

Horsify, al bekend bij jou?

Een afstudeeronderzoek naar het verkrijgen van inzicht in factoren die bij paardeneigenaren een rol spelen bij het plaatsen van een paard op een online platform



Horsify

M. Witsenboer

April 2021

Horsify, al bekend bij jou?

Een afstudeeronderzoek naar het verkrijgen van inzicht in factoren die bij paardeneigenaren een rol spelen bij het plaatsen van een paard op een online platform

Auteur: M. Witsenboer

Studentennummer: 3025661

Opleiding: Diergezondheid en Management

Onderwijsinstelling: Aeres Hogeschool Dronten

Afstudeerdocent: J. Bloemberg

Major: Dier-en Veehouderij

Stagebedrijf: Horsify

Adres: Laan van Kronenburg 14

1183 AS Amstelveen

Stagebegeleider: A. van der Lelij

Datum: april 2021

Plaats: Badhoevedorp

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 de scriptie 'Horsify, al bekend bij jou?'. Deze scriptie is geschreven in het kader van mijn afstuderen van de opleiding Diergezondheid en Management aan de Aeres Hogeschool Dronten en het volgen van mijn afstudeerstage bij het bedrijf Horsify te Amstelveen. Binnen dit werkstuk heb ik onderzoek gedaan naar factoren die bij paardeneigenaren een rol spelen bij het plaatsen van een paard op een online platform, zoals Horsify. De resultaten zijn verkregen door middel van een online enquête die verspreid is op verschillende manieren. Tevens heb ik onderzocht of de doelgroep bekend is met de diensten van Horsify en op welke manier zijn dan bekend zijn geraakt. Tijdens het schrijven het vooronderzoek heb ik veel kennis opgedaan over de hippische wereld en de marketingmogelijkheden voor een startup.

Dit onderzoek is geschreven voor alle hippische ondernemers die een online platform beheren. Mijn dank gaat uit naar mijn afstudeerbegeleider J. Bloemberg en 2^e beoordelaar M. Tellegen. Door zorgvuldige en deskundige terugkoppelingen, lieten zij mij over verschillende aspecten kritisch nadenken.

Tevens wil ik hierbij mijn stagebegeleider A. van der Lelij bedanken voor de mogelijkheid dat ik ervaring heb mogen opdoen op het gebied van communicatie en marketing in de paardensector. Eveneens gaat mijn dank uit naar alle respondenten die de enquête hebben ingevuld.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Mei-li Witsenboer

Badhoevedorp, april 2021

INHOUD

Samenvatting	6
Abstract	7
Hoofdstuk 1 Inleiding	8
Hoofdstuk 2 Materiaal en methode	16
2.1 Dataverzamelmethode(n)	16
2.1.1 Literatuuronderzoek	16
2.1.2 Enquête	16
2.2 Onderzoekseenheden	16
2.3 Methode per deelvraag	17
2.4 Verwerken en analyseren resultaten	19
Hoofdstuk 3 Resultaten	20
3.1 Deelvraag 1: Hoe zijn maneges, fokkers en particuliere eigenaren verenigd?	20
3.2 Gegevensverzameling	21
3.3 Deelvraag 2: Is de doelgroep bekend met Horsify (en zo ja, via welke communicatiemiddelen zijn ze bekend geworden)?	21
3.4 Deelvraag 3: Wat vinden paardeneigenaren belangrijk op een online platform bij het plaatsen van een paard?	25
3.5 Deelvraag 4: In hoeverre sluit Horsify bij deze factoren (die paardeneigenaren belangrijk vinden) aan?	27
Hoofdstuk 4 Discussie	29
4.1 Gebruikte methode	29
4.2 Validiteit en betrouwbaarheid	30
4.3 Interpretatie resultaten deelvragen	30
4.3.1 Deelvraag 1: Welke soorten paardeneigenaren zijn er in Nederland en waar bevinden zij zich?	31
4.3.2 Deelvraag 2: Is de doelgroep bekend met Horsify (en zo ja, via welke communicatiemiddelen zijn ze bekend geworden)?	31
4.3.3 Deelvraag 3: Wat vinden paardeneigenaren belangrijk op een online platform bij het plaatsen van een paard?	33
4.3.4 Deelvraag 4: In hoeverre sluit Horsify bij deze factoren (die paardeneigenaren belangrijk vinden) aan?	34

Hoofdstuk 5 Conclusie en aanbevelingen	36
5.1 Beantwoording deelvragen	36
5.1.1. Deelvraag 1 Hoe zijn maneges, fokkers en particuliere eigenaren verenigd?	36
5.1.2 Deelvraag 2 Is de doelgroep bekend met Horsify (en zo ja, via welke communicatiemiddelen zijn ze bekend geworden)?	36
5.1.3 Deelvraag 3 Welke factoren vinden paardeneigenaren belangrijk op een online platform bij het plaatsen van een paard?	37
5.1.4 Deelvraag 4 In hoeverre sluit Horsify bij deze factoren (die paardeneigenaren belangrijk vinden) aan?	37
5.2 Beantwoording hoofdvraag	38
5.3 Relevantie resultaten praktijk	38
5.4 Aanbevelingen voor de praktijk	38
5.5 Aanbevelingen vervolgonderzoek	39
Literatuurlijst	41
Bijlagen	45
Bijlage 1, Enquête voor maneges	45
Bijlage 2, Enquête voor fokkers	47
Bijlage 3, Enquête voor particuliere eigenaren	50
Bijlage 4, Lijst met maneges	53
Bijlage 5, Resultaten enquête manegehouders	57
Bijlage 6, Resultaten enquête paardenfokkers	61
Bijlage 7, Resultaten enquête particuliere paardeneigenaren	67
Bijlage 8, Checklist schriftelijk rapporteren	73

Samenvatting

De paardensector in Nederland heeft verschillende soorten paardenliefhebbers, van professionele wedstrijdrijders tot recreatieve ruiters/verzorgers. Al deze paardeneigenaren hebben op enig moment een rijder of verzorger nodig (of zijn op zoek naar een fok-of draagmerrie, weidemaatje). Er zijn in Nederland verschillende initiatieven die dit probleem willen verhelpen. Sinds november 2020 is er het online platform Horsify dat al deze groepen met elkaar verbindt. Echter, weten niet alle paardenliefhebbers van deze dienst af en er is op dit moment geen onderzoek gedaan naar de factoren die paardeneigenaren belangrijk vinden bij het plaatsen van een paard op een online platform. Dit onderzoek toont aan welke factoren een belangrijke rol spelen in dit besluitvormingsproces door middel van de volgende onderzoeksvraag: *Welke factoren spelen voor paardeneigenaren een rol bij het plaatsen van een paard op een online platform als Horsify?*

Om een antwoord te kunnen geven op deze vraag is er een online enquête verspreid via Google Formulieren naar particuliere paardeneigenaren, fokkers en manegehouders. Om deze groepen te kunnen bereiken is er eerst een klein literatuuronderzoek uitgevoerd om te onderzoeken hoe zij zijn verenigd. Het blijkt dat manegehouders zijn verenigd bij het FNRS (Federatie van Nederlandse Ruitersportcentra), particuliere paardeneigenaren bij Vereniging Eigen Paard en fokkers bij stamboekorganisaties. De laatste twee groepen verenigen zich ook in Facebookgroepen.

Het merendeel (60-80%) van deze paardeneigenaren die hebben meegedaan aan dit onderzoek, is niet bekend met Horsify en geeft aan het vaakst advertenties te zien op social media. Verder blijkt dat paardeneigenaren een groot aanbod van betrouwbare ruiters/verzorgers, op-maat-gemaakte overeenkomsten, aanbod van betrouwbare en geverifieerde andere fokkers, persoonlijk en deskundig advies, aanbod van verschillende fok-en draagmerries en betaalbaarheid op een platform belangrijk vinden. Particuliere paardeneigenaren hechten de meeste waarde aan een groot aanbod van betrouwbare ruiters/verzorgers (met 67%), fokkers aan betrouwbare en geverifieerde andere fokkers (met 68,9%) en manegehouders aan betaalbaarheid (met 37,5%). Horsify voldoet over het algemeen aan deze voorwaarden.

Het wordt hopen dat ondernemers met een online platform (zoals Horsify) dan ook aanbevolen om zich met name op bovengenoemde factoren te richten bij het uitwerken of onderhouden van een soortgelijke dienst. Omdat er aan dit onderzoek onvoldoende respondenten deelnamen, zijn de resultaten niet representatief zijn voor de gehele populatie paardeneigenaren in Nederland. Daarom wordt er in een vervolgonderzoek aangeraden te werken met een grotere groep respondenten.

Abstract

The horse sector in the Netherlands has different types of horse enthusiasts, from professional competition riders to recreational riders/carers. All these horse owners will at some point need a co-driver or caretaker (or are looking for a breeding or surrogate mare, meadow buddy). There are various initiatives in the Netherlands that aim to solve this problem. Since November 2020 there is the online platform Horsify that connects all these groups. However, not all horse lovers know about this service and there is currently no research into the factors that horse owners consider important when placing a horse on an online platform. This research shows which factors play an important role in this decision making process by means of the following research question: Which factors play a role for horse owners when placing a horse on an online platform such as Horsify?

In order to answer this question, an online survey has been distributed via Google Forms to private horse owners, breeders and equestrian center owners. To be able to reach these groups, a small literature search was first carried out to investigate how they are organised. It became clear that equestrian center owners are united at the FNRS (Federation of Dutch Equestrian Centers), private horse owners at Vereniging Eigen Paard and breeders at studbook organisations. The last two groups are also united in Facebook groups.

The majority (60-80%) of these horse owners who participated in this survey are not familiar with Horsify and state that they see advertisements most often on social media. Furthermore, it appears that horse owners value a wide range of reliable riders/caretakers, tailor-made agreements, range of reliable and verified other breeders, personal and expert advice, range of different breeding and surrogate mares and affordability on one platform. Private horse owners value a wide range of reliable riders/groomers (at 67%), breeders to trusted and verified other breeders (at 68.9%) and equestrian owners value affordability (at 37.5%). Horsify generally meets these conditions.

It is therefore recommended for equestrian entrepreneurs with an online platform (such as Horsify) to focus in particular on the above factors when developing or maintaining a similar service. Because of the fact that insufficient respondents participated in the questionnaire in this study, the results are not representative for the entire population of horse owners in the Netherlands. It is therefore recommended to work with a larger group of respondents for a follow-up study.

Hoofdstuk 1 Inleiding

Nederland staat in de hippische wereld bijzonder hoog aangeschreven en heeft een rijke historie en traditie. Inmiddels heeft Nederland al 26 Olympische medailles behaald, waardoor de paardensport op de 3e plek staat op de Nederlandse Olympische zomerspelen medaillespiegel (KNHS, 2017). Traditionele paardenlanden, zoals Duitsland Engeland of Spanje, bezitten zelfs minder paarden per hoofd van de bevolking dan Nederland. De paardensport in Nederland is (op voetbal na) de sport met de grootste economische waarde van 2 miljard euro per jaar (Jansen, 2019). Het grootste deel van de ruim 1000 gevestigde maneges in Nederland, is aangesloten bij de FNRS (Federatie Nederlandse Ruiter Sportcentra). Het FNRS is een branchevereniging die zich richt op het ondersteunen van hippische ondernemers, op voorwaarde dat zij voldoen aan de normen op het gebied van kwaliteit, veiligheid en dierenwelzijn (FNRS, z.d.). De grootste paardensportbond in Nederland is het KNHS (Koninklijke Nederlandse Hippische Sportfederatie) en telt 200.000 leden (KNHS, 2017). Verder heeft Nederland 3000 ruitersportcentra en rijverenigingen verspreid door het hele land die gezamenlijk 7.300 evenementen per jaar organiseren (KNHS, 2017).

De paardensector in Nederland telt ongeveer 500.000 ruiters (waarvan 400.000 actief) en 450.000 paarden (waarvan 250.000 in particulier bezit). Het grootste deel van alle ruiters (70 procent) rijdt voor het plezier. Daarnaast is 80 procent van alle paardensporters vrouw, waarvan 45 procent jonger is dan 20 jaar (Van Hall, Timmers, & Bartels, 2016). Het aantal hippische bedrijven in Nederland wordt geschat op 6.600. Hierbij gaat het om: hengstenhouderijen, merriehouderijen, maneges, pensionstallen, africhtingsstallen, opfok, handelsstallen en ruitersport retail (Van Hall, Timmers, & De Koning, 2017). Elk jaar worden er tussen de 15- en 20.000 veulens geboren in Nederland (Van Hall, Timmers, & Bartels, 2016). Al deze paarden, of het nu gaat om een springpaard, een fokmerrie of om een recreatiepaard, hebben verzorging nodig. Aan de ene kant gaan paardeneigenaren op zoek naar een betrouwbare rijder/ruiter of verzorger. Veelal gebeurt dit via Marktplaats of Facebook. Maar is die ene ruiter wel te vertrouwen? Zorgt hij/zij wel goed voor het paard? Aan de andere kant zijn er veel ruiters of verzorgers die graag een eigen paard zouden willen hebben, maar niet over de financiële middelen beschikken voor de aanschaf en kosten voor de verzorging. Horsify biedt hier een oplossing voor.

Horsify is een startende onderneming in de paardensector en opgericht om de paardensport en het fokken van veulens voor iedereen toegankelijk te maken. Horsify is een eenmansbedrijf in Amstelveen en is gestart in november 2020. De activiteiten van Horsify zijn gericht op het verbinden van paardeneigenaren met ruiters/verzorgers vanaf 18 jaar. Deze startup staat voor: een betrouwbare community, een groot aanbod aan geverifieerde ruiters en verzorgers, een toegankelijke en sociale paardensport, en persoonlijk en deskundig advies. Op het online platform kunnen paardeneigenaren verschillende type paarden aanbieden (zoals: dressuur-, spring- en recreatiepaarden en fok-en draagmerries) in de vorm van een advertentie. Ruiters, verzorgers en andere paardenliefhebbers kunnen hierop reageren (na een profiel te hebben aangemaakt). Hierdoor komen paardeneigenaren en ruiters direct met elkaar in contact.

Tegelijkertijd zorgt het platform ervoor dat ze elkaars profiel kunnen bekijken. Het profiel bevat belangrijke informatie over bijvoorbeeld: het rijniveau, beoordelingen en contactgegevens, waardoor de paardeneigenaar al kan beoordelen of deze ruiter aan het gevraagde rijniveau voldoet. Dit vergroot de kans op een goede match.

Naast het gegeven dat het platform Horsify op deze manier voor een meer toegankelijke en sociale paardensport zorgt, biedt deze dienst ook een oplossing voor maneges die meer inkomsten willen generen, ruiters van buitenaf die graag een losse les willen volgen en voor manegepaarden die nog niet zijn ingedeeld in een les. Bij deze "overgebleven paarden" kan er sneller een gebrek aan

ongeremde lichaamsbeweging ontstaan, waardoor het paardenwelzijn wordt aangetast (Visser & Van Wijk-Jansen, 2012). Ruiters van buitenaf die graag een extra les willen rijden, kunnen kiezen uit de manegepaarden die de manege beschikbaar stelt via het platform. Zo heeft de ruiter de mogelijkheid om zelf een paard te kiezen, wat de band tussen ruiter en paard versterkt. Die band wordt gekenmerkt door wederzijds vertrouwen, respect en genegenheid (Lundberg et al., 2020).

Daarnaast biedt het platform een alternatief voor de verkoop of slacht bij bijvoorbeeld financiële problemen. Afgekeurde paarden voor de sport kunnen op dit platform nog voor extra inkomsten zorgen. Ruiters die juist geïnteresseerd zijn in grondwerk (en geen rij ambitie hebben) kunnen hier hun paardenliefde kwijt. Fokkers kunnen geselecteerde paarden en jonge veulens laten opleiden door ruiters die reageren op de geplaatste advertenties. Eveneens kunnen fokkers via Horsify een geschikte fok-of draagmerrie vinden. Paardeneigenaren die een weidemaatje zoeken voor hun paard zijn ook hier aan het juiste adres. Doordat Horsify streeft naar transparantie en geverifieerde, betrouwbare ruiters die paardvriendelijkheid hoog in het vaandel hebben staan, zal op de lange termijn het dierenwelzijn en het imago van de paardensport verbeteren.

Op dit moment is de vraag naar paarden op Horsify groter dan het aanbod. Hierdoor kan het platform niet elke ruiter van een passend paard voorzien. Daarnaast is ook het aantal fok-en draagmerries en weidemaatjes beperkt. Volgens Yoon et al., 2020, is het verminderen van waargenomen onzekerheden van onlinemarkten van levensbelang voor een succesvol voortbestaan. Daarom ligt de focus bij Horsify op dit moment op het vergroten van het aantal beschikbare paarden op het platform. Om dit te kunnen realiseren is het allereerst van belang dat paardeneigenaren in Nederland op de hoogte zijn van de diensten van Horsify. Omdat Horsify nog maar net bestaat en er nog weinig naamsbekendheid is, valt hier veel winst te behalen. Daarnaast is het van belang om te onderzoeken welke factoren (en in welke mate) een rol spelen bij paardeneigenaren bij het plaatsen van een paard op een online platform. Aan de hand hiervan kan Horsify haar strategie aanpassen en eventueel haar diensten bijstellen en drempels verlagen dan wel wegnemen.

Doelgroep van Horsify

Horsify heeft op dit moment (begin februari 2021) in totaal 194 beschikbare paarden op het platform en ongeveer 980 ruiters en verzorgers. De doelgroep (volwassenen in Nederland met een passie voor paarden vanaf 18 jaar) is breed en past bij de missie van Horsify: *de paardensport toegankelijk maken voor iedereen met een passie voor paarden*. Deze brede doelgroep bestaat uit kleinere doelgroepen: ruiters en verzorgers van verschillende niveaus, fokkers (van hobby- tot bedrijfsfokker), pensionstallen, maneges en privé eigenaren/particulieren.

Deeleconomie

Horsify is een online platform dat valt onder de zogenaamde: *sharing economy* (deeleconomie). De deeleconomie groeit (Bian et al., 2021). Platformen die hieronder vallen hebben een aantal overeenkomsten: het uitlenen, verhuren of verkopen van (gebruikte) goederen (Gielen & Withagen, 2020). In het specifieke geval van Horsify gaat het natuurlijk niet om goederen, maar om dieren. Dit roept overigens andere vragen op, zoals: *'Mag een dier wel gebruikt worden in een deeleconomie?'* of *'Op welke manier wordt in een deeleconomie het paardenwelzijn gewaarborgd?'*. Dit zijn interessante, maar voor dit onderzoek irrelevante vraagstukken. Naast de zogenoemde sharing economy bestaan er ook nog de *access economy* en de *gig economy*. Bij de access economy is het uitgangspunt de toegang tot producten en diensten (en niet het bezit ervan). Denk aan Netflix en Disney+. Bij de Gig economy draait het om het zo eenvoudig en goedkoop mogelijk maken van dienstverlening voor consumenten, zoals fietskoeriers, vertaalwerk, oppas of uitlaatservice (Gielen & Withagen, 2020).

Basisfundamenten voor een online marktplaats

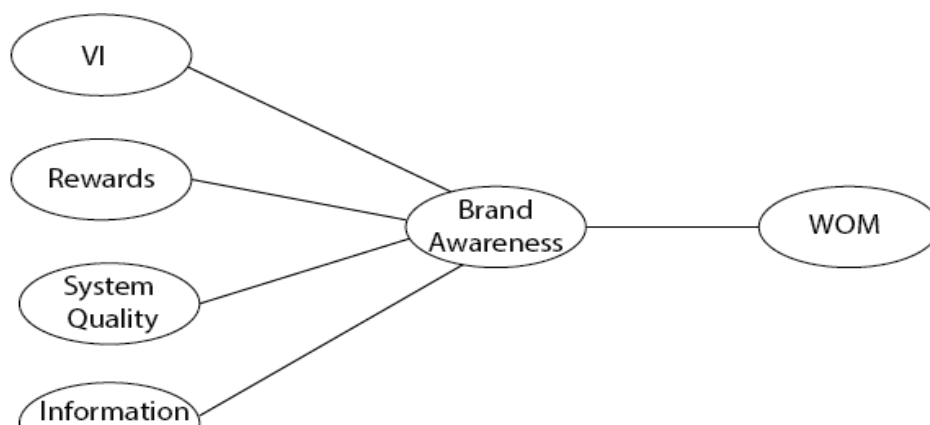
Marktplaatsen brengen onafhankelijke verkopers en kopers bij elkaar (Belhadj et al., 2020). Bij een online marktplaats, ook wel online platform genoemd (Business Doe Je, 2020), gebeurt hetzelfde, maar dan op internet. Vraag en aanbod komen samen en er ontstaat een win-winsituatie voor zowel de verkoper als koper. Er zijn een aantal belangrijke en karakteristieke basisfundamenten voor online marktplaatsen. *"Kenmerkend voor online marktplaatsen is dat ze vraag en aanbod bij elkaar brengen door de match en (eventueel) de transactie te faciliteren, op basis van de principes: transparantie, vertrouwen en gemak, en kwaliteit"* (Gielen & Withagen, 2020, p.19).

Bij Horsify draait het ook om het vinden van de juiste match op basis van transparantie, vertrouwen en gemak en kwaliteit. De koper en verkoper (in dit geval de eigenaar en ruiter/verzorger) moeten elkaar zien te vinden en elkaar iets te bieden hebben. Horsify faciliteert geen transacties. Dat doen de gebruikers van het platform onderling. Wel moeten de gebruikers van Horsify een pakket kopen om berichten te kunnen uitwisselen met elkaar over een paard. Er zijn verschillende pakketten (basis, brons, zilver en goud) variërend van 2,49 tot 4,95 euro per maand. Met het basispakket kan een gebruiker een eigen profiel aanmaken en paarden zoeken. Reageren op advertenties, het schrijven (en ontvangen) van beoordelingen en het bekijken van video's is alleen mogelijk met een brons, zilver of gouden pakket. Het bronzen pakket is één maand geldig en bedraagt 4,95 euro, het zilveren pakket is drie maanden geldig en bedraagt 9,95 euro en het gouden pakket is zes maanden geldig en bedraagt 14,95 euro. Omdat Horsify nog een startup is, kunnen alle gebruikers tot en met 1 juni 2021 kosteloos reageren op advertenties. Bij de advertentie van een paard geeft de eigenaar aan hoeveel de vergoeding bedraagt voor het gebruiken van het paard. Horsify probeert op verschillende manier zo transparant mogelijk te werk gaan en zodoende een betrouwbare community te creëren en onderhouden. Zo plaatsen paardeneigenaren een foto van het paard bij de advertentie (aangevuld met allerlei relevante informatie). Zo weet de ruiter precies om welk paard het gaat, wat de samenwerking inhoudt, waar het paard staat, welke mogelijkheden er zijn met betrekking tot buitenritten en wat de hoogte van de vergoeding bedraagt. Tegelijkertijd kan een eigenaar direct het profiel van een ruiter zien (na benadering) met informatie over: beoordelingen, rij video's, rijervaring, etc.). Doordat gebruikers elkaar na ontmoeting/samenwerking kunnen beoordelen op de

eigenschappen: paard vriendelijkheid, netheid, communicatie en betrouwbaarheid, creëert Horsify vertrouwen. Ook verifieert Horsify alle profielen van de gebruikers handmatig en bedraagt de minimale leeftijd van een ruiter/eigenaar 18 jaar. Het platform gaat in op het gemak voor de gebruiker om in een paar klikken het gewenste aanbod van beschikbare paarden in de buurt te tonen. De gebruiker krijgt meteen een duidelijk overzicht en kan de paarden vergelijken. In enkele stappen kan iemand reageren op een advertentie en zo een afspraak maken. Horsify biedt de gebruikers ook op maat gemaakte overeenkomsten aan, waarin belangrijke punten (zoals ongeval, schade, etc.) zijn opgenomen. Alle bovengenoemde basisfundamenten (transparantie, gemak en vertrouwen) bepalen de kwaliteit van een online platform (Gielen & Withagen, 2020). Tevens biedt Horsify gratis en deskundig advies (via de telefoon, mail, social mediakanalen) als gebruikers hulp nodig hebben bij onder andere het plaatsen van advertenties en het promoten van paarden als er weinig tot geen reacties zijn.

Uit onderzoek van Barreda et al. (2015, p. 603) wordt naamsbekendheid die met name van belang is voor de positieve mond-tot-mond Marketing (WOM= Word-Of-Mouth Marketing), beïnvloed en getriggerd door een viertal factoren, zie Figuur 1 (Barreda et al., 2015):

- Virtuele interactiviteit
- Beloningen
- Systeem kwaliteit
- Informatie/ content kwaliteit



Figuur 1. Graphical abstract. Aangepast overgenomen uit "Generating brand awareness in Online Social Networks" door Barreda et al., 2015 (<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563215002137?via%3Dihub>). Copyright 2015, Barreda et al

Deze vier factoren zijn ook van toepassing op Horsify. De virtuele interactiviteit ziet men terug op de website door allerlei "call to action" knoppen, zoals: 'zoeken', 'zoek nu', 'maak jouw gratis advertentie aan' en 'Hoe werkt het?'. Een call to action knop is een knop die de bezoeker van de website ertoe moet zetten actie te ondernemen (Bauwens, 2019). Deze buttons zorgen ervoor dat de bezoeker van de website kan doorklikken en langer op de pagina blijft. Als de gebruikers van Horsify na 1 juni een pakket aanschaffen, volgt een beloning (kunnen reageren op beschikbare paarden). Zo zouden gebruikers (met een gouden pakket) toegang hebben tot exclusieve informerende webinars. De systeemkwaliteit van de website moet in orde zijn (de website moet goed werken). En als laatste moet de informatie op de website het 'probleem' van de gebruiker oplossen. In dit geval: het vinden van een geschikt verzorg-/lease-/bijrijpaard.

Deze vier factoren zijn verder onderzocht door Ul Islam en Rahman (2017, p. 105) middels een vragenlijst onder 430 Facebookgebruikers. Deze studie onderzoekt of en hoe de unieke vier karakteristieken van online 'brand communities' (virtuele interactiviteit, beloningen, systeemkwaliteit en informatie kwaliteit) de klantenbetrokkenheid en loyaliteit beïnvloeden. De resultaten laten zien dat elk van de vier factoren zeer nadrukkelijk de klantbetrokkenheid

(‘engagement’) beïnvloedt met informatie/content kwaliteit en virtuele interactiviteit als de meest invloedrijke. Klantbetrokkenheid heeft ook een sterk positieve impact op ‘Brand Loyalty’. Deze resultaten laten verder zien dat er nauwelijks verschil is tussen mannen en vrouwen als het gaat om de invloed van de vier factoren.

Concurrentieanalyse

Een concurrentieanalyse brengt de sterke en zwakke punten van concurrenten in kaart (Frühauf, 2018). Informatie over het aanbod en strategie van de concurrenten zijn erg belangrijk (Benschop, 2013). Hierdoor kan een bedrijf zich beter onderscheiden van andere bedrijven. Er zijn twee soorten concurrenten: directe en indirecte concurrenten. Bedrijven die exact hetzelfde doen zijn directe concurrenten. Bedrijven die op verschillende manieren voorzien in dezelfde behoefte van een klant, zijn indirecte concurrenten (ING, 2021). Horsify heeft één directe concurrent en drie indirecte concurrenten.

EigenaarzoektRuiters (indirecte concurrent)

Het doel van EigenaarzoektRuiters is (net als bij Horsify) het maken van een match tussen paarden en ruiters. Het platform toont advertenties van de beschikbare paarden per provincie, waar ruiters op kunnen reageren. Bij een advertentie van een paard staat algemene informatie, zoals: plaats, fokrichting, leeftijd en niveau. Er staan geen foto’s van het paard/pony bij en er zijn geen gegevens over de eigenaar beschikbaar. Om de kans op een goede match te vergroten, is een afbeelding van het paard/pony wel vereist. Daarnaast is het aanbod lager dan bij Horsify. Ook zijn er provincies waar nog geen paarden beschikbaar zijn.

Marktplaats (indirecte concurrent)

Marktplaats is oorspronkelijk bedoeld voor het verkopen en kopen van gebruikte producten (en niet specifiek voor dieren en diensten). Marktplaats doet niet hetzelfde als Horsify, maar biedt wel een mogelijkheid om paardenliefhebbers met elkaar in contact te brengen. Er zijn veel verschillende categorieën waarin mensen hun product kunnen onderverdelen, denk aan: antiek en kunst, auto-onderdelen, boeken, kleding. Er is een categorie *Dieren en Toebehoren*. In deze categorie bieden ruiters en verzorgers zichzelf aan en paardeneigenaren hun paard(en). Op deze manier biedt marktplaats een plek waar ruiters en paardeneigenaren elkaar kunnen vinden. Omdat het niet speciaal is opgericht voor paardenliefhebbers is er ook geen mogelijkheid om elkaar te beoordelen op bijvoorbeeld aspecten als: paardvriendelijkheid, betrouwbaarheid en netheid. Ook is er geen leeftijd gebonden aan het aanmaken van een profiel. Bij Horsify kunnen alleen mensen vanaf 18 jaar een profiel aanmaken. Daarbij controleert Horsify alle profielen handmatig.

Facebook (indirecte concurrent)

Facebook heeft als doel het in contact brengen van mensen met elkaar (Smedes, 2017). Facebook doet niet hetzelfde als Horsify, maar biedt wel een mogelijkheid om paardenliefhebbers met elkaar in contact te brengen. Er bestaan verschillende ‘paarden-groepen’ op Facebook. Deze zijn meestal in beheer van enkele privé-eigenaren. Deze eigenaren bepalen de regels in de groep (wat iemand mag plaatsen, maar ook wat de gedragsregels tegenover elkaar zijn). In deze groepen zoeken leden vaak naar verzorgpaarden. Paardeneigenaren bieden die dan ook aan waardoor er regelmatig matches ontstaan. Het nadeel van een paardengroep op Facebook is het feit dat de gebruikers elkaar niet rechtstreeks kunnen benaderen. Dit betekent dat alle leden uit een groep elkaars reactie op een advertentie kunnen zien. Net als bij Marktplaats geldt ook hier dat er geen mogelijkheid is om elkaar te beoordelen op bijvoorbeeld: paardvriendelijkheid, betrouwbaarheid en netheid. Ook is er geen leeftijd gebonden aan het aanmaken van een advertentie. Bij Horsify kunnen alleen gebruikers vanaf 18 jaar deelnemen aan het platform.

Bokt paardenforum (indirecte concurrent)

Bokt is een website en dient als een discussieforum voor paardenliefhebbers (Bokt, 2019). Leden van dit platform kunnen hier onder andere producten en diensten uitwisselen. Er is een pagina genaamd 'markt'. Hier staan advertenties van pony's en paarden (die te koop/ of te lease zijn) en van ruiters en verzorgers die op zoek zijn naar een verzorgpaard. Eveneens als bij Marktplaats en Facebook geldt ook hier dat er geen mogelijkheid is om elkaar te beoordelen op bijvoorbeeld aspecten als: paardvriendelijkheid, betrouwbaarheid en netheid. Ook is er geen leeftijd gebonden aan het aanmaken van een advertentie en is er weinig tot geen informatie over de eigenaar en plaats beschikbaar.

Horsify onderscheidt zich van bovengenoemde concurrenten door het specifiek richten op betrouwbaarheid, gemak en paardvriendelijkheid. De website is speciaal ontworpen met als doel zoveel mogelijk matches maken. Alle soorten paardenliefhebbers (van eigenaren met zeer diverse paarden tot ruiters en verzorgers van alle niveaus) kunnen op Horsify snel en eenvoudig het aanbod in de buurt vinden. Zij kunnen direct met elkaar in contact treden. Er zijn alleen gebruikers actief vanaf 18 jaar en door onder andere e-mail- en telefoonnummer verificatie wordt de betrouwbaarheid van het platform vergroot.

Om de naamsbekendheid van het online platform te vergroten heeft Horsify al verschillende acties ondernomen, waaronder: het benaderen van stallen, paardeneigenaren, maneges en pensionstallen via telefoon en mail op locatie, het schrijven van verschillende artikelen voor paard gerelateerde websites en tijdschriften (zoals het KWPN en Paard en Bedrijf) het onderhouden van een Instagram en Facebookpagina en het plaatsen van advertenties geplaatst op gerelateerde websites. Dit heeft op dit moment (begin april 2021) geleid tot: 270 beschikbare paarden, 1222 geverifieerde ruiters en verzorgers en ongeveer 1500 volgers op de social mediakanalen van Horsify. Het aantal ruiters/verzorgers ligt zodoende aanzienlijk hoger dan het aantal beschikbare paarden. Tevens is Horsify niet tot weinig bekend met redenen van paardeneigenaren om voor Horsify te kiezen.

Deze scriptie onderzoekt welke beweegredenen paardeneigenaren hebben om voor een online platform met bijbehorende diensten, zoals Horsify, te kiezen. Om achter deze ontbrekende, maar zeer relevante informatie te komen, is er een hoofdvraag met aantal deelvragen opgesteld. Dit onderzoek gaat niet over het verhogen van het aantal ruiters en verzorgers op een online platform als Horsify en ook niet over hun beweegredenen om hiervoor te kiezen. Dit onderzoek wordt uitgevoerd voor Horsify en gaat over onlineplatformen. De resultaten van dit onderzoek kunnen daarom ook interessant zijn voor andere online platformen zoals: Vinted, Hondjeuitlaten en Verhuisdieren.

Hoofdvragen en deelvragen

Om het doel van dit onderzoek te kunnen behalen, is er een hoofdvraag met een aantal deelvragen opgesteld.

Hoofdvraag:

Welke factoren spelen voor paardeneigenaren een rol bij het plaatsen van een paard op een online platform als Horsify?

Deelvragen:

1. Hoe zijn maneges, fokkers en particuliere eigenaren verenigd?
2. Is de doelgroep bekend met Horsify (en zo ja, via welke communicatiemiddelen zijn ze bekend geworden?)
3. Welke factoren vinden paardeneigenaren belangrijk op een online platform bij het plaatsen van een paard?
4. In hoeverre sluit Horsify bij deze factoren (die paardeneigenaren belangrijk vinden) aan?

Doelstelling

Door dit onderzoek krijgen hippische ondernemers met een soort gelijke dienstverlening als Horsify, inzicht in de factoren die paardeneigenaren belangrijk vinden bij het plaatsen van een paard op een online platform. Daarnaast krijgt Horsify een beeld van de bekendheid van het online platform bij haar doelgroep (volwassenen in Nederland met een passie voor paarden vanaf 18 jaar).

Leeswijzer

Hoofdstuk 2 geeft een beschrijving van de materiaal en methode. Hoofdstuk 3 presenteert de resultaten per deelvraag. Een reflectie op de gebruikte onderzoeksmethode komt naar voren in hoofdstuk 4, evenals een interpretatie van de resultaten en de betekenis van het onderzoek voor de praktijk. Hoofdstuk 5 beoogt antwoord te geven op de hoofd -en deelvragen en geeft aanbevelingen voor een vervolgonderzoek weer.

Hoofdstuk 2 Materiaal en methode

In dit onderzoek werd gebruik gemaakt van kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethoden om de hoofd- en deelvragen te beantwoorden. Onder kwalitatieve onderzoeksmethoden valt bijvoorbeeld een literatuuronderzoek. Onder kwantitatieve onderzoeksmethoden vallen onder andere een enquête en steekproef.

2.1 Dataverzamelingsmethoden

Hieronder volgt een toelichting van de gebruikte dataverzamelingsmethode in dit onderzoek.

2.1.1 Literatuuronderzoek

Een literatuuronderzoek is een methode om bestaande kennis over een onderwerp, of probleemstelling te vergaren (Krul, 2021). Deze kennis wordt meestal gevonden in verschillende bronnen, bijvoorbeeld wetenschappelijke artikelen, boeken, papers en archiefmateriaal. Om deelvraag 1 (Hoe zijn maneges, fokkers en particuliere eigenaren verenigd) te beantwoorden, volgde er een klein literatuuronderzoek. Bij het zoeken naar relevante praktische en concrete informatie voor dit onderzoek zijn er verschillende websites gebruikt, waaronder: FNRS, Vereniging Eigen Paard, PaardenPunt Vlaanderen, Campbell & Sandøe en Ehorses. Informatie over kengetallen uit de paardensector werden met behulp van de Hippische Monitor van de HAS Hogeschool en de website van het KNHS gevonden. Gebruikte zoektermen hierbij waren:

- Aantal paardeneigenaren
- Paardensector
- Maneges
- Aantal paarden Nederland
- Paardenras
- Fokkers
- Paardenfokkerij
- Werkzaamheden manegehouder

2.1.2 Enquête

Een enquête is een vragenlijst die online of offline kwantitatieve data verzamelt over een bepaald onderwerp bij een grote groep mensen (Benders, 2020). In deze scriptie werd de enquête gebruikt voor kwantitatief onderzoek om inzicht te krijgen in de beweegredenen van paardeneigenaren om al dan niet gebruik te maken van de diensten van Horsify. Het grote voordeel van een enquête (en dan met name bij een websurvey (vragenlijst via internet)) is het snel goedkoop en makkelijk bereiken van grote aantallen mensen (Baarda et al., 2015, pp. 35).

2.2 Onderzoekseenheden

Onder paardeneigenaren verstaat men: manegehouders, fokkers en particuliere eigenaren. Pensionstalhouders zijn dan ook niet in dit onderzoek meegenomen. De definitie van een pensionstal luidt:

“Bedrijf dat paarden van derden stalt, al dan niet met inbegrip van het aanbieden van verzorging (voeding, poetsen, bewegen, ...) en rijfaciliteiten. Een paardenpension/ pensionstal/ privéstal onderscheidt zich van een manege omwille van het privé karakter. Het bedrijf is enkel toegankelijk voor de eigenaars van de gestalde paarden en de door hen aangestelde derden” (Paardenpunt Vlaanderen, z.d.).

Het exacte aantal paardeneigenaren in Nederland is niet bekend. Dit komt mede door het feit dat er nog geen registratieplicht voor paarden geldt. Vanaf 21 april 2021 is dit wel het geval (LTO Nederland, 2020). De paardenhouder moet vanaf die datum zijn paard(en) laten registreren. Het is

soms onduidelijk wie de paardenhouder is, omdat de Europese bepaling zegt dat deze bestaat uit twee natuurlijke rechtspersonen. Enerzijds, de exploitant van het paard (degene die verantwoordelijk is voor het paard) en anderzijds, de exploitant van de locatie (degene die verantwoordelijk is voor de locatie (LTO Nederland, 2020)). Het is belangrijk om te weten dat de exploitant van het paard verantwoordelijk is voor de registratie van het paard (en niet de eigenaar van een stal waar paarden kunnen staan). Mede om deze reden, zijn pensionstalhouders niet meegenomen in de onderzoeksgroep. Nederland telt in totaal circa 1000 maneges (KNHS, 2017). A. Van der Lelij (persoonlijke communicatie, 23 februari 2021), schat het aantal fokkers in Nederland op 6000 en aantal particuliere paardeneigenaren op 135.000. Bij elkaar opgeteld komt het totaal aantal paardeneigenaren in Nederland daarmee neer op 142.000. In dit onderzoek kwam er dan ook een selecte steekproef aan te pas, omdat niet alle leden van de onderzoekspopulatie (in dit geval de paardeneigenaren in Nederland) bekend of te bereiken zijn (Studiemeesters, z.d.). Verder werd er een quotumsteekproef en steekproef op basis van gemak toegepast.

Bij een quotumsteekproef splitst de onderzoeker de onderzoekspopulatie in een aantal subpopulaties (Benders, 2020). In dit geval: de maneges, de fokkers en de particuliere eigenaren. Om een betrouwbaarheidspercentage van 95% te behalen (met een foutmarge van 5%), is er met behulp van een steekproefcalculator de onderzoekspopulatie per groep paardeneigenaren bepaald (SurveyMonkey, z.d.). De onderzoekspopulatie per groep paardeneigenaren kwam hiermee neer op: 278 maneges, 362 fokkers en 384 particuliere paardeneigenaren. De foutmarge houdt in dat de resultaten maximaal 5% kunnen afwijken van het wijken van het antwoord van de gehele populatie. Komt er bijvoorbeeld uit de steekproef naar voren dat 80% van de respondenten een bepaalde mening heeft, dan betekent dit dat we ervan uit kunnen gaan dat 75 tot 85% van de gehele populatie deze mening deelt. Deze subgroepen werden voor een deel op basis van de 'gemakssteekproef' benaderd. Dit houdt in dat deze respondenten zijn geselecteerd op basis van (gemakkelijke) bereikbaarheid (Benders, 2020).

Enquêtevragen

De enquête (zie Bijlage 1) bestond uit meerdere vragen en werd online gedeeld met paardeneigenaren. Een online enquête geeft inzicht in de meningen van een groot aantal mensen (Debois, 2017). Allereerst zijn er algemene vragen (die een algemeen beeld schetsen van de paardeneigenaar) gesteld over de leeftijdscategorie en provincie. Daarna richtten de vragen zich meer op het verkrijgen van informatie over het paard of paarden van de respondent. Het ging dan onder andere om het aantal paarden, leeftijd van het paard, categorie paard, enzovoort. Vervolgens vroeg de enquête of de paardeneigenaren bekend waren met de diensten van Horsify en aan welke voorwaarden een online platform, zoals Horsify, volgens hen moest voldoen. Omdat de enquête werd verspreid naar drie soorten paardeneigenaren, zijn er ook drie verschillende enquêtes gemaakt die aansloten op de mogelijke belangrijke voorwaarden per groep (zie Bijlage 1,2,3). Het grootste deel van de vragen was hetzelfde. Alleen vraag 9 van de enquêtes verschilde, omdat een particuliere paardeneigenaar, een fokker en een manegehouder om verschillende redenen baat kunnen hebben bij dit platform. Om de enquête te verspreiden is er gekozen voor Google Formulieren. Aan de hand van de resultaten van deelvraag 1 (zie paragraaf 2.3) kon de onderzoeker de enquête gericht versturen.

2.3 Methode per deelvraag

In deze paragraaf vindt er een uitleg plaats welke methode is toegepast om de deelvragen te kunnen beantwoorden.

1. Hoe zijn maneges, fokkers en particulieren eigenaren verenigd?

Deze deelvraag werd beantwoord door middel van een literatuuronderzoek, zoals beschreven in 2.1.1. Het was van belang de verschillen in kaart te brengen en te bepalen wanneer een paardeneigenaar of paardenhouder behoorde tot een manegehouder, particuliere eigenaar of fokker. Er werd eveneens onderzocht hoe deze paardeneigenaren zich verenigen. De resultaten van deze deelvraag droegen bij aan gericht kunnen verspreiden van de enquête.

2. Is de doelgroep bekend met Horsify (en zo ja, via welke communicatiemiddelen zijn ze bekend geworden)?

Deze vraag werd beantwoord door middel van vraag 6 uit de enquête (zie Bijlage 1,2 en 3).

3. Wat vinden paardeneigenaren belangrijk op een online platform bij het plaatsen van een paard?

Door middel van enquêtevragen 9 t/m 13 voor de maneges en fokkers (zie Bijlage 1 Enquête maneges en Bijlage 2 Enquête fokkers) en vragen 9 t/m 14 voor particulieren paardeneigenaren (zie Bijlage 3 Enquête particuliere paardeneigenaren), werd deze deelvraag beantwoord.

4. In hoeverre sluit Horsify bij deze factoren (die paardeneigenaren belangrijk vinden) aan?

Een vergelijking van de resultaten uit deelvraag 3 met de website van Horsify, zorgde voor een beantwoording van deze deelvraag.

2.4 Verwerken en analyseren resultaten

De resultaten van het literatuuronderzoek zijn op een beschrijvende manier in het onderzoek verwerkt. De antwoorden van de fokkers, maneges en particuliere paardeneigenaren zijn los van elkaar gepresenteerd en via Google Formulieren en Excel verwerkt en in overzichtelijke diagrammen en grafieken weergegeven. De resultaten laten zien of de doelgroep bekend is met Horsify, waar zij advertenties hebben gezien, aan welke manier van benadering zij de voorkeur geven en welke voorwaarden zij stellen aan een online platform bij het plaatsen van een paard.

Hoofdstuk 3 Resultaten

Zoals al eerder besproken bestaat de doelgroep van Horsify uit verschillende subgroepen (ruiters en verzorgers van verschillende niveaus, fokkers (van hobby- tot bedrijfsfokker), pensionstallen, maneges en privé eigenaren/particulieren). In dit onderzoek gaat het alleen om de fokkers, de managehouders en privé/ particuliere eigenaren, omdat zij over eigen paarden beschikken die ze kunnen plaatsen op een online platform. In eerste instantie was het de bedoeling alleen gebruik te maken van de gevonden Facebookgroepen en instanties, zoals beschreven in paragraaf 3.1. Later is ook besloten persoonlijke e-mails te versturen en extra Facebookgroepen toe te voegen, zoals beschreven in 3.2.

3.1 Deelvraag 1: Hoe zijn maneges, fokkers en particuliere eigenaren verenigd?

Particuliere eigenaar

Een particuliere paardeneigenaar heeft verschillende mogelijkheden om een paard te stallen. Dit kan bijvoorbeeld aan huis (in een eigen gemaakte stal) of in een pensionstal. Ook zijn ze vaak geclusterd bij verenigingen, zoals: Vereniging Eigen Paard. Vereniging Eigen Paard is een belangenvereniging en biedt particulieren eigenaren van een paard of pony, diensten en producten die gericht zijn op het paardenwelzijn (Vereniging Eigen Paard, 2021). Particuliere eigenaren die lid zijn, kunnen hier terecht met vragen over onder andere: de aanschaf van een paard of pony, verschillende juridische aspecten en de verzorging. Paardeneigenaren verenigen zich ook in Facebookgroep, zoals Verzorg/bijrijd paard aangeboden/gezocht, Paardenhulp Noord-Holland en Verzorgpaard/bijrijder aangeboden of gezocht.

Fokker

De paardenfokkerij omvat: *“Het door de mens selecteren en paren van dieren met als doel om de eigenschappen van de volgende generatie zodanig te veranderen, dat e meer met het gestelde fokdoel overeenkomen”* (Raad voor Dierenaangelegenheden, 2016). Bij het fokken van paarden komen de volgende methoden het meest voor: kunstmatige inseminatie, embryotransplantatie, oocyt overdracht en klonen (Campbell & Sandøe, 2015). Een paardenfokker let bij merries en hengsten op de karakteristieke kenmerken voor een bepaald ras (Ehorses, z.d.). Afkomst, uiterlijk, karakter, prestaties en gezondheid (inclusief die van de veulens) spelen hierbij een rol. Het KWPN onderscheidt sinds 2006 een viertal aan fokrichtingen, waarvan de grootste groep rijpaarden betreft. Er zijn vier disciplines rijpaarden: dressuurpaard, springpaard, tuigpaard en Gelders paard (Oldenbroek & Van der Waaij, 2014).

Nederland heeft circa 28 actieve stamboekorganisaties (Limburg Paardensport, 2021). Het KWPN (Koninklijk Warmbloed Paardenstamboek Nederland), de KFPS (Koninklijke vereniging Het Fries Paarden Stamboek), het NRPS (Nederlands Rijpaarden en –pony stamboek), de KVTH (Koninklijke Vereniging Het Nederlandse Trekpaard en de Haflinger) en het NSPS (Nederlands Shetland pony stamboek), zijn verreweg de grootste stamboekorganisaties in Nederland. Verder verenigen ook fokkers zich in Facebookgroepen, zoals: Fokmerries te huur/lease/maatje, Dekhengsten en fokmerries en Fokkerij-en Gebruikersclub Gelders paard Zuid-West Nederland.

Manegehouder

Een manege is een gebouw waar men kan leren paardrijden (Van Dale, 2020). Ruiters kunnen lessen volgen op de paarden die in eigendom zijn van de manegehouder (Paardenpunt Vlaanderen). Kenmerken. Voor een manege is de verscheidenheid aan onervaren en vergevorderde ruiters met daarbij passende paarden (Lesimple et al., 2011). Het grote verschil van een manege met een pensionstal is het feit dat een manege een publiek karakter heeft. Een manegehouder is veelal bezig met het uitvoeren van administratieve en financiële werkzaamheden (inkopen van materialen, voer,

etc.) en het organiseren van evenementen, wedstrijden en andere activiteiten, zoals: buitenritten en ponykampen (Team mijnzzp, 2021). Het personeel en/of ruiters nemen veelal zelf de verzorging (inclusief het schoonmaken van de stallen) op zich.

Er zijn in Nederland ongeveer 1000 maneges (KNHS, 2017). Een groot deel hiervan is gegroepeerd bij het FNRS. Het FNRS is (zoals al eerder benoemd) een branchevereniging die zich richt op het ondersteunen van hippische ondernemers, op voorwaarde dat zij voldoen aan de normen op het gebied van kwaliteit, veiligheid en dierenwelzijn (FNRS, z.d). Het FNRS heeft 430 FNRS-leden waarvan het grootste deel manege eigenaren zijn.

Maneges zijn niet verenigd in Facebookgroepen.

3.2 Gegevensverzameling

Op basis van de resultaten uit deelvraag1, is besloten maneges, particuliere paardeneigenaren en fokkers voor een deel op een andere manier te benaderen om het aantal respondenten te vergroten.

Voor het bereiken van particuliere paardeneigenaren is de enquête verspreid in de volgende Facebookgroepen: Verzorgpaard/bijrijder aangeboden of gezocht, Mennen en Alumni Hippische Bedrijfskunde. Hieruit blijkt dat de enquête niet in alle Facebookgroepen is geplaatst die wel naar voren kwamen uit de resultaten van deelvraag 1. Sommige Facebookgroepen stellen speciale regels of eisen aan berichten, alvorens zij deze goedkeuren en daadwerkelijk plaatsten. Zo mocht de naam 'Horsify' niet in de enquête voorkomen. Ook stond de enquête op de Facebookpagina en website van Vereniging Eigen Paard. In totaal deden er 94 eigenaren mee aan het onderzoek.

Voor het bereiken van paardenfokkers zijn als eerst de vijf grootste stamboekorganisaties van Nederland benaderd, waaronder: KWPN, KFPS, NRPS, KVTH EN NSPS. Verspreiden onder de leden was niet mogelijk. Daarom is de enquête geplaatst in de volgende Facebookgroepen: Fokmerries te huur/lease/maatje, Dekhengsten en fokmerries en Friesian Horses. Dit leverde in totaal 75 respondenten op. Alle resultaten zijn te vinden in bijlage 5,6 en 7 (Resultaten enquête manegehouders, paardenfokkers en particuliere paardeneigenaren).

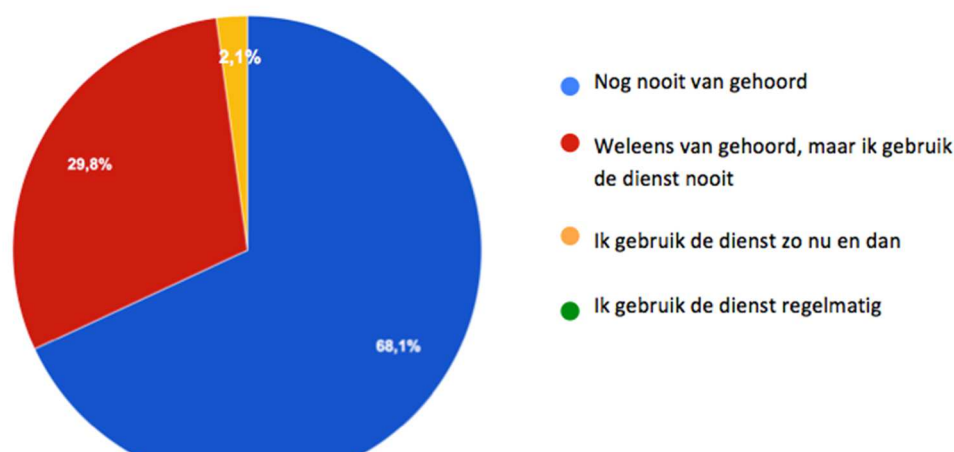
Om de manegehouders te kunnen bereiken, werd het FNRS benaderd met het verzoek deze enquête te versturen naar hun leden (met name de manegehouders). Dit was niet mogelijk. Daarom volgde hierop het versturen van persoonlijke e-mails naar 300 maneges in Nederland (zie Bijlage 4, Lijst met maneges). In totaal hebben er 52 maneges meegedaan aan het onderzoek. Alle emailadressen staan openbaar en zijn daarmee voor iedereen toegankelijk.

3.3 Deelvraag 2: Is de doelgroep bekend met Horsify (en zo ja, via welke communicatiemiddelen zijn ze bekend geworden)?

Particuliere paardeneigenaren

Figuur 2 laat zien dat het grootste deel (68,1%) van de particuliere eigenaren niet bekend is met Horsify. Ongeveer 1/3 (29,8%) heeft wel van Horsify gehoord, maar maakt er geen gebruik van. Slechts een heel klein aantal (2,1%) gebruikt de diensten van Horsify zo nu en dan.

Hoe vertrouwd ben je met Horsify?

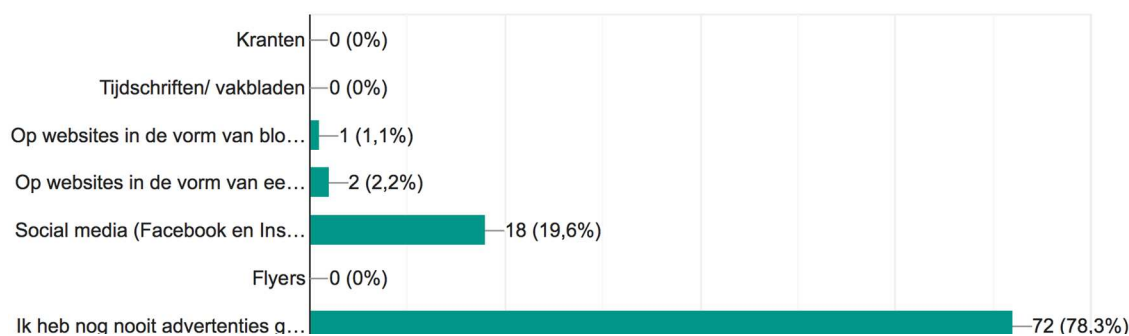


Figuur 2. Bekendheid Horsify Particuliere Paardeneigenaren

Zoals te zien is in Figuur 3, heeft het grootste deel (78,3%) van de particuliere paardeneigenaren nog nooit advertenties van Horsify gezien. 19,6% heeft aangegeven advertenties te hebben gezien via social media, 2,2% via online advertenties op websites en 1,1% in de vorm van blogs/columns.

Heb je advertenties gezien van Horsify? (Zo, ja waar?)

92 antwoorden



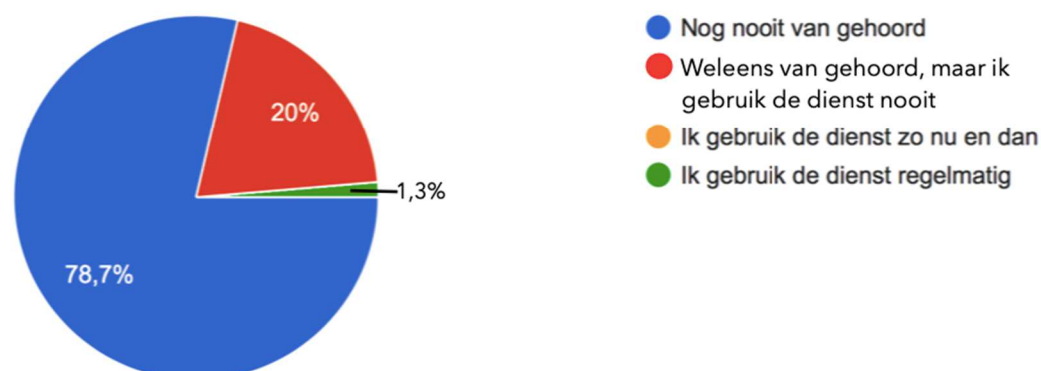
Figuur 3 Geziene Advertenties Particuliere Paardeneigenaren

Paardenfokkers

Uit de resultaten, zie Figuur 4, blijkt dat het merendeel (ruim 78%) nog nooit van Horsify heeft gehoord, 20% heeft er wel eens van gehoord maar maakt er geen gebruik van. 1,3% van de paardenfokkers heeft van Horsify gehoord en gebruikt de dienst dan ook regelmatig.

Hoe vertrouwd bent u met Horsify?

75 antwoorden

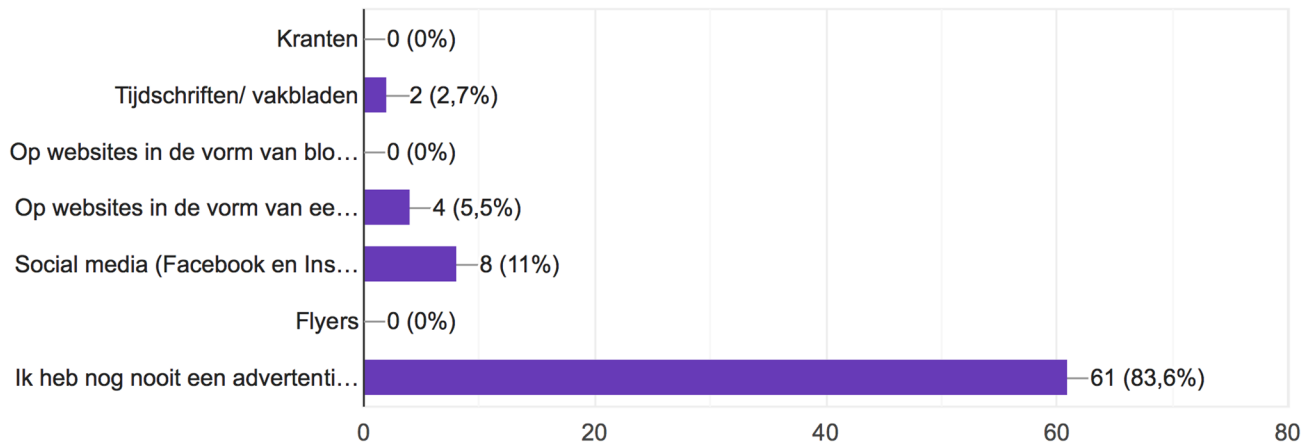


Figuur 4 Bekendheid Horsify Fokkers

Het grootste deel van de fokkers (83,6%), zie Figuur 5, heeft nog nooit advertenties van Horsify gezien. 16,4% heeft aangegeven advertenties te hebben gezien via social media, 2,2% via online advertenties op websites en 1,1% in de vorm van blogs/columns.

Heeft u advertenties gezien van Horsify? (Zo, ja waar?)

73 antwoorden



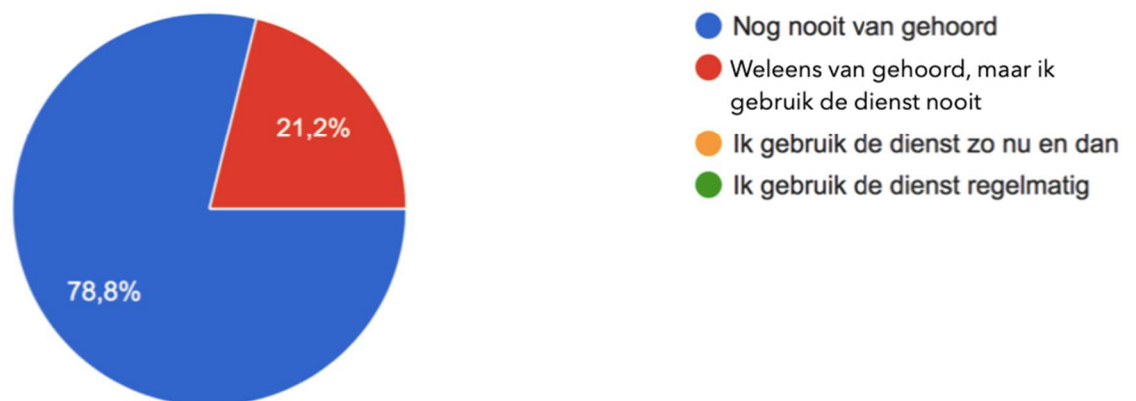
Figuur 5 Geziene Advertenties Fokkers

Manegehouders

Figuur 6 toont dat 21,2% van de manegehouders bekend is met Horsify, maar geen gebruik maakt van de diensten. Het grootste deel (78,8%) is niet bekend met de Horsify.

Hoe vertrouwd bent u met Horsify?

52 antwoorden

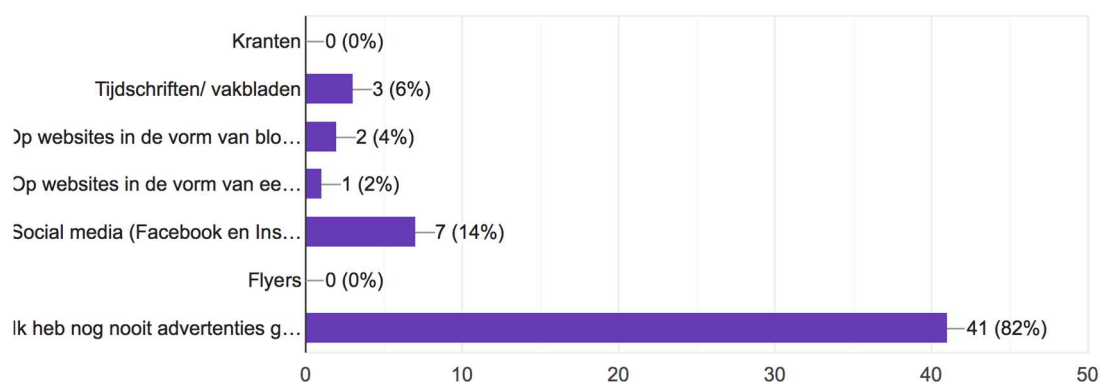


Figuur 6 Bekendheid Horsify Manegehouders

Figuur 7 laat zien dat de meeste manegehouders (82%) nog nooit advertenties van Horsify heeft gezien. 14% geeft aan advertenties van Horsify te hebben gezien op social. Een kleiner deel (6%) geeft aan advertenties te hebben gezien via tijdschriften/vakbladen en 4% via websites in de vorm van blogs/columns.

Heeft u advertenties gezien van Horsify? (Zo, ja waar?)

50 antwoorden



Figuur 7 Geziene Advertenties Manegehouders

3.4 Deelvraag 3: Wat vinden paardeneigenaren belangrijk op een online platform bij het plaatsen van een paard?

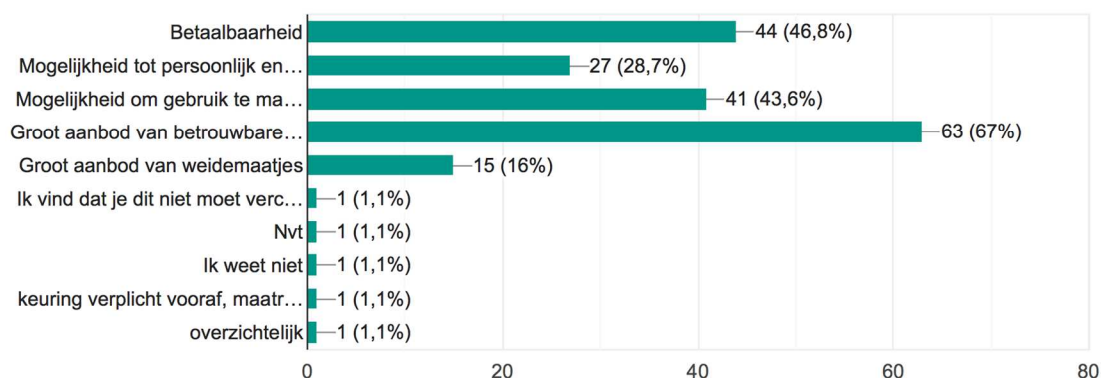
Particuliere paardeneigenaren

Particuliere paardeneigenaren geven aan een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers vanaf 18 jaar het belangrijkste te vinden, zie Figuur 8. Daarop volgen betaalbaarheid en mogelijkheid om gebruik te maken van kant en klare op maat gemaakte overeenkomsten.

Bij deze vraag, was er een invulveld met “anders, namelijk.....” toegevoegd. Hier konden respondenten andere opties die niet in de vragenlijst stonden kwijt. In totaal maakte 5,5% hier gebruik van. Antwoorden die hieruit voort vloeiden zijn: “Ik vind dat je dit niet moet vercommercialiseren” en “Keuring verplicht vooraf, maatregelen tegen direct doorverkoop van net aangekochte paarden”.

Aan welke voorwaarden moet volgens jou, een online platform voldoen bij het plaatsen van een paard?

94 antwoorden



Figuur 8 Voorwaarden Online Platform Particuliere Paardeneigenaren

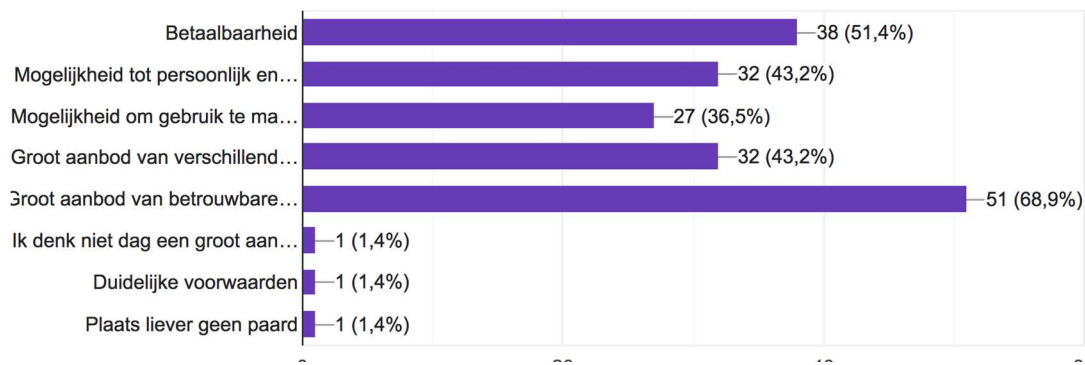
Paardenfokkers

Paardenfokkers hechten vooral (met 68,9%) waarde aan een groot aanbod van betrouwbare en geverifieerde andere fokkers op een online platform, zie figuur 9. Op de tweede plaats vinden ze betaalbaarheid erg belangrijk, gevolgd door mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies en groot aanbod van verschillende fok-en draagmerries op de gedeelde derde plaats.

Bij deze vraag, was er ook een invulveld met “anders, namelijk.....” toegevoegd. Hier konden respondenten andere opties die niet in de vragenlijst stonden kwijt. In totaal heeft 4,2% hier gebruik van gemaakt. Antwoorden die hieruit voortvloeiden waren: “Ik denk niet dat een groot aanbod belangrijk is, maar wel de kwaliteit van het aanbod”, “Plaats liever geen paard” en “Duidelijke voorwaarden”.

Aan welke voorwaarden moet volgens u, een online platform voldoen bij het plaatsen van een paard?

74 antwoorden



Figuur 9 Voorwaarden Online Platform Fokkers

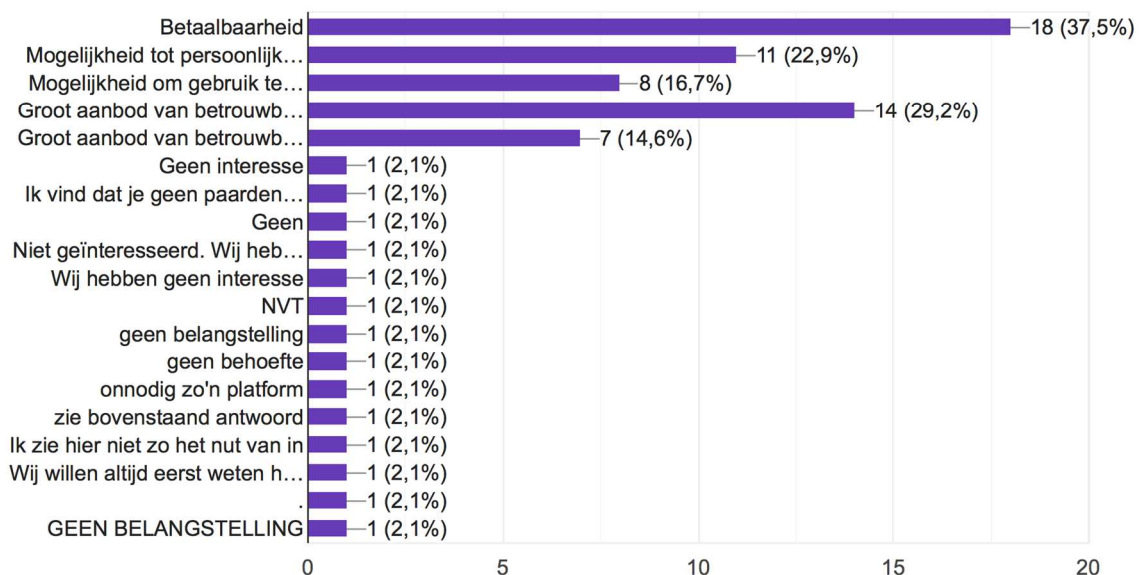
Manegehouders

Uit de vragenlijst blijkt dat het grootste deel (37,5%) van de maneges betaalbaarheid van een online platform het allerbelangrijkst vindt, zie Figuur 10. Hierop volgen groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers van alle leeftijden en mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies op de tweede en derde plaats.

Bij deze vraag, was er ook een invulveld met "anders, namelijk....." toegevoegd. Hier konden respondenten andere opties die niet in de vragenlijst stonden kwijt. In totaal heeft 29,4% hier gebruik van gemaakt. Antwoorden die hieruit voort vloeiden zijn: "Geen behoefte aan zo'n platform", "Geen interesse" en "Geen belangstelling". Daarnaast wordt er ook gezegd: "Wij willen altijd eerst weten hoe iemand kan rijden" en "Ik vind dat je geen paarden via een platform kunt aanbieden".

Aan welke voorwaarden moet volgens u, een online platform voldoen bij het plaatsen van een paard?

48 antwoorden



Figuur 10 Voorwaarden Online Platform Manegehouders

3.5 Deelvraag 4: In hoeverre sluit Horsify bij deze factoren (die paardeneigenaren belangrijk vinden) aan?

Particuliere paardeneigenaren

Uit de vorige deelvraag (*Wat vinden paardeneigenaren belangrijk op een online platform bij het plaatsen van een paard?*) is gebleken dat paardeneigenaren bovenal een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers vanaf 18 jaar, mogelijkheid om gebruik te maken van kant en klare op maat gemaakte overeenkomsten en betaalbaarheid van het platform belangrijke voorwaarden vinden om hier gebruik van te maken.

Horsify heeft op dit moment (in verhouding met het aantal aangeboden paarden) bijna 5,5 keer zo veel geverifieerde ruiters/verzorgers als paarden. Horsify controleert alle gebruikers op het platform op leeftijd, telefoonnummer, e-mail. Bovendien werkt Horsify met een beoordelingssysteem waarmee gebruikers elkaar (na contact) kunnen beoordelen op betrouwbaarheid, netheid, communicatie en paardvriendelijkheid.

Daarnaast biedt Horsify paardeneigenaren op maat gemaakte overeenkomsten aan die de samenwerking tussen eigenaar en ruiter laat nadenken over bijvoorbeeld: ongevallen aan het paard of ruiter en aansprakelijkheid aan derden bij schade. De overeenkomsten zijn opgesteld door specialisten van het hippisch recht. Er zijn verschillende overeenkomsten beschikbaar (afhankelijk van de vraag van de eigenaar), zoals: een bijrijdersovereenkomst, een bruikleenovereenkomst en een leaseovereenkomst.

Om gebruik te kunnen maken van het platform dient de gebruiker (na 1 september) een abonnement af te sluiten. Dit is mogelijk vanaf 2,49 euro per maand. Soortgelijke online platformen, waarbij de core business (kernactiviteit van een onderneming (Keeris, 2019)) draait om een dienst zijn bijvoorbeeld: Oppasland en Hondjeuitlaten.

Om bij beide platformen onbeperkt berichten te kunnen versturen en van alle functies gebruik te kunnen maken, dient men een lidmaatschap af te sluiten. Bij Oppasland komt dit neer op 10 euro per maand (Oppasland, 2021). Bij Hondjeuitlaten komt dit neer op vijf euro per maand voor een baasje (Hondjeuitlaten, 2021). Degene die de hond wil uitlaten betaalt niets. Wel heeft die persoon de mogelijkheid om een ambassadeurslidmaatschap af te sluiten van twee euro per maand. Hiermee heeft deze persoon een voorsprong op wandelmaatjes en krijgt hij/zij de titel: Ambassadeur vermeldt bij berichten, wat de kans op een match vergroot.

Uit deelvraag 3 bij de invuloptie (in paragraaf 3.4), kwam naar voren dat sommige particuliere paardeneigenaren waarde hechten aan een voorafgaande verplichte keuring en maatregelen tegen directe doorverkoop van net aangekochte paarden. Op dit moment werkt Horsify niet met voorafgaande verplichte keuringen en zijn er ook geen maatregelen tegen directe doorverkoop van paarden.

Fokkers

Uit deelvraag 3 (*Wat vinden paardeneigenaren belangrijk op een online platform bij het plaatsen van een paard?*) blijkt dat paardenfokkers bovenal een groot aanbod van betrouwbare en geverifieerde andere fokkers, betaalbaarheid en mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies op een online platform belangrijk vinden.

Op dit moment (eind mei 2021) zijn er acht advertenties van fok-en draagmerries op het platform. Zoals in paragraaf 2.2. werd gesteld, ligt het geschatte aantal fokkers in Nederland op 6000. De betaalbaarheid van het gebruik van het platform is voor fokkers idem aan dat van de particuliere paardeneigenaren uit deze paragraaf. Iedereen kan met vragen, klachten of opmerkingen contact opnemen met Horsify. Dit kan via het email adres op de website, via Facebook, Instagram, Whatsapp en telefonisch. Zoals te lezen is op de website van Horsify, kan elke gebruiker (of niet-gebruiker) van het platform binnen één werkdag een antwoord verwachten. De eigenaresse (die zelf jarenlange ervaring heeft in de paardensector) ziet erop toe dat alle berichten en telefoontjes een persoonlijke antwoord ontvangen.

Uit deelvraag 3 bij de invuloptie (in paragraaf 3.4), kwam naar voren dat sommige fokkers waarde hechten aan de kwaliteit van het aanbod van de paarden. Op dit moment gelden er op Horsify geen regels/voorwaarden waarin de geplaatste fok- en draagmerries aan moeten voldoen. Elke fok-of draagmerrie kan geplaatst worden. Alleen voor rijpaarden is een vereiste een minimale stokhoogte van 1,40 meter.

Manegehouders

Uit deelvraag 3 (*Wat vinden paardeneigenaren belangrijk op een online platform bij het plaatsen van een paard?*) blijkt dat manegehouders bovenal betaalbaarheid, groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers van alle leeftijden en mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies belangrijke voorwaarden voor een online platform vinden.

Horsify streeft erna alleen gebruikers vanaf 18 jaar toe te laten op het platform. Dit staat ook vermeld op de website. Betaalbaarheid en mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies zijn voor manegehouders idem aan dat van particulieren paardeneigenaren en fokkers in deze paragraaf.

Uit deelvraag 3 bij de invuloptie (in paragraaf 3.4), kwam naar voren dat een aantal manegehouders geen belangstelling, interesse of behoefte hebben aan online platform waar zij paarden kunnen aanbieden. Verder is er één enquêteur die aangeeft eerst te willen zien hoe iemand rijdt. Op dit moment biedt Horsify ruiters de mogelijkheid om een rij video te uploaden. Hierdoor kan de paardeneigenaar de rijstijl van de ruiter beoordelen.

Hoofdstuk 4 Discussie

Het doel van dit onderzoek is het in kaart brengen van factoren die paardeneigenaren belangrijk vinden bij het plaatsen van een paard op een online platform en het inzichtelijk maken de bekendheid van Horsify bij de doelgroep daarvan (volwassenen in Nederland met een passie voor paarden vanaf 18 jaar).

4.1 Gebruikte methode

Het uitzetten van de enquête en het verzamelen van de gegevens verliep zoals gepland. De deelnemers konden zonder problemen op de link klikken, die hen rechtstreeks naar de korte introductie tekst en naar de vragen bracht. De enquêtes stonden twee weken open in de maand mei. Alle respondenten kregen voor het invullen van de vragenlijst uitgebreide informatie over de doelstelling van dit onderzoek en de relevantie ervan. Als laatste was er een mogelijkheid om op de hoogte te worden gehouden van de resultaten door het achterlaten van een mailadres.

In alle drie de enquêtes stond de vraag: “Hoe vertrouwd bent u met Horsify?” (zie enquêtevraag 4 in Bijlage 1,2,3). De respondent had hier de mogelijkheid om vier verschillende antwoorden te geven:

- Nog nooit van gehoord
- Weleens van gehoord, maar ik gebruik de dienst nooit
- Ik gebruik de dienst zo nu en dan
- Ik gebruik de dienst regelmatig

De woorden ‘zo nu en dan’ en ‘regelmatig’ zijn niet goed gekozen. Voor de ene persoon kan ‘zo nu en dan’ of ‘regelmatig’ een andere betekenis hebben dan voor de andere persoon. Een specifieke vraagstelling of gedetailleerde antwoorden zouden hiervoor een oplossing kunnen bieden. De

Vraag 7 (*Heeft u advertenties gezien van Horsify? Zo, ja waar?*), die voorkomt in alle drie de enquêtes sluit niet helemaal aan bij deelvraag 2 (*Is de doelgroep bekend met Horsify, en zo ja, via welke communicatiemiddelen zijn ze bekend geworden?*).

Advertenties kunnen bijdragen aan de naamsbekendheid van een bedrijf. Er zijn echter vele andere mogelijkheden om voor het eerst in aanraking te komen met een bepaald bedrijf of dienst dan alleen advertenties zien. Denk bijvoorbeeld aan mond-op-mondreclame. Een specifieke vraagstelling kan hiervoor een oplossing bieden.

Verder wordt het begrip ‘betaalbaarheid’ gebruikt in de vragenlijst (zie vraag 9 alle enquêtes). Dit begrip is echter heel ruim. Wat houdt betaalbaarheid precies voor iemand in? Dit begrip kan voor iedereen een andere betekenis hebben. Een specifieke vraagstelling of gedetailleerde antwoorden zouden hiervoor een oplossing kunnen bieden.

4.2 Validiteit en betrouwbaarheid

Een onderzoek is valide als hetgeen wat de onderzoeker wil weten ook daadwerkelijk gemeten is (persoonlijke communicatie, 2020). Het doel van dit onderzoek was: erachter komen of de doelgroep al bekend is met de diensten van Horsify en welke factoren een rol spelen bij het plaatsen van een paard op een online platform. De resultaten uit de enquête hebben hier een antwoord op gegeven. Dat betekent dat het onderzoek op dit punt voldoende valide is. Wat betreft het antwoord van deelvraag 2 is de validiteit niet voldoende, omdat de vraag "Heeft u advertenties gezien van Horsify?" geen antwoord geeft op de vraag "Via welke communicatiemiddelen bent u bekend geworden met Horsify?".

De resultaten van dit onderzoek zijn echter niet betrouwbaar genoeg om een totaalbeeld van alle paardeneigenaren in Nederland te kunnen geven. Om een resultaat te kunnen geven met een betrouwbaarheidspercentage van 95% hadden er 278 maneges, 384 particulieren eigenaren en 362 fokkers mee moeten doen aan de enquête. In alle gevallen is dit niet gelukt. Dat betekent dat de resultaten ook op toeval kunnen berusten. Er hebben in totaal namelijk maar 94 particuliere eigenaren, 75 fokkers en 52 maneges meegedaan aan dit onderzoek. Bovendien is de enquête niet in alle paardengroepen (voor fokkers en particuliere paardeneigenaren) op Facebook geplaatst (of daarbuiten), wat betekent dat er alleen respondenten mee konden doen die lid waren van die specifieke Facebookgroepen.

Wel zijn de resultaten bruikbaar voor vergelijkbare bedrijven in de paardensector (zoals Horsify), omdat ze een indicatie geven van factoren die paardeneigenaren belangrijk vinden op een online platform. De antwoorden zijn ook gegeven door de juiste doelgroep, namelijk paardeneigenaren. Dit zijn de mensen die voor dit onderzoek benaderd moesten worden en ze voldoen allen aan het bezitten van een eigen paard(en). Hierdoor beschikten zij wel over genoeg kennis en ervaring om reële antwoorden te geven.

4.3 Interpretatie resultaten deelvragen

In deze paragraaf volgt een interpretatie van de resultaten uit de enquête op de deelvragen. En, komen de resultaten overeen met gevonden literatuur? Sommige resultaten kunnen niet worden vergeleken met literatuur, omdat Horsify simpelweg, nog maar kort bestaat. Bovendien is een onderzoek naar onlineplatformen in de paardensector niet vaak gedaan. Wel is duidelijk dat het bij succesvolle online marktplaatsen altijd draait om: vertrouwen, transparantie, gemak en snelheid (Keswiel, 2020). Deze aspecten moeten tezamen komen.

4.3.1 Deelvraag 1: Welke soorten paardeneigenaren zijn er in Nederland en waar bevinden zij zich?

Particuliere paardeneigenaren

Er zijn veel verschillende groepen op Facebook te vinden, waarin particuliere paardeneigenaren zich verenigen. Vragen over bijvoorbeeld: het juiste voer, wat te doen in de winter, zoeken van verzorgpaarden en het vinden van rijders komen hierin voor. Deze groep paardeneigenaren is goed te bereiken op Facebook. Dit kan komen doordat (volgens de resultaten uit de enquête) veel particuliere paardeneigenaren in de leeftijdscategorie 21-30 jaar vallen (zie Bijlage 7 vraag 1, Resultaten enquête particuliere paardeneigenaren). Dit is precies dezelfde leeftijdscategorie die het meeste actief is op Facebook (Vader, 2020).

Fokkers

Ook zijn er veel paardeneigenaren aangesloten bij Vereniging Eigen Paard. Daarnaast zijn ook de paardenfokkers makkelijk te bereiken op Facebook. Dit kan ook een verklaring zijn door het feit dat (volgens de resultaten van de enquête) bijna 70% van de paardenfokkers in de leeftijdscategorie 21-50 jaar valt. Op de 20-39-jarigen op Facebook na, is de groep van 40-64-jarigen de tweede grootste actieve groep op Facebook. Paardenfokkers zijn minder te bereiken via officiële stamboek organisaties. Dit kan komen door het feit dat zij veelal een strikt mediabeleid hanteren, waarin ze zeer selectief enquêtes plaatsen.

Manegehouders

Uit de resultaten blijkt dat er geen Facebookgroepen zijn waarin maneges zich verenigen. Dit kan betekenen dat Facebook voor maneges niet het juiste middel is om zich in willen te verenigen. Misschien hebben zij daar geen behoefte aan of misschien zijn ze tevreden met het bestaande FNRS, de brancheorganisatie voor hippische ondernemers (FNRS, 2021). Bij het FNRS kunnen zich immers alleen paardenbedrijven aansluiten die voldoen aan bepaalde voorwaarden rond kwaliteit, veiligheid en dierenwelzijn. De aspecten worden als steeds belangrijker gezien in de paardensector (Veldman, 2021).

4.3.2 Deelvraag 2: Is de doelgroep bekend met Horsify (en zo ja, via welke communicatiemiddelen zijn ze bekend geworden)?

Particuliere paardeneigenaren

Uit de resultaten blijkt dat Horsify over het algemeen nog niet zo bekend is bij particuliere paardeneigenaren. Bijna 30% weet wel van Horsify af, maar maakt er geen gebruik van. Dat zou kunnen betekenen dat Horsify niet aansluit bij hetgeen wat de doelgroep verwacht. Bevalt de dienst niet of is er geen behoefte aan? Het is wel goed om te weten dat een klein deel wel kennis heeft van de dienst en die dan ook regelmatig gebruikt. Om het platform nog maar zo kort bestaat, kan dit betekenen dat de bekendheid alleen nog wat meer tijd nodig heeft. Bijna 20 % geeft aan advertenties te zien via social media. Horsify maakt veel gebruik van het adverteren op social media. Dat kan betekenen dat de content voor de social media wel een geschikte methode is om de doelgroep te bereiken.

Fokkers

Een meerderheid van bijna 80% heeft aangegeven nog nooit van Horsify te hebben gehoord. Dit kan komen door het gegeven dat Horsify nog maar kort bestaat. Het feit dat 20% wel van Horsify heeft gehoord, maar er geen gebruik van maakt, kan betekenen dat er om bepaalde redenen geen behoefte is aan deze dienst bij deze doelgroep.

11% van de paardenfokkers heeft advertenties gezien van Horsify op social media. Een kleine 2,7% via tijdschriften en vakbladen. Dit kan betekenen dat de advertenties in de voor tijdschriften of vakbladen in de paardensector, beter gericht kunnen worden op de paardenfokkers dan particuliere paardeneigenaren (omdat 0% van de particuliere paardeneigenaren advertenties van Horsify heeft gezien in vakbladen of tijdschriften).

Manegehouders

Ook bij de manegehouders is het grootste deel met bijna 80% niet vertrouwd met Horsify. Wederom valt dit te verklaren door het feit dat Horsify nog maar kort bestaat. Gemiddeld genomen heeft een bedrijf zo'n vijf jaar nodig om een redelijke naamsbekendheid op te bouwen (Idema, 2018). Zo was er ook ongeveer vijf jaar nodig om het platform "Werkspot" (voor het vinden van vakman voor klussen aan huis) succesvol te maken (Keswiel, 2020). Ongeveer 20% heeft wel van Horsify gehoord, maar maakt hier geen gebruik van. Dit zou kunnen komen door de resultaten die het vakje: opmerkingen heeft gekregen van manegehouders. Dit kan ook komen door de specifiek tijd waarin we leven (corona tijd). Meer mensen willen paardrijden (Hasselaar, 2021). Dat is op dit moment ontzettend populair. Daarom zitten maneges overvol en kampen veelal met lange wachtlijsten.

Een klein deel 6% geeft aan advertenties te hebben gezien in tijdschriften/vakbladen. Dit kan (net als bij fokkers) betekenen dat een tijdschrift wel de manier is om maneges en fokkers te bereiken (en juist niet de particuliere paardeneigenaren). Dit kan misschien ook wel komen door het leeftijd verschil. De meeste manegehouders en fokkers zijn ouder en lezen dan ook makkelijke/ zijn vaker geabonneerd op papieren tijdschriften.

Het kan een rol spelen bij de doelgroep van de tijdschriften.

Horsify heeft op dit moment alleen een artikel geplaatst in het magazine van Paard en Bedrijf en een korte tekst in het Parool. Zo richt is Paard en Bedrijf een zakelijk nieuwsplatform voor hippische professionals (Paard en Bedrijf, 2021). Dit zorgt ervoor dat Paard en Bedrijf dan ook met name bekend is bij manegehouders, pensionhouders, professionele stalhouders, hengsten- en merriehouders, paardenfokkers en paardenhandelaren. Dit kan een reden zijn waarom particuliere eigenaren geen advertenties van Horsify hebben gezien in tijdschriften of vakbladen.

4.3.3 Deelvraag 3: Wat vinden paardeneigenaren belangrijk op een online platform bij het plaatsen van een paard?

Particuliere paardeneigenaren

Uit de enquête blijkt dat paardeneigenaren (naast een betaalbaar platform en de mogelijkheid om gebruik te maken van op maat gemaakte overeenkomsten) bovenal een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers vanaf 18 jaar erg belangrijk vinden.

Dit kan komen door het feit dat het onderhouden van een eigen paard nogal wat kosten met zich meebrengen. Per maand liggen de gemiddelde onderhoudskosten op ongeveer 500 euro (Aveve, z.d.). Daar komen dan nog de aanschaf van een zadel, dekjes, hoofdstel en dekens bij. Met name de kosten van een zadel kunnen hoog oplopen. De prijs van een nieuw zadel bedraagt snel meer dan 2000 euro (Kobayat, 2017). Voor een eigenaar is het dan belangrijk dat er zorgvuldig met spullen wordt omgegaan en de ruiter of verzorger betrouwbaar is. Daarnaast kan er altijd een onvoorziene omstandigheid optreden bij het “uitlenen” (of te wel leasen) van een paard aan een ander. Vooraf opgestelde overeenkomsten waarin afspraken over belangrijke zaken zijn opgenomen, bieden dan een uitkomst.

Bij deze vraag was er een open antwoord mogelijk. Hieruit kwam naar voren dat sommige particuliere paardeneigenaren waarde hechten aan een voorafgaande verplichte keuring en maatregelen tegen directe doorverkoop van net aangekochte paarden. Omdat Horsify hier op dit moment niet mee werkt (en er wel paardeneigenaren zijn die aangeven dit belangrijk te vinden) zou je kunnen stellen dat dit mogelijk voor meer eigenaren belangrijk is (zeker omdat er aan dit onderzoek slechts 94 particuliere paardeneigenaren hebben meegedaan).

Fokkers

Uit de enquête blijkt dat fokkers (naast een betaalbaar platform, de mogelijkheid persoonlijk en deskundig advies en een groot aanbod van verschillende fok-en draagmerries) vooral een groot aanbod van betrouwbare en geverifieerde andere fokkers belangrijk vinden op een online platform. Ook dit kan komen door het feit dat er in deze sector veel geld om gaat. Zo verdient Nederland miljoenen de paardenfokkerij (Ritzen, 2015). Betrouwbare andere fokkers, betekent in de meeste gevallen ook goede fokpaarden met betrouwbare gegevens over bijvoorbeeld keuringsrapporten en stamboeken. Een beroepsfokker verdient zijn/haar geld in de fokkerij. Omdat dit vaak de hoofdbron van inkomsten is, mogen de kosten van zo’n online platform niet hoger uitvallen dan inkomsten. Anders zal een fokker geen gebruik maken van een online platform. Bij deze vraag was er een open antwoord mogelijk. Hieruit kwam naar voren dat sommige fokkers waarde hechten aan de kwaliteit van het aanbod van de paarden. Met andere woorden zou je kunnen stellen dat fokkers het belangrijk vinden dat de fok-en draagmerries op een online platform als Horsify, voldoen aan bepaalde normen/waarden. Omdat eraan dit onderzoek slechts 75 fokkers hebben deelgenomen, kan dit ook voor meer fokkers van belang zijn.

Manegehouders

Uit de enquête blijkt dat manegehouders (naast een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers van alle leeftijden en persoonlijk en deskundig advies) vooral ook betaalbaarheid belangrijk vinden. Net als fokkers dat doen in de fokkerij, verdienen manegehouders hun geld met de manege. Dit kan verklaren waarom betaalbaarheid van een online platform, zou belangrijk wordt gevonden. Wat opvalt is dat maneges een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers vanaf 18 jaar minder belangrijk vinden dan een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers van alle leeftijden. Dit komt natuurlijk door het feit dat een manege bedoeld is voor iedereen (ook onder de 18 jaar). De vraag is dan of een manege wel tot de juiste doelgroep behoort voor Horsify.

Bij deze vraag was er een open antwoord mogelijk. Hieruit kwam naar voren dat een groot deel van de manegehouders als antwoord gaf geen interesse/ behoefte/ belangstelling te hebben aan een online platform als Horsify. Hieruit zou je kunnen opmaken dat maneges niet de juiste doelgroep voor een online platform zijn. Omdat er slechts 52 maneges hebben deelgenomen aan dit onderzoek, kan een grotere groep respondenten wel een ander percentage weergeven, maar dit onderzoek geeft wel een indicatie.

4.3.4 Deelvraag 4: In hoeverre sluit Horsify bij deze factoren (die paardeneigenaren belangrijk vinden) aan?

Particuliere paardeneigenaren

Of Horsify voldoet aan de exacte betaalbaarheid waarvan particuliere paardeneigenaren aangeven dit zo belangrijk te vinden, kan helaas geen gedegen uitspraak worden gedaan. Hierover was al meer te lezen in 4.1 *Gebruikte methode*. Qua prijs is Horsify te vergelijken met Hondjeuitlaten. Met Oppasland verschilt Horsify ongeveer acht euro. Dit kan komen door het verschil in mensen of dieren. Bij Hondjeuitlaten kunnen mensen elkaars hond uitlaten. Bij Oppasland kunnen mensen op elkaars kinderen passen. Of het prijsverschil daadwerkelijk hierdoor komt, vereist nader onderzoek.

Paardenfokkers

Of Horsify voldoet aan het kunnen geven van persoonlijk en deskundig advies op een online platform (waarvan fokkers aangeven dit belangrijk te vinden op een online platform), kan men zich afvragen wat er precies onder ‘deskundig en persoonlijk’ wordt verstaan, want kan advies op afstand wel persoonlijk en deskundig zijn? Misschien is videobellen wel persoonlijker dan telefonisch? Een deskundige is gespecialiseerd op het gebied waar het over gaat (Encyclo, 2021). Hij/zij heeft veel ervaring in die sector. Omdat de eigenaar van Horsify zelf in de fokkerij zit, kan men vaststellen dat het hier gaat om deskundig advies.

Manegehouders

Een aantal maneges hebben via de mail (die verzonden is met de enquête en het verzoek deze in te vullen) kenbaar gemaakt dat een online platform waar ‘overgebleven’ manegepaarden kunnen worden aangeboden, niet op hen van toepassing is. De redenen hiervoor waren: lange wachtlijst, overvolle lessen, paarden te kort, klanten in overvloed, geen herkenning in het probleem, willen geen paarden aanbieden op een platform

Zoals al gezegd in 4.3.2, kan dit een gevolg zijn van de coronacrisis. De maneges die dit betrof waren: Manege Hester, Manege de Eenhoorn, Manege Voorst, Manege de Gagel, Manege de Groote Wielen, Rijstal Venhof, Manege Middenhof. Een manege heeft aangegeven dat het bedrijf verkocht is (Manege GroenRaven).

Hoofdstuk 5 Conclusie en aanbevelingen

In dit afstudeerwerk is er onderzoek gedaan naar factoren die een rol kunnen spelen bij paardeneigenaren bij het plaatsen van een paard op een online platform, zoals Horsify. Door bijbehorende enquêtes (verspreid per mail en via Facebook) geven de resultaten per subgroep (particuliere paardeneigenaar, fokker en manegehouder) weer.

5.1 Beantwoording deelvragen

5.1.1. Deelvraag 1 Hoe zijn maneges, fokkers en particuliere eigenaren verenigd?

Het blijkt dat maneges verenigd zijn bij het FNRS. Er zijn geen Facebookgroepen met grote aantallen maneges. Fokkers verenigen zich wel in Facebookgroepen. Daarnaast zijn er in Nederland verschillende stamboekorganisatie, waarvan de vijf grootste de volgende betreffen: het KWPN, de KFPS het NRPS, de KVTH en het NSPS. Particuliere paardeneigenaren verenigen zich ook in Facebookgroepen en bij Vereniging Eigen Paard.

5.1.2 Deelvraag 2 Is de doelgroep bekend met Horsify (en zo ja, via welke communicatiemiddelen zijn ze bekend geworden)?

Zoals eerder beschreven in 4.1 Gebruikte methode, kan er geen antwoord worden gegeven op het tweede deel van deze vraag. De vraag niet specifiek genoeg formuleert om een gedetailleerd antwoord te kunnen geven. Advertenties zien van een bedrijf is niet hetzelfde als 'bekend geworden met'. Het is namelijk mogelijk dat iemand op een andere manier in aanraking is gekomen met een bedrijf dan alleen advertenties. Uit de resultaten op de vraag " *Heeft u advertenties gezien van Horsify? Zo, ja waar?*" kan dus geen conclusie worden getrokken over het feit of iemand ook via die advertenties bekend is geworden met Horsify of dat er wellicht nog andere mogelijkheden voor waren.

Wel kunnen de resultaten die hier uit zijn voortgevloeid inzicht geven in waar advertenties van Horsify zijn gezien.

Van alle drie de subgroepen (particulieren paardeneigenaren, fokkers en manegehouders) kan gezegd worden dat ongeveer 20% bekend is met Horsify, maar er geen gebruik van maakt. Bij de fokkers maakt 1,3% regelmatig gebruik van Horsify en van de particuliere paardeneigenaren maakt 2,1% zo nu en dan gebruik van deze dienst.

Verder geldt voor alle drie de groepen dat het grootste deel (tussen de 68 en 80%) niet bekend is met Horsify en dat zij het vaakst advertenties van Horsify hebben gezien via social media.

5.1.3 Deelvraag 3 Welke factoren vinden paardeneigenaren belangrijk op een online platform bij het plaatsen van een paard?

Uit dit onderzoek blijkt dat particuliere paardeneigenaren bovenal betaalbaarheid, een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers en de mogelijkheid om gebruik te maken van op maat gemaakte overeenkomsten erg belangrijke voorwaarden aan een online platform voor paarden vinden. Paardenfokkers vinden een groot aanbod van betrouwbare geverifieerde andere fokkers op een online platform, betaalbaarheid, mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies en een groot aanbod van verschillende fok-en draagmerries belangrijk. Manegehouders vinden betaalbaarheid, groot aanbod van betrouwbare ruiters/verzorgers van alle leeftijden en mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies belangrijk.

Daarnaast kan er op basis van de resultaten uit de vragenlijst worden gezegd dat paardeneigenaren ook een voorafgaande verplichte keuring en maatregelen tegen directe doorverkoop van net aangekochte paarden en fokkers de kwaliteit van het aanbod van de paarden belangrijk vinden op een online platform. Manegehouders hebben geen interesse in een online platform, als Horsify en een enkeling geeft aan eerst te willen zien hoe een ruiter rijdt.

5.1.4 Deelvraag 4 In hoeverre sluit Horsify bij deze factoren (die paardeneigenaren belangrijk vinden) aan?

Horsify sluit voor een groot deel aan bij hetgeen wat paardeneigenaren belangrijk vinden op een online platform voor paarden. Zo vinden particuliere paardeneigenaren een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers, betaalbaarheid en mogelijkheid om gebruik te maken van op maat gemaakte overeenkomsten belangrijk.

Fokkers vinden een groot aanbod van betrouwbare en geverifieerde andere fokkers, betaalbaarheid, mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies en een groot aanbod van verschillende fok-en draagmerries belangrijk.

En manegehouders vinden betaalbaarheid, een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers van alle leeftijden en persoonlijk en deskundig advies belangrijk.

Horsify beschikt over een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers, op maat gemaakte overeenkomsten, aanbod van betrouwbare en geverifieerde andere fokkers (al is dat op dit moment nog geen groot aanbod), persoonlijk en deskundig advies en aanbod van verschillende fok-en draagmerries (ook dit is er nog in kleine mate). Het gebruik van het platform is ook betaalbaar als men het platform van Horsify vergelijkt met andere soortgelijke onlineplatformen. Of de zo belangrijk gevonden betaalbaarheid precies overeenkomt met de gevraagde 2,49 per maand van Horsify, kan geen uitspraak worden gedaan, omdat het begrip 'betaalbaarheid' te breed is opgenomen in de enquête.

Horsify voldoet op dit moment niet aan het uitvoeren van voorafgaande verplichte keuring en maatregelen tegen directe doorverkoop van net aangekochte paarden die particuliere paardeneigenaren ook belangrijk vinden.

Horsify voldoet ook niet aan een speciaal aanbod van paarden wat door fokkers wordt omschreven als: bepaalde kwaliteit van het aanbod van paarden. Er zijn simpelweg geen voorwaarden voor het plaatsen van een fok- of draagmerrie.

Als laatste voldoet Horsify voor een deel wel aan het kunnen laten zien van rijvideo's van ruiters, waar manegehouders waarde aan hechten. Alle gebruikers op Horsify hebben de mogelijkheid om een rijvideo van het rijniveau te laten zien.

5.2 Beantwoording hoofdvraag

De hoofdvraag van dit onderzoek luidde: *Welke factoren spelen voor paardeneigenaren een rol bij het plaatsen van een paard op een online platform als Horsify?*

Het antwoord hierop is: een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers, op maat gemaakte overeenkomsten, groot aanbod van betrouwbare en geverifieerde andere fokkers, mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies, groot aanbod van verschillende fok-en draagmerries en de betaalbaarheid van het gebruik van het platform. Hierbij wordt betaalbaarheid belangrijker gevonden door manegehouders en fokkers dan voor particuliere paardeneigenaren. Die laatste groep hecht de meeste waarde aan een groot aanbod van betrouwbare en geverifieerde ruiters en verzorgers op een online platform.

5.3 Relevantie resultaten praktijk

De resultaten van dit onderzoeken geven soortgelijke ondernemers (van online platformen) in de paardensector meer inzicht in factoren die paardeneigenaren belangrijk vinden bij het plaatsen van een paard. Uit de resultaten blijkt dat vooral betaalbaarheid, mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies, groot aanbod van ruiters/verzorger, fok-en draagmerries, geverifieerde andere fokkers en op maat gemaakte overeenkomsten belangrijk zijn bij dit soort onlinediensten. Als laatste kan specifiek Horsify, aan de hand van de resultaten, bepalen of zij voldoet aan de factoren die paardeneigenaren belangrijk vinden op een online platform bij het plaatsen van een paard.

Uit de opmerkingen die manegehouders hebben geplaatst, kan men opmaken dat maneges niet tot de juiste doelgroep van Horsify behoren. Simpelweg, omdat zij geen paarden overhouden en eigenlijk kampen met een tekort aan paarden en aangeven hier geen interesse of belangstelling in te hebben.

5.4 Aanbevelingen voor de praktijk

Het wordt soortgelijke hippische ondernemers, zoals Horsify, sterk aanbevolen om rekening te houden met de betaalbaarheid van een online platform. Zijn de kosten voor het gebruik te hoog? Dan zullen er weinig tot geen mensen gebruik van maken.

Het wordt Horsify sterk aangeraden om maneges niet meer tot de doelgroep te rekenen. Zij geven veelal aan hier geen interesse in te hebben om verschillende redenen. De meeste genoemde redenen is het te kort aan paarden en de lange wachtlijsten voor ruiters. Dit kan natuurlijk een gevolg zijn van de aanhoudende huidige coronacrisis. Daarom doet Horsify er goed aan om regelmatig artikelen te schrijven voor vakbladen in de paardensector, omdat dit de maneges wel bereikt. Een andere aanbeveling voor hippische ondernemers met een online platform is het actief blijven adverteren op social media, omdat de meeste paardeneigenaren wel online advertenties zien (en niet de flyers, artikelen in kranten en advertenties op websites).

Vanzelfsprekend is een groot aanbod aan betrouwbare ruiters en verzorgers, fok-en draagmerries en geverifieerde andere fokkers niet in een korte tijd te halen. Horsify zal hier dan ook langere 'adem' voor moeten nemen om hieraan te kunnen voldoen. Horsify kan bijvoorbeeld een onderzoek starten naar het specifiek en in grote aantallen benaderen van fokkers met fok-en draagmerries. Mocht Horsify (of andere soorten gelijke hippische initiatieven) deze aanbevelingen opvolgen, dan is het aan te raden rekening te houden met het feit dat deze resultaten niets zeggen over ruiters en verzorgers. Mogelijk stellen ruiters en verzorgers andere eisen of wensen aan een online platform.

5.5 Aanbevelingen vervolgonderzoek

Het is aan te raden bij een vervolgonderzoek meer respondenten te verzamelen om een betrouwbaarheidspercentage van 95% te kunnen behalen. Omdat de Facebookgroepen met het grootste aantal leden particulieren paardeneigenaren en paardenfokkers al is benaderd voor dit onderzoek wordt aanbevolen op andere manieren respondenten te verzamelen. Bijvoorbeeld bij dierenartspraktijken (waar met name paardeneigenaren klant zijn). De dierenartspraktijk heeft een groot klantenbestand met alle mailadressen van paardeneigenaren. Een verspreiding van de enquête op die manier kan veel nieuwe respondenten opleveren. Ook pensionstalhouders met veel paardeneigenaren is hiervoor geschikt. Wellicht is ook het bezoeken van een paardenevenement en het aanspreken van mensen (met een eigen paard) een optie. Daarnaast is er een mogelijkheid om het RVO (Rijksdienst voor Ondernemend Nederland) te benaderen. Zoals beschreven in hoofdstuk 2.2, zijn alle paardenhouders in Nederland sinds 21 april 2021 verplicht alle paarden, pony's, ezels en andere paardachtigen, te laten registreren (RVO, 2021). Omdat hier naast de particuliere paardeneigenaren ook de fokbedrijven en maneges onder vallen en het RVO over veel contactgegevens zal beschikken, is het raadzaam om te informeren naar de mogelijkheden tot het verspreiden van een enquête.

In alle drie de enquêtes stond de vraag: "Hoe vertrouwd bent u met Horsify?" (zie enquêtevraag 4 in Bijlage 1,2,3). De respondent had hier de mogelijkheid om vier verschillende antwoorden te geven:

- Nog nooit van gehoord
- Weleens van gehoord, maar ik gebruik de dienst nooit
- Ik gebruiker de dienst zo nu en dan
- Ik gebruik de dienst regelmatig

De woorden 'zo nu en dan' en 'regelmatig' zijn niet goed gekozen. Voor de ene persoon kan 'zo nu en dan' of 'regelmatig' een andere betekenis hebben dan voor de andere persoon. Een specifieke vraagstelling of gedetailleerde antwoorden zouden hiervoor een oplossing kunnen bieden.

Omdat de termen "zo nu en dan" en "regelmatig" uit vraag 4 van de enquête (zie Bijlage 1,2,3), wat vaag zijn, volgt de aanbeveling om de antwoord opties te veranderen in:

- Nog nooit van gehoord.
- Weleens van gehoor, maar ik gebruik de dienst nooit
- Ik gebruik de dienst minder dan 5 keer per maand
- Ik gebruik de dienst meer dan 5 keer per maand

Vraag 7 uit de enquêtes (*Heeft u advertenties gezien van Horsify? Zo, ja waar?*), geeft geen juist antwoord op het tweede deel van deelvraag 2 (*"Via welke communicatiemiddelen zijn ze bekend geworden?"*). Het advies voor een vervolgonderzoek is het aanpassen van de vraag (*Heeft u advertenties gezien van Horsify? Zo, ja waar?*) te veranderen in: *"Via welke communicatiemiddelen bent u bekend geworden met Horsify?"*.

Om erachter te komen wat paardeneigenaren precies onder 'betaalbaarheid' op een online platform verstaan, valt het aan te bevelen een open vraag of een meerkeuze vraag met daarbij horende antwoorden toe te voegen.

Bijvoorbeeld: "Hoeveel euro mag volgens u deze dienst per maand kosten?", waarbij de respondent zelf in een open veld een getal kan invullen.

Een andere mogelijkheid is: "Hoeveel euro mag volgens u deze dienst per maand kosten?", waarbij de respondent kan kiezen uit de volgende antwoordmogelijkheden:

- Minder dan 1 euro per maand
- Tussen de 1 en 3 euro per maand
- Tussen de 3 en 5 euro per maand

- Meer dan 5 euro per maand

Als men dit onderzoek bij een grotere doelgroep uitvoert, zal er ook blijken of de voorafgaande verplichte keuring en maatregelen tegen directe doorverkoop van net aangekochte paarden (dat enkele particuliere paardeneigenaren belangrijk vinden), de kwaliteit van het aanbod van paarden (dat enkele fokkers belangrijk vinden) de mogelijkheid om eerst iemand rijniveau te kunnen beoordelen via een video (dat vooral door manegehouders belangrijk wordt gevonden) voor meerdere eigenaren geldt. Aan de hand daarvan kan er worden besloten om dit te verwerken in een online platform (zoals Horsify) dan wel verder uit te werken.

Literatuurlijst

- Aveve. (z.d.). *Paarden kosten tijd en geld*. Geraadpleegd op 30 mei 2021, van <https://avevewinkels.be/Advies/Detail/dier/paard/mijn-nieuw-paard/paarden-kosten-tijd-en-geld/8ab93>
- Baarda, B., De Goede, M. & Kalmijn, M. (2015). Basisboek enquêteren (4^e druk). Groningen/ Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Barreda, A. A., Bilgihan, A., Nusair, K., & Okumus, F. (2015). Generating brand awareness in Online Social Networks. *Computers in Human Behavior*, 50, 600-609. Geraadpleegd op 24 maart 2021, van <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.023>
- Bauwens, N. (2019, 9 januari). *10 tips voor een ijzersterke call to action button (CTA) + voorbeelden*. Geraadpleegd op 19 april 2021, van <https://www.nataschabauwens.nl/call-to-action-voorbeelden-en-tips/>
- Belhadj, N., Laussel, D., & Resende, J. (2020). Marketplace of reselling? A signalling model. *Information Economics and Policy*, 50, 100834. Geraadpleegd op 23 april 2021, van <https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2019.100834>
- Benders, L. (2020, 10 augustus). *Een selecte of aselechte steekproef in je scriptie*. Geraadpleegd op 10 april 2021, van <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/steekproef-in-je-scriptie/>
- Benders, L. (2020, 28 september). *Enquêtes correct gebruiken in je scriptie*. Geraadpleegd op 26 maart 2021, van <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/enquete-in-je-scriptie/>
- Benschop, K. (2013). *Marktonderzoek*. Geraadpleegd op 25 maart 2021, van https://www.boomhogeronderwijs.nl/media/8/9789039527863_20071017_9789039527863.pdf
- Bian, Y., Cui, Y., Yan, S., & Han, X. (2021). Optimal strategy of a customer-to-customer sharing platform.: Whether to launch its own sharing service? *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 149, 10288. Geraadpleegd op 12 april 2021, van <https://doi.org/10.1016/j.tre.2021.102288>
- Bokt. (2019, 16 april). *Bokt: Over Bokt*. Geraadpleegd op 23 april 2021, van https://www.bokt.nl/wiki/Bokt:Over_Bokt
- Business Doe Je. (2020, 3 januari). *Online marketplaces*. Geraadpleegd op 23 april 2021, van <https://www.businessdoeje.nl/kennisbank/online-marketplaces/>
- Campbell, M. L. H., & Sandøe, P. (2015). Welfare in horse breeding. *Veterinary Recoder*, 176 (17), 436-440. Geraadpleegd op 12 april 2021, van <https://doi.org/10.1136/vr.102814>
- Debois, S. (2017, 27 februari). Geraadpleegd op 4 april mei 2021 van <https://surveyanyplace.com/nl/de-9-grootste-voordelen-van-enquetes-en-de-nadelen/>
- Encyclo. (2021). *Gespecialiseerd definities*. Geraadpleegd op 4 juni 2021, van <https://www.encyclo.nl/begrip/gespecialiseerd>

- Ehorses. (z.d.). *Fokpaarden*. Geraadpleegd op 11 april 2021, van <https://www.ehorses.nl/magazine/disziplinen/fokpaarden/>
- FNRS. (z.d.). *De organisatie*. Geraadpleegd op 20 maart 2021, van <https://www.fnrs.nl/over-fnrs/de-organisatie>.
- Frühauf, R. (2018, 3 januari). *De concurrentieanalyse. Iedere ondernemer heeft het nodig!* Geraadpleegd op 23 april 2021, van <https://www.informer.nl/concurrentieanalyse-voor-ondernemers/>
- Gielen, J., & Withagen, W. (2020). *Bouw een succesvolle online marktplaats* (1e druk). Amsterdam: Boom uitgevers.
- Hasselaar, D. (2021, 3 juni) Geraadpleegd op 4 juni 2021, van <https://www.fnrs.nl/nieuws/941-maneges-in-problemen-door-grote-vraag-naar-brave-paarden>
- Hondjeuitlaten.nl. (2021). *Kosten voor een vrijwilliger*. Geraadpleegd op 24 mei 2021, van <https://helpcenter.hondjeuitlaten.nl/nl/articles/469-kosten-voor-een-vrijwilliger>
- Idema, G. 2018, 19 juli. *Wat is het beste marketingbudget?* (Geraadpleegd op 26 mei 2021, van <https://www.multiraedt.nl/2015/03/18/wat-het-beste-marketing-budget/>
- ING. (2021). *Concurrentieanalyse model*. Geraadpleegd op 23 april 2021, van <https://www.ing.nl/zakelijk/inspiratie-voor-ondernemers/concurrentieanalyse-model-in-3-stappen-je-concurrentie-in-beeld/index.html>
- Jansen, C. (2019, 22 februari). *Paardensector in Nederland goed voor miljardenomzet*. Geraadpleegd op 21 maart 2021, van <https://www.horses.nl/overig-nieuws/paardensector-in-nederland-goed-voor-miljardenomzet/>
- Keeris, W. (2019, 30 mei). *Core business*. Geraadpleegd op 30 mei 2021, van <https://www.ensie.nl/willem-g-keeris/core-business>
- Keswiel, M. (2020, 23 september). *Een online marktplaats lanceren? 'Doe dingen die niet schalen'*. (Geraadpleegd op 28 mei 2021, van <https://mtsprout.nl/archief/een-online-marktplaats-lanceren-doe-dingen-die-niet-schalen>
- KNHS. (2017). *Nederland Paardenland*. Geraadpleegd op 14 maart 2021, van https://www.knhs.nl/media/11389/nederland-paardenland_web-v2.pdf
- Kobayat. (2017, 7 september). *Kosten eigen paard: aanschaf en maandelijkse kosten*. Geraadpleegd op 30 mei 2021, van <https://dier-en-natuur.infonu.nl/dieren/183905-kosten-eigen-paard-aanschaf-en-maandelijkse-kosten.html>
- Krul, A. (2021, 17 februari). *Zo doe je een literatuuronderzoek of literatuurstudie*. Geraadpleegd op 22 maart 2021, van <https://www.scribbr.nl/scriptie-structuur/hoe-doe-je-literatuuronderzoek/>

- KWPN. (2021). *Over het KWPN*. Geraadpleegd op 13 april 2021, van <https://www.kwpn.nl/over-kwpn/organisatie/over-kwpn>
- Lesimple, C., Fureix, C., LeScolan, N., Richerad-Yris, M. A., & Hausberger, M. (2011). Housing conditions and breed are associated with emotionality and cognitive abilities in riding school horses. *Applied Animal Behaviour Science*, 129(2-4), 92-99. Geraadpleegd op 12 april 2021, van <https://doi.org/10.1016/j.applanim.2010.11.005>
- Limburg Paardensport. (2021). *Rassen en stamboeken*. Geraadpleegd op 2 mei 2021, van <https://www.limburgpaardensport.com/regio-economie/rassen-en-stamboeken/>
- Lundberg, P., Hartmann, E., & Roth, L. S. (2020). Does training style affect the human-horse relationship? Asking the horse in a separation-reunion experiment with the owner and a stranger. *Applied Animal Behaviour Science*, 233, 105144. Geraadpleegd op 12 april 2021, van <https://doi.org/10.1016/j.applanim.2020.105144>
- LTO Nederland. (202, 28 oktober). *Veel onduidelijkheid over definitie paardenhouder bij I&R*. Geraadpleegd op 9 april 2021, van <https://www.lto.nl/veel-onduidelijkheid-over-definitie-paardenhouder-bij-ir/>
- Oldenbroek, K., & Van der Waaij, L. (2014). *Leerboek Fokkerij HBO*. Geraadpleegd op 11 april 2021, van https://www.wur.nl/upload_mm/7/9/6/51a2e2a4-b870-4e27-94d8-727f504ae980_Leerboek%20Fokkerij%20en%20Genetica%20voor%20het%20HBO-v18-20160105_2017.pdf
- Oppasland. (2021). *Tarieven*. Geraadpleegd op 24 mei 2021, van <https://www.oppasland.nl/tarieven>
- Paard en Bedrijf. (2021). *Over Paard en Bedrijf*. Geraadpleegd op 27 mei 2021, van <https://paardenbedrijf.nl/over-paard-en-bedrijf/>
- Paardenpunt Vlaanderen. (z.d.). *Manege- en pensionstalhouders in Vlaanderen – Economisch en maatschappelijk belang van het beroep*. Geraadpleegd op 9 april, van https://www.navema.be/sites/default/files/70/economisch_belang_maneges.pdf
- Raad voor Dierenaangelegenheden. (2016). *Fokkerij en Voortplantingstechnieken*. Geraadpleegd op 11 april 2021, van <https://www.rda.nl/publicaties/zienswijzen/2010/12/26/rda-zienswijze-fokkerij-voortplantingstechnieken>
- Ritzen, G. (2015m 17 juli). *Waarom is Nederland zo goed in paardenfokken*. Geraadpleegd op 30 mei 2021, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2015/07/17/waarom-is-nederland-zo-goed-in-paardenfokken-a1495697>
- RVO. (2021, 30 april). *Regels paardenhouders*. Geraadpleegd op 22 mei 2021, van <https://www.rvo.nl/onderwerpen/agrarisch-ondernemen/dieren-houden/identificatie-en-registratie-dieren/regels-paardenhouder>
- Smedes, M. (2017, 23 januari). *Het doel van Facebook*. Geraadpleegd op 23 april 2021, van <https://www.communicatievogel.com/het-doel-van-facebook/>

- Studiemeesters. (z.d.). *Steekproefmethode: steekproef nemen doe je zo*. Geraadpleegd op 10 april 2021 van, <https://www.studiemeesters.nl/scriptie/steekproefmethode-steekproef-nemen-doe-je-zo/>
- SurveyMonkey. (z.d.). *Steekproefcalculator*. Geraadpleegd op 10 april 2021, van <https://nl.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Team mijnzzp. (2021, 11 april). *Manegehouder*. Geraadpleegd op 11 april 2021, van <https://www.mijnzzp.nl/Beroep/980-Manegehouder/Informatie>
- Ul Islam, J., & Raham, Z. (2017). The impact of online brand community characteristics on customer engagement: An application of Stimulus-Organism-Response paradigm. *Telefmatics and Informatics*, 34(4), 96-109. Geraadpleegd op 24 maart, van <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.01.004>.
- Vader, C. (2020, 26 januari). *Social Media in Nederland stijgt in 2020: Facebook stijgt ligt, Instagram stijgt sterk*. Geraadpleegd op 28 mei 2021, van <https://thebigstory.nl/social-media-in-nederland-in-2020-facebook-stijgt-licht-instagram-stijgt-sterk/>
- Van Dale. (2020). *Betekenis 'manege'*. Geraadpleegd op 11 april 2021, van <https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/manege#.YHKspC2Qns0>
- Van Hall, M., Timmers, R., & Bartels, J. (Reds.). (2016). *Hippische Monitor 2016: HAS Hogeschool*. Geraadpleegd op 19 maart 2021, van https://issuu.com/hashogeschool/docs/hippische_monitor_2016_-_has_hogesc
- Van Hall, M., Timmers, R., & De Koning, W. (Reds.). (2017). *Hippische monitor 2017: HAS Hogeschool*. Geraadpleegd op 19 maart 2021, van https://issuu.com/hashogeschool/docs/hippische_monitor_2017_lr
- Veldman, R. (2021, 30 april). *Duurzaam ondernemen in innoveren in de paardenhouderij*. Geraadpleegd op 28 mei 2021, van <https://www.rabobank.nl/kennis/s011138696-duurzaam-ondernemen-en-innoveren-in-de-paardenhouderij>
- Vereniging Eigen Paard. (2021). *Over ons*. Geraadpleegd op 10 april 2021, van <https://verenigingEigenpaard.nl/vereniging/over-ons/>
- Visser, E. K., & Van Wijk-Jansen, E. E. (2012). Diversity in horse enthusiasts with respect to horse welfare: An explorative study. *Journal of Veterinary Behavior*, 7(5), 295-304. Geraadpleegd op 12 april 2021, van <https://doi.org/10.1016/j.jveb.2011.10.007>
- Yoon, Y. L., Yoon, Y., Nam, H., & Choi, J. (2021). Buyer-supplier matching in online B2B marketplace: *An empirical study of small- and medium-sized enterprises (SMEs)*. *Industrial Marketing Management*, 93, 90-100. Geraadpleegd op 12 april 2021, van <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.12.010>

Bijlagen

Bijlage 1, Enquête voor maneges

1. Tot welke leeftijdscategorie behoort u?

- Onder de 18
- 18-20 jaar
- 21-30 jaar
- 31 - 40
- 41- 50
- 51-60
- 60+

2. In welke provincie woont u?

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

3. Hoeveel paarden heeft u?

- Minder dan 10
- 10-20
- 20-30
- 40-50
- 50-60
- Meer dan 60

4. Hoe vertrouwd bent u met Horsify?

- Nog nooit van gehoord

- Weleens van gehoord, maar ik gebruik de dienst nooit
- Ik gebruik de dienst zo nu en dan
- Ik gebruik de dienst regelmatig

5. Heeft u advertenties gezien van Horsify? Zo, ja waar?

- Kranten
- Tijdschriften/vakbladen
- Op websites in de vorm van blogs/columns
- Op websites in de vorm van online advertenties
- Social media (Facebook en Instagram)
- Flyers
- Ik heb nog nooit een advertenties gezien

6. Hoe zou je benaderd willen worden door Horsify?

- Via een telefoongesprek
- Via Whatsapp
- Via e-mail
- Per post
- Via kennissen/ familie
- Via informatie boekjes/ flyers
- Anders, namelijk door.....

7. Aan welke voorwaarden moet (volgens u) een online platform voldoen bij het plaatsen van een paard?

- Betaalbaarheid
- Mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies
- Mogelijkheid om gebruik te maken van kant en klare op maat gemaakte overeenkomsten
- Groot aanbod betrouwe ruiters en verzorgers van alle leeftijden
- Groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers vanaf 18 jaar
- Anders, namelijk...

8. Hoe belangrijk vindt u betaalbaarheid van een online platform voor paarden,

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Niet belangrijk
- Zeer onbelangrijk

9. Hoe belangrijk vindt u de mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Niet belangrijk
- Zeer onbelangrijk

10. Hoe belangrijk vindt u de mogelijkheid om gebruik te maken van kant en klare op maat gemaakte overeenkomsten?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal

- Niet belangrijk
- Zeer onbelangrijk

11. Hoe belangrijk vindt u een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers vanaf 18 jaar?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Niet belangrijk
- Zeer onbelangrijk

1. Tot welke leeftijdscategorie behoort u?

- Onder de 18
- 18-20 jaar
- 21-30 jaar
- 31 - 40
- 41- 50
- 51-60
- 60+

2. In welke provincie woont u?

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

3. Hoeveel paarden heeft u?

- 1
- Meerdere paarden

Indien u meer dan 1 paard heeft, zou ik u willen verzoeken deze enquête verder in te vullen met betrekking tot oudste paard

4. Wat is de leeftijd van uw paard?

- Jonger dan 1 jaar
- 1-3 jaar
- 4-6 jaar
- 7-9 jaar
- 10-13 jaar
- 14+

5. Tot welke categorie behoort uw paard?

- Springen
- Dressuur
- Allround
- Recreatie
- Fokmerrie
- Western
- Draagmerrie
- Gezelschap

6. Hoe vertrouwd bent u met Horsify?

- Nog nooit van gehoord
- Weleens van gehoord, maar ik gebruik de dienst nooit
- Ik gebruik de dienst zo nu en dan

- Ik gebruik de dienst regelmatig

7. Heeft u advertenties gezien van Horsify? Zo, ja waar?

- Kranten
- Tijdschriften.vakbladen
- Op websites in de vorm van blogs/columns
- Op websites in de vorm van online advertenties
- Social media (Facebook en Instagram)
- Flyers
- Ik heb nog nooit een advertenties gezien

8. Hoe zou je benaderd willen worden door Horsify?

- Via een telefoongesprek
- Via Whatsapp
- Via e-mail
- Per post
- Via kennissen/ familie
- Via informatie boekjes/ flyers
- Anders, namelijk door.....

9. Aan welke voorwaarden moet (volgens u) een online platform voldoen bij het plaatsen van een paard?(Meerdere opties mogelijk)

- Betaalbaarheid
- Mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies
- Mogelijkheid om gebruik te maken van kant en klare op maat gemaakte overeenkomsten
- Groot aanbod van verschillende fok-en draagmerries.
- Groot aanbod van betrouwbare en geverifieerde andere fokkers
- Anders, namelijk...

10. Hoe belangrijk vindt u betaalbaarheid van een online platform voor paarden, zoals Horsify?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Niet belangrijk
- Zeer onbelangrijk

11. Hoe belangrijk vindt u de mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Niet belangrijk
- Zeer onbelangrijk

12. Hoe belangrijk vindt u de mogelijkheid om gebruik te maken van kant en klare op maat gemaakte overeenkomsten?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Niet belangrijk

- Zeer onbelangrijk

13. Hoe belangrijk vindt u een groot aanbod van verschillende fok-en draagmerries?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Niet belangrijk
- Zeer onbelangrijk

14. Hoe belangrijk vindt u een groot aanbod van verschillende fok-en draagmerries?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Niet belangrijk
- Zeer onbelangrijk

Bijlage 3, Enquête voor particuliere eigenaren

1. Tot welke leeftijdscategorie behoort u?

- Onder de 18
- 18-20 jaar
- 21-30 jaar
- 31 - 40
- 41- 50
- 51-60
- 60+

2. In welke provincie woont u?

- Groningen
- Friesland
- Drenthe
- Overijssel
- Flevoland
- Gelderland
- Utrecht

- Noord-Holland
- Zuid-Holland
- Zeeland
- Noord-Brabant
- Limburg

3. Hoeveel paarden heeft u?

- 1
- Meerdere paarden

Indien u meer dan 1 paard heeft, zou ik u willen verzoeken deze enquête verder in te vullen met betrekking tot oudste paard

4. Wat is de leeftijd van uw paard?

- Jonger dan 1 jaar
- 1-3 jaar
- 4-6 jaar
- 7-9 jaar
- 10-13 jaar
- 14+

5. Tot welke categorie behoort uw paard?

- Springen
- Dressuur
- Allround
- Recreatie
- Fokmerrie
- Western
- Draagmerrie
- Gezelschap

6. Hoe vertrouwd bent u met Horsify?

- Nog nooit van gehoord
- Weleens van gehoord, maar ik gebruik de dienst nooit
- Ik gebruik de dienst zo nu en dan
- Ik gebruik de dienst regelmatig

7. Heeft u advertenties gezien van Horsify? Zo, ja waar?

- Kranten
- Tijdschriften.vakbladen
- Op websites in de vorm van blogs/columns
- Op websites in de vorm van online advertenties
- Social media (Facebook en Instagram)
- Flyers
- Ik heb nog nooit een advertenties gezien

8. Hoe zou je benaderd willen worden door Horsify?

- Via een telefoongesprek
- Via Whatsapp
- Via e-mail
- Per post

- Via kennissen/ familie
- Via informatie boekjes/ flyers
- Anders, namelijk door.....

9. Aan welke voorwaarden moet (volgens u) een online platform voldoen bij het plaatsen van een paard?(Meerdere opties mogelijk)

- Betaalbaarheid
- Mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies
- Mogelijkheid om gebruik te maken van kant en klare op maat gemaakte overeenkomsten
- Groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers vanaf 18 jaar
- Groot aanbod van weidemaatjes
- Anders, namelijk...

10. Hoe belangrijk vindt u betaalbaarheid van een online platform voor paarden, zoals Horsify?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Niet belangrijk
- Zeer onbelangrijk

11. Hoe belangrijk vindt u de mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Niet belangrijk
- Zeer onbelangrijk

12. Hoe belangrijk vindt u de mogelijkheid om gebruik te maken van kant en klare op maat gemaakte overeenkomsten?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Niet belangrijk
- Zeer onbelangrijk

13. Hoe belangrijk vindt u een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers vanaf 18 jaar?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Niet belangrijk
- Zeer onbelangrijk

14. Hoe belangrijk vindt u een groot aanbod van weidemaatjes?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Niet belangrijk
- Zeer onbelangrijk

info@manegedevierhoeven.nl	info@manegezandeind.nl
--	--

info@halster.nl	achternbos@planet.nl
info@manegehetjen.nl	manege_arum@yahoo.com
manegelangenveld@sollasi.nl	contact@manege.nl
achternbos@planet.nl	info@manegebalans.nl
info@manegebeekshof.nl	info@manegedefruithof.nl
welkom@manegebelvedere.nl	de-gagel@kpnmail.nl
info@ruitervereniging-bentwoud.nl	info@manegedegrootewielen.nl
info@manegeberestein.nl	info@degulleruif.nl
h.p.prins@live.nl	info@manegedehjouwer.nl
info@manegeblauwesteen.nl	paardrijden@manegedehoef.nl
manege@mangebuitenhorst.nl	info@manege-dehoefslag.nl
info@manegecadierenkeer.nl	info@gemiva-svg.nl
paardensport@chardon.nl	info@horstlinde.nl
info@dendries.com	knobel@telfort.nl
info@arckelhoeve.nl	info@dekamphorst.nl
info@manegedebongerd.nl	info@manegedemallejan.nl
info@de-boschhoeve.nl	info@manegedemmolenberg.nl
braanjenhoek@hetnet.nl	info@manegedemustang.nl
info@deburght.nl	info@manegedepaardenhoeve.nl
info@manegedeweluw.nl	info@staldewesterschelde.nl
roelf.wind@vennehoeve.nl	info@manegedewildhoeve.nl
info@devijfeiken.nl	info@dewittevallei.nl
manegedevolte@gmail.com	astrid@de-woeligestal.nl
manegefilipdros@gmail.com	info@manegedentoom.nl
info@manegeflemming.nl	info@manege-el-sham.nl
funnyhorseaalsmeer@gmail.com	info@roosenheuvel.nl
lmaike@hotmail.com	info@hallinckveld.nl
info@manege-gasselte.nl	info@manegethoogt.nl
info@manege-gerner.nl	info@loenhorst.nl
info@manege-groenewoude.nl	info@manegehetross.nl
info@manegegrol.nl	info@hetzwartewater.nl
ivrboelens@hotmail.com	info@manegehillegom.nl
info@manegejonker.nl	info@rchitland.nl
info@manegekikkert.nl	vof@manegehoogenweg.nl
info@kluizerheide.nl	info@manegelansbergen.nl
manegemagrette@hotmail.com	info@legendmanor.nl
manege@middenhof.nl	info@spgleiden.nl
info@mrc-marcroix.nl	manegemolenzicht@outlook.com
info@manegenieboer.nl	info@nieuwamstelland.nl
info@manegenoordland.nl	info@hippischtwente.nl
info@manegeoostmoer.nl	info@manege-rijnenburg.nl
info@manegeopdeberg.nl	natas_uyt@hotmail.com
info@manegeoverbos.nl	info@manegeruimzicht.nl
info@manegepothoven.nl	info@manege-santhorst.nl
info@manegeravenswaaij.nl	info@satana.nl
manegereigersburgh@outlook.com	info@snorrewind.nl

info@sonniushof.nl	info@hjcmanege.nl
stal@eik.nl	info@hcbkerkwijk.nl
rsc@staldewijk.nl	info@hcdeachterhoek.nl
info@manegestalflicka.nl	info@hippischcentrumeelde.nl
info@manegestroombroek.nl	info@hippischcentrumgroesbeek.nl
info@manegetenbosch.nl	info@manegedemolenberg.nl
info@manegeteneydsen.nl	annelieswim@planet.nl
info@manegethielen.nl	info@hcnkids.nl
manege.trc@outlook.com	stalling@meers-paarden-centrum.nl
info@natuurpoortvanloon.nl	info@hc-rucphen.nl
info@hcvenlo.nl	info@schijndelsewoud.nl
annemiek@stalweidezicht.nl	info@vroendaal.nl
info@manege-voorst.nl	info@akasha-rijkunst.nl
info@manegevreehorst.com	info@balemansruitersportcentrum.nl
info@apcwaveren.nl	info@balijmanege.nl
willemschhof@planet.nl	info@stal-bosgoed.nl
info@manegewittebrug.nl	bosmanegebakkeveen@gmail.com
info@manegezeisterbos.nl	info@burgmeijergh.com
info@manegezonneveld.nl	info@reeenwissel.nl
info@manegezwolle.nl	info@stalcappershaag.nl
cecile.janssen@gmail.com	paardensport@chardon.nl
info@mariahoevemijrecht.nl	info@dehollandschemanege.nl
info@dewaterberg.nl	info@karperhoeve.nl
info@bluestables.nl	info@dekroo.nl
bosmanegebakkeveen@gmail.com	stellazumpolle@hotmail.com
mail@capelsemanege.nl	info@demelehoeve.nl
info@bergerhoeve.nl	joke_faber@hotmail.com
info@degoudsemanege.nl	puri@meyboom.nl
info@hazelhorst.nl	manege@denieuweheuvel.com
info@delangenberghhoeve.nl	detopper.sdl@gmail.com
info@lourenshoeve.nl	info@eepm.nl
info@ponyhof.nl	dewildkamp@gmail.com
manege@eindhovensemanege.nl	henkmvandepol@gmail.com
veldhuizen.hcb@planet.nl	info@hcbkerkwijk.nl
boeyenkamp@outlook.com	info@hcgiesenlanderij.nl
info@hippischcentrumdordrecht.nl	hcentrum@zeelandnet.nl
info@groenraven.nl	info@hippischcentrummuiderberg.nl
info@hchw.nl	info@hippischcentrumwestland.nl
info@hc-krimpenerwaard.nl	info@hjcmanege.nl
manege@katsbek.nl	info@hestar.nl
info@hcmiddenzweeusvlaanderen.nl	info@hetpaardrijk.nl
info@hcsimonshaven.nl	twentscheveld@gmail.com
info@hetzwartewater.nl	veldhuizen.hcb@planet.nl
info@manegededrechterweide.com	info@hippischcentrumdedelft.nl

info@manege-de-eenhoorn.nl	info@hcdeeemvallei.nl
grensstreekbelfeld@outlook.com	info@hcdelangelschoten.nl
manegedehoeksegang@gemiva-svg.nl	info@hce-emmen.nl
info@dekamphorst.nl	info@hippischcentrumgroesbeek.nl
manegedebaarshoeve@gmail.com	info@hippischcentrumlagrande.nl
info@manegedeveluw.nl	info@reggehoeve.nl
info@manege-el-sham.nl	info@manegenieuwvliet.nl
info@hallinckveld.nl	info@holzikstables.nl
jos.krapels@online.nl	info@kleinoever.nl
info@manege-gerner.nl	info@koopmanhorses.nl
info@manegegroot.nl	mail@leschevaux.nl
manege@loenhorst.nl	info@flardingharuiters.nl
grutyntlyts@gmail.com	robkoning@live.nl
info@rchitland.nl	info@manegebeukers.nl
info@manegehooidonk.nl	admin@manegebleijenberg.nl
info@manegejonker.nl	info@manegebruin.nl
info@kennemergaarde.nl	info@manegehetjen.nl
info@manegelansbergen.nl	h.doijen@planet.nl
suzanne@manegelelystad.nl	info@manegethoogt.nl
info@manegeveendam.nl	info@manege.nl
manegemagrette@hotmail.com	info@manegedebuitenwijck.nl
e.loohuis@boerderijcampus.nl	info@manegedeotterberg.nl
susannespoelstra@hotmail.com	manege@prinsenbankhoeve.nl
info@hcmiddenzeeuwsvlaanderen.nl	janet.duyndam@gmail.com
gerben.moerland@manegemolenschot.nl	info@manegedeseeruyter.nl
info@mrc-marcroix.nl	administratie@de-stap.nl
manegenop@gmail.com	info@manegedesteenkamer.nl
info@manegenoordland.nl	info@trenshoeve.nl
info@manegeopdeberg.nl	info@pck-eersel.nl
info@manegepensionstalbijdevleet.nl	manegegroenesteyn@hotmail.nl
info@manegepompveld.nl	thea.koopman@planet.nl
manegereigersburgh@outlook.com	info@equito.nl
info@manegeruckert.nl	info@prinsesmaximamanege.nl
info@manegeruimzicht.nl	info@pscdecannenburgh.nl
info@sanninghoeve.nl	paarden@zonnehoeve.net
carla.monhemius@manegespaarnwoude.nl	secretariaat@scheldestad.nl
manege@vosseburgh.com	info@rcdevoorweg.nl
info@manegeoostmoer.nl	info@manege-rca.nl
manege@variohippique.nl	info@reyerparc.nl
info@manegewaarland.com	info@venhof.nl
msazwanenburg@kpnmail.nl	info@rimburgerhoeve.nl
info@stalhouderij-vosse.nl	info@rsc-cadans.nl
info@manegenoot.nl	rscededriellinden@gmail.com
info@manegewittebrug.nl	info@rsc-degroenevallei.nl
manege@middenhof.nl	wim@schimmelkroft.nl
info@spgleiden.nl	devoortstede@outlook.com

manegemolenzicht@outlook.com	manege@ruitersportcentrum.nl
info@manegemorgenstond.nl	ruitersportcentrum@rijvereniginglingebos.nl
info@manegedeveenhoeve.nl	hansvanhooft403@gmail.com
info@demeidenvanhaarman.nl	info@pscdedijkgraaf.nl
contact@paardencentrumheihof.nl	info@dezuidstroomvinkega.nl
info@diekshuus.nl	info@manegemeulendijs.com
info@vanveulentotpaard.nl	info@schoteroog.nl
info@tamarabulham.com	info@rsc-seurenheide.nl
hans.thijssen@bergemo.nl	info@manegestfrans.nl
info@ruitersportcentrumbreda.nl	info@rsvdehogedevel.nl
info@krimhoeve.nl	info@manege-schanswijk.nl
info@hetkeelven.nl	ruitercentrumdaalderhof@gmail.com
info@amsterdamsemanege.nl	secretarisrcp@gmail.com

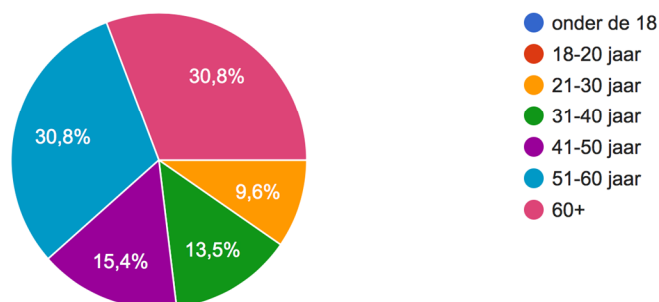
Bijlage 5, Resultaten enquête manegehouders

Resultaten enquête manegehouders

Vraag 1

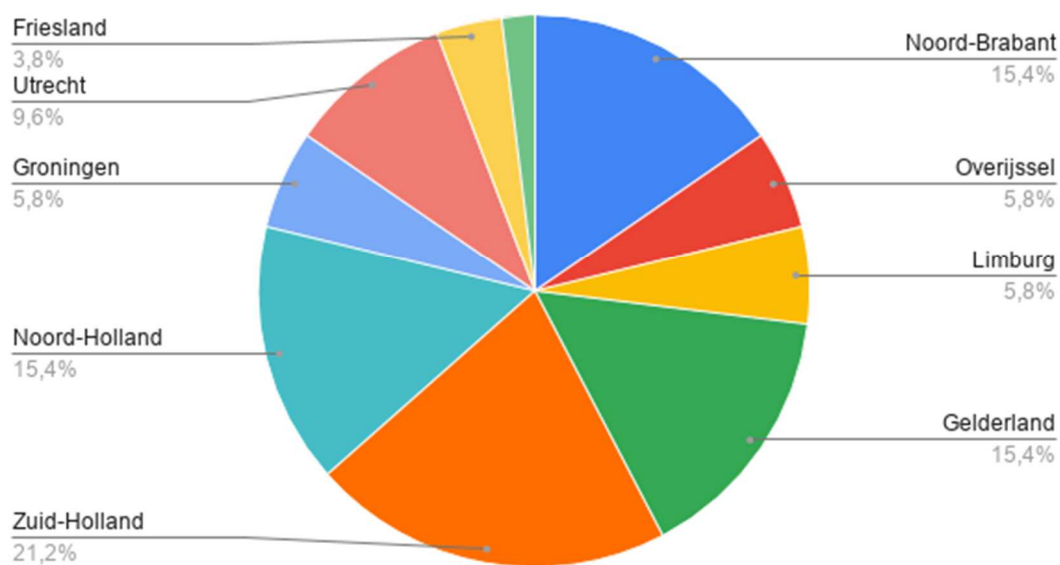
Tot welke leeftijdscategorie behoort u?

52 antwoorden



Vraag 2

In welke provincie woont u?

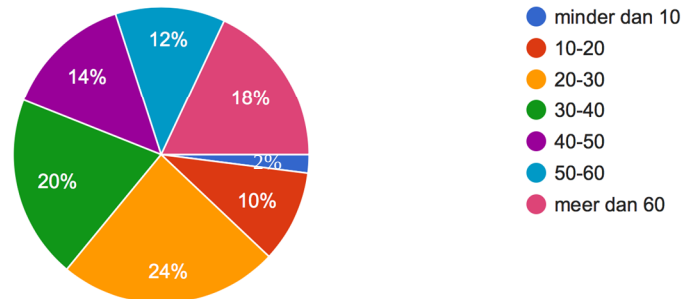


Er hebben geen manegehouders uit Zeeland en Flevoland gereageerd op de enquête.

Vraag 3

Hoeveel paarden heeft u?

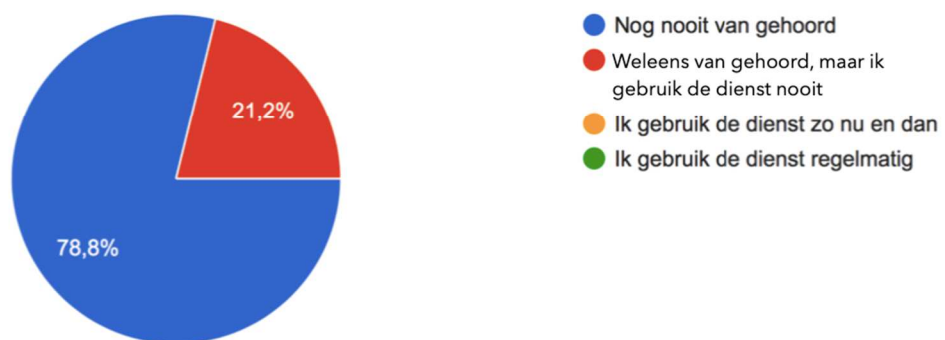
50 antwoorden



Vraag 4

Hoe vertrouwd bent u met Horsify?

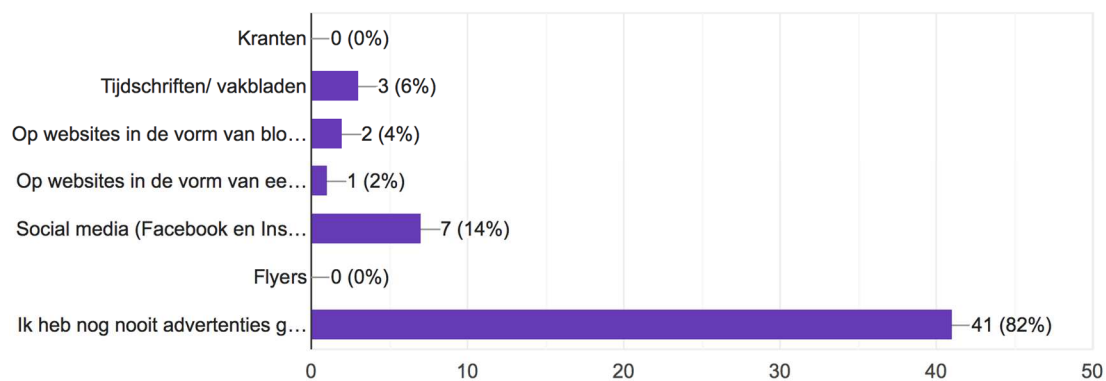
52 antwoorden



Vraag 5

Heeft u advertenties gezien van Horsify? (Zo, ja waar?)

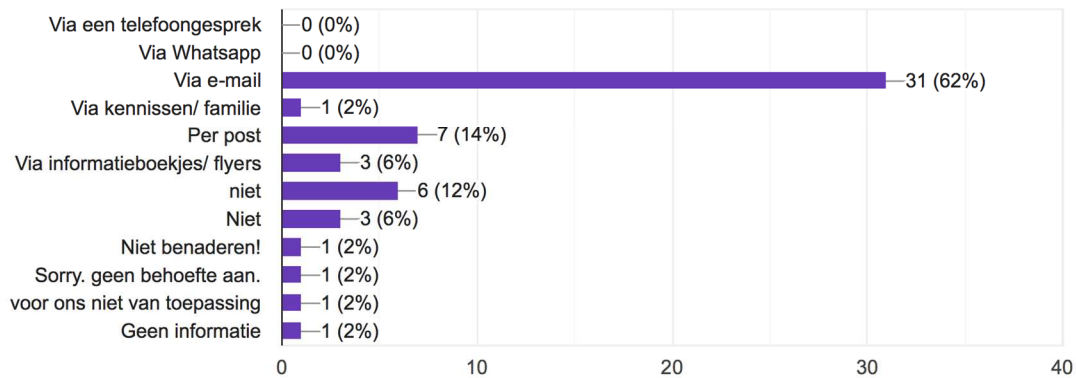
50 antwoorden



Vraag 6

Hoe zou u benaderd willen worden door Horsify?

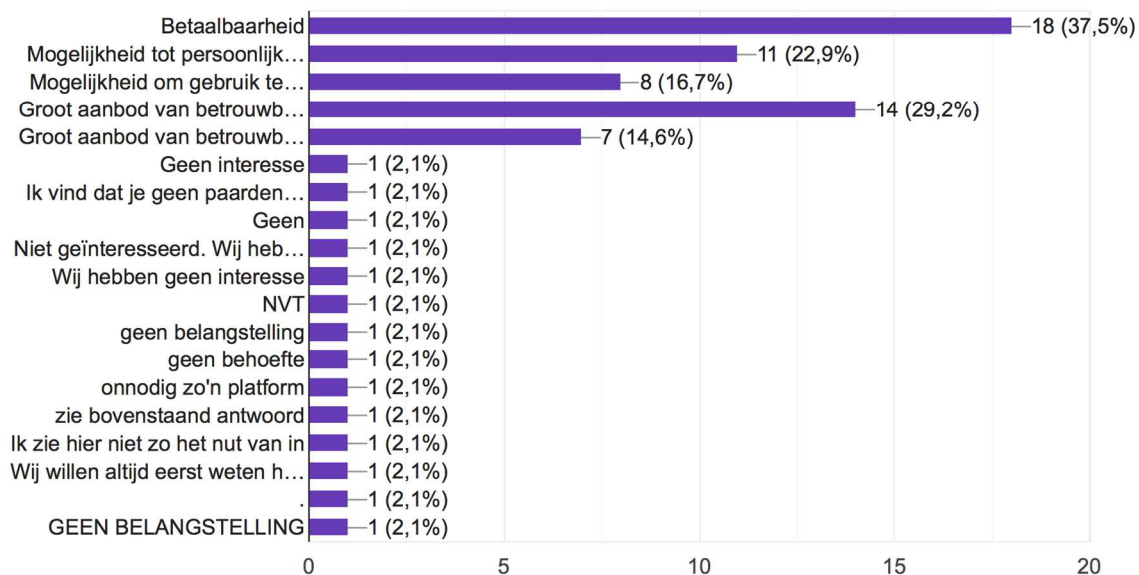
50 antwoorden



Vraag 7

Aan welke voorwaarden moet volgens u, een online platform voldoen bij het plaatsen van een paard?

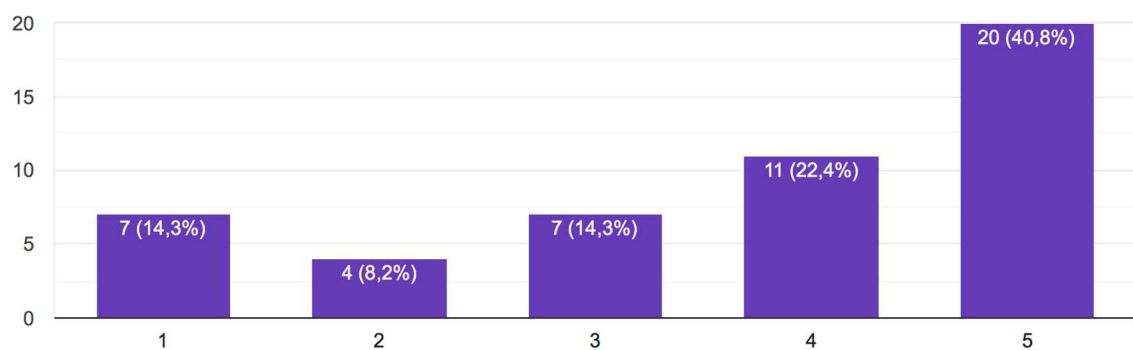
48 antwoorden



Vraag 8

Hoe belangrijk vindt u betaalbaarheid van een online platform voor paarden?

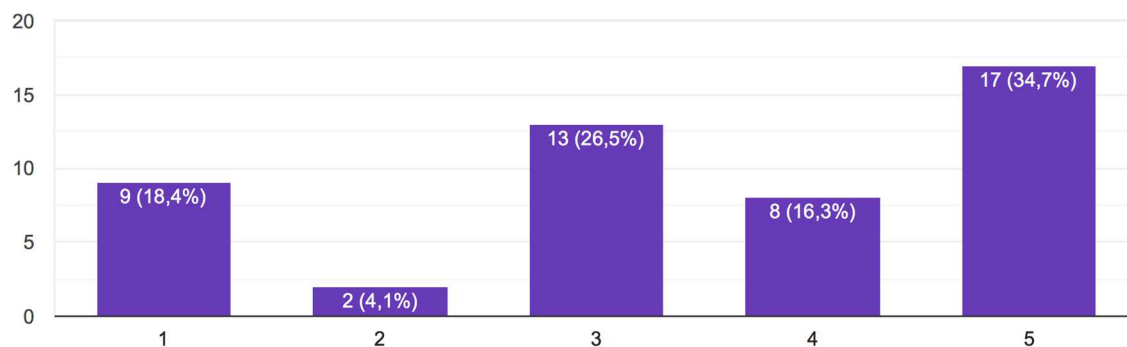
49 antwoorden



Vraag 9

Hoe belangrijk vindt u de mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies?

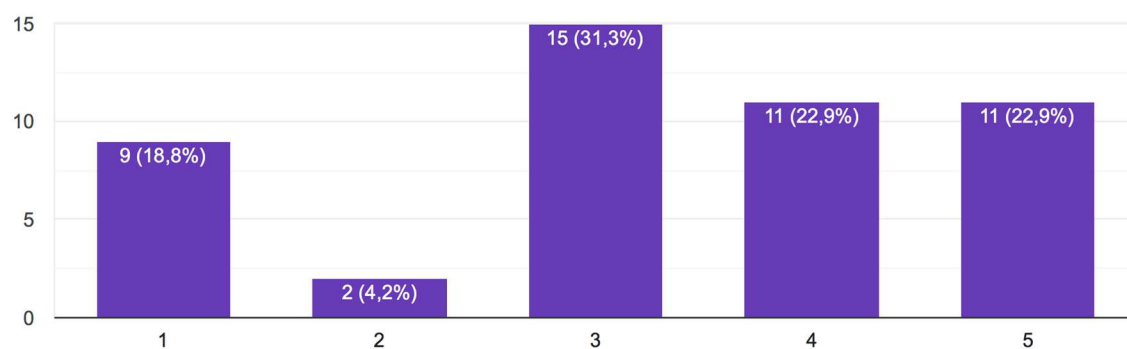
49 antwoorden



Vraag 10

Hoe belangrijk vindt u de mogelijkheid om gebruik te maken van kant en klare op maat gemaakte overeenkomsten?

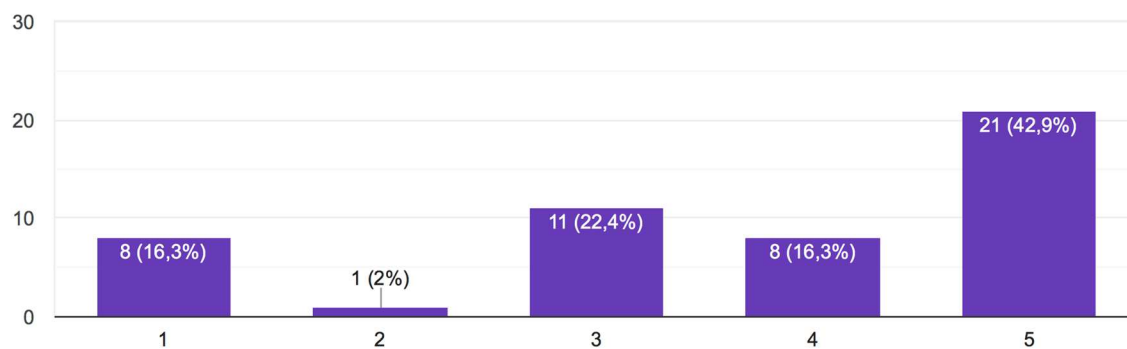
48 antwoorden



Vraag 11

Hoe belangrijk vindt u een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers van alle leeftijden?

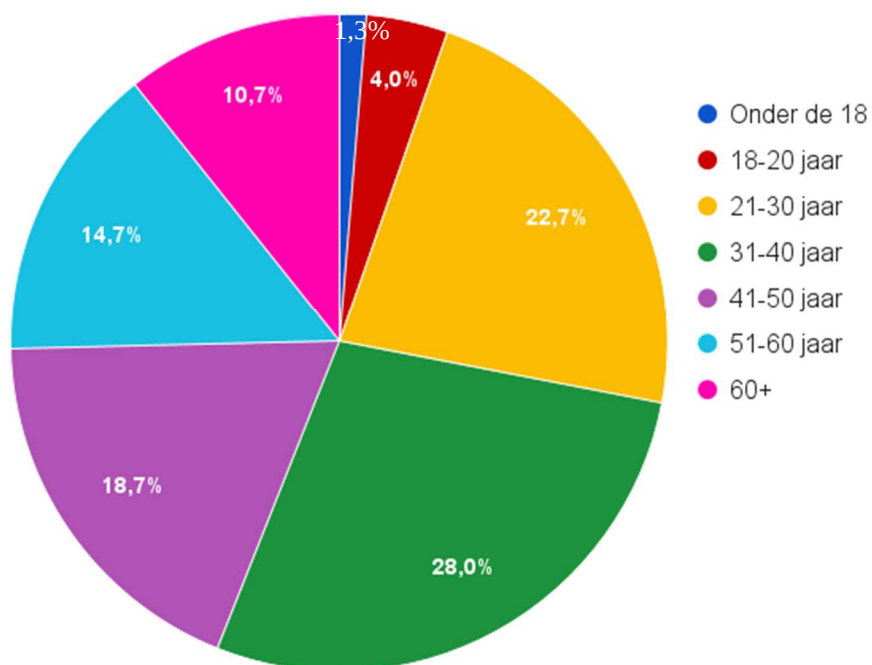
49 antwoorden



Resultaten enquête fokkers

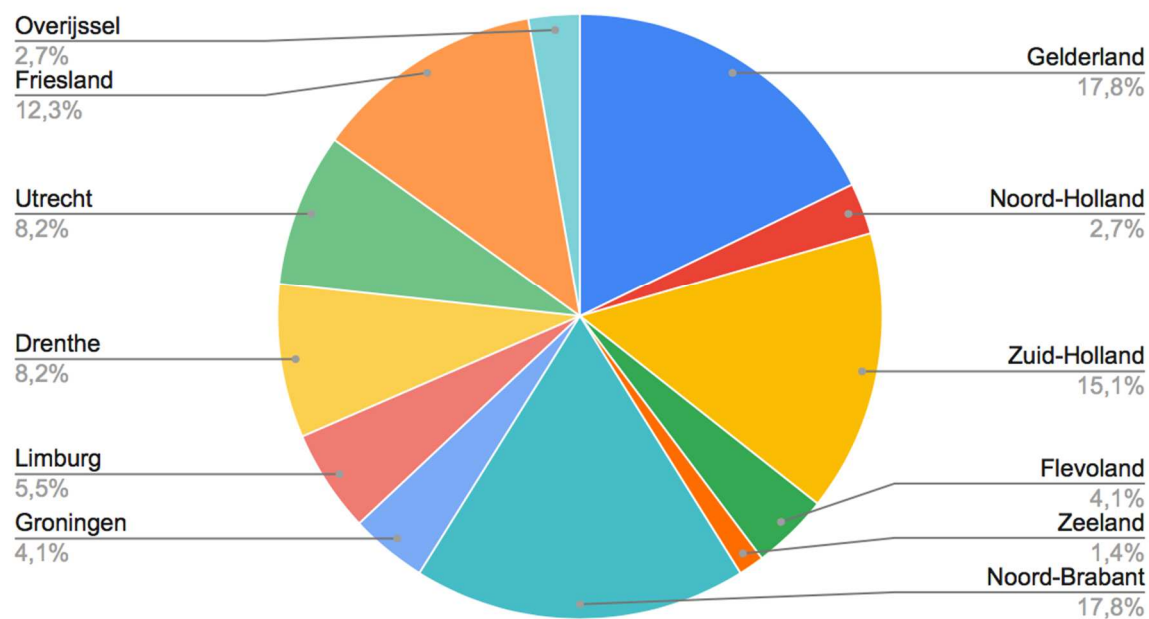
Vraag 1

Tot welke leeftijdscategorie behoort u?



Vraag 2

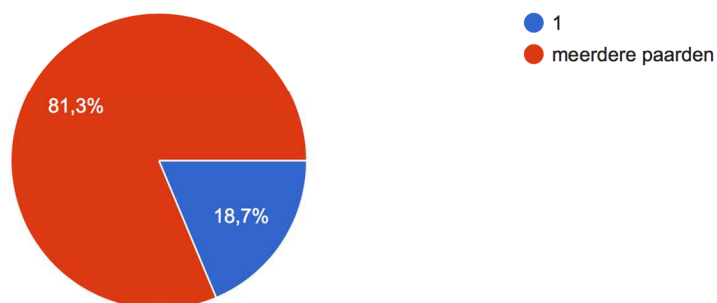
In welke provincie woont u?



Vraag 3

Hoeveel paarden heeft u? (als u meerdere paarden heeft, zou ik u willen verzoeken deze enquête verder in te vullen met betrekking tot het oudste paard)

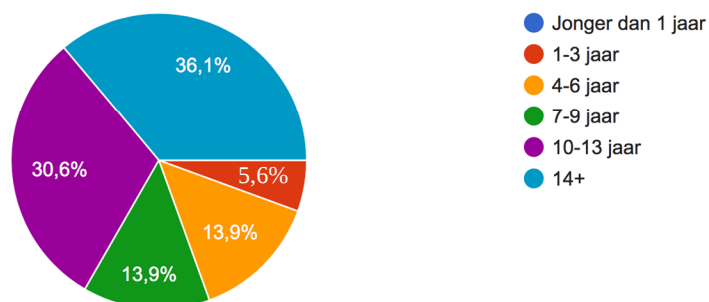
75 antwoorden



Vraag 4

Wat is de leeftijd van uw paard?

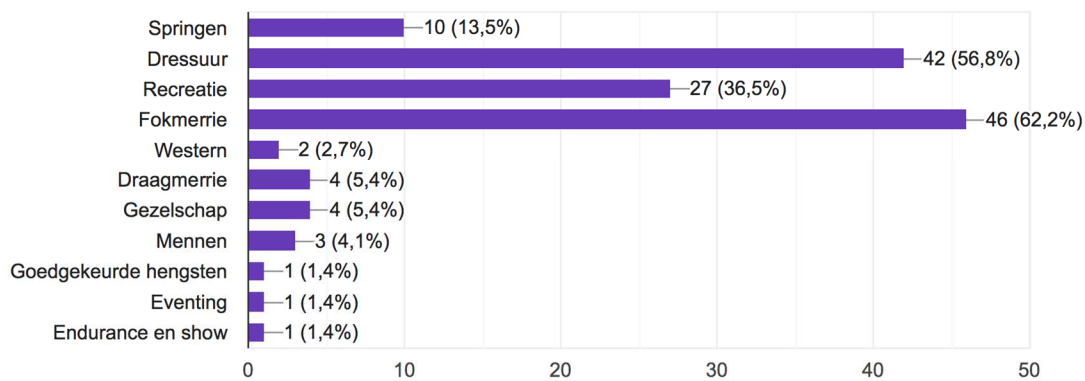
72 antwoorden



Vraag 5

Tot welke categorie behoort uw paard?

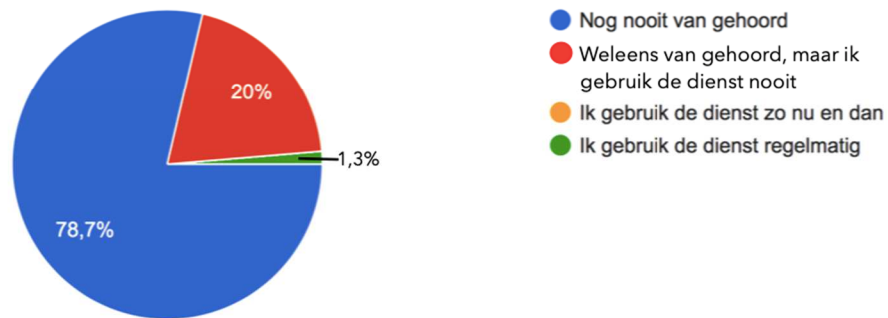
74 antwoorden



Vraag 6

Hoe vertrouwd bent u met Horsify?

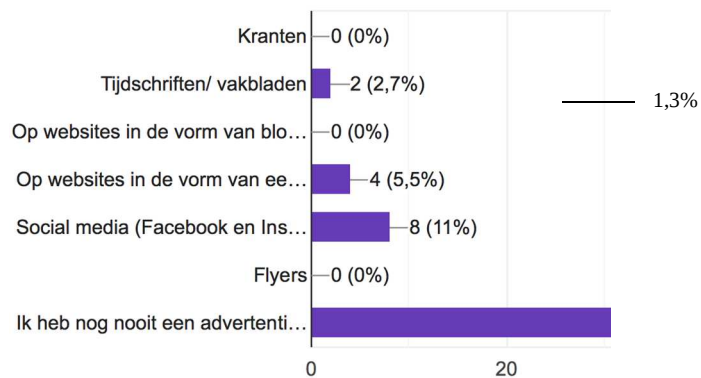
75 antwoorden



Vraag 7

Heeft u advertenties gezien van Horsify? (Zo, ja)

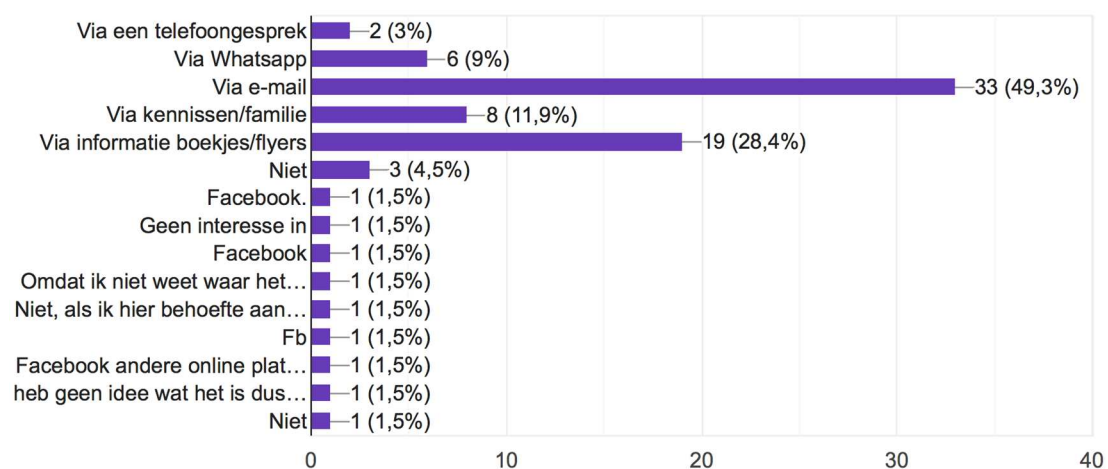
73 antwoorden



Vraag 8

Hoe zou u benaderd willen worden door Horsify?

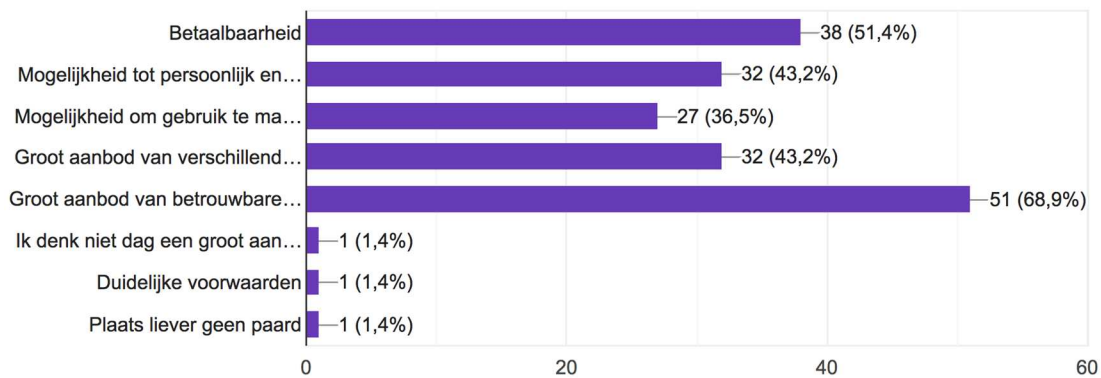
67 antwoorden



Vraag 9

Aan welke voorwaarden moet volgens u, een online platform voldoen bij het plaatsen van een paard?

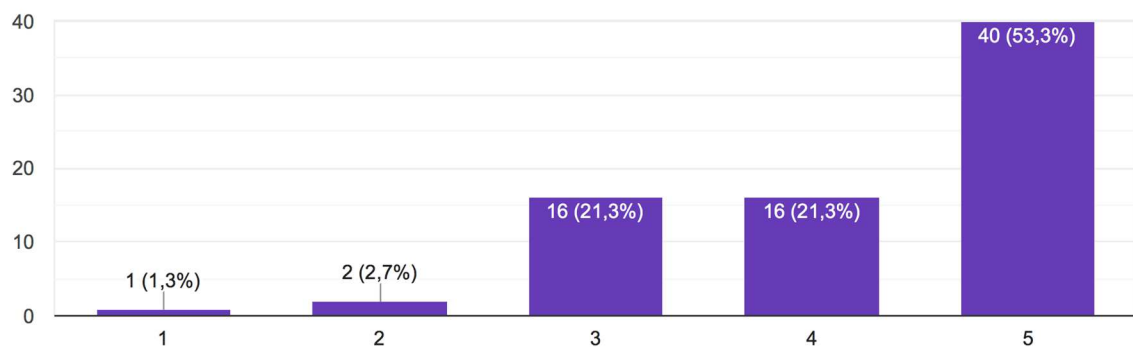
74 antwoorden



Vraag 10

Hoe belangrijk vindt u betaalbaarheid van een online platform voor paarden?

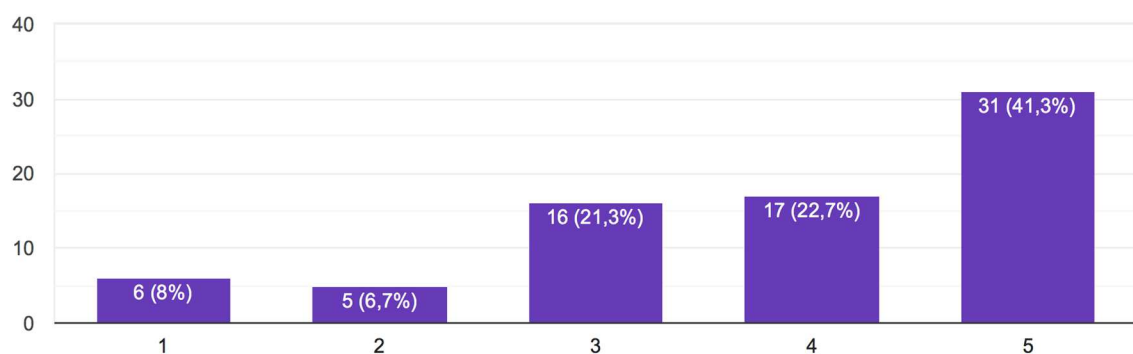
75 antwoorden



Vraag 11

Hoe belangrijk vindt u de mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies?

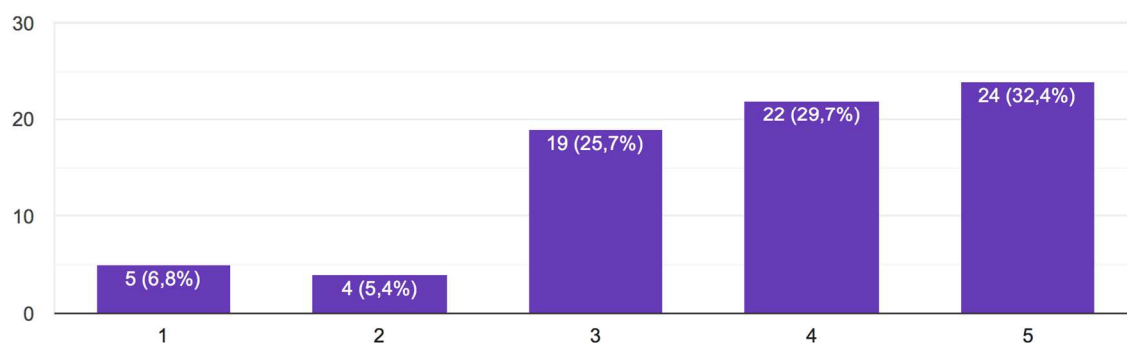
75 antwoorden



Vraag 12

Hoe belangrijk vindt u de mogelijkheid om gebruik te maken van kant en klare op maat gemaakte overeenkomsten?

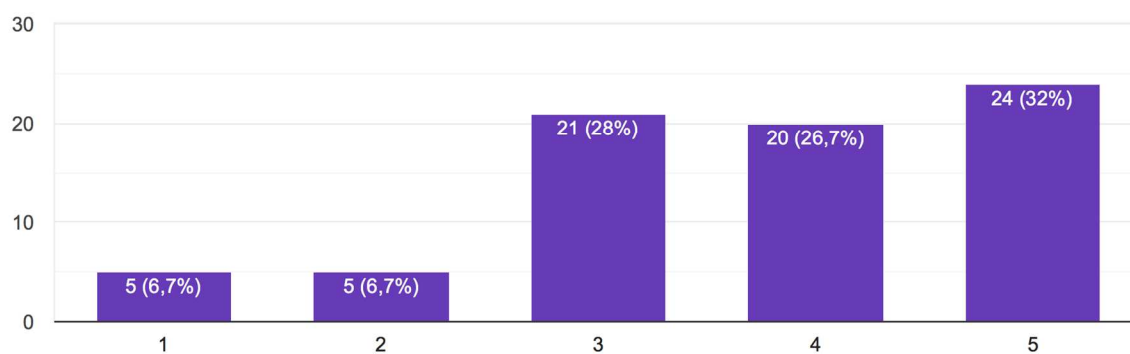
74 antwoorden



Vraag 13

Hoe belangrijk vindt u een groot aanbod van fok-en draagmerries?

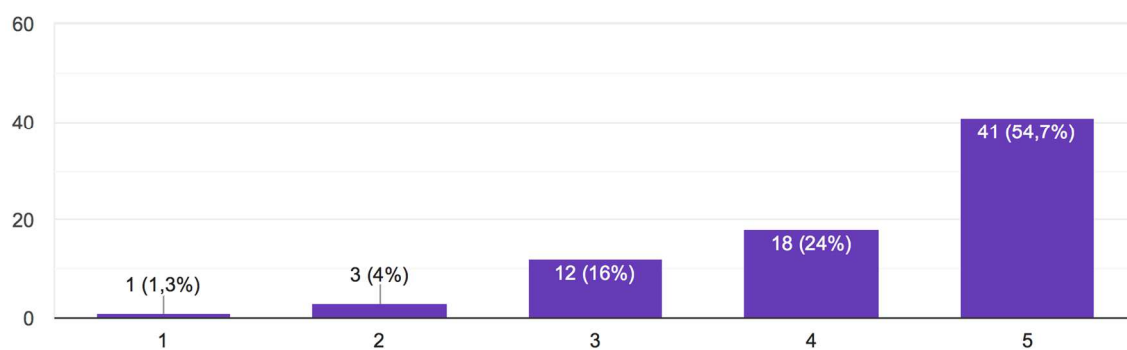
75 antwoorden



Vraag 14

Hoe belangrijk vindt u een groot aanbod van betrouwbare en geverifieerde andere fokkers?

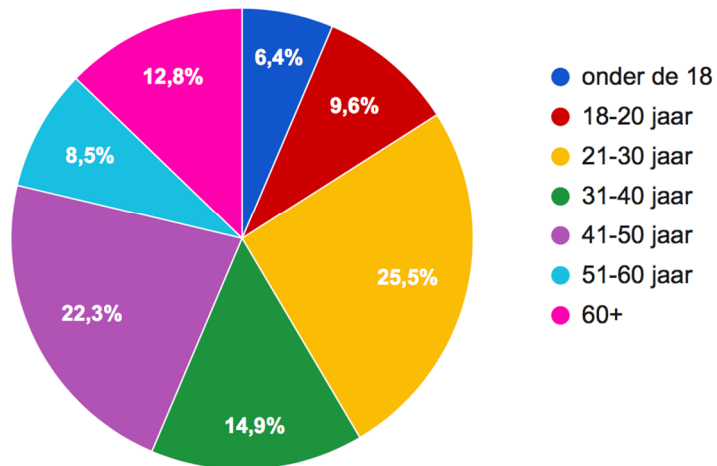
75 antwoorden



Resultaten enquête paardeneigenaren

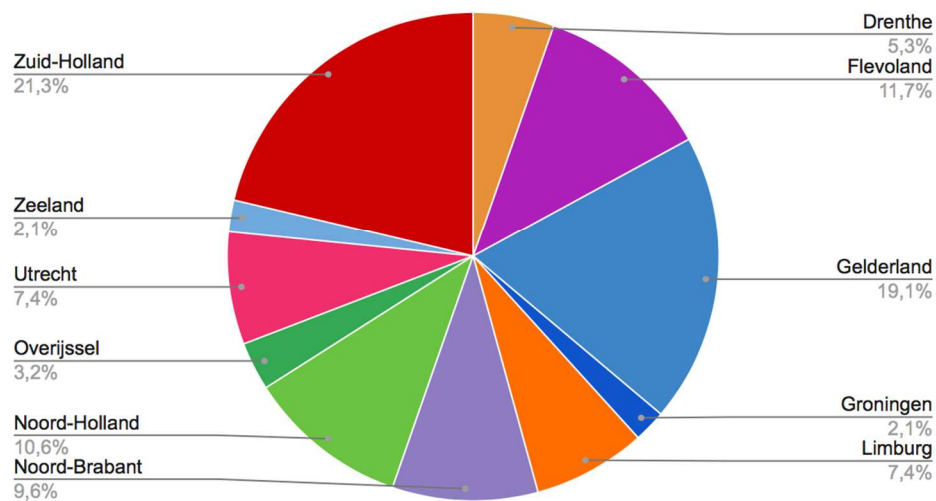
Vraag 1

Tot welke leeftijdscategorie behoort je?



Vraag 2

In welke provincie woon je?

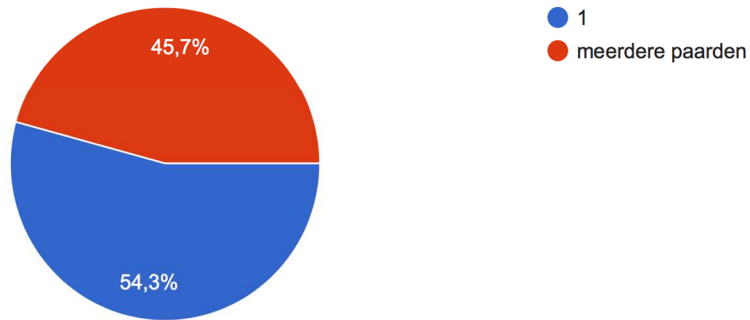


Bij deze vraag woont er niemand in Friesland.

Vraag 3

Hoeveel paarden heb je? (als je meerdere paarden hebt, zou ik je willen verzoeken deze enquête verder in te vullen met betrekking tot het oudste paard)

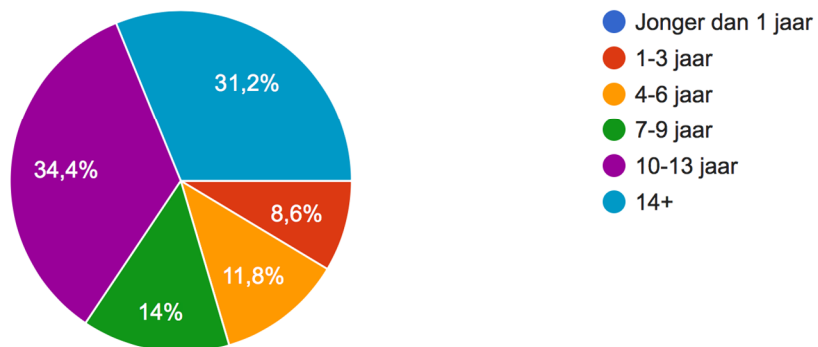
94 antwoorden



Vraag 4

Wat is de leeftijd van jouw paard?

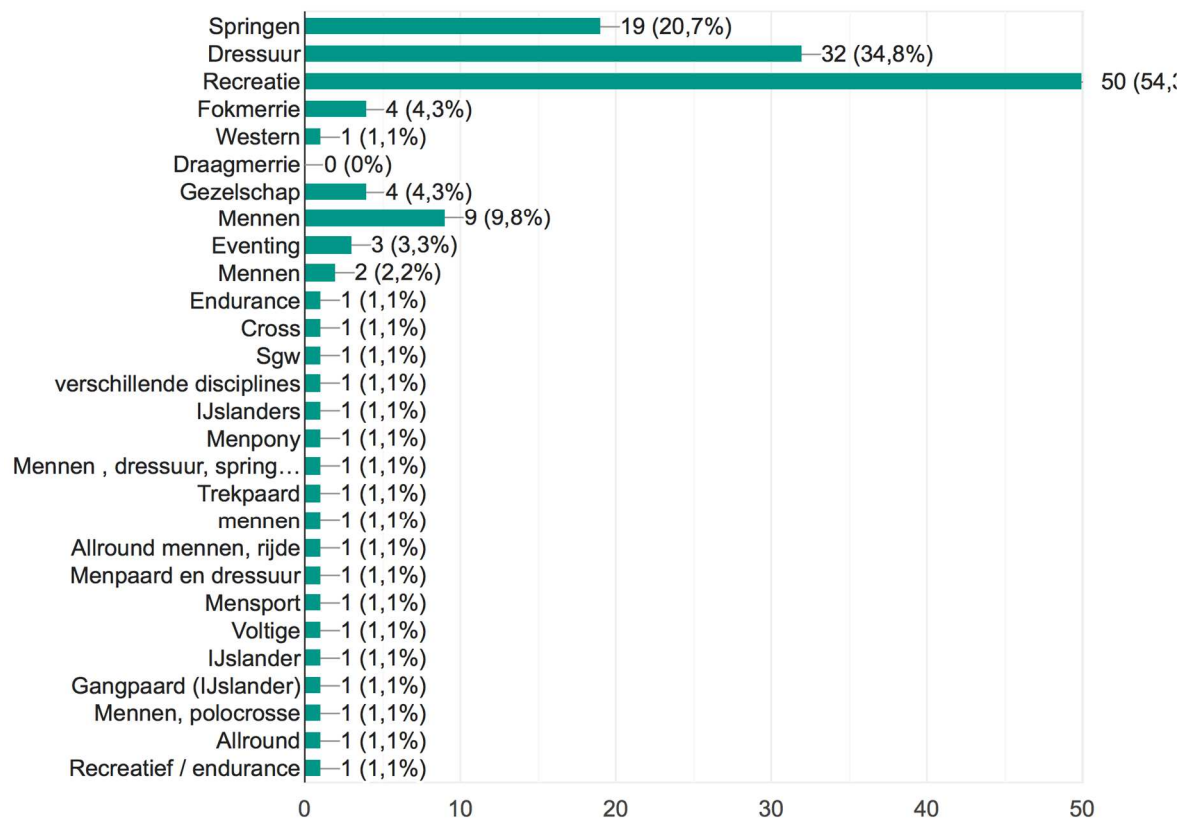
93 antwoorden



Vraag 5

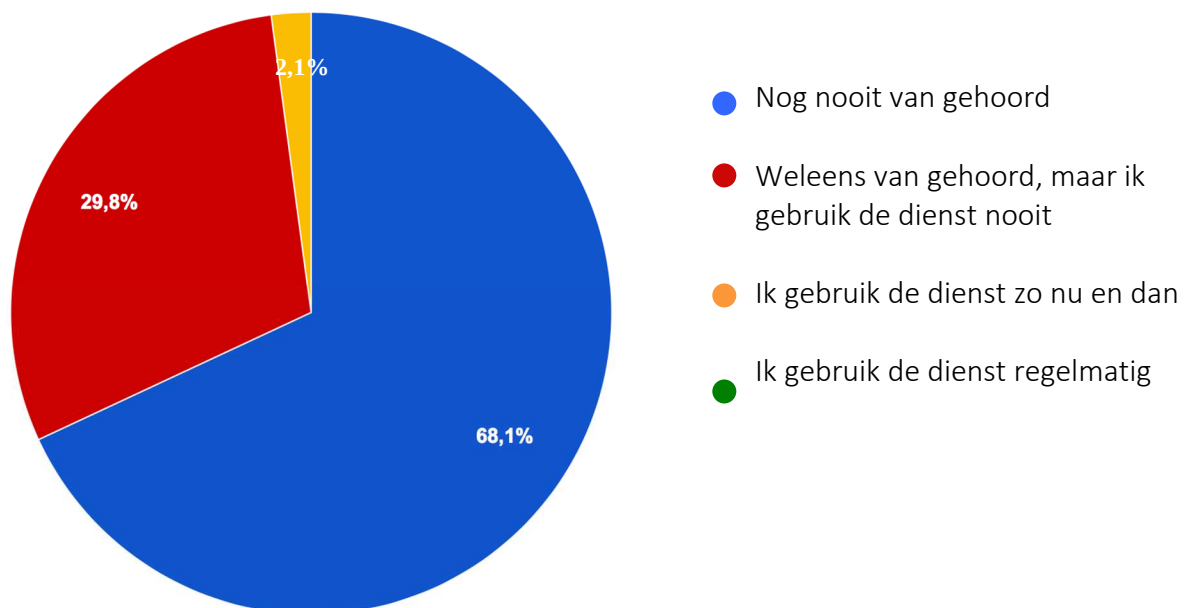
Tot welke categorie behoort jouw paard?

92 antwoorden



Vraag 6

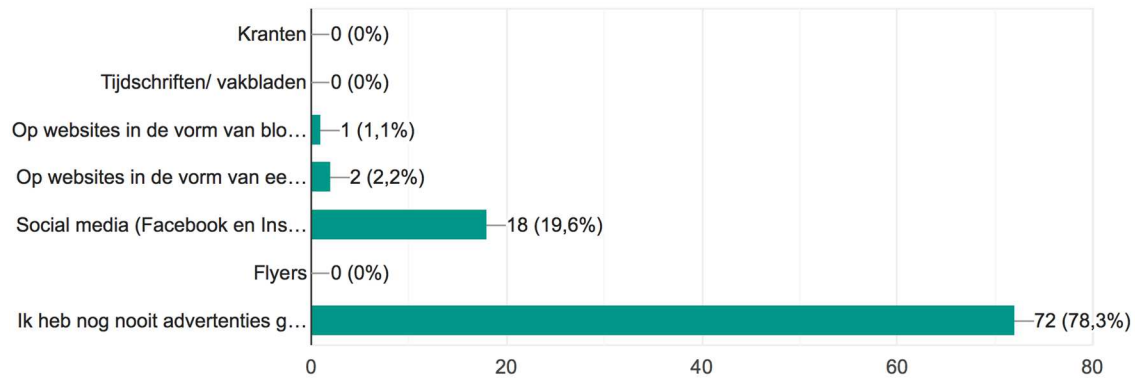
Hoe vertrouwd ben je met Horsify?



Vraag 7

Heb je advertenties gezien van Horsify? (Zo, ja waar?)

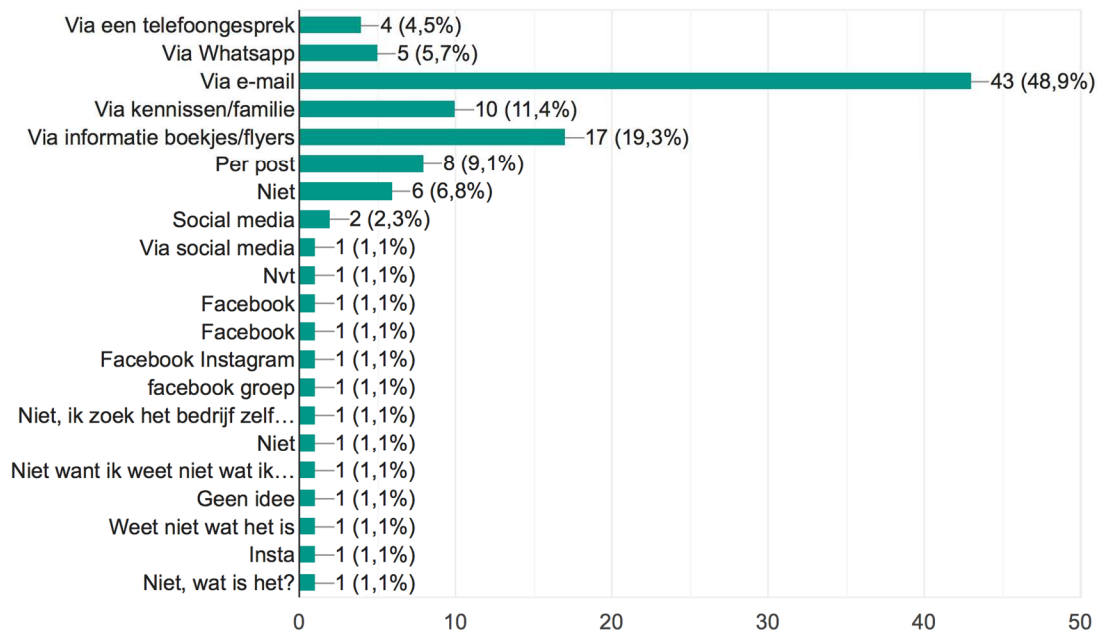
92 antwoorden



Vraag 8

Hoe zou je benaderd willen worden door Horsify?

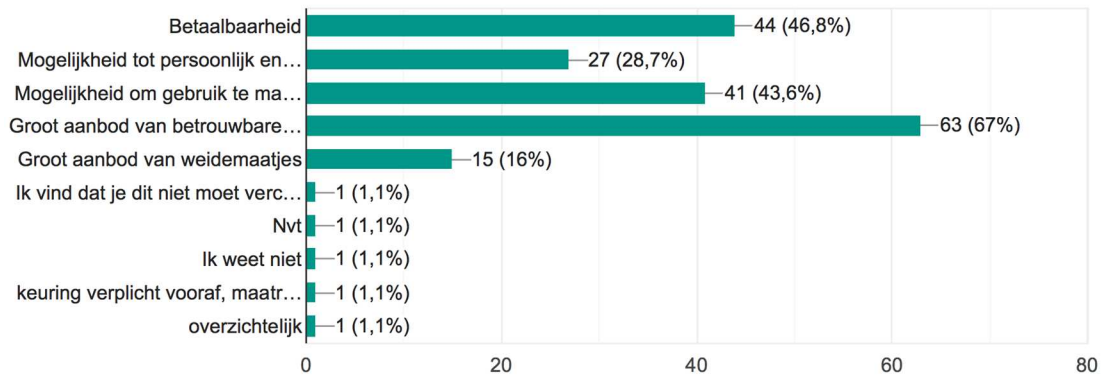
88 antwoorden



Vraag 9

Aan welke voorwaarden moet volgens jou, een online platform voldoen bij het plaatsen van een paard?

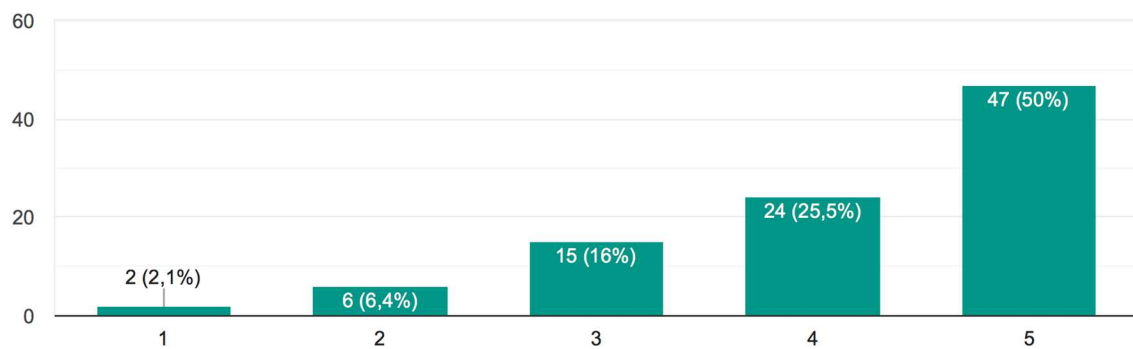
94 antwoorden



Vraag 10

Hoe belangrijk vind je betaalbaarheid van een online platform voor paarden, zoals Horsify?

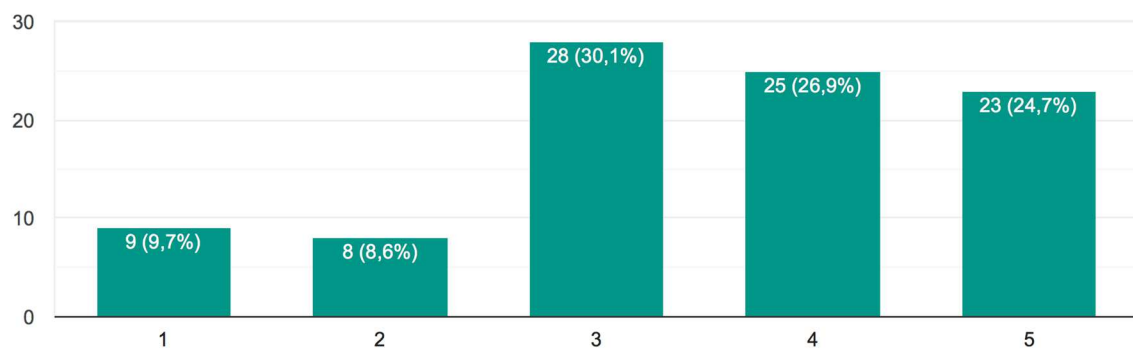
94 antwoorden



Vraag 11

Hoe belangrijk vind je de mogelijkheid tot persoonlijk en deskundig advies?

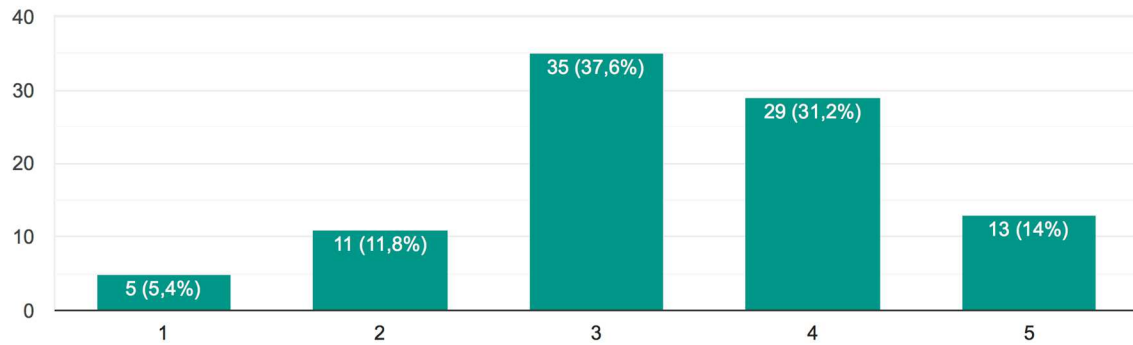
93 antwoorden



Vraag 12

Hoe belangrijk vind je de mogelijkheid om gebruik te maken van kant en klare op maat gemaakte overeenkomsten?

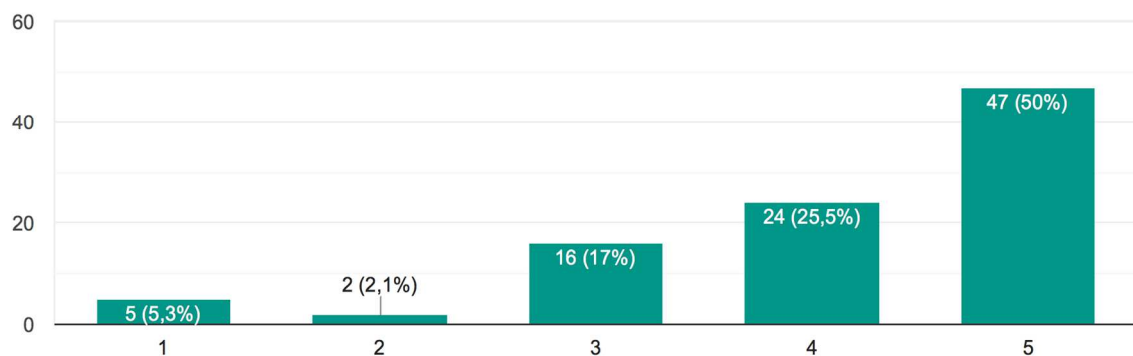
93 antwoorden



Vraag 13

Hoe belangrijk vind je een groot aanbod van betrouwbare ruiters en verzorgers vanaf 18 jaar?

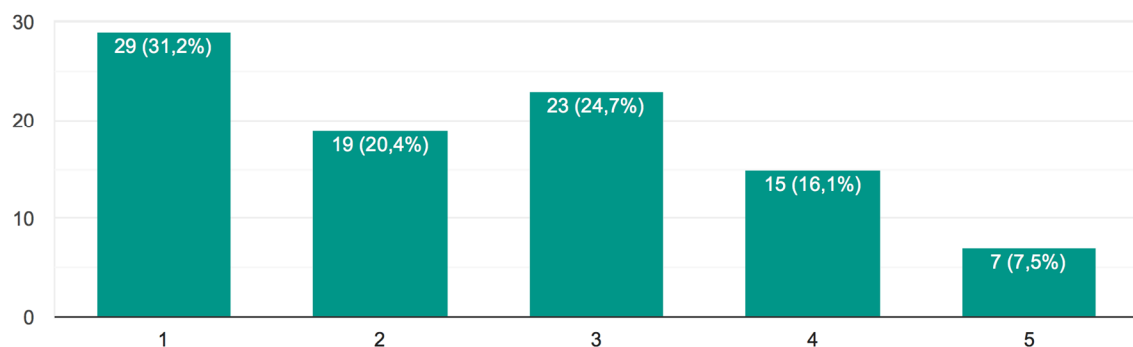
94 antwoorden



Vraag 14

Hoe belangrijk vind je een groot aanbod van weidemaatjes voor je paard?

93 antwoorden



Bijlage 8, Checklist schriftelijk rapporteren

Naam:

Klas:

*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