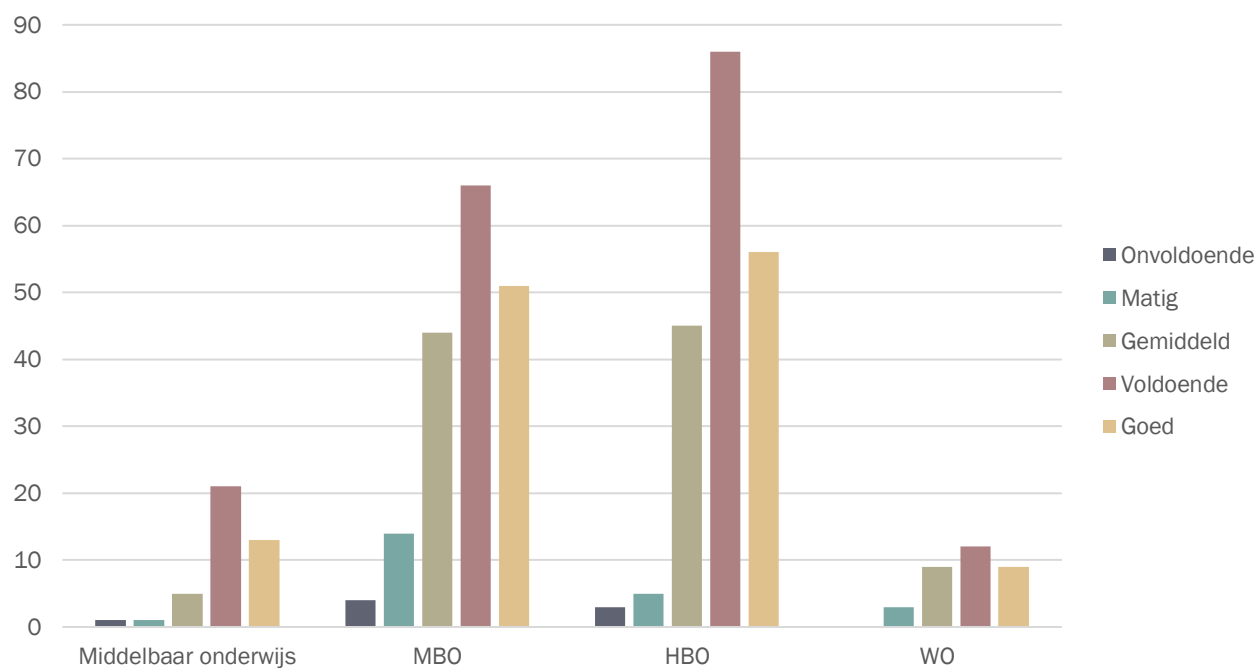
		Q7 – Hoe was uw kennis op het moment dat u uw hond aan heeft geschaft op het gebied van...? (Ras eigenschappen)					Total
		Onvoldoende	Matig	Gemiddeld	Voldoende	Goed	
Q14 – In welke leeftijdscategorie valt u?	18 jaar of jonger	0	1	0	1	1	3
	19 – 25 jaar	1	6	10	29	14	60
	26 – 35 jaar	0	3	14	10	15	42
	36 – 45 jaar	3	5	14	24	27	73
	46 – 55 jaar	9	10	21	43	57	140
	56 – 65 jaar	3	6	18	40	36	103
	Ouder dan 65 jaar	1	2	5	10	9	27
Total		17	33	82	157	159	448

Tabel 12. Output crosstabs SPSS – kennis van de hondeneigenaar op het gebied van gezondheidsbeperkingen van de hond uitgezet tegen de leeftijdscategorieën

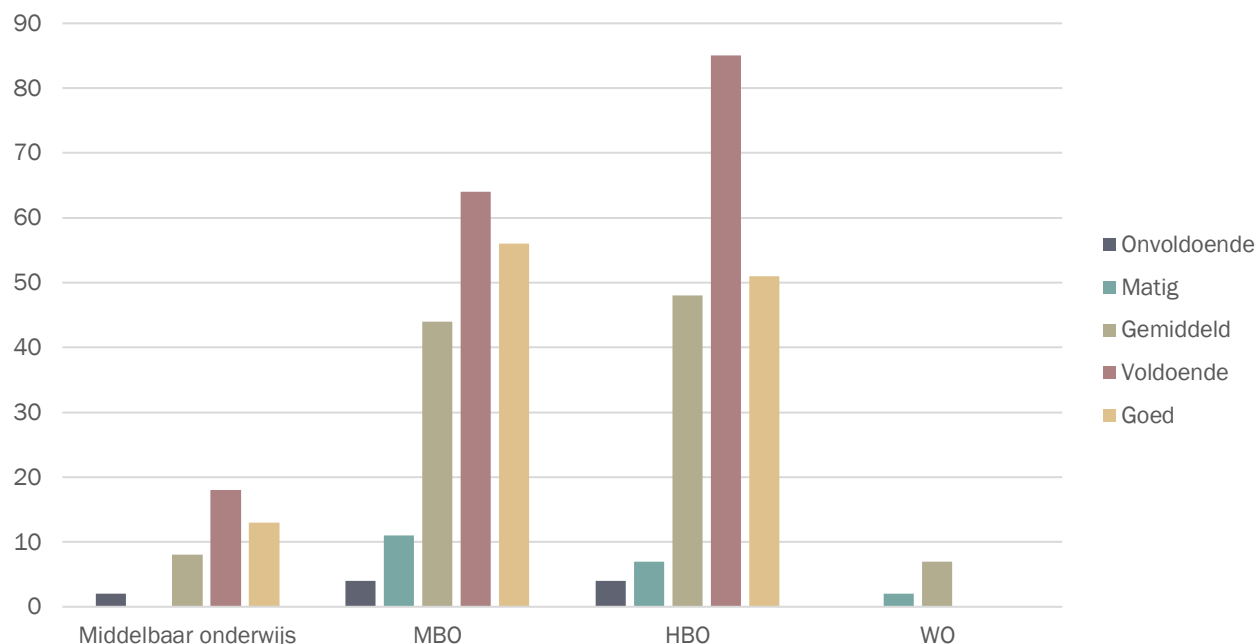
		Q7 – Hoe was uw kennis op het moment dat u uw hond aan heeft geschaft op het gebied van...? (Gezondheidsbeperkingen van het ras)					Total
		Onvoldoende	Matig	Gemiddeld	Voldoende	Goed	
Q14 – In welke leeftijdscategorie valt u?	18 jaar of jonger	1	1	0	1	0	3
	19 – 25 jaar	3	10	16	17	14	60
	26 – 35 jaar	0	3	16	11	12	42
	36 – 45 jaar	3	10	17	23	20	73
	46 – 55 jaar	13	11	24	49	43	140
	56 – 65 jaar	7	9	19	39	29	103
	Ouder dan 65 jaar	1	2	6	10	8	27
Total		28	46	98	150	126	448



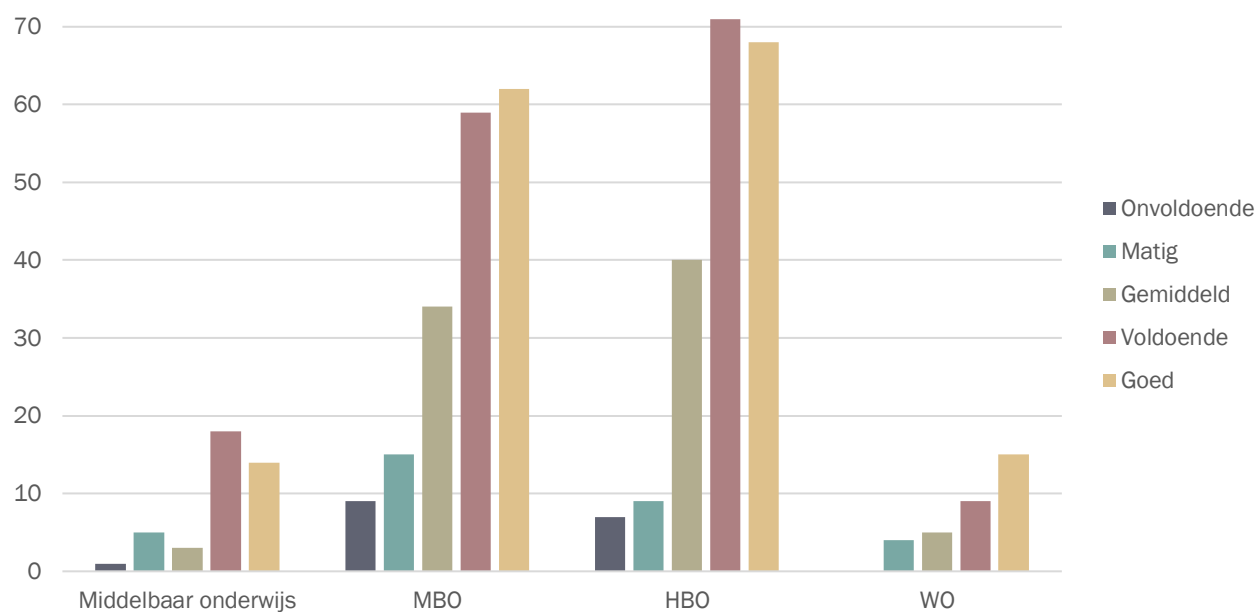
Figuur 8. Output crosstabs SPSS – kennis van de hondeneigenaar op het gebied van voeding uitgezet tegen het opleidingsniveau



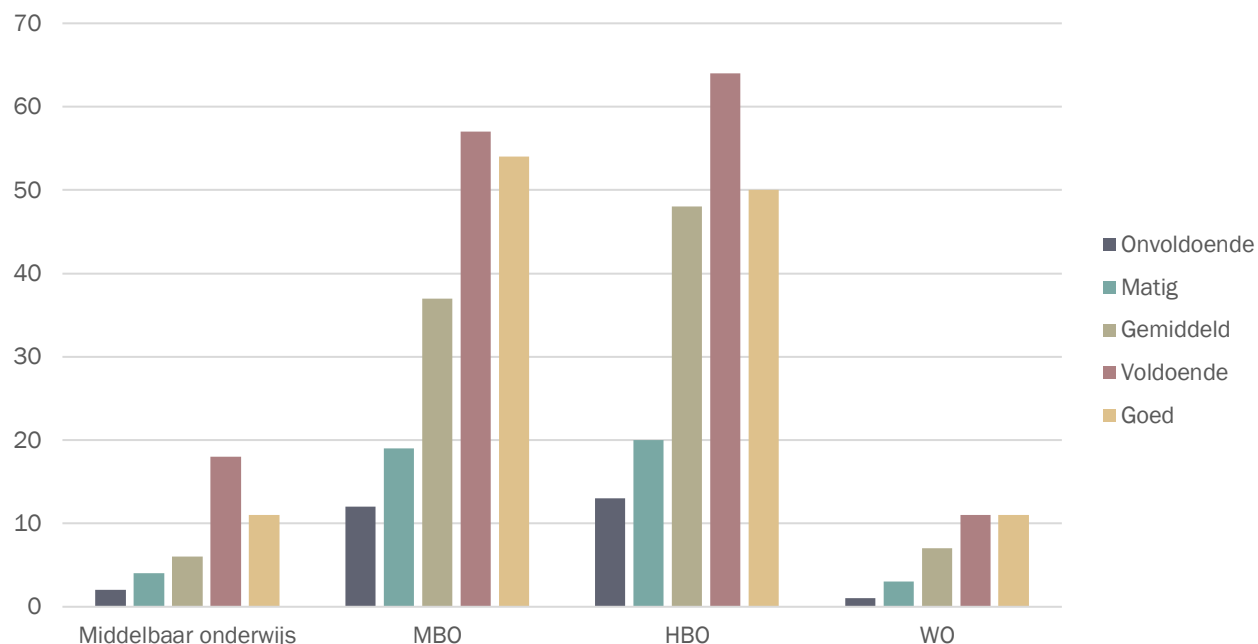
Figuur 9. Output crosstabs SPSS – kennis van de hondeneigenaar op het gebied van opvoeding van de hond uitgezet tegen het opleidingsniveau



Figuur 10. Output crosstabs SPSS – kennis van de hondeneigenaar op het gebied van gezondheid van de hond uitgezet tegen het opleidingsniveau



Figuur 11. Output crosstabs SPSS – kennis van de hondeneigenaar op het gebied van ras-eigenschappen uitgezet tegen het opleidingsniveau



Figuur 12. Output crosstabs SPSS – kennis van de hondeneigenaar op het gebied van gezondheidsbeperkingen van de hond uitgezet tegen het opleidingsniveau

Tabel 18. Output crosstabs SPSS – aantal bezoeken aan de verkoper uitgezet tegen de aankoopplaats

Q10 – Hoe vaak bent u bij de verkoper geweest voordat u de hond ophaalde?

		1 keer	2 keer	3 keer	Ik heb de hond direct meegenomen	Meer dan 3 keer	Niet van toepassing	Total
Q8 – Wat was de aankoopplaats van uw hond?	Asiel in het buitenland	1	1	1	4	0	0	7
	Asiel in Nederland	4	7	0	4	1	1	17
	Een erkende ras fokker	23	49	37	6	81	1	197
	Overgenomen van eerdere eigenaar	4	1	1	12	3	0	21
	Particuliere fokker (een gelegenhedenestje)	42	32	15	20	26	2	137
	Particuliere fokker (regelmatig een nestje)	15	14	7	11	8	0	55
	Via een internationale stichting, bijvoorbeeld Rescue Dogs Europe	3	0	0	6	1	0	10
	Via een nationale stichting, bijvoorbeeld Stichting Hulphond	2	1	1	0	0	0	4
Total		94	105	62	63	120	4	448

Bijlage 5. Checklist Schriftelijk Rapporteren

Checklist Schriftelijk Rapporteren 2018

Naam: Britt van Lierop

Klas: 4DG

*De beoordelingscriteria die met een * zijn aangegeven, zijn 'killing points'. Wanneer de beoordelaar daarvan meer dan vijf heeft aangekruist, dien je het rapport/verslag op alle onvoldoende onderdelen te verbeteren. In het afstudeerwerkstuk zijn geen 'killing points' toegestaan.*

1. Het taalgebruik

- ☐ Bevat niet meer dan drie grammaticale, spel- en typefouten per duizend woorden; het rapport/verslag is dan afgekeurd*
- ☐ Heeft een actieve schrijfstijl*
- ☐ Is zakelijk, formeel en objectief *
- ☐ Is coherent (verwijs- en verbindingswoorden) *
- ☐ Heeft een adequate interpunctie*
- ☐ Bevat niet de persoonlijke voornaamwoorden 'ik/ mij/me, jij/je/jou, jullie, u, wij/we/ons' *
- ☐ Is doelgroepgericht*
- ☐ Heeft een uniforme stijl*

2. De ordening

- ☐ Het verslag/rapport heeft een logisch opbouw
- ☐ Elk hoofdstuk heeft een logische alineastructuur
- ☐ Elk hoofdstuk kent een introductie (m.u.v. H.1)

3. Het rapport/verslag

- ☐ Is vrij van plagiaat*
- ☐ De pagina's zijn genummerd*
- ☐ Heeft een uniforme opmaak

4. De omslag

- ☐ Bevat de titel
- ☐ Vermeldt de auteur(s)

5. De titelpagina/het titelblad

- ☐ Heeft een specifieke titel*
- ☐ Vermeldt de auteur(s)*
- ☐ Vermeldt de plaats en de datum*
- ☐ Vermeldt de opdrachtgever(s)*

6. Het voorwoord:

- ☐ Bevat de persoonlijke aanleiding tot het schrijven van het rapport/verslag
- ☐ Bevat persoonlijke bedankjes (persoonlijke voornaamwoorden toegestaan)

7. De inhoudsopgave:

- ☐ Vermeldt alle genummerde onderdelen van het rapport/verslag*
- ☐ Vermeldt de samenvatting en de bijlage(n)
- ☐ Is overzichtelijk/gestructureerd
- ☐ Heeft een correcte paginaverwijzing

8. De samenvatting:

- ☐ Is een verkorte versie van het gehele rapport/verslag
- ☐ Bevat de conclusies
- ☐ Bevat suggesties voor verder onderzoek
- ☐ Bevat geen persoonlijke mening
- ☐ Staat direct na de inhoudsopgave

9. De inleiding

- ☐ Is hoofdstuk 1*
- ☐ Beschrijft het kader/de context en de aanleiding*
- ☐ Geeft inhoudelijke relevante achtergrondinformatie*
- ☐ Bevat de probleemstelling/de onderzoeksvraag*
- ☐ Vermeldt het doel*
- ☐ Bevat een leeswijzer voor het rapport/verslag*

10. Materiaal en methode

- ☐ Beschrijft de gevolgde onderzoeksmethode
- ☐ Motiveert de keuze voor de gevolgde onderzoeksmethode
- ☐ Past bij de probleemstelling/de onderzoeksvraag*
- ☐ Beschrijft de variabelen/eenheden
- ☐ Beschrijft de methode van data-analyse

11. De (opmaak van de) kern

- ☐ De hoofdstukken en de (sub)paragrafen met maximaal drie niveaus zijn genummerd*
- ☐ De hoofdstukken en (sub)paragrafen hebben een passende titel
- ☐ Een hoofdstuk beslaat ten minste één pagina
- ☐ Een nieuw hoofdstuk begint op een nieuwe pagina
- ☐ De zinnen lopen door (geen 'enter' binnen een alinea gebruiken)
- ☐ De figuren zijn (door)genummerd en hebben een passende titel (onder de figuur) *
- ☐ De tabellen zijn (door)genummerd en hebben een passende titel (boven de tabel) *
- ☐ Tabellen en figuren zijn zelfstandig te begrijpen
- ☐ In de tekst zijn er verwijzingen naar figuren en/of tabellen*
- ☐ De tekst bevat verwijzingen naar de desbetreffende bijlage(n)
- ☐ De tekst is ook zonder verwijzingen te begrijpen

12. De discussie

- ☐ Vermeldt de interpretatie(s) van de resultaten
- ☐ Bevat een vergelijking met relevante literatuur
- ☐ Geeft de valide argumentatie weer
- ☐ Evalueert de gevolgde onderzoeksmethode
- ☐ Bevat een kritische reflectie op de eigen bevindingen

13. De conclusies en aanbevelingen

- ☐ Bevatten antwoord(en) op de onderzoeksvraag
- ☐ Zijn gebaseerd op relevante feiten
- ☐ Bevatten geen nieuwe informatie*

14. De bronvermelding

- ☐ Verwijzingen in de tekst zijn conform de APA-normen*
- ☐ De bronnenlijst is conform de APA-normen*

15. De bijlagen

- ☐ Zijn genummerd
- ☐ Zijn voorzien van een passende titel
- ☐ Bevatten geen eigen analyse
- ☐ Zijn overzichtelijk weergegeven