

HUISDIERSENSOREN;

EEN TRACKER VOOR JE DIER

Juni 2023



**Aeres
Hogeschool**

**Afstudeerwerkstuk Opleiding
Diergezondheid en Management**

Gemaakt door: Lisanne van Geemen

Afstudeerdocent: Marieke Bos

Huisdiersensoren; een tracker voor je dier

Afstudeerwerkstuk

Afstudeerdocent: Marieke Bos

Een afstudeerwerkstuk over sensoren gebruik bij honden- en katteneigenaren in Nederland geschreven door Lisanne van Geemen, student Diergezondheid en Management, ter afsluiting van de studie Diergezondheid en Management aan Aeres Hogeschool Dronten.

Dronten, juni 2023

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 het afstudeerwerkstuk waar ik de afgelopen twee jaar aan heb gewerkt. Met dit onderzoek beantwoord ik de vraag "Wat zijn de belangrijkste beweegredenen in het aanschaffen van sensoren bij Nederlandse honden- en katteneigenaren?" Ter afronding van de opleiding Diergezondheid en Management op de Aeres Hogeschool in Dronten is dit afstudeerwerkstuk gemaakt. Voor dit project heb ik samengewerkt met de dierenwinkel Pets Place.

Voor de start van het afstudeerwerkstuk is de scope van het onderzoek iets gericht opgezet dan het vooronderzoek. Hierdoor zijn de hoofd- en deelvragen aangepast en is de materiaal en methode hier ook op aangepast.

Ik zou graag mijn begeleider Marieke Bos willen bedanken voor alle begeleiding. Bedankt voor het extra steuntje in de rug en de tijd die u mij heeft gegeven. Zonder uw hulp had ik het nooit afgekregen. Danique Oosterbeek is de andere persoon die ik graag wil bedanken voor alle hulp en motivatie. Als laatste bedank ik graag Pets Place voor de fijne samenwerking.

Samenvatting

De huisdierensector maakt opmerkelijke groei door, met een toenemend aantal huisdieren en veranderende houdingen ten opzichte van het bezit van huisdieren. Er is onderzoek gedaan naar de groeiende vraag naar sensoren om de gezondheid en het welzijn van huisdieren te monitoren en te verbeteren. Het onderzoek richt zich op het consumentengedrag en de motivaties bij het aankoopproces van sensoren door huisdiereigenaren in Nederland.

Het onderzoek toont aan dat huisdieren steeds meer worden beschouwd als een belangrijk onderdeel van het gezin, wat leidt tot een toename van antropomorfisme en een diepere band tussen huisdieren en hun eigenaren. Het hebben van huisdieren op de fysieke en mentale gezondheid van zowel eigenaren als kinderen benadrukt verder het belang van huisdieren in het leven van mensen.

Bovendien vertonen huisdiereigenaren veranderende uitgavenpatronen, waarbij ze prioriteit geven aan hoogwaardige producten. Daarnaast is er een groeiende behoefte aan inzicht in de gezondheid en het welzijn van huisdieren. Dit leidt tot de vraag naar technologie, zoals sensoren, waarmee huisdiereigenaren verschillende aspecten van het welzijn van hun huisdieren kunnen monitoren.

Het onderzoek bespreekt de verschillende categorieën sensoren die beschikbaar zijn op de markt, waaronder gezondheid, gedrag en training, interactie en als laatste identificatie en GPS. Het onderzoekt de customer journey die huisdiereigenaren doorlopen bij de aanschaf van sensoren, waarbij tevredenheidsniveau's in verschillende fasen, redenen van aanschaf en demografische factoren worden benadrukt.

Het begrijpen van het consumentengedrag op de markt voor huisdierensensoren is cruciaal voor dierenwinkels en sensorontwikkelaars om effectief in te spelen op de behoeften en voorkeuren van huisdiereigenaren.

De resultaten geven verschillen in voorkeuren voor sensoren tussen honden- en katteneigenaren, waarbij GPS-sensoren overwegend de voorkeur heeft gekregen bij hondeneigenaren en voedings- en drinksensoren de voorkeur hebben van katteneigenaren. Tevredenheidsniveaus onder hondeneigenaren varieerden met betrekking tot het betalingsproces en het ontvangen advies in fysieke winkels, terwijl katteneigenaren tevredenheid uitdrukten over de functionaliteit van websites. Gezondheidsmonitoring en locatietracking kwamen naar voren als veelvoorkomende motivaties om sensoren aan te schaffen voor zowel honden- als katteneigenaren. Daarnaast is het belang van beschikbaarheid van informatie, verbetering van de aankoopervaring, verbetering van de prestaties van sensoren, het bieden van aanpassingsmogelijkheden en het waarborgen van betaalbaarheid als belangrijke aanbevelingen voor sensorontwikkelaars en dierenwinkels. Bovendien wordt voor toekomstig onderzoek geadviseerd om de fasen van de customer journey uitgebreid te onderzoeken en rekening te houden met verschillende demografische factoren om een duidelijker beeld van het consumentengedrag in de markt voor huisdierensensoren te verkrijgen.

Abstract

The pet sector is experiencing remarkable growth, with increasing numbers of pets and changing attitudes towards pet ownership. This paper explores the developments in the pet sector, focusing on the rising demand for sensors to monitor and enhance the health and well-being of pets. The study investigates consumer behavior and the motivations behind pet owners' adoption of sensors in the Netherlands.

The findings reveal that pets are increasingly considered as integral family members, leading to a rise in anthropomorphism and a deeper bond between pets and their owners. The positive impact of pet ownership on the physical and mental health of both owners and children further highlights the importance of pets in people's lives.

Additionally, pet owners are exhibiting changing spending patterns, prioritizing high-quality products that align with their lifestyle and home decor. Furthermore, the growing desire for insights into pet health and fitness has fueled the demand for technology, such as sensors, allowing pet owners to monitor various aspects of their pets' well-being.

The paper discusses the different categories of sensors available in the market, including health, behavior and training, interaction, and identification and GPS. It explores the consumer journey pet owners go through when purchasing sensors, highlighting the pre-purchase exploration, evaluation, and post-purchase satisfaction phases.

Understanding consumer behavior in the pet sensor market is crucial for pet stores and other stakeholders to cater to the needs and preferences of pet owners effectively. The insights provided in this paper contribute to the existing knowledge on the pet sector and provide valuable guidance for businesses operating in this growing market.

The results indicated significant differences in sensor preferences between dog and cat owners, with GPS sensors being most commonly used by dog owners and food and drink sensors being preferred by cat owners. Satisfaction levels varied among dog owners regarding the payment process and advice received in physical stores, while cat owners expressed satisfaction with website functionality. Health monitoring and location tracking emerged as common reasons for acquiring sensors among both dog and cat owners. The study also highlighted the importance of information availability, purchase experience improvement, sensor performance, customization options, and affordability as key recommendations for sensor developers and pet stores. Additionally, future research is recommended to explore the customer journey phases and consider various demographic factors to gain a more comprehensive understanding of consumer behavior in the pet sensor market.

Inhoudsopgave

VOORWOORD	4
SAMENVATTING	5
ABSTRACT	6
HOOFDSTUK 1. INLEIDING	9
1.1 ONTWIKKELINGEN IN DE DIERSECTOR	9
1.1.1 TRENDS BINNEN DE HUISDIERENSECTOR	9
1.2 SENSOREN EN HUN DOELEINDEN	11
1.2.1 GEZONDHEID.....	11
1.2.2 GEDRAG EN TRAINING	11
1.2.3 INTERACTIE	12
1.2.4 IDENTIFICATIE EN GPS.....	12
1.3 CONSUMENTENGEDRAG VAN EEN HUISDIEREIGENAAR	12
1.3.2 HET DOORLOPEN VAN EEN CUSTOMER JOURNEY	13
1.4 HET ONDERZOEK	13
HOOFDSTUK 2. MATERIAAL EN METHODE	15
2.1 ONDERZOEKSOPZET	15
2.2 MATERIAAL.....	15
2.3 METHODE	15
2.4 DATA- ANALYSE	16
2.4.1 DATA-ANALYSE TEVREDENHEID OVER AANKOOPPROCES	16
2.4.2 DATA-ANALYSE REDEN VAN AANSCHAF	16
2.4.3 DATA-ANALYSE DEMOGRAFISCHE FACTOREN.....	16
HOOFDSTUK 3. ONDERZOEKSRESULTATEN	17
3.1 RESULTATEN PROBLEMEN BIJ HONDEN- EN KATTENEIGENAREN	17
3.1.1 TEVREDENHEID BIJ KATTENEIGENAREN OVER HET AANKOOPPROCES	18
3.1.2 TEVREDENHEID BIJ HONDENEIGENAREN OVER HET AANKOOPPROCES	17
3.1.3 HONDEN- EN KATTENEIGENAREN BIJ EEN VOLGENDE AANKOOP	18
3.2 RESULTATEN REDENEN VAN AANSCHAF BIJ HONDEN- EN KATTENEIGENAREN	18
3.2.1 REDEN VAN AANSCHAF BIJ RESPONDENTEN MET SENSOR.....	18
3.2.2 REDEN VAN AANSCHAF BIJ RESPONDENTEN ZONDER SENSOR.....	19
3.2.3 REDEN VAN AANSCHAF PER SENSOR	20
3.2.4 REDEN VAN GEEN AANSCHAF BIJ NIET GEBRUIKERS	21
3.2.5 VERSCHILLEN EN VERBANDEN BIJ REDEN VAN AANSCHAF	21
3.3 RESULTATEN VERSCHIL TUSSEN GEBRUIKERS EN NIET-GBRUIKERS	21
3.3.1 DEMOGRAFISCHE KENMERKEN VAN HET DIER	21
3.3.2 DEMOGRAFISCHE KENMERKEN VAN DE HUISDIEREIGENAAR	23
HOOFDSTUK 4. DISCUSSIE.....	25
4.1 ONDERZOEKSOPZET	25
4.2 VERWACHTINGEN BIJ DE DEELVRAGEN	25

HOOFDSTUK 5. CONCLUSIE	27
HOOFDSTUK 6. AANBEVELINGEN.....	29
LITERATUURLIJST	31
BIJLAGE 1. SOORTEN SENSOREN	34
BIJLAGE 2. ENQUÊTE	37

Hoofdstuk 1. Inleiding

1.1 Ontwikkelingen in de diersector

De petsector is een groeiende markt. In 2020 waren er zo'n 27,2 miljoen huisdieren in Nederland (Dibevo, 2021). Ten opzichte van 26,8 miljoen huisdieren in 2019. In 2019 waren er 17,8% huishoudens met een hond met in totaal 1,7 miljoen honden in Nederland (Dibevo, 2020). In 2020 is het percentage huishoudens met een hond gestegen naar iets minder dan 20% en het aantal honden gestegen naar 1,9 miljoen. In 2019 waren er 2,9 miljoen katten in Nederland, dit was 23,4% van de huishoudens (Dibevo, 2020). In 2020 is dit aantal gestegen naar 3,1 miljoen katten en is het percentage huishoudens met katten gestegen naar 25% (Dibevo, 2021).

De Europese huisdierenmarkt heeft een waarde van 35,7 miljard US-dollars. Het grootste marktaandeel is van de honden. Dit marktaandeel heeft een waarde van 15 miljard US-dollars. De Europese huisdierenmarkt is geschat te groeien met 4% in de periode van 2021 tot 2027 (Graphical Research, 2021).

1.1.1 Trends binnen de huisdierensector

Binnen de Nederlandse huisdierensector spelen verschillende trends. Ten eerste worden huisdieren steeds meer als onderdeel van het gezin gezien. De huisdieren worden vaak gezien als een 'persoon' binnen het gezin en vervullen daarbij een rol binnen het gezinsleven. Dit heeft tot gevolg dat steeds meer mensen dieren vermensen; dit wordt ook wel antropomorfisme genoemd. Antropomorfisme betekent dat huisdiereigenaren geloven dat de huisdieren dezelfde gevoelens ervaren als de eigenaar. Hierdoor willen huisdiereigenaren graag weten wat er speelt bij de huisdieren (LICG, z.d. - a). De band tussen huisdieren en huisdiereigenaren groeit enorm en mensen raken steeds meer gehecht aan deze dieren (Rothgerber & Mican, 2014). Het is aangetoond dat het bezitten van een huisdier een positief effect heeft op de fysieke en mentale gezondheid van de eigenaar (Tan et al., 2021). Daarnaast heeft huisdierbezit een positieve invloed op de ontwikkeling van kinderen (Christian et al., 2020).

Naast de veranderende rol van het huisdier binnen het gezin, is er ook een ontwikkeling te zien in de gemiddelde uitgave aan huisdieren. Huisdiereigenaren in Nederland geven gemiddeld twee miljard euro uit per jaar aan hun huisdieren (LICG, z.d.-b). Een bepaalde uitstraling en lifestyle is een groeiende trend in alle sectoren, dit is terug te zien in de mode of interieur. Deze lifestyle is ook terug te zien in de uitgave van producten voor huisdieren. Manden, kussens en voer- en drinkbakken zijn voorbeelden van producten die allemaal overeenkomen met de uitstraling van het interieur van de huisdiereigenaar. Daarnaast kijken huisdiereigenaren meer naar de kwaliteit van het product, dan naar de kosten. Zo merkt Pets Place (dierenspecialzaak met winkels en onlinewebshop) dat er steeds meer kosten worden gedraaid op momenten zoals kerst en verjaardagen van huisdieren (Van der Schrier, 2021). Steeds meer huisdiereigenaren laten een uitgavepatroon aan spullen zien dat vergelijkbaar is met de uitgaven voor zichzelf. In vele gevallen wordt er zelfs meer aan de huisdieren uitgegeven. Zo blijkt uit een klein onderzoek onder huisdiereigenaren in Amerika, hier gaf 52% van 2000 eigenaren aan meer uit te geven aan huisdieren dan aan zichzelf (Cariaga, 2021).

De derde trend die te zien is binnen de huisdierensector, is de groeiende behoefte aan inzicht in de gezondheid en het welzijn van de huisdieren. Om inzicht te krijgen in de gezondheid van het huisdier, zonder naar de dierenarts te hoeven, moet de huisdiereigenaar bepaalde aspecten kunnen monitoren. Onder huisdiereigenaren neemt het technologie gebruik daarom toe (Graphical Research, 2021). De wereldmarkt voor huisdiersensoren was in 2019 al 1,6 miljard dollar waard. De markt zal in de periode van 2020 tot 2027 groeien met 14,3% per jaar. De diversiteit in aanbod heeft invloed op deze groei. Dit zijn applicaties voor onder andere tracking, identificatie, monitoren, diagnose medische aspecten en veiligheid van huisdieren. De

sensoren geven inzicht aan huisdiereigenaren over hun huisdieren. Daarnaast bieden de applicaties statistische tracking en monitoring van verschillende gegevens (Graphical Research, 2021).

In de humane sector is het gebruik van smart technologieën voor het monitoren van gezondheid en welzijn al lang niet meer nieuw. Denk bijvoorbeeld aan smartwatches, die naast tijd vooral ook allerlei fysiologische processen in het lichaam meten. Dat het gebruik van technologie binnen de humane sector steeds meer toe neemt, komt door de snel groeiende technologische ontwikkelingen, de groeiende behoefte voor zelfmonitoren en het feit dat dergelijke systemen steeds kleiner en betaalbaarder worden (Gartner, 2021). Dit zelfmonitoren kan gedaan worden met sensoren. Uit onderzoek blijkt dat het persoonlijke sensorengebruik in de humane sector steeds harder stijgt. Eind 2020 werd geschat dat de wereldmarkt voor persoonlijk sensorengebruik, zoals draagbare sensoren, rond de 62,9 miljard dollar lag (Gartner, 2021).

De groeiende behoefte voor het zelfmonitoren komt vanwege het feit dat men meer is gaan denken vanuit het principe 'van interventie naar preventie' (Philips, 2021). Dit is terug te zien in de soorten sensoren die op dit moment te verkrijgen zijn in de humane sector. Door het kunnen meten van bepaalde waarde kan er informatie gegeven worden over de fysieke activiteiten en de algehele gezondheid van de persoon.

Het sensorengebruik in de humane sector is erg breed. Er bestaan veel verschillende soorten. De hoofdcategorieën zijn:

- Smartwatches;
- Fitness trackers;
- Navigatie;
- Veiligheid (bewakingscamera's, deskcamera, etc.);
- Augmented reality wear;
- Kleine sensoren (lensen, voetzolen, etc.) (Sierkstra, 2021).

Doordat sensorgebruik directe feedback geeft over fysiologische processen heeft het invloed op meerdere aspecten, zoals gezondheid en lifestyle. Mensen zijn zich door de directe feedback bewust van hun activiteiten en gezondheid en handelen er dan vaak naar. Zo blijkt dat sensoren invloed hebben op het bewegingspatroon en de motivatie om (meer) te bewegen (Jo et al., 2019). Ditzelfde geldt voor meldingen van sensoren over gezondheidsparameters. Doordat mensen meldingen krijgen zijn meer mensen zich bewust over het feit dat er minder is bewogen dan aanbevolen is of dat er niet genoeg is gedronken (Strath & Rowley, 2018). In het onderzoek van Karapanos et al. (2016) wordt beschreven dat de fysieke gezondheid beïnvloed wordt door het dragen van een sensor, maar dat de mentale gezondheid ook een rol speelt. De mentale gezondheid wordt positief beïnvloedt wanneer er voldaan is aan doelen.

Ook in de landbouwsector is het gebruik van sensoren een aanwinst. Het sensorengebruik is met name terug te zien in de veehouderij. Hierbij kan gedacht worden aan sensoren die gebruikt worden bij het melken van de koe. Door het meten van het percentage van bepaalde stoffen in de melk geven de sensoren inzicht in de gezondheid van een individuele koe (Lokhorst & Hogeschool Van Hall Larenstein, 2018). Een ander voorbeeld van sensoren in de veehouderij is het gebruik van activiteitenmeters aan de halsbanden. Een boer kan daarmee in een oogopslag zien of er koeien zijn die opeens heel veel zijn gaan bewegen en dus mogelijk tochtig zijn. Daarnaast is het gebruik van halsbanden met sensoren in de veehouderij ook in de loop der jaren toegenomen (Wageningen Universiteit, 2014).

Naast de toename van het gebruik van sensoren in de humane en landbouwsector, worden ook in de huisdierensector steeds meer sensoren gebruikt (Grandview Research, 2020). Uit

onderzoek van Dibevo blijkt dat er sinds 2017 steeds meer bewustwording is over het houden van huisdieren, denk hierbij aan de benodigdheden die een dier nodig heeft of de dagelijkse beweging (2019). Toename in de gemiddelde uitgaven onder huisdieren stijgt steeds meer. Daarnaast is er een toename in de behoefte om te weten wat de gezondheidstoestand en fitness is van huisdieren (Grandview Research, 2020). Door deze toename is er een grote behoefte onder huisdiereigenaren in Europa aan sensoren die deze inzichten geven over huisdieren.

1.2 Sensoren en hun doeleinden

Sensoren worden bij huisdieren voor verschillende doeleinden ingezet. De volgende categorieën zijn te onderscheiden:

1. Gezondheid;
2. Gedrag en training;
3. Interactie;
4. GPS.

Om een overzicht te krijgen van deze commercieel verkrijgbare sensoren is er in bijlage 1 een overzicht gemaakt. In dit overzicht worden alleen de sensoren benoemd die momenteel beschikbaar zijn voor de consument, dit betekent dat sensoren die gebruikt worden in wetenschappelijk onderzoek buiten beschouwing worden gelaten.

1.2.1 Gezondheid

Onder de categorie gezondheid valt onder andere de activiteiten tracker en de interactieve voer- en drinkbakken. Het doel van de activiteiten tracker is ontstaan uit hetzelfde principe als in de humane sector: 'van interventie naar preventie' (Philips, 2021). Huisdiersensoren hebben effect op verschillende aspecten rondom welzijn, gezondheid en de mens-dier relatie. Dit type sensor verzamelt verschillende patronen in de fysiologische aspecten zoals beweging, hartslag, ademhaling en rust van het dier. Preventieve zorg is in deze categorie het grootste doel. Door het verzamelen en monitoren van de gegevens kan er preventief medische zorg worden ingeschakeld wanneer iets afwijkt.

Naast directe metingen zoals beweging, zijn er bij activiteiten trackers ook indirecte metingen die via een app of andere systemen worden gemeten. Denk hierbij aan gewicht, aantal uur beweging op een dag, calorieverbranding, etc. Door middel van algoritmes en directe metingen kan er een bewegingspatroon worden gebouwd voor elk individueel dier.

Naast de preventieve zorg kan een sensor op gebied van gezondheid ook mogelijkheden bieden. In de categorie gezondheid valt een subcategorie sensoren die inzicht geven in de dag tot dag waarde die bepalend zijn voor onder andere medicijntoediening of het voorkomen van epileptische aanvallen. Dit soort sensoren geven de mogelijkheid voor een gespecificeerde diagnose over de toestand van een bepaald specifiek punt, zoals een specifieke diagnose over de bloedsuikerspiegel op dat moment. Onder deze subcategorie valt met name de groep sensoren die niet preventief te werk gaan, maar ondersteunend zijn aan het leven van een ziek dier (Dinh et al., 2020).

1.2.2 Gedrag en training

Door de mogelijkheid in het meten van de parameters als activiteit, rust, eet- en drinkgedrag en soms zelfs emotionele waarnemingen kunnen activiteiten trackers ook gebruikt worden voor het monitoren van gedrag. Door het monitoren van het gedrag kunnen er gedragspatronen worden gevormd op basis van het individuele dier. Dit wordt door middel van bijbehorende apps en algoritme opgebouwd. Door het identificeren van gedragspatronen kunnen bepaalde activiteiten en GPS-sensoren ook gebruikt worden voor trainingsdoeleinden (Kumpulainen et al., 2021).

1.2.3 Interactie

Steeds meer huisdiereigenaren willen grip hebben op het eet- en drinkpatroon van hun huisdier. Op dit moment zijn er automatische voer- en drinkbakken die op vaste tijden voeding aanbieden en bijhouden hoeveel ml water er is gedronken. Daarnaast zijn er interactieve voer- en drinkbakken die niet alleen mogelijkheden bieden voor huisdiereigenaren om te voeren op afstand, maar die ook interactie bieden door middel van een camera.

De voer- en drinkbakken worden aangestuurd met een chip. Deze chip wordt gescand op het moment dat het huisdier gebruik wil maken van de voer- of drinkbak. Afhankelijk van de verlangens die de huisdiereigenaren heeft aangegeven wordt er een desbetreffende actie uitgevoerd. Zo kan het voorkomen dat twee katten in hetzelfde huishouden verschillende voeding krijgen. Naast de werking van de voer- of drinkbak zelf, worden de gegevens van de chip en het apparaat ook geanalyseerd in een app. Deze app houdt de gegevens bij en zal op basis van dagelijkse activiteiten een patroon ontwikkelen. Zo heeft de huisdiereigenaar meer inzicht in drink- en eetpatronen.

Huisdiereigenaren op afstand kunnen via deze bakken ook interactie hebben met hun huisdier door middel van een camera en microfoon. Op de voer- en drinkbakken zit een camera en microfoon die kunnen worden bestuurd in de bijbehorende app. Hier kan de huisdiereigenaar het dier bekijken en aanspreken.

1.2.4 Identificatie en GPS

Voor identificatie worden sensoren gebruikt die ook voor andere plaatsbepalingen al veel langer gebruikt worden en werken met GPS. Sensoren die gebruik maken van GPS zijn een van de meest populaire sensoren. Deze technologie zorgt voor rust onder huisdiereigenaren als het gaat om de situaties die ontstaan wanneer de eigenaar niet aanwezig is of wanneer het dier kwijt is. Er zijn verschillende redenen dat huisdiereigenaren een GPS-tracking voor hun huisdier gebruiken:

1. Veiligheid van de huisdieren (onder andere het kunnen terugvinden van huisdieren die vermist/kwijt zijn);
2. Meer te weten komen over het gedrag van huisdieren (zoals het weten wat een kat doet als het gedurende de dag buiten is).

GPS is een afkorting voor Global Positioning System. Dit systeem kan een nauwkeurige locatie bepalen. Met GPS ingebouwde sensoren hebben verschillende functies. De GPS kan simpelweg aangeven waar het huisdier zich op dat moment bevindt of de route aangeven die het dier heeft afgelegd. Daarnaast heeft de gps invloed op de stappenteller door het registreren hoeveel afstand er is afgelegd (Dhingra, 2020).

1.3 Consumentengedrag van een huisdiereigenaar

Zoals eerder besproken worden huisdiereigenaren zich steeds bewuster van het welzijn van hun huisdieren. Om deze welzijn te waarborgen is er een groei te zien in de markt voor huisdiersensoren. In 1.1.1 is er besproken dat huisdiereigenaren niet alleen meer over hebben voor hun huisdier, maar het dier wordt ook steeds meer als volwaardig onderdeel van het gezin gezien. Uit onderzoek blijkt dat de deze humanisering van huisdieren een effect heeft op het aankoopgedrag van een huisdiereigenaar (Forbes, et al, 2018).

Demografische factoren zijn factoren die een bevolkingssamenstelling beschrijven. Demografische informatie geeft een beter inzicht in bepaalde achtergrondkenmerken van een doelgroep. Consumentengedrag is een complex concept waarbij er veel van deze factoren meegenomen kunnen worden. De volgende factoren kunnen het consumentengedrag beïnvloeden:

- **Cultuur:** cultuur is een fundamentele bepalende factor voor de wensen en gedragingen van een persoon. Dit wordt verkregen door de socialisatie met familie en belangrijke instellingen.
- **Sociaal:** het gedrag van een consument kan worden beïnvloed door sociale factoren zoals familie, vrienden en sociale rol en status.
- **Persoonlijk:** de grootste bepalende factoren in aankoopgedrag zijn persoonlijke factoren. Geslacht, leeftijd, levensfase, beroep, inkomen en manier van leven zijn voorbeelden van deze persoonlijke factoren.
- **Psychologisch:** dit zijn factoren die te maken hebben met motivatie, perceptie en overtuigingen van een persoon. Ook deze factoren hebben invloed op het koopgedrag van een consument (Bakshi, 2015).

1.3.1 Het doorlopen van een customer journey

Bij de aanschaf van een sensor doorloopt een huisdiereigenaar een customer journey. De customer journey is de reis die een consument doormaakt bij de aanschaf van een product of dienst. Tijdens de customer journey doorloopt de huisdiereigenaar 3 fases:

- Fase 1: voor de aankoop;
- Fase 2: tijdens de aankoop;
- Fase 3: na de aankoop.

In elke fase komt een huisdiereigenaar in aanraking met touchpoints. Touchpoints zijn de punten waar interactie met een product, dienst of merk plaatsvindt. Een customer journey verloopt vaak niet lineaire maar de consument wisselt vaak tussen de fases (Towers & Towers, 2021).

In fase 1 zal de huisdiereigenaar zich oriënteren en zijn of haar keuze afwegen. De consument beseft dat er een behoefte of probleem aanwezig is. Een voorbeeld hiervan kan zijn de behoefte om de veiligheid van het huisdier te willen waarborgen. Tijdens deze fase verzamelen consumenten informatie, worden er relevante product opties gezocht, functies worden vergeleken, productbeoordelingen worden gelezen en als laatste kunnen er aanbevelingen bij kennissen, vrienden en familie of online bronnen worden gevraagd (Towers & Towers, 2021).

In fase 2 is de huisdiereigenaar klaar met oriënteren en is het tijd om een definitieve keuze te maken. Nu is het moment om de gekozen opties te beoordelen op factoren zoals prijs, kwaliteit, merkreputatie en specifieke productkenmerken en of die voldoen aan de behoefte. Deze fase culmineert in een daadwerkelijke aankoop, waarbij in dit geval de huisdiereigenaar een sensor kiest en aanschafft (Lemon & Verhoef, 2016).

Fase 3 is de fase waarin de huisdiereigenaar een ervaring opbouwt en een mening vormt. De consument gaat over in de fase van evaluatie en tevredenheid. Er wordt beoordeeld of de aangeschafte producten voldoen aan de behoefte, verwachtingen en waarde biedt voor de investering. In deze fase ontwikkelt de klantloyaliteit, merkloyaliteit en beïnvloedt het de toekomstige aankoopbeslissingen (Lemon & Verhoef, 2016).

1.4 Het onderzoek

Elk jaar is er een groei in het aantal honden en katten in Nederland. Daarbij wordt het belang van deze dieren steeds hoger. Uit onderzoek blijkt dat het gebruik van sensoren een positief effect heeft op de fysieke en mentale gezondheid van de mens. Daarnaast is er een positieve impact te zien bij het gebruik van sensoren in de landbouwsector. Consumentengedrag wordt beïnvloed door veel verschillende factoren en een consument loopt verschillende fases door tijdens een aankoop. Uit onderzoeken is gebleken dat het gebruik van sensoren voor huisdieren steeds meer groeit, echter is het onduidelijk wat de beweegredenen zijn in de aanschaf van een sensor bij honden- en katteneigenaren in Nederland en welke behoefte de huisdiereigenaren hebben bij het gebruik van sensoren. Door inzicht te krijgen in het aankoopproces van sensoren

bij huisdiereigenaren, kunnen onder andere dierenspecialisten inspelen op de behoefte van de consument (de huisdiereigenaar). Daarnaast is het relevant voor productontwikkelaars van de sensoren. Deze bedrijven kunnen hierdoor beter inspelen op de behoefte van de huisdiereigenaren.

Om deze onduidelijkheden in kaart te brengen is de volgende hoofdvraag opgesteld: “Wat zijn de belangrijkste beweegredenen in het aanschaffen van sensoren bij Nederlandse honden- en katteneigenaren?”

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden zijn er een aantal deelvragen opgesteld:

1. Hoe tevreden zijn Nederlandse honden- en katteneigenaren over het aankoopproces van een sensor?
2. Wat zijn de belangrijkste redenen voor gebruik van sensoren bij honden- en katteneigenaren in Nederland?
3. Welke demografische factoren van honden- en katteneigenaren hebben invloed op het consumentengedrag bij de aankoop van een sensor in Nederland?

Hoofdstuk 2. Materiaal en Methode

2.1 Onderzoeksopzet

Met dit onderzoek wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag: “Wat zijn de belangrijkste beweegredenen in het aanschaffen van sensoren bij Nederlandse honden- en katteneigenaren?” Voor het beantwoorden van deze hoofdvraag is er gebruik gemaakt van kwantitatief onderzoek. Er is met behulp van een enquête, aantallen per deelvraag verzameld. Daarnaast is er gezocht naar verbanden of verschillen tussen de kenmerken van de respondenten en hun antwoorden. In dit onderzoek is er gestreefd naar een betrouwbaarheid van 95%. Hiervoor zijn er 385 respondenten nodig geweest (Checkmarket, 2020). Het is belangrijk dat de respondenten van de enquête representatief zijn aan de huisdierenpopulatie.

Uit onderzoek blijkt dat de populatie huisdiereigenaren in Nederland 47,7% van de huishoudens is. Hiervan zijn 23,8% van de huishoudens in bezit van één of meer katten en 18,4% van de huishoudens in bezit van een hond. De Pet Monitor geeft aan dat de gemiddelde huisdiereigenaar vaker een vrouw is en een gemiddelde leeftijd tussen de 21- 30 jaar heeft. Daarnaast is een groot deel van de algemene huisdiereigenaar woonachtig in een meerpersoonshuishouden zonder kinderen of een eenpersoonshuishouden (Pet Monitor, 2019).

2.2 Materiaal

Voor het beantwoorden van deelvragen één, twee en drie is er een kwantitatief onderzoek uitgevoerd, hiervoor is een enquête opgesteld (zie bijlage 2). De enquête bestaat uit verschillende onderdelen.

De enquête is verdeeld onder drie onderdelen (I, II en III). In het eerste onderdeel zijn de algemene kenmerken van de respondenten verzameld. Vragen in dit deel geven inzicht in de leeftijd, het geslacht en het woongebied van de huisdiereigenaar. Op basis van het antwoord bij de vraag over: “Welk huisdier heeft u in bezit?” kan er een verdeling gemaakt worden tussen huisdiereigenaren met een hond of kat. Hierdoor kan er bekeken worden of er verschil zit in gebruik van sensoren bij deze huisdiereigenaren. Verder is er gevraagd naar enige kenmerken over de hond of kat, zoals: leeftijd van het dier, ras en of het een buitenkat is.

Onderdeel twee van de enquête gaat over de tevredenheid van honden- en katteneigenaren bij het aankoopproces van een sensor. In dit onderdeel is er als eerst gevraagd of de huisdiereigenaar in bezit is van een sensor, om zo onderscheid te maken tussen eigenaren met of zonder sensor. Met de volgende vragen: geef aan hoe tevreden u bent over de volgende punten in het koopproces, waar heeft u de sensor aangeschaft en waar heeft u informatie verzameld voor de aankoop, is er inzicht gegeven in het aankoopproces van een sensor en over de tevredenheidsgraad van honden- en katteneigenaren in dit proces.

Onderdeel drie, het laatste onderdeel van de enquête, gaat over de redenen van gebruik. Om de belangrijkste beweegredenen van honden- en katteneigenaren tijdens de aankoop van een sensor in kaart te brengen is een belangrijk aspect de reden van gebruik en de reden van aanschaf. In dit onderdeel wordt er gevraagd naar de mate waarin de doelgroep de volgende punten belangrijk vindt:

1. Veranderende omstandigheden (leeftijd dier, thuissituatie);
2. Reden van aanschaf en sinds aanschaf voor gebruikt;
3. Gebruiksgemak en uitstraling van de sensor.

2.3 Methode

Door middel van een steekproef is er inzichtelijk gemaakt wat de belangrijkste beweegredenen bij honden- en katteneigenaren bij de aanschaf van een sensor in Nederland is. De enquête is

uitgezet onder huisdiereigenaren in bezit van een kat en/of een hond. De enquête is verspreid via de nieuwsbrief mail en de website van de dierenwinkel Pets Place. Daarnaast is de enquête verspreid via diverse sociale platformen. De enquête heeft eerst twee weken opgestaan voor antwoorden, maar is verlengd met 1 week.

2.4 Data- analyse

Nadat de enquête gesloten is, is de data geanalyseerd. Voor het verspreiden en verzamelen van antwoorden is er gebruik gemaakt van Google Forms. Om de data te analyseren is er gebruik gemaakt van Excel en Google Spreadsheets. Nadat de data zijn verwerkt, is er een statistische analyse uitgevoerd door middel van statistische toetsen.

2.4.1 Data-analyse tevredenheid over aankoopproces

Deelvraag 1 is: "Hoe tevreden zijn Nederlandse honden- en katteneigenaren over het aankoopproces van een sensor?" Deelvraag 1 heeft inzicht gegeven in de tevredenheidsgraad van honden- en katteneigenaren over hun aankoopproces van sensoren. Daarnaast heeft het inzicht gegeven in de tevredenheid over het gebruik en de uitstraling van een sensor. Om deze vraag te beantwoorden zijn de vragen 10, 11, 12, 13, 14, 15, 19 en 20 gebruikt. Met de antwoorden zijn aantallen, grafieken en tabellen opgesteld.

2.4.2 Data-analyse redenen van aanschaf

Deelvraag 2: "Wat zijn de belangrijkste redenen voor gebruik van sensoren bij honden- en katteneigenaren in Nederland?" Met deze deelvraag is onderzocht welke redenen honden- en katteneigenaren hebben om een sensor aan te schaffen voor hun hond of kat. Door inzicht te krijgen in de belangrijkste redenen voor aanschaf kan er beter worden ingespeeld op de behoefte van de consument. Voor het beantwoorden van deze deelvraag zijn de antwoorden van de respondenten van de vragen 16,17 en 18 gebruikt. Daarnaast is er met een Chi-square toets onderzocht of er een significant verschil of verband is tussen reden van aanschaf en honden- en katteneigenaren en reden van aanschaf per sensor.

2.4.3 Data-analyse demografische factoren

Deelvraag 3 is: "Welke demografische factoren van honden- en katteneigenaren hebben invloed op het consumentengedrag bij de aankoop van een sensor in Nederland?" Deze deelvraag geeft inzicht in de eigenschappen van een sensorgebruiker. Het beantwoorden van deze vraag is gedaan door middel van de vragen 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 en 9 in de enquête. Er is verder onderzocht of er significante verbanden of verschillen zijn bij honden- en katteneigenaren en hun eigenschappen ten opzichte van het gebruik van een sensor. Dit is gedaan door middel van een Chi-square toets.

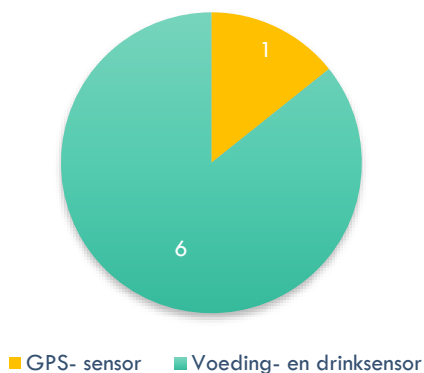
Hoofdstuk 3. Onderzoekresultaten

In dit onderzoek is doormiddel van een enquête (n = 135) antwoord verkregen op de hoofdvraag: “Wat zijn de belangrijkste beweegredenen in het aanschaffen van sensoren bij Nederlandse honden- en katteneigenaren?” Met de uitkomsten van dit onderzoek is er voor dierenwinkel en productontwikkelaars mogelijk beter in te spelen op de behoefte van de consument.

Tijdens de analyse is er gekozen om de respondenten onder te verdelen in twee verschillende groepen: “respondenten met een sensor” en “respondenten zonder sensor”. Van de hondeneigenaren (n=78) hebben 14 respondenten aangegeven een sensor te gebruiken en 64 respondenten maken geen gebruik van een sensor. Bij katteneigenaren (n=57) is de verdeling 50 respondenten zonder sensor en 7 respondenten met een sensor.

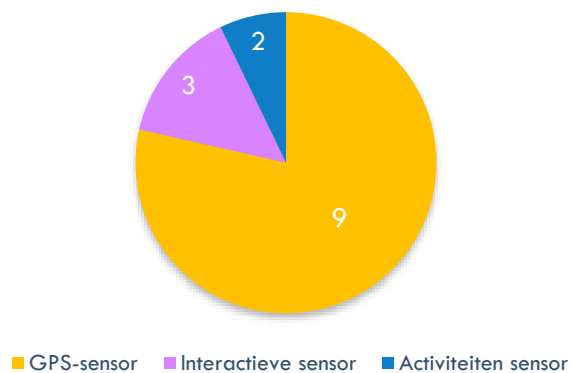
De meest gebruikte sensor onder de katteneigenaren is voeding- en drinksensoren, met 6. Daarna komt de gps-sensor die 1 katteneigenaar heeft gekocht (zie grafiek 1). Voor hondeneigenaren is de gps-sensor de meest gebruikte sensor, met 9. Interactieve sensoren zijn de volgende meest gebruikte met 3 en 2 van de hondeneigenaren gebruikt een activiteiten sensor (zie grafiek 2).

Sensoren bij katteneigenaren



Grafiek 1. Cirkeldiagram over de verdeling van sensoren bij katteneigenaren.

Sensoren bij hondeneigenaren



Grafiek 2. Cirkeldiagram over de verdeling van sensoren bij hondeneigenaren.

Om te kijken of er een significant verschil is tussen type sensor bij honden- en katteneigenaren is er een Chi-square test uitgevoerd. De uitkomst van de toets geeft aan dat er wel een significant verschil is $p = 0,00042186$ tussen type sensor bij honden- en katteneigenaren.

3.1 Resultaten problemen bij honden- en katteneigenaren

De eerste deelvraag luidt als volgt: “Hoe tevreden zijn Nederlandse honden- en katteneigenaren over het aankoopproces van een sensor?” Om deze deelvraag te beantwoorden is er onderscheid gemaakt tussen honden- en katteneigenaren. Verder is er alleen gebruik gemaakt van de groep respondenten die wel gebruik maken van een sensor, gezien deze groep het aankoopproces heeft ervaren. Respondenten zijn gevraagd om op een schaal van 1 – 5 hun tevredenheid aan te geven over bronnen van informatie waaruit zij konden kiezen tijdens het oriënteren en aankoopproces.

3.1.1 Tevredenheid bij katteneigenaren over het aankoopproces

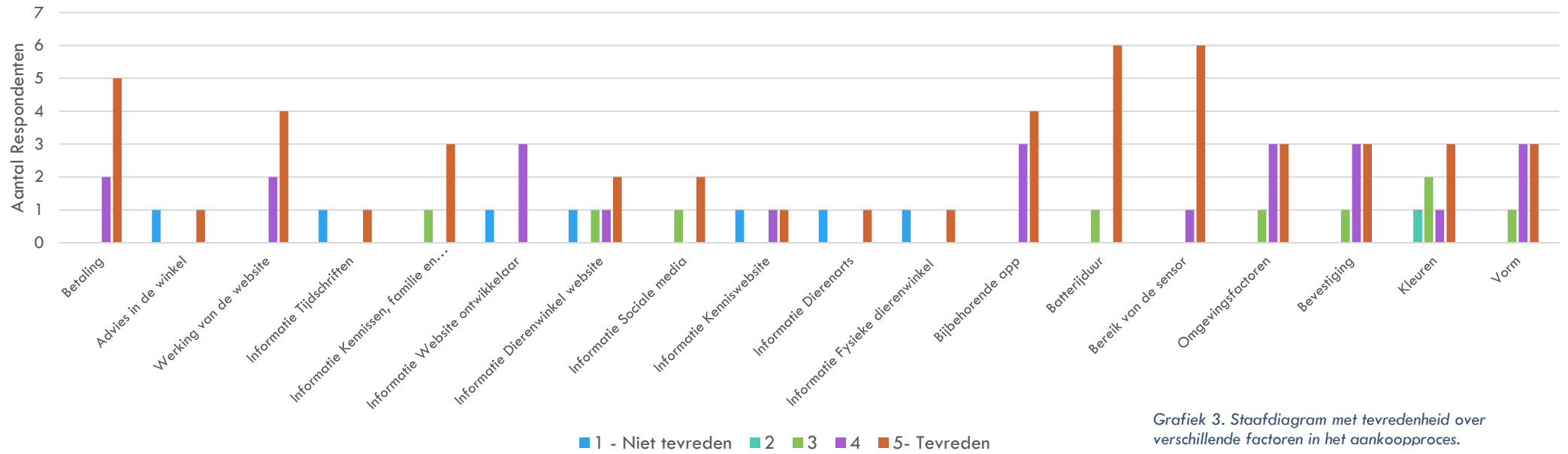
Onder de katteneigenaren waren er 5 respondenten die bij een online winkel (zoals bol.com) de sensor hebben aangeschaft, 1 katteneigenaar kocht de sensor bij een fysieke dierenwinkel en 1 kocht de sensor bij een online dierenwinkel.

De meerderheid van de katteneigenaren (5 van 7) was tevreden over het betalingsproces en de werking van de website. Echter, was 1 eigenaar niet tevreden over het advies die is gegeven bij de online winkel.

Wat betreft de bronnen van informatie (zie grafiek 3), vertrouwde katteneigenaren voornamelijk op websites van de ontwikkelaar of dierenwinkel en informatie van kennissen, vrienden of familie. Eén katteneigenaar is tevreden over de informatie uit tijdschriften, terwijl 1 andere katteneigenaar hier niet tevreden over is. Het tevredenheidsniveau onder katteneigenaren met betrekking tot de informatie verkregen van kennissen, familie of vrienden is merendeels tevreden (3 van de 4). Een andere eigenaar gaf een 3 op de schaal van 1 – 5 aan over de informatie van kennissen, familie en vrienden. Over de website van de ontwikkelaar waren 3 van de 4 katteneigenaren relatief tevreden, met een 4 op de schaal van 1- 5. Van deze 4 eigenaren was 1 niet tevreden over de verkregen informatie op de website van de ontwikkelaar. Op de schaal van 1 – 5 over de tevredenheid van informatie bij de website van een dierenwinkel hebben 2 katteneigenaren 5 – tevreden aangegeven, 1 eigenaar een 4, 1 een 5 en 1 katteneigenaar heeft aangegeven niet tevreden te zijn. Van alle katteneigenaren die hun tevredenheid hebben aangegeven over de informatie op sociale media gaven alle aan tevreden te zijn hierover (2 van de 2). Ondanks 1 van 2 eigenaren heeft aangegeven tevreden te zijn over de informatie op kenniswebsites (zoals LICG), geeft 1 andere eigenaar aan niet tevreden te zijn. Dezelfde verdeling, als bij kenniswebsites, is ook terug te zien bij informatie verkregen bij de dierenarts en informatie in fysieke dierenwinkels.

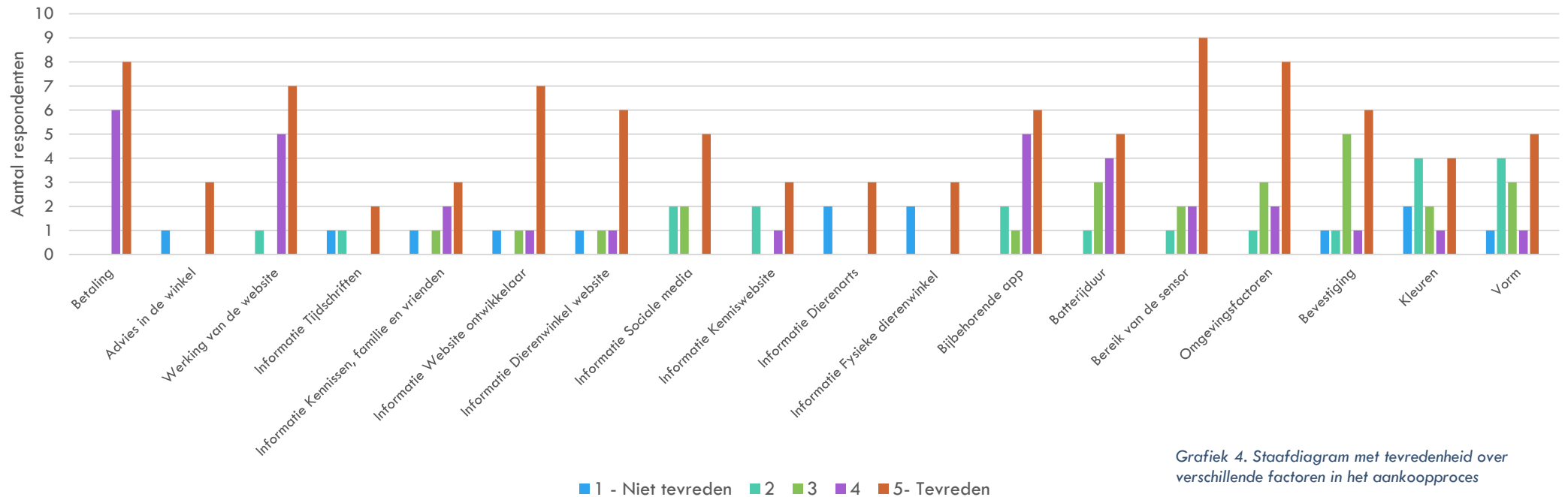
De meerderheid van de katteneigenaren gaf aan tevreden te zijn over de functies van de sensor. Uit de 5 eigenaren gaf 4 aan tevreden te zijn over de bijbehorende app, 6 van de 7 waren tevreden over de batterijduur en het bereik van de sensor. Daarbij geven alle katteneigenaren (7 van 7) aan dat zij tevreden zijn over het fysieke gemak van hun kat tijdens het gebruik van de sensor. Of de sensor tegen omgevingsfactoren kan, daar waren 3 uit de 7 tevreden over, nog eens 3 van de 7 iets minder tevreden en 1 uit de 7 zat tussen tevreden en ontevreden in. De bevestiging van de sensor is iets waren grotendeels de tevredenheid hoog ligt, 3 van de 7 geeft aan tevreden te zijn, 3 van de 7 geeft hier een 4 voor en als laatste geeft 1 katteneigenaar een 3 voor de bevestiging van de sensor. Als laatste is er gevraagd over de tevredenheid van de uitstraling van de sensor, hierbij zijn de mogelijkheid om een kleur te kiezen en de vorm meegenomen. Het tevredenheidsniveau voor het kiezen van kleuren verschilt. Van de 7 eigenaren geven 3 aan tevreden te zijn over de keuzes, 1 van de 7 geeft op de schaal hier een 4 voor, 2 eigenaren geven hier een 3 voor en 1 van de 7 geeft hier een 2 voor. Bij de vorm van de sensor is het niveau ook verschillend. Hier zijn ook 3 uit de 7 tevreden over de vormen van de sensor, 3 van de 7 zijn ook tevreden en geven een 4 en als laatste geeft 1 eigenaar een 3 op de schaal van 1 – 5.

Tevredenheid over aanschafproces bij katteneigenaren



Grafiek 3. Staafdiagram met tevredenheid over verschillende factoren in het aankoopproces.

Tevredenheid over aanschafproces bij hondeneigenaren



Grafiek 4. Staafdiagram met tevredenheid over verschillende factoren in het aankoopproces

3.1.2 Tevredenheid bij hondeneigenaren over het aankoopproces

Onder de hondeneigenaren kochten 5 van de 14 een sensor bij een online dierenwinkel en 4 eigenaren kochten de sensor bij de ontwikkelaar zelf. Een online winkel is voor 3 eigenaren de plek geweest om een sensor aan te schaffen. Als laatste zijn er 2 hondeneigenaren die een sensor bij de action hebben gekocht.

De hondeneigenaren waren tevreden over het betalingsproces, waarbij 8 van de 14 een 5 op de schaal van 1 – 5 aangaven, de rest van de hondeneigenaren gaven een 4 (6 van de 14). Van de 4 hondeneigenaren geven 3 aan tevreden te zijn over het advies in de winkel, terwijl 1 aangeeft hier niet tevreden over te zijn. Hondeneigenaren zijn over het algemeen tevreden over de werking van de website, hierbij gaven 7 van de 13 aan volledig tevreden te zijn, 5 van de 13 gaven het een 4 en 1 eigenaar was minder tevreden en gaf de werking van de website een 2.

Hondeneigenaren vertrouwen met name op de website van de ontwikkelaar, de website van de dierenwinkel en sociale media voor het verzamelen van informatie voor de aankoop van een sensor. Het tevredenheidsniveau (zie grafiek 4) voor het verzamelen van informatie uit tijdschriften zijn gemiddeld, hierbij geven 2 eigenaren aan tevreden te zijn en 2 eigenaren zijn hier ontevreden over. Informatie verzamelen via kennissen, vrienden en familie zijn verschillend. Van de 7 hondeneigenaren zijn 3 hier tevreden over, 1 neutraal met een 3 op de schaal van 1 – 5 en 2 zijn niet tevreden over de informatie. De meerderheid is tevreden over de informatie die is verzameld op de website van de ontwikkelaar, hier geven 7 hondeneigenaren aan helemaal tevreden te zijn en 1 geeft de informatie een 4 op de schaal van 5. Eén hondeneigenaar blijft neutraal, terwijl een ander aangeeft niet tevreden te zijn over de informatie van de website van de ontwikkelaar. Over de informatie op de website van een dierenwinkel waren 7 hondeneigenaren tevreden, 1 neutraal en 1 niet tevreden. Sociale media als informatiebron krijgt van 2 hondeneigenaren een 2 op een schaal van 5, nog eens 2 eigenaren blijven neutraal met een 3 en 5 zijn tevreden over de informatie verzameld van sociale media. Kenniswebsites was minder populair met 4 eigenaren die aangeven tevreden te zijn hierover en 2 geven aan hier minder tevreden over te zijn. De dierenarts was ook geen populaire bron van informatie waarbij 3 hondeneigenaren wel tevreden waren, maar 2 waren niet tevreden over de informatie van de dierenarts. Voor informatie verzamelen bij een fysieke dierenwinkel wordt hetzelfde tevredenheidsniveau aangegeven als bij de dierenarts.

Het tevredenheidsniveau van de hondeneigenaren is voor de bijbehorende app van een sensor merendeels tevreden (11 van de 14), waarbij 1 neutraal is over de app en 1 is minder tevreden hierover. Over batterijduur en bereik van de sensor is merendeel tevreden. Bij allebei is er 1 hondeneigenaar minder tevreden over de batterijduur en het bereik van de sensor. Hondeneigenaren geven aan grotendeels tevreden te zijn over de sensor en of deze tegen omgevingsfactoren kan (10 van de 14), ook hier gaf 1 eigenaar aan minder tevreden te zijn en 3 bleven neutraal. Over de bevestiging van de sensoren zijn de meningen verdeeld. Van de 14 geven 7 aan over het algemeen tevreden te zijn, 5 blijven neutraal en 2 hondeneigenaren geven aan niet of minder tevreden te zijn hierover. De tevredenheid over de keuze in kleur is verschillend. Hier geven 5 van de 14 aan tevreden te zijn terwijl 6 hondeneigenaren hier niet of minder tevreden over zijn. De verdeling van tevredenheid over de vorm van de sensor is vergelijkbaar met die van de kleuren, waarbij 6 aangeven tevreden te zijn en 5 niet of minder tevreden.

3.1.3 Honden- en katteneigenaren bij een volgende aankoop

In de ranking hiernaast (zie grafiek 5) is aangegeven of honden- en katteneigenaren het anders zouden aanpakken bij een volgende aankoop. Wat honden- en katteneigenaren het meest anders zouden aanpakken bij een volgende aankoop van een sensor is de hoeveelheid informatie die er verzameld is voor de aankoop (8 van 21). Daarop volgt, met 7 van de 21, dat de eigenaren niets anders zouden doen bij een volgende aankoop. Van de honden- en katteneigenaren gaven 4 aan het doel van de sensor te bepalen voordat er tot een aankoop wordt overgegaan. Als laatste gaf 2 van de 21 eigenaren aan een sensor bij een volgende aankoop bij een andere winkel aan te schaffen.



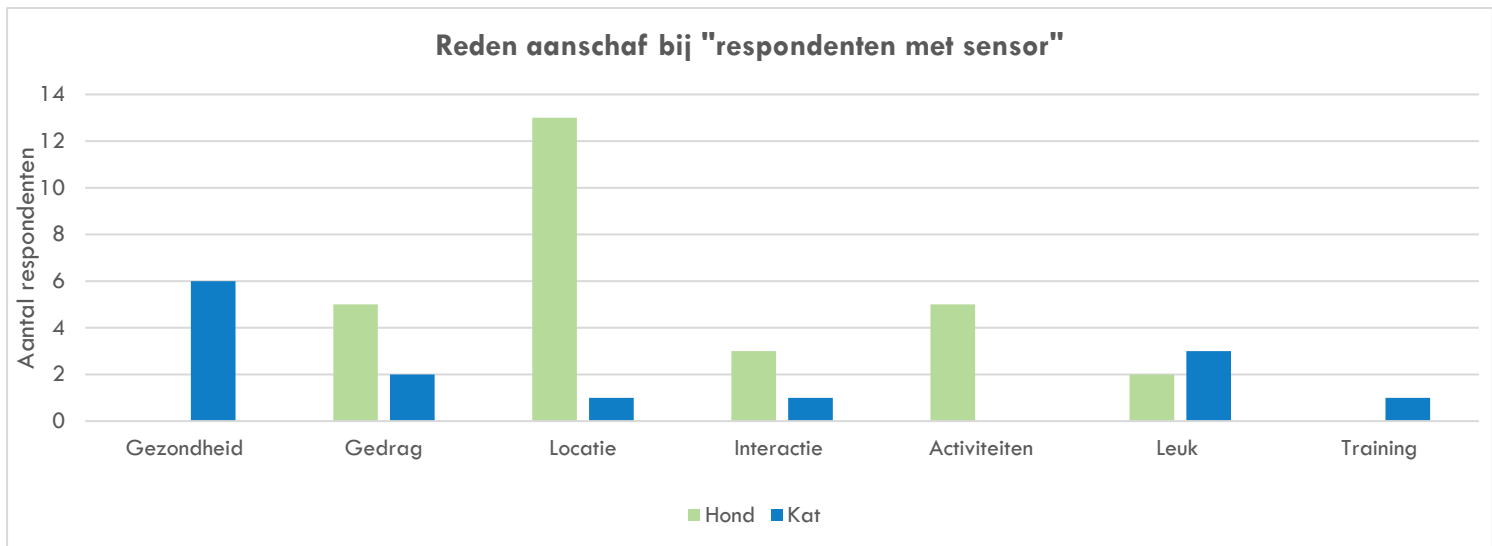
Grafiek 5. Ranking van mogelijke andere aanpak van honden- en katteneigenaren bij een volgende aankoop

3.2 Resultaten redenen van aanschaf bij honden- en katteneigenaren

De tweede deelvraag luidt als volgt: "Wat zijn de belangrijkste redenen voor gebruik van sensoren bij honden- en katteneigenaren in Nederland?" Om deze deelvraag te beantwoorden is er gekeken naar twee verschillende ondervraagde groepen: "respondenten met sensor" en "respondenten zonder sensor". Respondenten konden maximaal twee redenen opgeven.

3.2.1 Reden van aanschaf bij respondenten met sensor

Als eerst is er gekeken naar de groep respondenten met een sensor en hieronder is verder onderscheid gemaakt tussen honden- en katteneigenaren.



Grafiek 6. Staafdiagram over de verdeling van reden van aanschaf bij respondenten met sensor.

Gezondheid is bij hondeneigenaren geen reden van aanschaf geweest (0 van de 28). Ten opzichte van de hondeneigenaren was gezondheid voor katteneigenaren wel een reden voor aanschaf, met 6 van de 14 (zie grafiek 6)

Bij hondeneigenaren is gedrag door 5 eigenaren aangegeven als een reden voor aanschaf van een sensor. Bij katteneigenaren is dit iets minder en geven hier 2 eigenaren aan gedrag als reden te hebben gehad om een sensor aan te schaffen.

Van de respondenten met sensor kochten 13 van de 28 hondeneigenaren een sensor om de locatie van hun dier te monitoren. Van de 14 katteneigenaren heeft 1 eigenaar een sensor gekocht om de locatie van hun kat te monitoren.

Bij respondenten met een sensor geven 3 hondeneigenaren aan een sensor te hebben gekocht voor interactie met hun hond. Daarnaast heeft 1 katteneigenaar de reden interactie gegeven voor de aanschaf van een sensor.

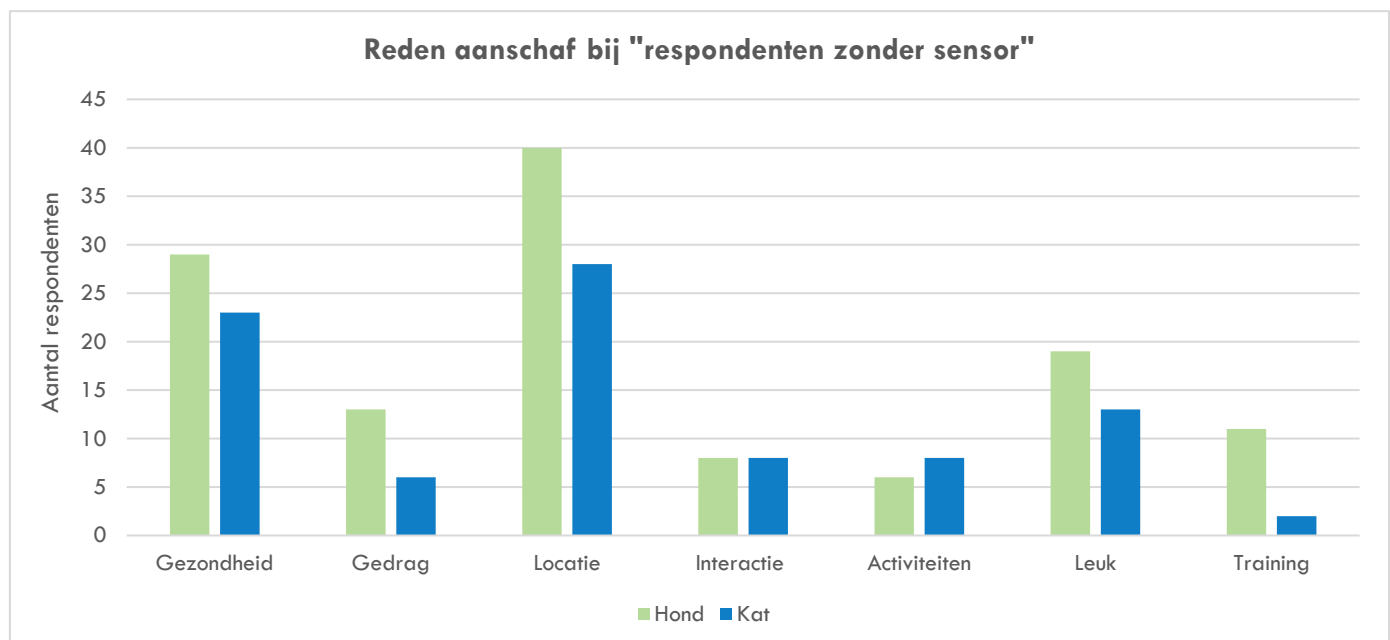
Voor 5 hondeneigenaren is activiteiten gedurende de dag monitoren een reden voor het aanschaffen van een sensor geweest. Daarentegen is het meten van de activiteiten gedurende dag geen reden voor katteneigenaren geweest om een sensor aan te schaffen.

De huisdiereigenaren hebben ook kunnen aangeven of de reden van aanschaf pure interesse of dat de sensor gewoon leuk was. Van de 28 hondeneigenaren gaven 2 eigenaren aan de sensor te hebben gekocht omdat het leuk leek. Daarnaast hebben 3 katteneigenaren aangegeven het gewoon leuk te vinden om een sensor te hebben.

Als laatste zijn er 0 hondeneigenaren met een sensor die deze hebben aangeschaft voor trainingsdoeleinden. Er is wel 1 katteneigenaar die een sensor heeft aangeschaft wegens trainingsdoeleinden.

3.2.2 Reden van aanschaf bij respondenten zonder sensor

Als tweede is er gekeken naar de groep respondenten zonder sensor en daarbij is ook verder onderscheid gemaakt tussen de honden- en katteneigenaren. Bij respondenten zonder sensor (zie grafiek 7) is gezondheid een van de meest gekozen redenen om wel een sensor aan te schaffen. Van de 126 zijn er 29 hondeneigenaren die een sensor zouden aanschaffen om de gezondheid van hun hond te monitoren. Voor katteneigenaren waren er 23 die een sensor zouden aanschaffen voor de gezondheid van hun kat.



Grafiek 7. Staafdiagram over de verdeling van reden van aanschaf bij respondenten zonder sensor.

De volgende reden waarom een hondeneigenaar een sensor zou aanschaffen is om het gedrag te monitoren, hierbij geven 13 eigenaren gedrag als reden op. Van de 88 katteneigenaren geven 6 eigenaren een sensor te willen aanschaffen om het gedrag van hun kat te monitoren.

De meest gekozen reden om een sensor aan te schaffen is bij beide honden- en katteneigenaren de locatie van hun dier monitoren. Hierbij geven 40 van de 126 hondeneigenaren locatie op als een reden voor de aanschaf van een sensor. Bij katteneigenaren is het 28 van de 88 die de reden locatie kiezen als er een sensor zou worden gekocht.

Van de 126 hondeneigenaren zijn er 8 die een sensor zouden aanschaffen voor interactie met hun hond. Hetzelfde geldt voor katteneigenaren, hier zijn er 8 van de 88 die een sensor zouden aanschaffen voor interactie met hun kat.

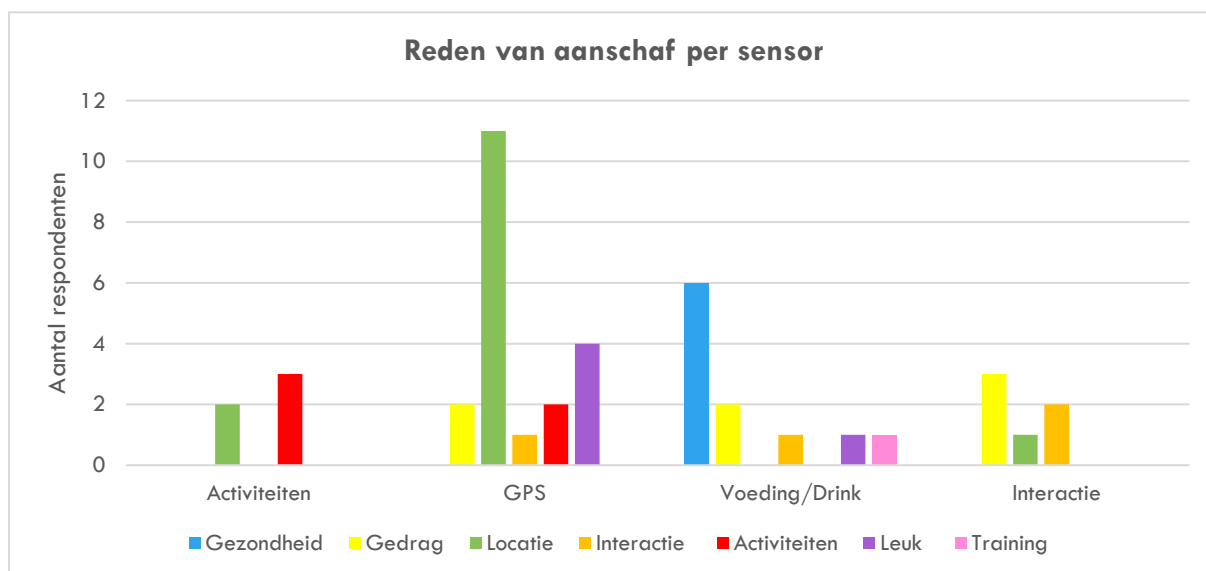
Activiteiten monitoren gedurende dag is voor 6 hondeneigenaren een reden om een sensor aan te schaffen. Activiteiten monitoren is voor 8 katteneigenaren een reden voor aanschaf.

Ook bij de groep respondenten zonder sensor is de optie gewoon leuk of uit pure interesse gegeven als reden voor aanschaf. Van de 126 hondeneigenaren geeft 19 aan een sensor aan te schaffen gewoon omdat het leuk is of uit interesse in de sensor. Bij katteneigenaren zijn het 19 van de 88 die een sensor zouden aanschaffen omdat het leuk is of dat er interesse is in de sensor.

Trainingsdoeleinden zou voor 11 hondeneigenaren een reden zijn om een sensor aan te schaffen. Terwijl er bij katteneigenaren maar 2 zijn die een sensor zouden aanschaffen voor trainingsdoeleinden.

3.2.3 Reden van aanschaf per sensor

Naast de algemene reden van aanschaf voor een sensor is er ook gekeken wat de reden van aanschaf is per type sensor. Hierbij is geen onderscheid gemaakt tussen honden- en katteneigenaren. Om de resultaten overzichtelijk te houden is het belangrijk te onthouden dat de respondenten de twee belangrijkste reden voor aanschaf konden opgeven. Hierdoor kunnen de aantallen per resultaat verschillen.



Grafiek 8. Staafdiagram over de verdeling van redenen van aanschaf per type sensor.

Voor de activiteitensensor zijn er 2 van 5 huisdiereigenaren (zie grafiek 8) die deze sensor hebben aangeschaft om de locatie van hun dier te monitoren. De andere 3 eigenaren hebben een activiteitensensor aangeschaft om de activiteiten van hun dier gedurende de dag te monitoren.

Bij de gps- sensor zijn er 2 huisdiereigenaren die deze sensor hebben aangeschaft om het gedrag van hun dier te monitoren. Het merendeel (11 van de 20) heeft een gps-sensor aangeschaft om de locatie van hun dier te monitoren. Van de 20 huisdiereigenaren heeft 1 eigenaar de gps-sensor gekocht om meer interactie met hun dier te hebben, 2 eigenaren hebben de sensor aangeschaft om de activiteiten gedurende de dag te monitoren en als laatste hebben 4 huisdiereigenaren aangegeven een gps-sensor te hebben aangeschaft gewoon omdat het leuk leek.

Voeding- en drinksensoren zijn voornamelijk aangeschaft om de gezondheid van het dier te monitoren (6 van de 11). Daarnaast zijn er 2 eigenaren die deze sensor hebben aangeschaft om het gedrag van hun dier te monitoren. Voor Interactie, gewoon leuk en training zijn er bij allemaal 1 eigenaar die heeft aangegeven de voeding- en drinksensoren te hebben aangeschaft voor die redenen.

Onder de interactiesensoren is er door 3 van de 6 huisdiereigenaren aangegeven de sensor te hebben aangeschaft om het gedrag van hun dier te monitoren. Daarnaast heeft 1 eigenaar een interactiesensor gekocht om de locatie van hun dier te monitoren. Als laatste zijn er 2 eigenaren die een interactie sensor hebben aangeschaft om meer interactie te hebben met hun dier.

3.2.4 Reden van geen aanschaf bij niet gebruikers

Honden- en katteneigenaren die geen gebruik maken van een sensor zijn gevraagd wat de reden was dat er geen gebruik van wordt gemaakt. Er zijn verschillende redenen gegeven, waaronder de hoge prijs het meeste is aangegeven. Sommige zien de noodzaak of nut van een sensor niet in. Andere geven aan dat de sensoren te complex zijn en van slechte kwaliteit. Als laatste gaf een deel van de eigenaren aan niet op de hoogte te zijn van het bestaan van de sensoren of hadden geen interesse om zich er verder in te verdiepen.

3.2.5 Verschillen en verbanden bij reden van aanschaf

Om te bepalen of er een significant verschil zit tussen reden van aanschaf bij honden- en katteneigenaren is er een Chi-square test uitgevoerd. De berekende uitkomst is groter dan de kritieke waarde en kan de nulhypothese niet verworpen worden. Er is geen significant verschil in reden van aanschaf tussen honden- en katteneigenaren.

Daarnaast is er gekeken of er een significant verband zit tussen reden van aanschaf en type sensor. Aangezien de uitkomst van de toets groter is dan de kritieke waarde wordt de nulhypothese niet verworpen. Er is geen significant verband tussen reden van aanschaf en type sensor.

3.3 Resultaten verschil tussen gebruikers en niet-gebruikers

De laatste deelvraag luidt als volgt: “Welke demografische factoren van honden- en katteneigenaren hebben invloed op het consumentengedrag bij de aankoop van een sensor in Nederland?” Om deze deelvraag te beantwoorden is er gekeken naar de ingevulde demografische kenmerken van de respondenten met sensor. Daarnaast is er gebruik gemaakt van de Chi-square test om te bepalen of er een significantie is bij deze demografische factoren.

3.3.1 Demografische kenmerken van het dier

Om te bepalen of demografisch kenmerken invloed hebben is er eerst gekeken naar de factoren rondom het dier.

Van de 21 respondenten zijn er 4 huisdiereigenaren die een huisdier jonger dan 1 jaar hebben. Er zijn 14 eigenaren die een huisdier tussen de 1 en 8 jaar hebben (14 van de 21). Als laatste zijn er 3 eigenaren die een dier hebben die ouder is dan 8 jaar. Om aan te kunnen tonen dat

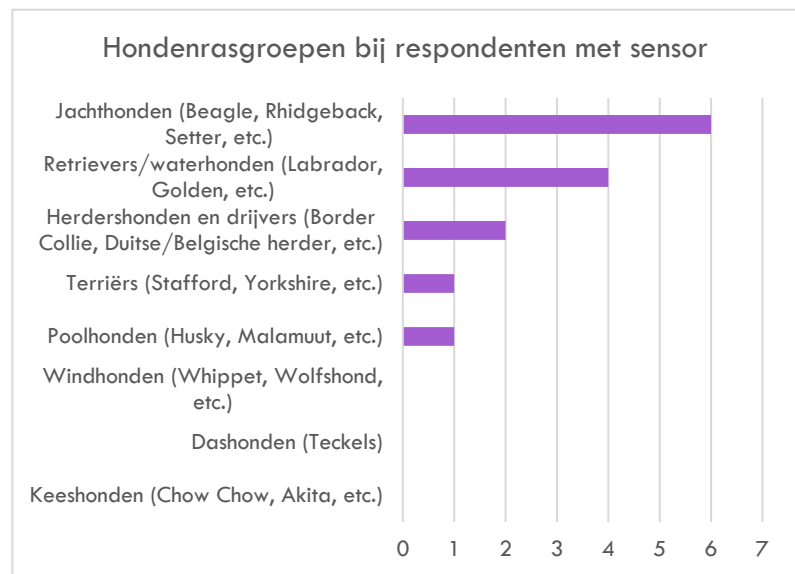
er mogelijk een verband is tussen de leeftijd van het dier en het gebruik van een sensor is er een Chi-square test uitgevoerd. Om dit te kunnen uitvoeren is tabel 1 opgesteld. Met de Chi-square test is berekend of er een significant verband is tussen de leeftijd van het dier en het gebruik van een sensor. Na de berekening blijkt dat de p-waarde ($p = 0,68979148$) groter is. Er is geen significant verband tussen de leeftijd van het dier en het gebruik van een sensor.

Tabel 1. Leeftijd dier en gebruik sensor

	Met sensor	Zonder sensor
<i>Jonger dan 1 jaar</i>	4	23
<i>Tussen de 1 en 8 jaar</i>	14	66
<i>Ouder dan 8 jaar</i>	3	25

Tabel 1. Tabel met de aantallen per leeftijdsgroep en de verdeling tussen respondenten met of zonder een sensor

Onder de hondeneigenaren met een sensor is de grootste groep rashonden de jachthonden, met 6 van de 14. Daarop volgt de hondenrasgroep Retrievers/waterhonden, hier hebben 4 respondenten aangegeven een hond te hebben uit deze groep. Van de 14 hondeneigenaren hebben 2 eigenaren aangegeven een hond uit de groep herdershonden en drijvers te hebben. Er is 1 hondeneigenaar met een hond uit de rasgroep terriërs. Er is een andere hondeneigenaar die heeft aangegeven een hond uit de rasgroep poolhonden te hebben (1 van de 14). Als laatste zijn er 0 eigenaren met honden in de hondenrasgroepen: windhonden, dashonden en keeshonden.



Grafiek 9. Ranking van het aantal per hondenrasgroep bij de respondenten met een sensor

Om te bepalen of er een significant verband is tussen de hondenrasgroepen en het gebruik van een sensor is tabel 2 opgesteld en is er een Chi-square test uitgevoerd. De berekende uitkomst van de toets is groter dan de p-waarde ($p = 0,722981945$). Dit betekent dat er geen significant verband is tussen de hondenrasgroepen en het gebruik van een sensor.

Tabel 2. Hondenrasgroepen en gebruik sensor

	Met sensor	Zonder sensor
<i>Jachthonden (Beagle, Rhidgeback, Setter, etc.)</i>	6	15
<i>Retrievers/waterhonden (Labrador, Golden, etc.)</i>	4	18
<i>Windhonden (Whippet, Wolfshond, etc.)</i>	0	1
<i>Terriërs (Stafford, Yorkshire, etc.)</i>	1	10
<i>Herdershonden en drijvers (Border Collie, Duitse/Belgische herder, etc.)</i>	2	11
<i>Dashonden (Teckels)</i>	0	2
<i>Poolhonden (Husky, Malamut, etc.)</i>	1	2
<i>Keeshonden (Chow Chow, Akita, etc.)</i>	0	5

Tabel 2. Tabel met aantallen per hondenrasgroep bij de groepen respondenten met of zonder sensor

Onder de katteneigenaren is er gekeken of de respondenten met een sensor een raskat hebben of niet. Van de 7 katteneigenaren met sensor zijn er 3 eigenaren met een raskat en 4 eigenaren met geen raskat. Daarnaast is er gekeken of de respondenten met een sensor een buitenkat hebben of niet. Ook van deze 7 eigenaren hebben 4 aangegeven een binnenkat te hebben. Er zijn 3 eigenaren met een buitenkat waarvan 2 eigenaren aangeven een buitenkat te hebben die alleen in de tuin komt en gemiddeld 0-3 uur buiten is. Van de 3 buitenkatten is er 1 kat die ook buiten de tuin komt en tussen de 3-6 uur buiten is.

Om te bepalen of er een significant verband is tussen het hebben van een raskat en het gebruik van een sensor is de onderstaande tabel (tabel 3) opgesteld en een Chi-square test uitgevoerd. De uitkomst van de test geeft aan dat de p-waarde ($p = 0,42226059$) hoger is. Er is geen significant verband tussen het hebben van een raskat en het gebruik van een sensor.

Tabel 3. Raskat en gebruik sensor

	Met sensor	Zonder sensor
Raskat	3	14
Geen raskat	4	36

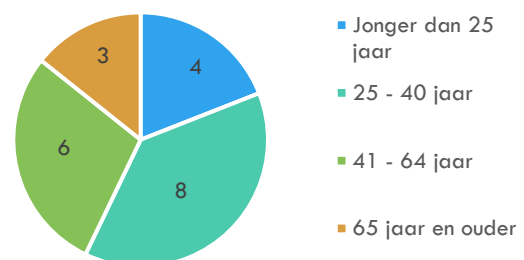
Tabel 3. Tabel met aantallen van respondenten met of zonder sensoren bij respondenten met of zonder raskat

3.3.2 Demografische kenmerken van de huisdiereigenaar

De leeftijdsspreiding van de enquête is tussen vier groepen te verdelen. Van de 135 respondenten hebben 28 respondenten aangegeven in de categorie jonger dan 25 jaar te horen. De volgende groep is tussen de 25 – 40 jaar oud, hier hebben 37 respondenten aangegeven bij te horen (37 van de 135). Er zijn 58 respondenten die hebben aangegeven een leeftijd te hebben tussen de 41- en 64 jaar. Als laatste zijn er 11 van 135 respondenten die behoren tot de groep 65 jaar en ouder.

Onder deze leeftijdsspreiding is er verder ingezoomd op de leeftijdsgroepen van de groep respondenten met een sensor (zie grafiek 10). Hiervan zijn er 4 respondenten in de leeftijdsgroep jonger dan 25 jaar. In de leeftijdsgroep 25- 40 zijn er 8 respondenten die hebben aangegeven tot deze groep te behoren. Van de respondenten in de leeftijdsgroep 41- 64 zijn er 6 respondenten die hieronder vallen. Als laatste zijn er 3 respondenten met sensor die onder de leeftijdsgroep 65 jaar en ouder vallen.

Leeftijdsspreiding bij respondenten met sensor



Grafiek 10. Cirkeldiagram met de aantallen per leeftijdsgroep bij de groep respondenten met sensor

Van de 135 respondenten hebben 11 mannen de enquête ingevuld. Daarbij hebben dan 124 vrouwen de enquête ingevuld. Om ook hier een duidelijker beeld te krijgen van de groep respondenten met een sensor is er verder ingezoomd op de geslachtsverdeling bij respondenten met een sensor. De respondenten met een sensor zijn in totaal 21, waarvan 18 vrouwen en 3 mannen.

Het laatste onderdeel wat is gevraagd aan de respondenten is het woongebied. Van de 135 respondenten zijn er 85 respondenten die hebben aangegeven in een stedelijk gebied te wonen. Daarnaast zijn er 50 respondenten (50 van de 135) die aangegeven hebben in een landelijk woongebied te wonen. Onder de respondenten met een sensor zijn er 14 (14 van de 21) die stedelijk wonen en 7 die landelijk wonen (zie tabel 4). Er is gekeken of het hebben van een

sensor in verband ligt met landelijk of stedelijk wonen. Tabel 4 is voor deze berekening opgesteld.

<i>Tabel 4. Landelijk of stedelijk wonen en gebruik sensor</i>		<i>Met sensor</i>	<i>Zonder sensor</i>
<i>Stedelijk</i>		14	71
<i>Landelijk</i>		7	43

Tabel 4. Tabel met aantallen van respondenten met of zonder sensoren bij landelijk of stedelijk wonen

Ook hier is gebruik gemaakt van de Chi-square test om te bepalen of er een verband is tussen landelijk of stedelijk wonen en het gebruik van een sensor. De uitkomst van de toets geeft aan dat de p-waarde ($p = 0,70131469$) hoger is. Er is geen significant verband tussen stedelijk of landelijk wonen en het gebruik van een sensor.

Hoofdstuk 4. Discussie

Dit onderzoek is uitgevoerd om te achterhalen wat de belangrijkste beweegredenen van Nederlandse honden- en katteneigenaren bij het aanschafproces van sensoren zijn. De resultaten van het onderzoek zorgen ervoor dat dierenwinkels en ontwikkelaars van sensoren beter kunnen inspelen op de behoefte van de consument. In dit hoofdstuk wordt het uitgevoerde onderzoek in discussie gebracht.

4.1 Onderzoeksopzet

Voor dit onderzoek is gekozen om de beweegredenen van Nederlandse honden- en katteneigenaren te achterhalen door middel van een enquête. De enquête heeft drie weken opengestaan voor antwoorden. In de drie weken zijn er in totaal 135 antwoorden verzameld. Om een betrouwbaarheid van 95% te halen waren er 385 respondenten nodig. Het onderzoek is minder betrouwbaar en minder representatief aan de populatie honden- en katteneigenaren.

Binnen de 135 respondenten is slechts 8% man en de rest vrouw. Ondanks dat er uit onderzoek blijkt dat huisdiereigenaren vaker vrouw zijn (Pet Monitor, 2019) is de verdeling hier te ver uit proportie. Dit houdt in dat er geen representatieve verdeling is aan de populatie huisdiereigenaren in Nederland. Dit houdt in dat dit onderzoek mogelijk een generalisatie tussen mannen en vrouwen en hun aankoopgedrag kan creëren.

In het onderzoek was de meest relevante groep om de enquête voor te leggen de groep “respondenten met sensor”, echter is de hoeveelheid van de respondenten van deze groep in de minderheid. Ongeveer 20% van de respondenten waren gebruikers van een sensor.

De enquête is in samenwerking met de dierenwinkel Pets Place verspreid, dit is niet volgens afspraken verlopen. Daarnaast is de verspreiding van de enquête via de sociale media en familie van de onderzoeker gelopen. Hierdoor is er een bias in de respondenten ontstaan en in de respons lager dan verwacht.

In de enquête stond de vraag “Geef aan in welke categorie uw hond het beste past? (In geval van een kruising kiest u voor de best passende optie)”. Bij deze vraag wordt er van de respondent meer kennis over hondenrasgroepen, ondanks genoemde voorbeelden in de antwoordopties, verlangt. Hierdoor ontstond er bij een aantal respondenten onduidelijkheid over welk antwoord er gekozen moest worden. De intentie was om de hondenrasgroepen te gebruiken, waardoor er meer naar karakteristieken van bepaalde hondenrasgroepen kon worden gekeken in plaats van individuele rassen.

De vraag “Hoe lang geleden heeft u de sensor aangeschaft?” heeft bij nader inzien geen toegevoegde waarde aan het onderzoek gehad. Onder vraag 19 valt de vraag of respondenten met sensor tevreden zijn over de uitstraling van een sensor. Achteraf blijkt deze vraag niet interessant voor het beantwoorden van de hoofdvraag. Deze vraag zou interessanter zijn wanneer er een onderzoek wordt gestart naar de ervaring van gebruikers over het product.

4.2 Verwachtingen bij de deelvragen

Uit het onderzoek van LICG is gebleken dat de gezondheid van het huisdier steeds belangrijker wordt (LICG, z.d. – a). Het huisdier wordt steeds meer een onderdeel van het gezin, dit heeft te maken met de trend antropomorfisme van huisdieren. De verwachting was hierdoor dat sensoren, die gezondheid meten, zoals de activity tracker populairder waren dan andere. Echter is er uit dit onderzoek gebleken dat andere sensoren populairder waren, denk hierbij aan de GPS-sensor en voeding- en drinksensoren. Steeds meer huisdieren lopen rond met overgewicht en uit onderzoek blijkt hoeveel negatieve impact overgewicht kan hebben op de gezondheid van

huisdieren (Suleiman et al., 2020, p. 103). Als huisdiereigenaren zijn er een aantal dingen die zelf gedaan kunnen worden om de gezondheid, veiligheid en welzijn te waarborgen en dat zijn veilige omstandigheden tijdens het wandelen of buiten zijn, gezonde en juiste hoeveelheid voeding en juiste verzorging thuis. Huisdiereigenaren zijn mogelijk op een andere manier de gezondheid van het dier aan het waarborgen door een vaste hoeveelheid voeding en genoeg drinken door het gebruik van voeding- en drinksensoren. Daarnaast is een GPS-sensor een fijne manier om de hond in de gaten te houden wanneer deze uit het zicht belandt.

Daarnaast blijkt uit een onderzoek van Dibevo (2019) dat er meer bewustwording over de beweging van een huisdier is. Steeds meer huisdiereigenaren zijn bewust van hun verantwoordelijkheid over het welzijn van hun huisdieren (Dibevo, 2023). De verwachting was dat de activity tracker veel gekozen zou zijn en dat de reden van aanschaf hierbij zou aansluiten. Een activity tracker geeft een completer plaatje over de gezondheid van een huisdier. Deze meet meerdere parameters waardoor er een individueel beeld kan worden gemaakt. Een GPS-sensor meet één ding en dat is de locatie van het dier. Dit was echter uit dit onderzoek niet het geval en is opnieuw de GPS-sensor hier het meest populair.

Onder de reden van aanschaf was de verwachting dat katteneigenaren locatie meer zouden opgeven dan hondeneigenaren. Katteneigenaren zijn over het algemeen niet bewust van de activiteiten die hun kat buiten uitvoert en hondeneigenaren zijn vaak aanwezig wanneer de hond zelf ook buiten is. Hierdoor was de verwachting dat katteneigenaren graag zouden willen zien wat hun kat uitvoert en daarbij een gps-sensor voor zouden hebben aangeschaft. Uit dit onderzoek bleek echter dat de GPS-sensor het meest populair was onder de hondeneigenaren.

In het onderzoek van Cariaga (2021) wordt er aangegeven dat de uitgaven die huisdiereigenaren uitgeven aan hun dieren steeds hoger worden. Echter blijkt uit dit onderzoek dat een van de meest voorkomende reden waarom een respondent een sensor niet heeft aangeschaft is dat deze te duur is. Uit een onderzoek van Dibevo uit 2023 blijkt dat er geen bezuinigingen worden gedaan op diervoeding, kwaliteit van het product vinden huisdiereigenaren belangrijker dan de prijs. Daarnaast is er een stijging in dierenarts kosten te zien. Zo geeft NPO Radio 1 (2023) aan dat er prijsstijgingen ontstaan door ketenvorming bij dierenartspraktijken en het programma Kassa geeft aan dat zo'n 34% van 2300 mensen aangeeft het moeilijk vindt om medische kosten te blijven betalen. Een verklaring zou kunnen zijn dat huisdieren alsnog veel en zelfs meer overhebben voor hun dier maar dat stijgende kosten van kwalitatieve diervoeding en dierenartskosten ervoor zorgen dat er geen ruimte meer is voor "luxere" producten zoals een sensor.

Hoofdstuk 5. Conclusie

In dit onderzoek is door middel van een kwantitatief onderzoek een antwoord verkregen op de volgende vraag: “Wat zijn de belangrijkste beweegredenen in het aanschaffen van sensoren bij Nederlandse honden- en katteneigenaren?” Om deze vraag te beantwoorden zijn er verschillende deelvragen geformuleerd die zijn gericht op: de tevredenheid bij het aankoopproces, redenen voor het gebruik van sensoren en demografische kenmerken van de sensorgebruiker.

De resultaten toonden opmerkelijke verschillen in het type sensoren dat wordt gebruikt door honden- en kattenbezitters. GPS-sensoren werden het meest gebruikt onder hondeneigenaren, terwijl voeding- en drinkensensoren de voorkeur hadden bij katteneigenaren. Een Chi-kwadraat toets bevestigde een significant verschil tussen de sensorvoorkeuren van honden- en kattenbezitters.

Bij het onderzoeken van de tevredenheid over het aankoopproces werd opgemerkt dat de meeste katteneigenaren tevredenheid uitten over het betalingsproces en de werking van de websites. Er werd echter enige ontevredenheid gemeld over het verkregen advies in de fysieke dierenwinkel. Katteneigenaren vertrouwden voornamelijk op de website van de ontwikkelaar of dierenwinkels en informatie van kennissen, vrienden of familieleden om informatie te verzamelen.

Bij hondeneigenaren varieerden de tevredenheidsniveaus voor het betalingsproces en het ontvangen advies in fysieke winkels, maar over het algemeen werd tevredenheid gemeld over de functionaliteit van websites. De belangrijkste informatiebronnen voor hondeneigenaren waren de website van de ontwikkelaar, dierenwinkels en sociale media. Kenniswebsites en informatie van dierenartsen en fysieke dierenwinkels waren minder populaire bronnen.

Wat betreft de redenen voor de aanschaf van een sensor, was gezondheid geen belangrijke motivator voor hondeneigenaren, terwijl het wel een rol speelde voor sommige katteneigenaren. Het monitoren van de locatie was een veelvoorkomende reden voor zowel honden- als katteneigenaren. Hondeneigenaren benadrukten ook het monitoren van gedrag, terwijl katteneigenaren het belang van gezondheidsmonitoring benadrukten.

Bij respondenten zonder een sensor kwam gezondheidsmonitoring naar voren als een veelvoorkomende reden om een sensor aan te schaffen. Daarnaast waren het monitoren van gedrag en locatie belangrijke motivaties voor zowel honden- als katteneigenaren. Interactie, het monitoren van activiteiten en het gewoon leuk vinden om te hebben werden ook genoemd als redenen om een sensor aan te schaffen.

Het onderzoek wees uit dat een aanzienlijk deel van de honden- en katteneigenaren bij hun volgende aankoop meer informatie wenste te verzamelen alvorens een beslissing te nemen. Daarnaast was het bepalen van het doel van de sensor ook een belangrijk punt om te bekijken bij een volgende aankoop. Bovendien gaven een aantal respondenten aan een mogelijke verandering in de aankooplocatie voor hun volgende sensor te overwegen.

Uit gevraagde demografische kenmerken van de huisdiereigenaar en het dier zijn geen verbanden gevonden tussen demografische factoren (zoals de leeftijd van het dier, hondenrasgroepen, het bezit van een rashond, leeftijd en geslacht van de huisdiereigenaar, en woongebied) en consumentengedrag. Deze bevindingen suggereren dat deze factoren geen significante rol spelen bij het beïnvloeden van de beslissing om een sensor te kopen. Echter is de reden waarom er onder de groep “respondenten zonder sensor” geen sensor is aangeschaft

voornamelijk de hoge prijs van het product. Hier is te zien dat bepaalde persoonlijke factoren zoals inkomen mogelijk wel invloed hebben op consumentengedrag bij het aanschaffen van een sensor.

Over het algemeen biedt dit onderzoek inzicht in de beweegredenen van Nederlandse honden- en katteneigenaren bij het kopen van sensoren. De bevindingen kunnen waardevol zijn voor sensorontwikkelaars en dierenwinkels. De resultaten kunnen worden gebruikt om marketingstrategieën en productontwikkeling in de huisdierensensorindustrie te informeren, met als doel te voldoen aan de specifieke behoeften en verwachtingen van honden- en katteneigenaren in Nederland.

Hoofdstuk 6. Aanbevelingen

Op basis van de resultaten en conclusies van dit onderzoek zijn er een aantal aanbevelingen beschreven voor de ontwikkelaars van sensoren en dierenwinkels. Daarnaast is er een aanbeveling geschreven voor eventueel vervolgonderzoek. Door de komende aanbevelingen te implementeren, kunnen bedrijven beter inspelen op de behoeften en verwachtingen van huisdiereigenaren, wat leidt tot verbeterde klanttevredenheid en een grotere bewustwording van het bestaan van sensoren in Nederland.

Er wordt aanbevolen om de beschikbaarheid en kwaliteit van informatie te verbeteren. Gezien de meerderheid van de respondenten vertrouwde op websites van ontwikkelaars of dierenwinkels en informatie van bekenden, vrienden of familieleden, is het essentieel om ervoor te zorgen dat nauwkeurige en uitgebreide informatie gemakkelijk toegankelijk is via deze kanalen. Ontwikkelaars en dierenwinkels moeten richten op het verstrekken van duidelijke en gedetailleerde productinformatie op hun websites. Daarnaast kan het aangaan van partnerschappen met gerenommeerde kenniswebsites en dierenartsen de verspreiding van betrouwbare informatie over sensoren verbeteren.

Het is aan te bevelen om de koopervaring te blijven verbeteren. Ondanks de tevredenheid onder de respondenten over de werking van de websites en betalingsproces is het altijd belangrijk om deze functionaliteiten hoog bij de consument te houden. Om de tevredenheid met het aankoopproces te vergroten, moeten online dierenwinkels zich richten op het verbeteren van de functionaliteit van de website. In fysieke dierenwinkels kunnen deskundige medewerkers die nauwkeurig en persoonlijk advies kunnen geven, sterk bijdragen aan de klanttevredenheid.

Zorgen over de prestaties van de sensor aanpakken is ook een aanbeveling. Respondenten uitten verschillende niveaus van tevredenheid over sensorfuncties, waaronder batterijduur, bereik, bestendigheid tegen omgevingsfactoren en fysiek comfort voor het huisdier. Ontwikkelaars moeten prioriteit geven aan het verbeteren van deze aspecten om aan de verwachtingen van huisdiereigenaren te voldoen. Het verbeteren van de batterijduur en het bereik, het waarborgen van duurzaamheid en weerbaarheid tegen omgevingsomstandigheden, en het ontwerpen van comfortabele en veilige bevestigingen voor de sensoren kunnen de algehele tevredenheid aanzienlijk verbeteren.

Het kunnen aanpassen en personaliseren van een sensor is iets dat is aanbevolen om meer op te richten. Het aanbieden van verschillende opties voor aanpassingen, zoals verschillende kleuren en vormen voor de sensoren, kan de tevredenheid van gebruikers vergroten. Huisdiereigenaren hechten waarde aan de mogelijkheid om een sensor te kiezen die aansluit bij hun voorkeuren en lifestyle. Ontwikkelaars moeten overwegen een breder scala aan opties aan te bieden om tegemoet te komen aan individuele voorkeuren en zo een hoger niveau van klanttevredenheid te garanderen.

Betaalbaarheid blijft een belangrijke overweging voor veel honden- en katteneigenaren. Ontwikkelaars en dierenwinkels moeten overwegen sensoren lagere geprijsde sensoren aan te bieden, waarbij de kwaliteit en prestaties nog wel voldoen aan de verwachtingen van de consument. Het is daarom aan te bevelen om naar de betaalbaarheid van de sensoren te kijken. Bovendien kunnen het bieden van opties voor verschillende prijsklassen en het aanbieden van kortingen of promoties sensoren toegankelijker maken voor een breder publiek aan huisdiereigenaren.

In een vervolgonderzoek is het aanbevolen de respons van de enquête te verhogen om meer betrouwbaarheid te krijgen. Daarbij is het belangrijk dat er duidelijke afspraken worden gemaakt over wat en hoe er dingen worden gedeeld via wordt externe bedrijven. Hierdoor

wordt er voorkomen dat er geen onverwachte veranderingen zijn. Het is het belangrijk om onderzoek te doen naar de juiste plekken om het onderzoek uit te kunnen zetten, zodat er altijd bij de juiste doelgroep wordt onderzocht. Achteraf heeft deze groep “respondenten met een sensor” waardevollere informatie geleverd dan de 80% “respondenten zonder sensor”. In een volgend onderzoek is aan te raden de doelgroep volledig te richten op huisdiereigenaren die gebruik maken van een sensor. Om dieper in te gaan op de beweegredenen van honden- en katteneigenaren is aan te raden dieper in te gaan om de specifieke customer journey fases om een duidelijk en overzichtelijk beeld te krijgen van elke fase die de consument doormaakt. Daarnaast is het belangrijk om meerdere demografische factoren van de huisdiereigenaar mee te nemen, zoals inkomen of beroep.

Literatuurlijst

Cariaga, V. (2021). *Most Americans spend more on their pets*. Yahoo Finance. Geraadpleegd op 1 april 2022, van <https://finance.yahoo.com/news/most-americans-spend-more-pets-154229095.html>

CheckMarket. (2020, 11 februari). *Steekproefcalculator*. Geraadpleegd op 10 december 2021, van <https://nl.checkmarket.com/steekproefcalculator/>

Christian, H., Mitrou, F., Cunneen, R., & Zubrick, S. R. (2020). Pets Are Associated with Fewer Peer Problems and Emotional Symptoms, and Better Prosocial Behavior: Findings from the Longitudinal Study of Australian Children. *The Journal of Pediatrics*, 220, 200-206.e2. <https://doi.org/10.1016/j.jpeds.2020.01.012>

Dhingra, A. (2020, 22 januari). *Why are GPS powered wearables gaining popularity?* Geospatial World. Geraadpleegd op 20 november 2020, van <https://www.geospatialworld.net/blogs/why-are-gps-powered-wearables-gaining-popularity/>

Dibevo. (2019, 27 maart). *Consument laat zich minder verleiden tot impulsaankopen van huisdieren*. Geraadpleegd op 10 mei 2021, van <https://dibevo.nl/pers/consument-laait-zich-minder-verleiden-tot-impulsaankoop-van-huisdieren>

Dibevo. (2020, 16 september). *Nieuwe cijfers: meer dan 27 miljoen huisdieren in Nederland*. Geraadpleegd op 20 april 2021, van <https://dibevo.nl/pers/nieuwe-cijfers-meer-dan-27-miljoen-huisdieren-in-nederland>

Dibevo. (2021, 10 februari). *Coronacrisis zorgt voor piek in huisdierbezit*. Geraadpleegd op 20 april 2021, van <https://dibevo.nl/pers/coronacrisis-zorgt-voor-piek-in-huisdierbezit>

Dibevo. (2023, 24 april). *Nederlander blijft trouw aan huisdier, ongeacht hogere kosten*. Geraadpleegd op 29 mei 2023, van <https://dibevo.nl/pers/nederlander-blijft-trouw-aan-huisdier-ongeacht-hogere-kosten>

Dinh, T., Nguyen, T., Phan, H. P., Nguyen, N. T., Dao, D. V., & Bell, J. (2020). Stretchable respiration sensors: Advanced designs and multifunctional platforms for wearable physiological monitoring. *Biosensors and Bioelectronics*, 166, 112460. <https://doi.org/10.1016/j.bios.2020.112460>

Forbes, S. L. (2018). Pet Humanisation: What is it and Does it Influence Purchasing Behaviour? *Journal of dairy & veterinary sciences*, 5(2). <https://doi.org/10.19080/jdvs.2018.05.555659>

Gartner. (2021, 11 januari). *Gartner Forecasts Global Spending on Wearable Devices to Total \$81.5 B*. Geraadpleegd op 23 november 2021, van <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2021-01-11-gartner-forecasts-global-spending-on-wearable-devices-to-total-81-5-billion-in-2021>

Grandview Research. (2020, februari). *Pet Wearable Market Size & Share | Industry Report, 2020–2027*. Geraadpleegd op 10 mei 2020, van <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/pet-wearable-market>

Graphical Research. (2021, januari). *Europe Pet Care Market Size, Growth Trends | 2027*. Geraadpleegd op 10 mei 2021, van <https://www.graphicalresearch.com/industry->

insights/1627/europe-pet-care-market#:~:text=Europe%20Pet%20Care%20Market%20share,CAGR%20from%202021%20to%202027.

Jo, A., Coronel, B. D., Coakes, C. E., & Mainous, A. G. (2019). Is There a Benefit to Patients Using Wearable Devices Such as Fitbit or Health Apps on Mobiles? A Systematic Review. *The American Journal of Medicine*, 132(12), 1394–1400.e1. <https://doi.org/10.1016/j.amjmed.2019.06.018>

Karapanos, E., Gouveia, R., Hassenzahl, M., & Forlizzi, J. (2016). Wellbeing in the Making: Peoples' Experiences with Wearable Activity Trackers. *Psychology of Well-Being*, 6(1), 14–15. <https://doi.org/10.1186/s13612-016-0042-6>

Kassa. (2022, 16 mei) *De prijs van dierenliefde: Dure dierenarts soms onbetaalbaar*. Geraadpleegd op 4 juni 2023, van: <https://www.bnnvara.nl/kassa/artikelen/de-prijs-van-dierenliefde-dure-dierenarts-soms-onbetaalbaar>

Kumpulainen, P., Cardó, A. V., Somppi, S., Törnqvist, H., Väättäjä, H., Majaranta, P., Gizatdinova, Y., Antink, C. H., Surakka, V., Kujala, M. V., Vainio, O., & Vehkaoja, A. (2021). Dog behaviour classification with movement sensors placed on the harness and the collar. *Applied Animal Behaviour Science*, 241, 105393. <https://doi.org/10.1016/j.applanim.2021.105393>

Lemon, K. N., & Verhoef, P. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>

LICG. (z.d.-a). *licg.nl - De sociale rol van huisdieren*. Geraadpleegd op 14 juni 2021, van <https://www.licg.nl/de-sociale-rol-van-huisdieren/#de-effecten-van-huisdierbezit>

LICG. (z.d.-b). *licg.nl - Dierenhulp voor minima*. Geraadpleegd op 14 juni 2021, van <https://www.licg.nl/dierenhulp-voor-minima/>

Lokhorst, C. & Hogeschool Van Hall Larenstein. (2018). *An Introduction to Smart Dairy Farming*. Prentice Hall. <https://doi.org/10.31715/20181>

Van viervoeter tot vis: tarieven dierenartsenzorg rijzen de pan uit. (2023, 27 mei). NPO Radio 1. <https://www.nporadio1.nl/fragmenten/nieuwsweekend/68369f9c-d052-4110-9d0e-db9aa7ebce58/2023-05-27-van-viervoeter-tot-vis-tarieven-dierenartsenzorg-rijzen-de-pan-uit>

Philips. (2021, 1 februari). *Infographic: The history of wearables*. Geraadpleegd op 23 november 2021, van <https://www.philips.com/a-w/about/news/archive/future-health-index/articles/20160929-infographic-history-wearables.html>

Rothgerber, H., & Mican, F. (2014). Childhood pet ownership, attachment to pets, and subsequent meat avoidance. The mediating role of empathy toward animals. *Appetite*, 79, 11–17. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.03.032>

Sierkstra, A. (2021, 11 augustus). *Van smartwatches tot VR-brillen; welke soorten wearables zijn er?* 3Bplus. Geraadpleegd op 23 november 2021, van <https://3bplus.nl/van-smartwatches-tot-vr-brillen-welke-soorten-wearables-zijn-er/>

- Strath, S. J., & Rowley, T. W. (2018). Wearables for Promoting Physical Activity. *Clinical Chemistry*, 64(1), 53–63. <https://doi.org/10.1373/clinchem.2017.272369>
- Suleiman, J., Mohamed, M., & Bakar, A. (2020). A systematic review on different models of inducing obesity in animals: Advantages and limitations. *Journal of Advanced Veterinary and Animal Research*, 7(1), 103. <https://doi.org/10.5455/javar.2020.g399>
- Tan, J. S. Q., Fung, W., Tan, B. S. W., Low, J. Y., Syn, N. L., Goh, Y. X., & Pang, J. (2021). Association between pet ownership and physical activity and mental health during the COVID-19 “circuit breaker” in Singapore. *One Health*, 13, 100343. <https://doi.org/10.1016/j.onehlt.2021.100343>
- Towers, A., & Towers, N. (2021). Framing the customer journey: touch point categories and decision-making process stages. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50(3), 317–341. <https://doi.org/10.1108/ijrdm-08-2020-0296>
- Trendpanel gezelschapsdieren. (2019). Pet Monitor 2019. *Pet Monitor*, 2019, 5–7.
- Van der Schrier, M. (2021, 22 december). Kerstassortiment voor honden en katten: ‘Ook op feestdagen wordt meer uitgegeven aan huisdieren’. AD.nl. Geraadpleegd op 1 april 2022, van <https://www.ad.nl/geld/kerstassortiment-voor-honden-en-katten-ook-op-feestdagen-wordt-meer-uitgegeven-aan-huisdieren~a7680fba/>
- Wageningen Universiteit. (2014, april). Vreet- en herkauwgedrag spoort attentiekoeien op (Nr. 4). Melkvee. <https://edepot.wur.nl/304459>
- Wang, T., Zhou, Y., Lei, C., Luo, J., Xie, S., & Pu, H. (2017). Magnetic impedance biosensor: A review. *Biosensors and Bioelectronics*, 90, 418–435. <https://doi.org/10.1016/j.bios.2016.10.031>

Bijlage 1. Soorten sensoren

Tabel 1. Commercieel verkrijgbare sensoren

Soort sensor	Diersoort	Waar	Welke meting	Waarom	Bedrijf	Bron
Accelerometrie	Honden en katten	Halsband	Activiteit	Gezondheid	Whistle	https://www.whistle.com/
Accelerometrie	Honden en katten	Halsband	Activiteit, temperatuur en zuurstofgehalte	Gezondheid	Fitbark	https://www.fitbark.com/
Accelerometrie	Honden	Halsband	Activiteit en gedrag	Gezondheid	Sure Petcare Animo	https://www.petsplace.nl/sure-petcare-animo-gedragsmonitor-voor-honden-activiteitentracker-5060180392871-pps
Accelerometrie	Honden	Halsband	Activiteit	Gezondheid	Pitpat	https://www.pitpat.com/
Accelerometrie	Honden	Halsband	Activiteit	Gezondheid	PetAlways	https://natteneuven.nl/petalways-fit-light-activiteiten-tracker-met-app/
GPS	Honden en katten	Halsband	Locatie	Locatie	Kippy	https://www.kippy.eu/en/how-it-works
GPS	Honden en katten	Halsband	Locatie	Locatie	Tractive	https://tractive.com/nl/?gclid=CjwKCAIA_omPBhBBEiwAcg7smWOw7seL-8DDGylCpnNLXGIEp4nWOHo0YiooYCXmPJqJhrxc1PYPOhoCcJgQAvD_BwE
GPS	Honden en katten	Halsband	Locatie	Locatie	Spotter	https://shop.spottergps.com/nl/pet-spotter-cat-tracker.html?gclid=Cj0KCQIAw9qOBhC-ARIsAG-rdn5EB-wQg062FtgJp3dU4jZqFM-Vaj2svN_vYsOvW68eHuDPiDu2VrQaAr1HEALw_wCB
GPS	Honden en katten	Halsband	Locatie	Locatie	Invoxia	https://www.invoxia.com/nl
GPS	Honden en katten	Halsband	Locatie	Locatie	Weenect	https://www.weenect.com/nl/?gclid=CjwKCAIA_omPBhBBEiwAcg7smTZIolw8clGQ8wAhGXyLUFzL5-R0yqdKFSdBS6clgkrKlfiFfXCRoCE8gQAvD_BwE
GPS	Honden en katten	Halsband	Locatie	Locatie	Apple airtag	https://www.apple.com/nl/shop/buy-airtag/airtag/1-stuk?afid=p238%7CsnkbvvQos-dc_mtid_187079nc38483_pcid_519040157904_pgrid_118605545181_&cid=aos-nl-kwgo-pla-btb-slid---product-MX532ZY%2FA-NL

GPS	Honden en katten	Halsband	Locatie	Locatie	Nuvance	https://www.bol.com/nl/nl/p/nuvance-gps-tracker-voor-hond-huisdier-waterdicht-grijs/9300000082252996/?Referrer=ADVNLGOO0002041-G-119611477356-S-1651211534143-9300000082252996&clid=Cj0KCQjwyYKUBhDJARIsAMj9lkGA4d9zRABQDAzCsYcbTgKTzvAmhYFEL6CwrRzIhmSbRbMr9CLa-d0gAod5EALw_wcB
GPS	Honden en katten	Halsband	Locatie	Locatie	TKMars	https://www.bol.com/nl/nl/p/tkmars-huisdier-gps-tracker-gps-halsband-gps-tracker-pets-gps-tracker-voor-kat-en-hond-honden-en-katten-gps-tracker-halsband-dieren/9300000054523318/?bltgh=IDmiH-2ikv20IMhKyJpJPQ.p6bDT-f2TNVGd8kOy8FMuQ_0_29.50.ProductTitle
GPS	Honden	Halsband	Locatie	Locatie	Winnes	https://www.bol.com/nl/nl/p/tkmars-huisdier-gps-tracker-gps-halsband-gps-tracker-pets-gps-tracker-voor-kat-en-hond-honden-en-katten-gps-tracker-halsband-dieren/9300000054523318/?bltgh=IDmiH-2ikv20IMhKyJpJPQ.p6bDT-f2TNVGd8kOy8FMuQ_0_29.50.ProductTitle
Automaat	Honden en katten	Voerbak met dispenser	Hoeveelheid voeding	Gewicht	PetHero	https://www.bol.com/nl/nl/p/pethero-3-automatische-voerbak-zwart-met-verstelbare-camera-voerautomaat-voor-kat-of-hond-met-smartphone-besturing-voerinhoud-6-liter/9300000019242049/?Referrer=ADVNLGOO0002041-G-120455096328-S-1211767875481-9300000019242049&gclid=Cj0KCQjwyYKUBhDJARIsAMj9lkEQ1oD5iOhTEeOuXz9wXP4Zq8i6gW5V7EKS2IqNuDFMfRd_o4scECkaAjVfEALw_wcB
Automaat	Honden en katten	Voerbak met dispenser	Hoeveelheid voeding	Gewicht	Trixie	https://www.petsplace.nl/trixie-voederautomaat-tx8-smart-hondenvoerbak-4011905243399-pps
Geluid	Honden en katten	In een ruimte	Gedrag	Gedrag	RelaxoPet	https://www.medpets.nl/relaxopet-easy/?gclid=Cj0KCQjwyY

						KUBhDJARIsAMj9IkEbUQ82LVIF5YblZhp-9BwUHEoULREBEZECp5uMtf2M5Tt6mY9LpO8aAtNrEALw_wcB&var=32204
--	--	--	--	--	--	--

Bijlage 2. Enquête

Beste Huisdiereigenaar,

Op het gebied van technologie worden de mogelijkheden steeds groter. Dit zien wij ook terug in de ontwikkelingen van sensoren in de huisdiersector. Met dit onderzoek willen wij het gebruik en de aanschaf van deze sensoren in Nederland in kaart brengen.

Er bestaan verschillende sensoren. Er zijn sensoren die zich richten op de gezondheid, hierbij kunt u denken aan activiteiten trackers. Andere sensoren hebben meer de focus op interactie en verzorging zoals automatische drink- en voerbakken (soms met camera of microfoon). Als laatste is er een groep sensoren die vooral gericht zijn op locatiebepaling van uw dier. Denk hierbij aan GPS-trackers.

Het invullen van de enquête is volledig anoniem en neemt ca. 10 minuten van uw tijd.

Wij willen uw hartelijk danken dat u de tijd neemt om ons te helpen. U kunt vrijblijvend bij de laatste vraag uw emailadres opgeven en kans maken op een cadeaukaart t.w.v. 15 euro van Pets Place.

Met vriendelijke groet,

Lisanne van Geemen (student Diergezondheid en Management aan de Aeres Hogeschool) en Pets Place

1) Wat is uw leeftijd?

- ☐ Jonger dan 25 jaar
- ☐ 25 t/m 40 jaar
- ☐ 41 t/m 64 jaar
- ☐ 65 jaar of ouder

2) Wat is uw geslacht?

- ☐ Vrouw
- ☐ Man
- ☐ Anders
- ☐ Zeg ik liever niet

3) Waar bent u woonachtig?

- ☐ Landelijk
- ☐ Stedelijk
- ☐ Anders, namelijk:

4) Maakt u gebruik van een sensor?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Hier splitst de vraaggroep in twee. Groep A is de groep die de sensor al heeft aangeschaft en groep B is de groep die geen sensor heeft aangeschaft.

Vragen voor beide groepen A en B

5) Welk huisdier houdt u?

- ☐ Hond
- ☐ Kat

Splitsing van honden- en katteneigenaren.

6) In welke leeftijdscategorie valt uw huisdier?

- ☐ Jonger dan 1 jaar
- ☐ Tussen de 1 en 8 jaar
- ☐ Ouder dan 8 jaar

(hond)

7) Geef aan in welke categorie uw hond het beste past? (in geval van een kruising kiest u voor de best passende optie)

- ☐ Jachthonden (Beagle, Rhidgeback, Setter, etc.)
- ☐ Retrievers/waterhonden (Labrador, Golden, etc.)
- ☐ Windhonden (Whippet, Wolfshond, etc.)
- ☐ Terriërs (Stafford, Yorkshire, etc.)
- ☐ Herdershonden en drijvers (Border Collie, Duitse/Belgische herder, etc.)
- ☐ Dashonden (Teckels)
- ☐ Poolhonden (Husky, Malamut, etc.)
- ☐ Keeshonden (Chow Chow, Akita, etc.)

(Kat)

7) Bent u in bezit van een raskat? In dit geval beschouwen wij een raskat als een kat met een stamboom.

- ☐ Ja
- ☐ Nee

8) Komt uw kat buiten?

- ☐ Nee, het is een binnenkat
- ☐ Ja, maar alleen in mijn tuin
- ☐ Ja, ook buiten mijn tuin

9) Hoe lang is uw kat gemiddeld buiten per dag?

- ☐ 0 - 3 uur
- ☐ 3 - 6 uur
- ☐ 6 - 9 uur
- ☐ 9+ uur

Groep A

10) Welke type sensor heeft u? (Heeft u er meerdere? Kies dan de meest recente aankoop.)

- ☐ Activity tracker
- ☐ GPS (plaatsbepaling)

- ☐ Voeding Sensoren
- ☐ Interactie (contact via beeld en geluid)

11) Hoe lang geleden heeft u de sensor aangeschaft?

- ☐ Minder dan 6 maanden geleden
- ☐ Tussen de 6 – 12 maanden geleden
- ☐ Tussen de 1 – 3 jaar geleden
- ☐ Langer dan 3 jaar geleden

12) Waar heeft u de sensor aangeschaft?

- ☐ Fysieke dierenwinkel
- ☐ Online dierenwinkel
- ☐ Online winkelplatform (bijv. bol.com)
- ☐ Tuincentra
- ☐ Website van de ontwikkelaar

13) Geef aan hoe tevreden u bent over het koopproces tijdens het aanschaffen van een sensor 1 - niet tevreden, 5 - tevreden of n.v.t.

	1 – Niet tevreden	2	3	4	5 - Tevreden	N.v.T.
Geef van de volgende punten aan hoe tevreden u bent over het koopproces						
Betaling						
Advies (in de winkel)						
Werking van de website						

14) Waar heeft u destijds informatie gezocht over de sensoren?

- ☐ Sociale media
- ☐ Website van een dierenwinkel
- ☐ Kenniswebsite (LICG)
- ☐ Kennissen, vrienden of familie
- ☐ In de dierenwinkel
- ☐ Websites van de ontwikkelaar
- ☐ Dierenarts
- ☐ Tijdschriften (magazines)

15) Geef aan hoe tevreden u bent over de informatie die u heeft verzameld. 1 - niet tevreden, 5 - tevreden of n.v.t.

	1 – Niet tevreden	2	3	4	5 - Tevreden	N.v.T.
Geef van de volgende punten aan hoe tevreden u bent over de informatie.						
Sociale media						

Website van een dierenwinkel					
Kenniswebsite (LICG, etc.)					
Kennissen, vrienden of familie					
In de dierenwinkel					
Website van de ontwikkelaar					
Dierenarts					
Tijdschriften (magazines)					

16) Met welke redenen heeft u deze sensor aangeschaft? (Kies de drie belangrijkste)

- ☐ Gezondheid van mijn dier
- ☐ Gedrag van mijn dier
- ☐ Locatie van mijn dier weten of kunnen terugvinden
- ☐ Interactie/ contact met mijn dier (door middel van beeld en geluid) (bijv. wanneer u van huis bent)
- ☐ Activiteiten gedurende de dag
- ☐ Puur interesse/ leuk (om mijn dier beter te begrijpen/meer te leren over mijn dier)
- ☐ Trainingsdoeleinden

17) Waar gebruikt u de sensor sinds de aanschaf voornamelijk voor? (Kies de twee belangrijkste)

- ☐ Gezondheid van mijn dier
- ☐ Gedrag van mijn dier
- ☐ Locatie van mijn dier weten of kunnen terugvinden
- ☐ Interactie/ contact met mijn dier (door middel van beeld en geluid) (bijv. wanneer u van huis bent)
- ☐ Activiteiten gedurende de dag
- ☐ Puur interesse/ leuk (om mijn dier beter te begrijpen/meer te leren over mijn dier)
- ☐ Trainingsdoeleinden

18) In hoeverre heeft een zwakke gezondheid van uw dier een rol gespeeld bij de aanschaf van een sensor?

- ☐ Zeer klein
- ☐ Klein
- ☐ Neutraal
- ☐ Groot
- ☐ Zeer groot

19) Geef aan hoe tevreden u bent over de volgende punten sinds de aanschaf van de sensor? 1 - niet tevreden en 5 - tevreden.

	1 – Niet tevreden	2	3	4	5 - Tevreden
Geef van de volgende twee punten aan hoe tevreden u bent over het gebruiksgemak van de sensor.					
De sensor zelf. (Wat aan het dier is bevestigd)					
De bijbehorende app (of andere bijbehorende systemen)					
Onder gebruiksgemak vallen meerdere punten. Geef bij de volgende punten aan hoe tevreden u bent.					
Fysiek gemak van het dier (is het comfortabel)					
Batterijduur					
Bereik van de sensor					
Kan de sensor tegen omgevingsfactoren (stoten, waterbestendig)					
Bevestiging van de sensor					

	1 – Niet tevreden	2	3	4	5 - Tevreden
Geef van de volgende punten aan hoe tevreden u bent over de uitstraling van de sensor.					
Kleurmogelijkheden					
De vorm (botje, vierkant, rond)					

20) Wat zou u bij een volgende aanschaf anders aanpakken?

- ☐ Hoeveelheid informatie die ik heb verzameld

- ☐ De bron van informatie
- ☐ Een andere winkel of online platform
- ☐ Bepalen waar ik de sensor voor wil gaan gebruiken

Groep B

10) Voor welke redenen zou u een sensor aanschaffen? (Kies de drie belangrijkste)

- ☐ Gezondheid van mijn dier
- ☐ Gedrag van mijn dier
- ☐ Locatie van mijn dier weten of kunnen terugvinden
- ☐ Interactie/ contact met mijn dier (door middel van beeld en geluid) (bijv. wanneer u van huis bent)
- ☐ Activiteiten gedurende de dag
- ☐ Puur interesse/ leuk (om mijn dier beter te begrijpen/meer te leren over mijn dier)
- ☐ Trainingsdoeleinden

11) Welk type sensor zou u willen aanschaffen?

- ☐ Activity tracker
- ☐ GPS (plaatsbepaling)
- ☐ Voeding Sensoren
- ☐ Interactie (contact via beeld en geluid)

12) Voor welke redenen heeft u geen sensor? (Kies de twee belangrijkste)

- ☐ Omdat de sensor niet kan meten wat ik wil weten
- ☐ Het interesseert me niet
- ☐ Te duur
- ☐ Te ingewikkeld
- ☐ Batterijduur te kort
- ☐ Slechte kwaliteit
- ☐ Bereik is te klein
- ☐ Anders, namelijk: ...

13) Waar zou u informatie zoeken als u een sensor aanschafft?

- ☐ Sociale media
- ☐ Website van een dierenwinkel
- ☐ Kenniswebsite (LICG)
- ☐ Kennissen, vrienden of familie
- ☐ In de dierenwinkel
- ☐ Websites van de ontwikkelaar
- ☐ Dierenarts
- ☐ Tijdschriften (magazines)

14) Geef van de volgende punten aan hoe belangrijk u bepaalde metingen zou vinden bij een sensor.

1 – Helemaal
niet belangrijk

2

3

4

5 –
Uitermate
belangrijk

Welk van de volgende metingen vindt u belangrijk voor uw dier?

Slaap/rust

--	--	--	--	--

Temperatuur				
GPS - Plaatsbepaling				
Ademhaling				
Hartslag				
Beweging				
Gewicht				

15) Geef van de volgende punten aan hoe belangrijk u bepaalde aspecten van de sensor zou vinden.

1 – Helemaal niet belangrijk 2 3 4 5 – Uitermate belangrijk

Hoe belangrijk vindt u de volgende aspecten van een sensor als u deze zou aanschaffen?				
Gebruiksgemak				
De bijbehorende app (of andere systemen)				
Uiterlijk van de sensor				
Batterijduur				
Prijs				
Kwaliteit				
Bereik				

16) In hoeverre zou een zwakke gezondheid van uw dier een rol spelen bij de aanschaf van een sensor?

- ☐ Zeer klein
- ☐ Klein
- ☐ Neutraal
- ☐ Groot
- ☐ Zeer groot

Voor het deelnemen aan deze enquête kunt u kans maken op een cadeaukaart van Pets Place t.w.v. 15 euro. Wilt u kans maken op deze cadeaukaart? Vul uw emailadres hieronder in.

Emailadres: ...

Outro:

Namens Pets Place en mezelf wil ik u hartelijk bedanken voor het invullen van de enquête! Als u uw emailadres in de laatste vraag heeft opgegeven doet u mee aan de loting voor de cadeaukaart t.w.v. 15 euro. Wij nemen contact op met de winnaar via het opgegeven mailadres.

Nogmaals enorm bedankt!

Met vriendelijke groet,

Lisanne van Geemen (Student Diergezondheid en Management) & Pets Place