

# 2019



# PET MONITOR

Inzicht in de huisdiereigenaar





05  
HUISDIEREN-  
LANDSCHAP

08  
TRENDS &  
ONTWIKKELINGEN

11  
DE HUISDIEREIGENAAR

15  
CONSUMENTEN-  
ONDERZOEK  
ANIMAL EVENT



19  
TYPEN  
HUISDIEREIGENAREN

25  
DIERENWELZIJN



29  
VETERINAIRE BRANCHE



Met de Pet Monitor 2019 duiken we in de psyche van de huisdiereigenaar. Is het nu echt zo dat er kattenmensen en hondenmensen bestaan?!

We realiseren ons steeds beter wat een huisdier voor een huishouden kan betekenen en maken bewustere keuzes in de aanschaf van huisdier en toebehoren.

Maar welke onderliggende beweegredenen spelen hierbij een rol? Ook in de huisdierensector zien we dat duurzaamheid steeds nadrukkelijker een rol speelt bij het maken van onze keuzes. Welke rol speelt sociale of maatschappelijke druk en op basis van welke informatie maken wij, de huisdiereigenaren, uiteindelijk keuzes? De antwoorden op

deze vragen zijn op verschillende manieren interessant voor de huisdierenbranche. De branche kan zo beter inspelen op beweegredenen van huisdiereigenaren door etiketten te voorzien van informatie die aansluit bij hun beweegredenen. Dierenspecialisten kunnen een nog belangrijkere rol spelen in het verstrekken van betrouwbare informatie. Hoe beter een huisdiereigenaar geïnformeerd is, hoe meer plezier een huisdiereigenaar beleeft aan het hebben van het huisdier, maar ook hoe beter het welzijn van de dieren gewaarborgd kan worden.

Op Animal Event 2019 werden de eerste resultaten gepresenteerd van een groot onderzoek naar aanschaf, duurzaam handelen en informatievoorziening. Een overweldigend aantal van maar liefst 4,5 duizend huisdiereigenaren heeft de enquête ingevuld. Het was een hele klus om deze data te analyseren. In deze Pet Monitor leest u welke persona's (typen) we hebben kunnen onderscheiden. Daarnaast vindt u in deze monitor informatie over de populatie gezelschapsdieren, nieuwe

trends en ontwikkelingen, welzijn gerelateerde onderwerpen, zoals wel of niet sociaal huisvesten en de rol van dierenartsen bij het informeren van huisdiereigenaren.

Voor de samenstelling van deze editie van de Pet Monitor hebben studenten, docenten en het bedrijfsleven intensief samengewerkt en mooie onderzoeken uitgezet en de resultaten daarvan verwerkt. Met deze monitor denken wij weer een belangrijke bijdrage te kunnen leveren aan de verdere ontwikkeling van deze mooie sector. Het Trendpanel Gezelschapsdieren wordt gecoördineerd door studenten en docenten van Aeres Hogeschool Dronten in samenwerking met HAS Hogeschool en het bedrijfsleven.

Tenslotte wil ik iedereen, en in het bijzonder de studenten, bedanken voor hun inzet en bijdrage aan de totstandkoming van deze monitor.

*Dr. ir. Kathalijne Visser*  
Docent Human-Animal Interactions  
Aeres Hogeschool Dronten

*Trendpanel Gezelschapsdieren verzamelt informatie vanuit verschillende bronnen: wetenschappelijk onderzoek, onderwijs en het bedrijfsleven. We doen ons uiterste best om de onderzoeken zo betrouwbaar mogelijk uit te voeren, te analyseren en weer te geven. Hebt u het idee dat informatie ontbreekt of niet klopt? Laat het ons dan alstublieft weten via trendpanel.hogeschool.dronten@aeres.nl. U helpt de sector ermee vooruit. Het auteursrecht blijft behouden aan de auteur.*

## De psyche van de huisdiereigenaar

# Huisdierenlandschap

## opnieuw **in beeld**

Het huisdierenlandschap is continu in beweging. Hoe zag de sector er in 2018 uit en welke trends waren in dat jaar in het oog springend? Dankzij de Nederlandse Voedingsindustrie Gezelschapsdieren (NVG), beschikt de Pet Monitor 2019 over verschillende onderzoeken gericht op de gezelschapsdierenpopulatie en het consumentengedrag. Zo is er onderzoek gedaan naar het aantal honden- en katteneigenaren in Nederland en welke producteigenschappen van honden- en kattenvoeding voor de consument belangrijk zijn tijdens de aanschaf. De beschrijvingen en infographics die in het artikel gepresenteerd worden, zijn afkomstig uit deze onderzoeken.

In 2018 was de totale populatie van alle huisdieren in Nederland iets groter dan 25 miljoen. Hiernaast blijkt dat 49% van alle huishoudens een huisdier heeft. In totaal telt Nederland 7,6 miljoen aquariumvissen, 2,6 miljoen katten, 1,5 miljoen honden, 560.000 konijnen en 620.000 knaagdieren. Opmerkelijk is dat deze laatste twee groepen het afgelopen jaar (2017) nog vertegenwoordigd werden met respectievelijk aantal van 730.000 konijnen en 730.000 knaagdieren.

### Verdeling onder huishoudens

Meer dan één derde (37%) van alle huishoudens in Nederland heeft een hond en/of een kat: 24% bezit een kat en 18% een hond. Dit zijn de twee grootste groepen gezelschapsdieren in Nederland gevolgd door de aquariumvissen, konijnen en knaagdieren. Van alle huishoudens heeft 5% zowel een kat als een hond. Opvallend is dat

katten gemiddeld vaker in meervoud gehouden worden dan honden. Van de huishoudens met katten heeft het gemiddelde huishouden 1,64 katten, terwijl het gemiddelde huishouden met honden 1,22 honden heeft. Binnen de andere groepen van gezelschapsdieren zijn ook sterke verschillen te zien. Zo worden er 560.000 konijnen gehouden, verspreid over 320.000 huishoudens. Dit verschilt opmerkelijk met de 620.000 knaagdieren, verspreid over 280.000 huishoudens.

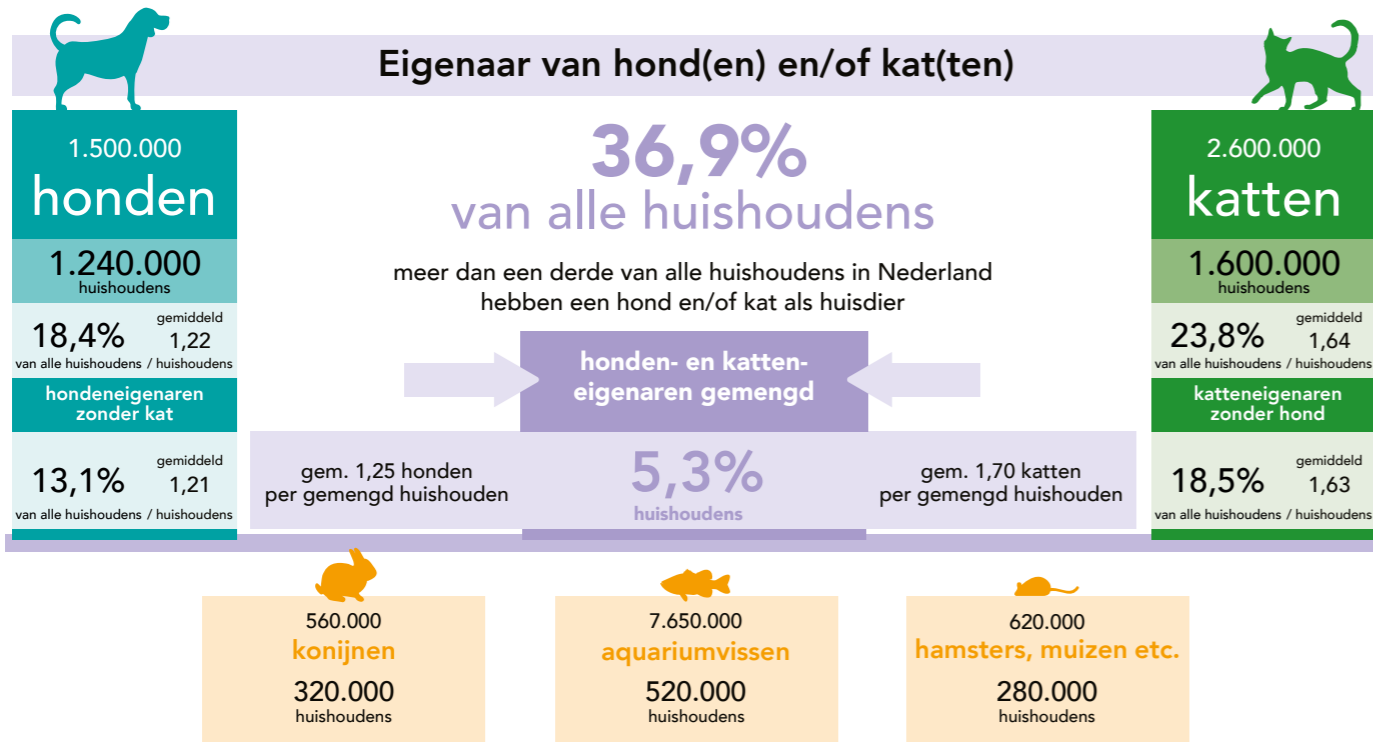
### Belangrijkste producteigenschappen bij aankoop van voeding

Uit een enquête (748 respondenten, waarvan 348 hondenbezitters en 400 kattenbezitters) is gebleken dat kattenbezitters de specifieke voedingswaarden in het product de belangrijkste eigenschap vinden bij de aankoop van diervoeding. Hondenbezitters geven

daarentegen met een ruime meerderheid aan dat het geven van een goede ontlasting van de hond de belangrijkste producteigenschap is. Deze producteigenschappen zijn voor beide partijen de belangrijkste factoren bij het aanschaffen van diervoeding voor hun trouwe viervoeter.

### Redenen voor merkaankoop

Een opmerkelijk verschil tussen honden- en katteneigenaren is dat het grootste gedeelte van de katteneigenaren (39%) aangeeft dat het feit dat hun huisdier het voer lekker vindt de voornaamste reden is om een bepaald merk aan te schaffen. Hondeneigenaren (31%) geven daarentegen aan dat de voedzaamheid en gezondheid doorslaggevend zijn bij het kiezen van een merk. Een ander opvallend verschil is de prijsgevoeligheid van honden- en katteneigenaren. 15% van de katteneigenaren noemt de prijs als voornaam-



ste reden om voor een bepaald merk te kiezen, waar dit bij hondeneigenaren 4% is.

#### Etikettering van diervoeding

De etikettering op diervoeding is een belangrijke bron van informatie bij de aankoop. Eén van de belangrijkste aspecten op het etiket is de ingrediëntenlijst die volgens 43% van de respondenten bekeken wordt. 39% van de respondenten geeft daarentegen aan nooit naar het etiket te kijken. On-

derzoek toont aan dat etiketteringen op diervoeding ruim voldoende is: 93% van de respondenten geeft aan geen informatie te missen. De infographic op pagina 7 geeft aan welke informatie huisdiereigenaren toegevoegd zou willen zien aan het etiket.

#### Trends

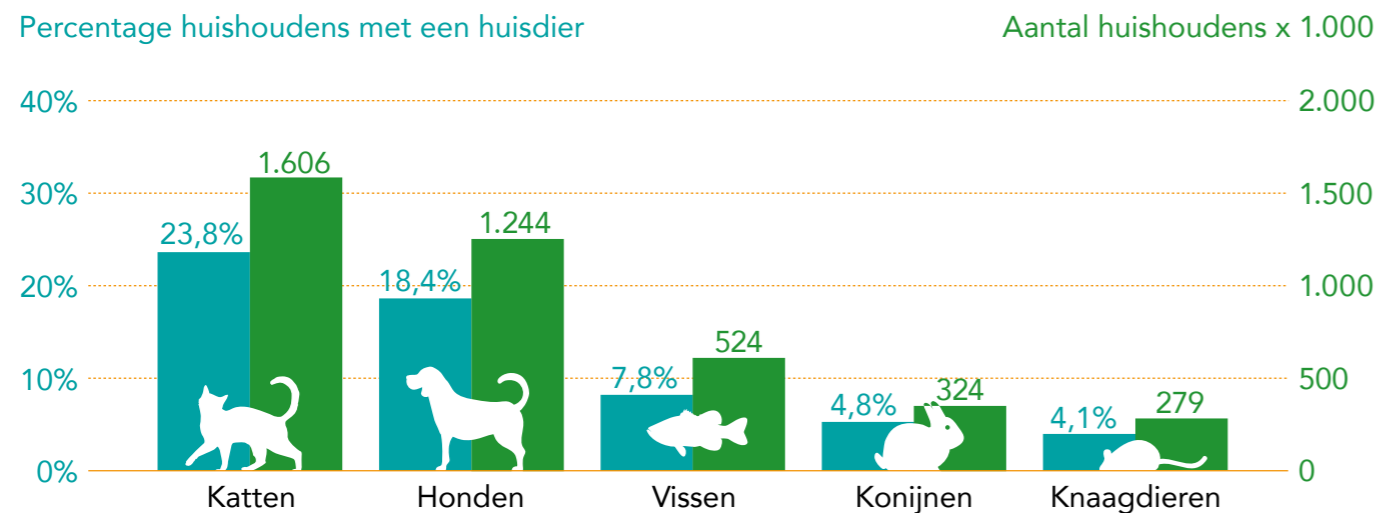
- Het aantal huishoudens dat honden of katten laat een lichte daling zien van respectievelijk 0,5 en 0,1 procent.

- Het aantal huishoudens dat konijnen houdt is van 6% in 2017 gedaald naar 5% in 2018.
- Het aantal huishoudens dat knaagdieren houdt is van 4,8% in 2017 gedaald naar 4,1% in 2018.

Dit artikel is tot stand gekomen met medewerking van de NVG.

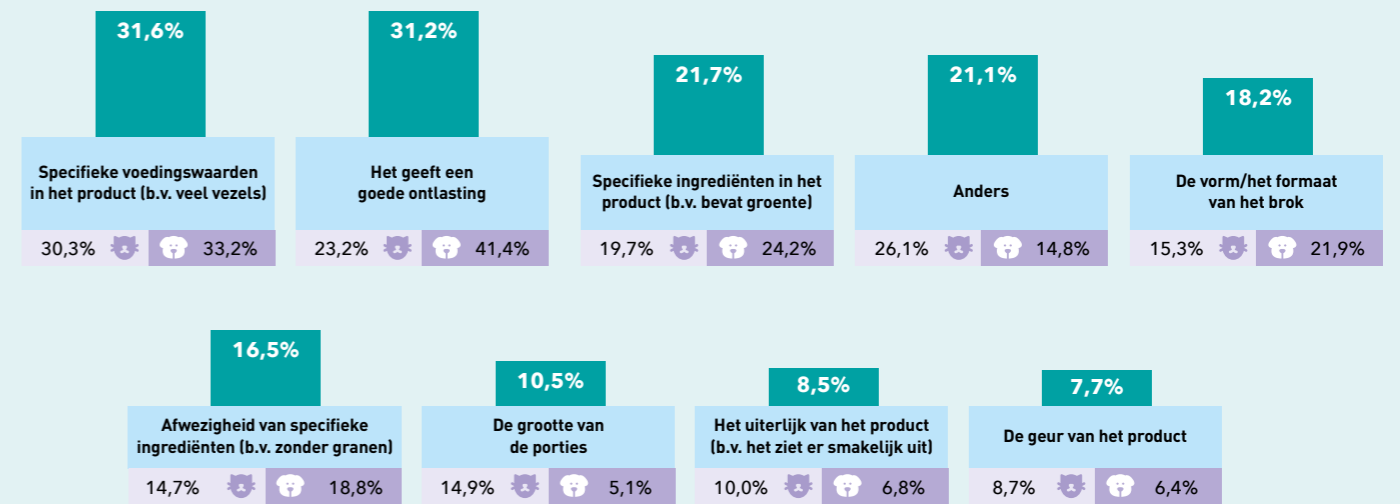


### Huishoudens met huisdieren in Nederland



### Belangrijke producteigenschappen bij aanschaf honden- en kattenvoeding

Data afkomstig uit een enquête met een ongewogen totaal van 748 respondenten, waarvan 348 hondenbezitters en 400 kattenbezitters



#### Welke informatie op het etiket wordt bekeken bij het kopen van diervoeding?

1. De ingrediëntenlijst **42,5%**
2. Kijkt nooit naar het etiket **39,0%**
3. De hoeveelheid die gevoerd moet worden (voedingsadvies) **29,1%**
4. De overige tekst **9,5%**
5. Waar het geproduceerd is **7,3%**

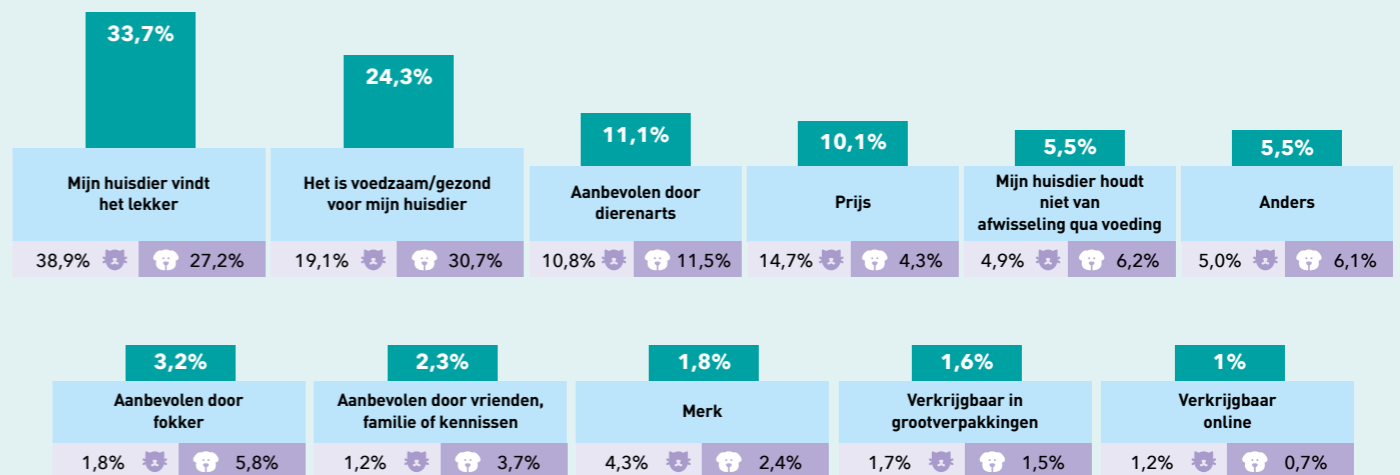
#### Welke informatie zou men eventueel nog op het etiket van diervoeding willen aantreffen?

1. Of het duurzame ingrediënten zijn/of het duurzaam geproduceerd is (met respect voor mens, dier, milieu) **40,4%**
2. Waar de ingrediënten vandaan komen (b.v. lokaal geproduceerd) **26,9%**
3. Of het biologische ingrediënten zijn/of het biologisch geproduceerd is (gericht op het welzijn van mens en milieu) **25,2%**
4. Anders **28,5%**

Data afkomstig uit een enquête met een ongewogen totaal van 646 respondenten bestaande uit katten- en hondenbezitters

### Voornaamste redenen om een bepaald merk voeding te kopen

Data afkomstig uit een enquête met een ongewogen totaal van 748 respondenten, waarvan 348 hondenbezitters en 400 kattenbezitters



# Trends en ontwikkelingen

De huisdiersector is volop in beweging. Humanisering en personalisatie bepalen steeds nadrukkelijker de wijze waarop huisdieren gehouden worden. Huisdieren worden gezien als leden van het gezin. Om de huidige trends te achterhalen zijn diverse gesprekken gevoerd met bedrijven uit de sector en is literatuuronderzoek verricht. Wat valt er op?

## Voedingstrends

Honden en katten zijn carnivoren, maar dit weerhoudt huisdiereigenaren er niet van om hun dier hetzelfde dieet te geven als zichzelf (Custers, 2018). Uit verschillende onderzoeken is gebleken dat sommige honden- en katteneigenaren hun dier een vegetarisch of veganistisch dieet geven. Een groep eigenaren die aan de andere kant van het spectrum staat, voert hun dier rauw vlees.

Uit een wereldwijd onderzoek onder honden- en katteneigenaren (N=3.673), blijkt dat 1,6% van de honden- en

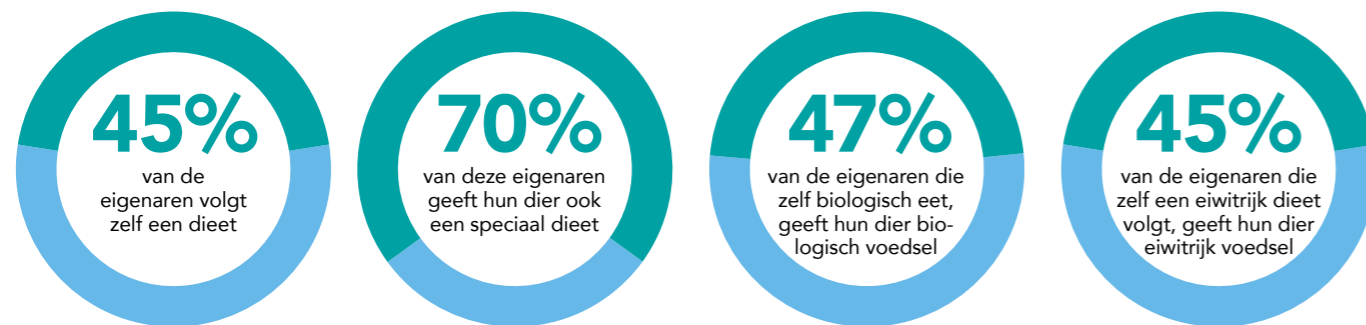
0,7% van de katteneigenaren hun dier momenteel veganistisch voer geeft. Maar liefst 35% van de eigenaren geeft aan interesse te hebben in veganistisch voer voor hun huisdier. De meeste eigenaren stellen wel eisen aan het voer. Zo blijkt dat 55% van de geïnteresseerden vindt dat het voer aan bepaalde voorwaarden moet

voldoen. Er moet namelijk bewezen kunnen worden dat het voer voldoet aan de nutritionele behoeftes van het dier (Dodd, Cave, Adolphe, Shoveller, & Verbrugghe, 2019). Naast ontwikkelingen op het gebied van veganistisch voer, is een stijging te zien in het aantal honden- en katteneigenaren dat zelf maaltijden wil berei-

**Alleen groenten voeren is niet voldoende: ook veganistisch hondenvoer moet goed uitgebalanceerd zijn**

## Huisdieren op dieet

Bron: Michelson Found Animals Foundation, 2018



## Een werkvloer vol viervoeters

Een hond op de werkvloer; deze ontwikkeling wint steeds meer aan populariteit. Officiële cijfers van het aantal kantoor-dieren in Nederland zijn er niet, de voor- en nadelen wel. Zo zorgt de aanwezigheid van een hond voor minder stress, een betere werksfeer en een hogere werktevredenheid. Niet alleen werknemers ervaren voordelen, ook voor klanten is een hond op de werkvloer een aangename verrassing. Zo wordt de stemming van de klanten op een positieve manier beïnvloed door middel van vermaak en ontspanning die de hond kan bieden.

Natuurlijk zitten er ook nadelen aan deze hype. Een hond kan zorgen voor rommel en risico's zoals zoönosen en bijtgevaar. Bovendien vragen sommigen zich af of de aanwezigheid van een hond professioneel overkomt. Toch is het een leuk idee om te overwegen binnen het bedrijfsleven. Het begin is gemaakt, een hond op de werkvloer; eigenlijk zou iedereen dat moeten doen (Groenenboom, 2017; Perrine & Wells, 2006).

den voor hun dier. Uit een onderzoek van Michelson Found Animals Foundation (2018) bleek dat van de 1.000 eigenaren zo'n 15% hiermee momenteel al bezig is.

Ook geeft meer dan de helft van de huisdiereigenaren toe dat zij vinden dat ze hun huisdier betere voeding geven dan zichzelf (Michelson Found Animals Foundation, 2018).

## Personalisatie

In de laatste 10 jaar heeft de trend 'humanisatie' zich ontwikkeld in de gezelschapsdierensector. Huisdieren worden gezien als een volwaardig gezinslid, wat in verschillende aspecten

naar voren komt. Zo zijn er kattenpsychologen, hondentandartsen en crematies voor huisdieren. Vanuit humanisatie is een andere trend ontstaan, namelijk personalisatie (Van Ekris, 2019). Huisdiereigenaren willen hun eigen levensstijl delen met het huisdier. Zij verzorgen tegenwoordig puppyshowers en verjaardagsfeestjes voor hun huisdier (Lemereis, 2018). Daarnaast gebruiken eigenaren ook steeds vaker alternatieve gezondheidstherapieën bij hun huisdier, waaronder CBD-olie en andere op hennep gebaseerde producten (Miller, 2019). In het figuur 'Alternatieve gezondheidstherapieën' is te zien waarvoor CBD zoal gebruikt wordt bij

huisdieren. Ondanks het feit dat er nog veel onderzoek moet worden gedaan om de effecten van CBD aan te tonen is er veel interesse in dit soort producten. Zo is er een onderzoek gedaan bij honden die lijden aan epileptische aanvallen, waarbij CBD als alternatieve gezondheidstherapie werd toegepast (Rotolo, et al., 2017). Het resultaat uit dit onderzoek moet nog bevestigd worden in vervolgonderzoek.

*Dit artikel is tot stand gekomen met de medewerking van Vitaux, PPB, Prins Petfoods en de NVG.*

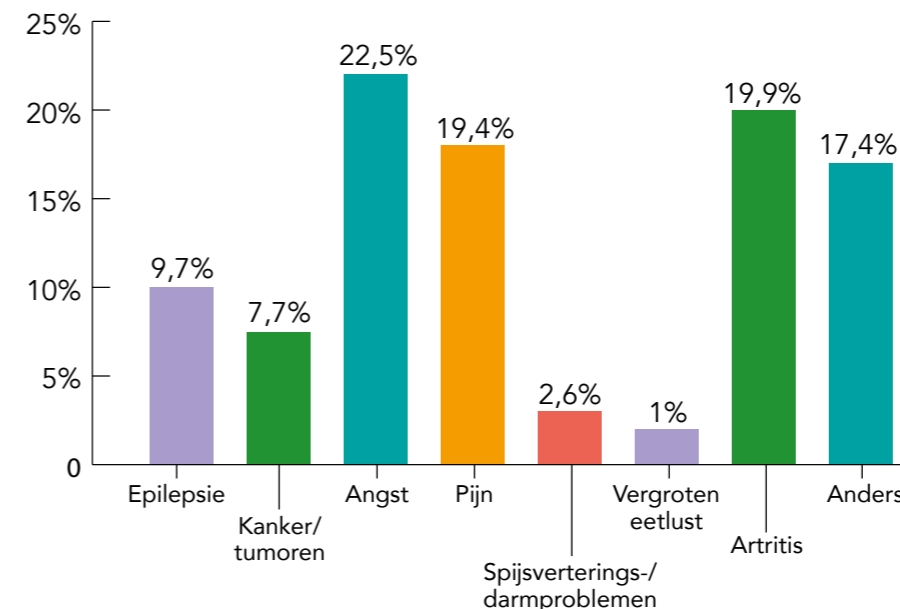
## Alternatieve gezondheidstherapieën

Bron: Michelson Found Animals Foundation, 2018



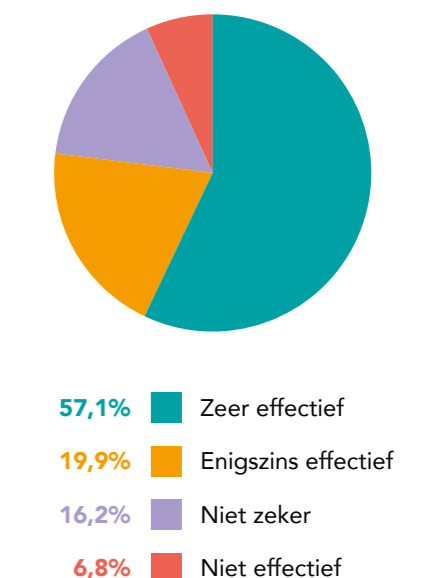
## Redenen gebruik CBD olie bij honden (N=196)

Bron: iHeartDogs, 2018



## Effectiviteit CBD olie bij honden (N=196)

Bron: iHeartDogs, 2018

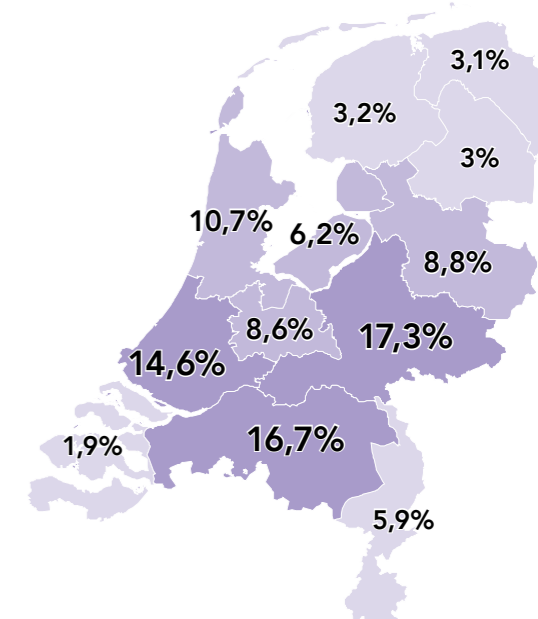


# Onderzoek naar inzicht in de huisdiereigenaar

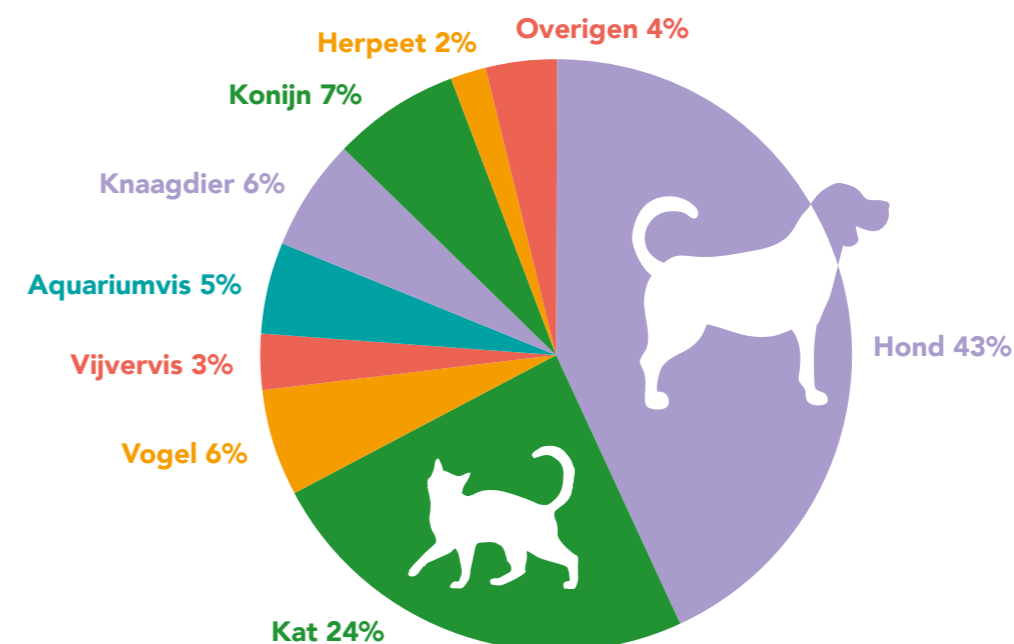
Na de onthulling van de Pet Monitor 2018, was het Trendpanel aanwezig bij een ledenbijeenkomst van de Nederlandse Voedingsindustrie Gezelschapsdieren (NVG). Na diverse brainstormsessies met verschillende aanwezige ondernemers, kwam de wens naar voren om meer inzicht te krijgen in de huisdiereigenaar. De focus lag hierbij op de motieven voor en de voordelen en nadelen van het hebben van huisdieren.

Tijdens de vergadering voor alle aangesloten leden van Trendpanel Gezelschapsdieren in december 2018, werd het onderwerp verder uitgediept. Vervolgens zijn 24 consumenteninterviews afgenomen, waarna de definitieve enquête is opgesteld. Op 15 maart 2019 is de enquête gepubliceerd via bedrijven aangesloten bij Trendpanel Gezelschapsdieren en via diverse sociale media kanalen. Op 1 april 2019 is de enquête gesloten met een totaal van 4.578 respondenten, verdeeld over diverse huisdiersoorten. Na analyse met behulp van SPSS zijn de eerste resultaten gepresenteerd op de jaarlijkse ledenbijeenkomst van het Trendpanel op Animal Event. De figuren tonen de socio-demografische kenmerken van de respondenten. Verspreiding van de enquête via social media kanalen van studenten heeft waarschijnlijk gezorgd voor een hogere respons uit de leeftijdscategorie 21-30 jaar (27%) dan CBS aangeeft (13%). Dit kan de resultaten hebben beïnvloed.

## Respondenten per provincie



## Respondenten per soort huisdier



# Wie is de huisdiereigenaar?

In de Nederlandse samenleving heeft 49% van de huishoudens een huisdier. Wat zijn de drijfveren van eigenaren als het gaat om hun huisdier? Welke keuzes worden gemaakt omtrent de aanschaf en wat ervaren eigenaren als voordelen, nadelen en problemen? Hoe denken huisdiereigenaren over de informatievoorziening en de term duurzaamheid?

## Aanschaf van huisdieren

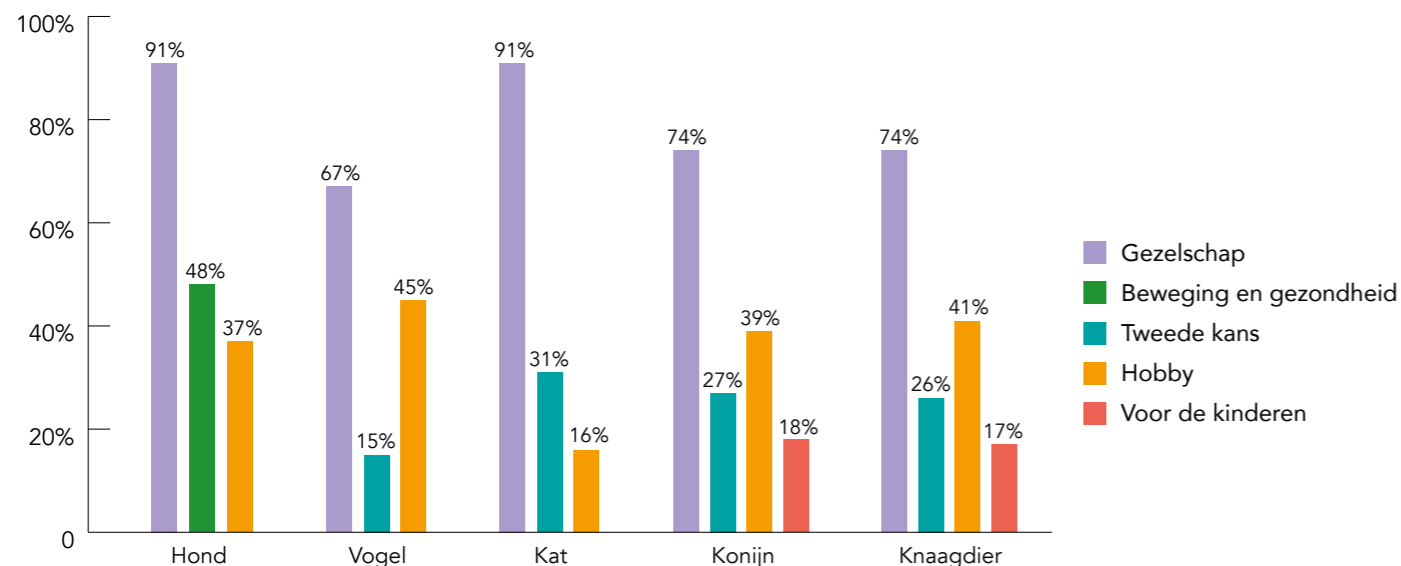
Huisdiereigenaren hebben verschillende redenen om een huisdier aan te schaffen. Vrijwel alle huisdiereigenaren (van honden, katten, vogels, aquariumvissen, knaagdieren, konijnen en herpeten) geven aan hun huisdier te hebben aangeschaft voor gezelschap, met uitzondering van de vijvervis. Gemiddeld 49% van de eigenaren noemt, bij alle diersoorten, ook de term hobby. Per diersoort zijn ook een aantal specifieke

redenen genoemd, namelijk beweging en gezondheid bij hond (48%), tweede kans geven bij kat (31%) en esthetische waarde bij vijvervis (33%). Daarnaast is aan huisdiereigenaren gevraagd waar ze zich hebben georiënteerd bij de aanschaf van hun huisdier. Bij vogels en honden wordt met name Marktplaats genoemd (27% en 31%), bij katten kennissen of familie (31%) en bij konijnen en knaagdieren de dierenwinkel (27% en 32%).

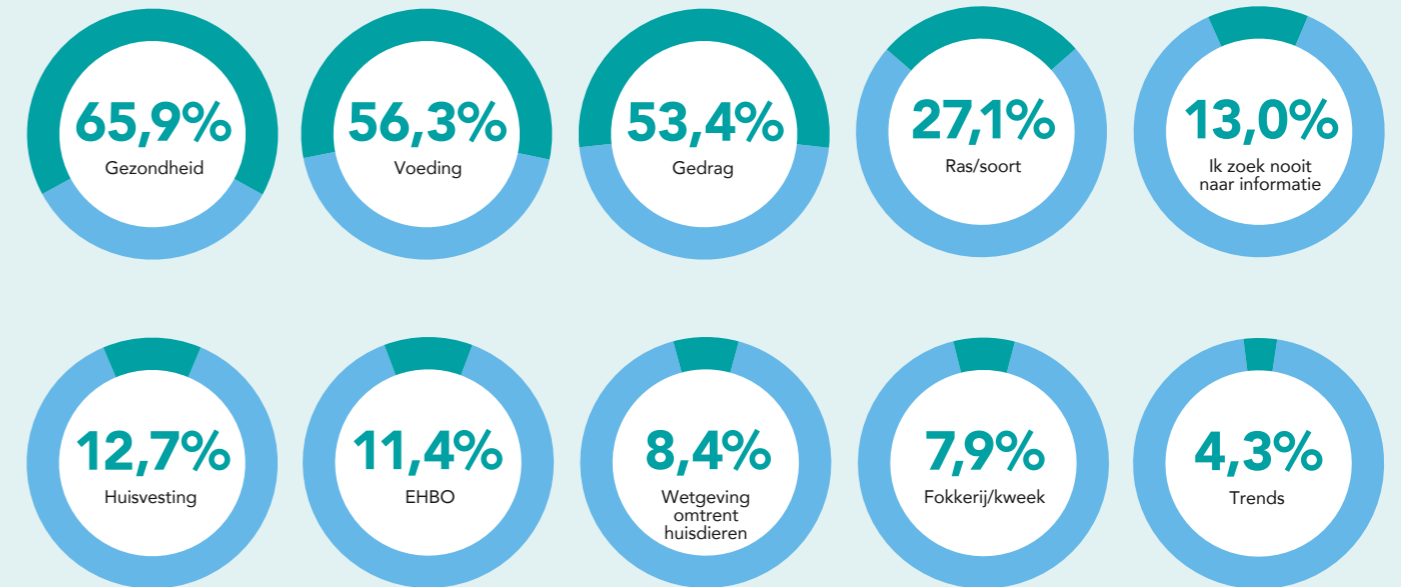
De plek waar de dieren worden aangeboden is niet altijd de plaats waard ze daadwerkelijk worden aangeschaft. Zo worden honden met name aangeschaft bij fokkers (44%), katten bij particulieren (29%) en vogels bij kwekers (29%).

Bij aanschaf van een dier wordt gelet op diverse criteria. Gemiddeld 43% geeft aan te letten op de gezondheid van het dier. Ook het ras of de soort en het uiterlijk worden bij huisdieren

## Aanschafredenen



## Meest gezochte informatie door de huisdiereigenaar



genoemd. Bij hond en kat wordt ook het karakter meerdere malen genoemd (76%; 56%) (Trendpanel Gezelschapsdieren: Enquête, 2019).

## Voor- en nadelen

Bij het houden van huisdieren worden er verschillende voor- en nadelen genoemd door de eigenaren. Voordelen die eigenaren bij het houden van een hond, kat, vogel, konijn en knaagdier ervaren, zijn: gezelschap, het gelukkiger zijn/emotioneel beter voelen en het communiceren met het dier. De voordelen die ervaren worden bij de overige diersoorten (vijver- en aquariumvis en herpeet) zijn: gezelschap, minder stress en het gelukkiger zijn/emotioneel beter voelen.

De meest genoemde nadelen van huisdieren verschillen per diersoort. Gemiddeld 42% van de eigenaren geeft bij vrijwel alle diersoorten, met uitzondering van de vissen, aan dat het nodig hebben van een oppas een nadeel is. Ook het opruimen van rommel en poep wordt als nadeel gezien. Nadelen die

specifiek voor een diersoort genoemd worden, zijn voor de hond gedragsproblemen (12%), voor de kat het beschadigen van het interieur (26%), voor de vogel geluidsoverlast (24%) en voor knaagdieren de stank (23%).

## Problemen

Naast het ervaren van voor- en nadelen kunnen eigenaren ook specifieke welzijnsproblemen ervaren bij hun dier.

ervaart 49% wel eens gedragsproblemen bij hun hond. Dit wijkt af van de 12% die bij nadelen is genoemd. Van de katteneigenaren geeft 48% aan nooit gedragsproblemen te ervaren. Dit is interessant aangezien 26% van de eigenaren wel 'het beschadigen van het interieur' als nadeel ervaren. De eigenaren van de overige diersoorten geven aan vrijwel nooit problemen te ervaren bij hun dieren.

## Meer dan 50% van de huisdiereigenaren let niet op de duurzaamheid van de verpakkingen

Daarbij is uitgegaan van de aspecten van Welfare Quality (voeding, gezondheid, gedrag en huisvesting) en fokkerij. Honden- en katteneigenaren geven aan soms problemen te ervaren met de gezondheid van hun dier (55%; 50%). Naast gezondheidsproblemen

## Aanschaf producten

Bij het houden van huisdieren hoort ook het aanschaffen van producten. Hierbij geven huisdiereigenaren aan te letten op verschillende aspecten, zoals de kwaliteit van voeding en andere producten (97%; 92%).

Bij producten moet worden gedacht aan accessoires, manden enzovoorts. Ook de prijs van voeding en producten is een belangrijk aspect bij aankoop (64% en 78%). Meer dan de helft van de huisdiereigenaren geeft aan niet te letten op de duurzaamheid van de verpakkingen (56%).

**Informatievoorziening**

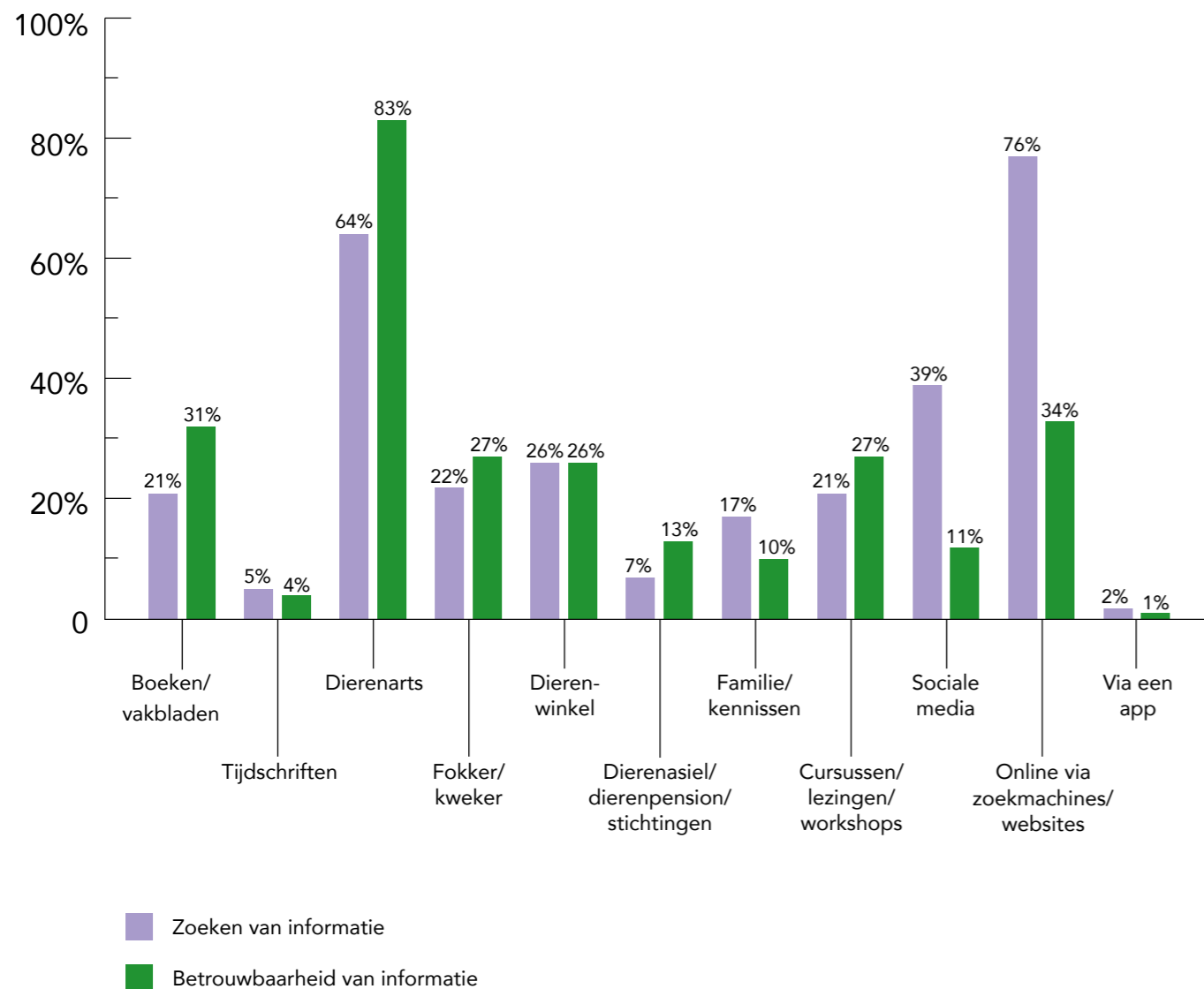
De informatie over het huisdier wordt door de eigenaren via verschillende bronnen gezocht. Deze bronnen zijn weergegeven in de grafiek 'Zoeken

naar en de betrouwbaarheid van informatie'. De bronnen die het meest worden geraadpleegd zijn de online zoekmachines/websites en de dierenartsen. Dit zegt niets over de frequentie waarmee betrouwbare bronnen worden geraadpleegd of hoe betrouwbaar de huisdiereigenaar de bronnen vinden.

Ruim 80% van de huisdiereigenaren geeft aan de dierenarts betrouwbaar te vinden. Van alle huisdiereigenaren geeft 64% aan deze bron daadwerkelijk

te raadplegen voor informatie. Daartegenover staan de online zoekmachines/websites die door ruim 70% van de huisdiereigenaren worden geraadpleegd. 34% van de huisdiereigenaren vindt deze bron betrouwbaar. Bij de dierenwinkel valt het op dat er weinig verschil is tussen het percentage dat daar informatie zoekt (26,3%) en de informatie van deze bron betrouwbaar vindt (25,9%).

**Zoeken naar en betrouwbaarheid van informatie**



Een blik in de gedachten van de **huisdiereigenaar**

Huisdiereigenaren ervaren voordelen, nadelen en problemen omtrent hun dier. Ook maken ze keuzes met betrekking tot de aanschaf, duurzaamheid en informatievoorziening. Maar waar worden deze keuzes op gebaseerd? Interviews met huisdiereigenaren ((N=77) van honden, katten, vogels, konijnen en knaagdieren) geven meer inzicht in hun meningen en ervaringen.

**Aanschaf**

Het samenleven met een huisdier begint bij de aanschaf. Hoe de eigenaar tot de aanschaf van een dier komt, verschilt per diersoort. Uit de enquête en interviews is gebleken dat gezelschap de voornaamste reden is voor de aanschaf van een huisdier. Maar wat houdt gezelschap in? Uit de interviews blijkt dat 58 van de 77 huisdiereigenaren de aanwezigheid van het dier als gezelschap zien. Wanneer het dier om aandacht vraagt of 's avonds lekker bij

je komt liggen voor de televisie, wordt ook als gezelschap ervaren. Bij het houden van honden wordt specifiek het doen van activiteiten, zoals wandelen en zwemmen, door eigenaren ervaren als gezelschap. Vogeleigenaren geven aan dat het geluid dat de vogels maken als gezelschap wordt ervaren.

Voordat een huisdier daadwerkelijk wordt aangeschaft vindt er een proces plaats, waarbij bepaalde keuzes gemaakt worden door huisdiereigenaren.

Zo blijkt dat er bij de aanschaf onder andere gelet wordt op de eigenschappen van het dier zoals leeftijd, karakter, uiterlijk, gezondheid en raseigenschappen. In figuur "Eigenschappen van het dier" is per diersoort de meest genoemde eigenschap toegelicht.

Honden worden voornamelijk bij een fokker aangeschaft; dit is genoemd door 27 van de 36 hondeneigenaren. De huisdiereigenaren geven aan dat deze keuze wordt beïnvloed door de

**Eigenschappen van het dier**

Honden worden met name op raseigenschappen gekozen. Hierbij letten huisdiereigenaren op het uiterlijk, erfelijke aandoeningen, grootte en het karakter van het hondenras.



Konijnen en knaagdieren worden met name op raseigenschappen gekozen. Hierbij letten huisdiereigenaren op het uiterlijk en karakter van het dier.

Katten worden met name op karakter en uiterlijk gekozen. Hierbij letten huisdiereigenaren op bijvoorbeeld nieuwsgierigheid en uitstraling.

Vogels worden met name op basis van hun gezondheid gekozen. Hierbij letten huisdiereigenaren bijvoorbeeld op erfelijke aandoeningen.



informatie die ze bij de fokker over hun dier ontvangen. Daarnaast geven verschillende katteneigenaren aan dat het dier is komen aanlopen. Toen bleek dat niemand de kat kwijt was, werd het dier in huis genomen en verzorgd. Konijnen en knaagdieren worden voornamelijk aangeschaft bij een dierenwinkel. Een voorbeeld hiervan is een hamstereigenaar die aangaf de hamster hier

als voordeel ervaren. De huisdiereigenaren is gevraagd wat ze onder de term communicatie verstaan. Praten met het dier wordt hierbij vaak genoemd, namelijk door 27 van de 77 huisdiereigenaren. Sommige eigenaren zijn ervan overtuigd dat het dier alles verstaat en begrijpt. Andere huisdiereigenaren praten tegen hun dier, terwijl ze weten dat het dier het niet

door hondeneigenaren, is het naar buiten gaan met de hond. Eigenaren voelen zich verplicht met de hond te gaan wandelen en geven aan dit als positieve reden te zien om het huis uit te gaan. Konijnen- en knaagdierenbezitters daarentegen geven aan dat het een voordeel is dat er niet met de dieren gewandeld hoeft te worden. Bovendien wordt aangegeven dat het onderhoud bij deze dieren minder intensief is. Ook voegeigenaren noemen het gemakkelijke onderhoud als een voordeel.

Honden- en katteneigenaren geven aan dat de dieren 'affectie' geven, wat als voordeel wordt ervaren.

Konijnen- en knaagdierenbezitters noemen hetzelfde voordeel. Eigenaren verstaan onder de term 'affectie' het bieden van troost en geluk. Daarnaast bieden de dieren vriendschap, liefde en zorgen ze voor positieve emoties.

**Nadelen en problemen**

Naast voordelen worden ook nadelen ervaren door huisdiereigenaren. Uit de enquête en tijdens de interviews kwam

het zoeken van een oppas als nadeel naar voren. Bijvoorbeeld twee eigenaren geven aan het dier niet naar een pension te willen brengen. Daarnaast ervaren huisdiereigenaren dat ze niet zomaar in de auto kunnen stappen en ergens heen kunnen gaan over het algemeen als nadeel. Opvallend is dat 53 van de 77 huisdiereigenaren geen moeite heeft met het vinden van een oppas. Deze eigenaren geven aan helemaal niet weg te gaan, de huisdieren mee te nemen of vrienden en familie op de dieren te laten passen. Het opruimen van rommel en ontlasting wordt ook een aantal keren genoemd als nadeel. Bij honden wordt specifiek het kwijl en het haar als nadeel benoemd. De hondeneigenaren moeten hierdoor soms een paar keer per dag het huis stofzuigen. Katteneigenaren vinden het schoonmaken van de kattenbak een nadeel. Bij vogels wordt vooral geluids-overlast als nadeel genoemd, bijvoorbeeld omdat het geluid schel en irritant gevonden wordt.

Op het gebied van gezondheid, gedrag en/of voeding worden problemen ervaren. Overigens geven 18 van de 77

huisdiereigenaren aan geen problemen te ervaren bij hun huisdieren, terwijl ze wel problemen weten te noemen. Ze geven dan aan dat het bij het houden van huisdieren hoort.

**Duurzaamheid**

Uit de enquête komt naar voren dat eigenaren op verschillende aspecten letten bij het aanschaffen van producten. Eén van die aspecten is duurzaamheid.

Uit de verschillende gesprekken met huisdiereigenaren blijkt dat er uiteenlopende gedachten zijn over de term 'duurzaamheid'. Zo wordt het zuinig omgaan met de aarde en met grondstoffen genoemd. Ook het lang meegaan van producten wordt als duurzaam gezien. Hierbij wordt een verband gelegd met de prijs van het product. Huisdiereigenaren geven aan niet méér te willen betalen dan dat ze ervoor terugkrijgen. Daarentegen geven een aantal huisdiereigenaren aan het niet erg te vinden een hogere prijs te betalen voor iets dat langer meegaat. Opvallend is dat één van de geïnter-

viewden aangeeft dat rashonden meer mogen kosten, omdat ze vindt dat ze langer leven: "Mensen vragen nog té weinig voor een rashond, het mag wat kosten, want je kan er op langere termijn méér plezier van hebben."

Huisdiereigenaren geven aan duurzaam te handelen bij het onderhoud van hun huisdier. Zo geven katteneigenaren aan dat ze kattenbakvulling van hout kopen, omdat dit in de GFT bak kan worden gedeponereerd. Bij konijnen en knaagdieren geven de eigenaren aan het hok niet in één keer schoon te maken, maar steeds de vieze plekken weg te halen. Hierdoor is er minder verspilling.

Daarnaast geven 17 van de 77 huisdiereigenaren aan helemaal niets te doen aan duurzaamheid. Zo noemt één huisdiereigenaar dat zij alleen geen verschil kan maken, omdat andere mensen ook niet op duurzaamheid letten.

**Huisdiereigenaren geven aan duurzaam te handelen bij het onderhoud van hun huisdier**

gekocht te hebben, omdat ze geen andere locaties kon bedenken voor de aanschaf van een hamster.

**Voordelen**

Gezelschap wordt als belangrijke reden voor aanschaf van een huisdier gezien. Na aankoop wordt gezelschap eveneens als belangrijk voordeel van het houden van het dier genoemd. Naast gezelschap wordt communicatie ook

begrijpt. Het dier is dan voornamelijk een aanspreekpunt. Ook het geven van commando's, die door het dier begrepen en opgevolgd worden, wordt door de eigenaren als communicatie ervaren. Konijnen- en knaagdierenbezitters ervaren het spelen en andere vormen van interactie als communicatie. Voegeigenaren geven aan geen communicatie met hun vogels te ervaren. Een ander voordeel dat genoemd is

**Uitspraken van huisdiereigenaren**



# De diversiteit van huisdiereigenaren



Zoals eerder beschreven zijn er diverse redenen voor het aanschaffen van een huisdier. Dat betreft redenen als gezelschap, extra lichaamsbeweging of om het dier een tweede kans te geven. Voor ondernemers is het steeds lastiger te bepalen op welke doelgroepen moet worden gericht met marketingcampagnes en strategische beslissingen.

Trendpanel Gezelschapsdieren heeft voor meer inzicht in de huisdiereigenaren een enquête verspreid via haar leden en diverse fora van diergroepen. De resultaten (N=4.578) zijn geanalyseerd door middel van een clusteranalyse (SPSS).

Daaruit bleek dat huisdieren in verschillende typen zijn in te delen op basis van de volgende criteria: redenen en criteria van aanschaf, plaats van aanbod van het dier, voordelen, nadelen en problemen van het houden van dieren, zoeken van informatie en betrouwbaarheid van informatiebronnen.

Per huisdier is een algemeen beeld van de eigenaar geschetst door de hoogste percentages te nemen. Vervolgens zijn diverse typen toegevoegd, met percentages die enigszins afwijken van het algemene beeld van de eigenaar.

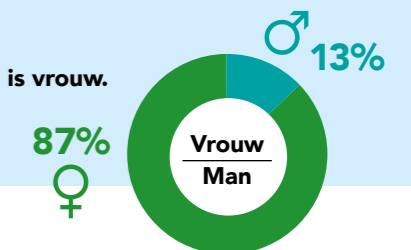
## Emma, de algemene huisdiereigenaar (N=4.578):

Emma is een vrouw van tussen de 21 en 30 jaar (28% van het totaal aantal respondenten) en ze heeft een relatie, maar nog geen kind(eren) (31%).



Ze heeft één diersoort aangeschaft (56%). Emma heeft dit gedaan via een fokker of kweker (29%). Daarbij woont zij in de provincie Gelderland of in Noord-Brabant (16%; 16%). Emma heeft een afgeronde mbo-opleiding (43%) en zij zoekt over haar huisdieren informatie omtrent gezondheid, voeding, gedrag en ras en/of soort. Deze informatie wordt opgezocht via online zoekmachines en/of websites, de dierenarts en sociale media. Daarbij worden respectievelijk de bronnen dierenarts, online zoekmachines en/of websites en boeken en/of vakbladen als het meest betrouwbaar beschouwd.

87% van de huisdiereigenaren is vrouw.

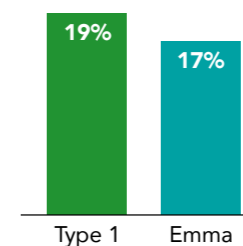


## Type 1 (N=1.604)

Huisdiereigenaren in de eerste groep zijn vaker alleenstaand zonder kind(eren) (19%) dan de algemene huisdiereigenaar en zij vallen binnen de leeftijdscategorie van 51-60 jaar (20%).

Deze huisdiereigenaren zoeken vaker informatie via boeken en/of vakbladen (24%) en via cursussen/lezingen/workshops (23%).

Alleenstaand zonder kinderen



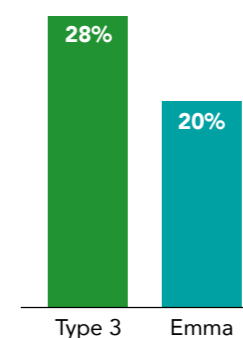
## Type 3 (N=1.612)

Deze huisdiereigenaren wonen nog thuis (28%) en hebben meestal het voortgezet onderwijs (19%) of een mbo-opleiding afgerond (40%).

Dit type huisdiereigenaar zoekt informatie vaker via familie en/of kennissen (19%) dan via fokker en/of kweker (16%) of cursussen/lezingen/workshops (16%) vergeleken met Emma.

Deze groep beschouwt de fokker en/of kweker (23%) als een minder betrouwbare bron voor informatie dan de andere typen huisdiereigenaren.

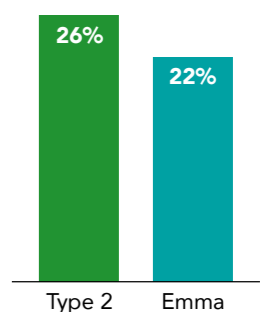
Thuiswonend



## Type 2 (N=1.362)

De huisdiereigenaar in deze groep is iets jonger dan type 1 en valt vaker binnen de leeftijdscategorie van 41-50 jaar (21%). Dit type huisdiereigenaar zoekt bij voorkeur informatie via de fokker en/of kweker of bij de dierenwinkel (26%). De dierenarts, fokker en/of kweker, online zoekmachines en/of websites en boeken en/of vakbladen worden als betrouwbare bronnen beschouwd.

Informatie via fokker en/of kweker



**Tess, de algemene hondeneigenaar (N=3.375):**

Tess is de trotse eigenaar van één hond (63%), de enige diersoort in een tweepersoons huishouden (31%). Zij valt in de leeftijdscategorie van 21-30 jaar (25%) en schaft de hond aan via de fokker (44%). Tess is woonachtig in de provincie Noord-Brabant of Gelderland (16%; 16%), en zij een mbo-opleiding heeft afgerond (44%). Tess zoekt informatie over haar huisdieren omtrent gezondheid, voeding, gedrag ras en/of soort. Ze zoekt deze informatie via online zoekmachines en/of websites, de dierenarts en sociale media, waarbij de bronnen dierenarts, online zoekmachines en/of websites en boeken en/of vakbladen als betrouwbaar worden beschouwd.

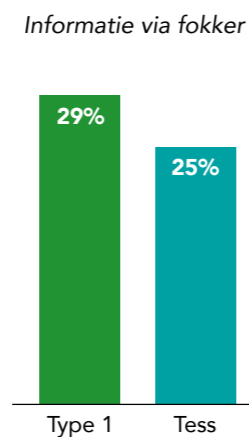


**Type 1 (N=985):**

De hondeneigenaren in deze groep zijn ouder dan Tess en vallen binnen de leeftijdscategorie van 41-50 jaar of van 51-60 jaar (23%; 22%). Zij wonen in de provincie Gelderland, Noord-Brabant of Zuid-Holland.

Dit type hondeneigenaar zoekt vaker informatie via de fokker (29%) dan via familie en/of kennissen (13%) in vergelijking met Tess.

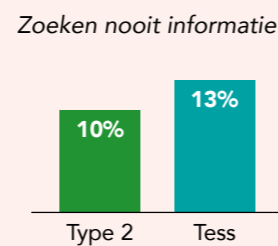
Deze hondeneigenaren beschouwen bronnen, zoals de dierenarts, fokker, boeken en/of vakbladen en cursussen/lezingen/workshops als betrouwbaar en online zoekmachines en/of websites (28%) als minder betrouwbaar.



**Type 2 (N=1.161):**

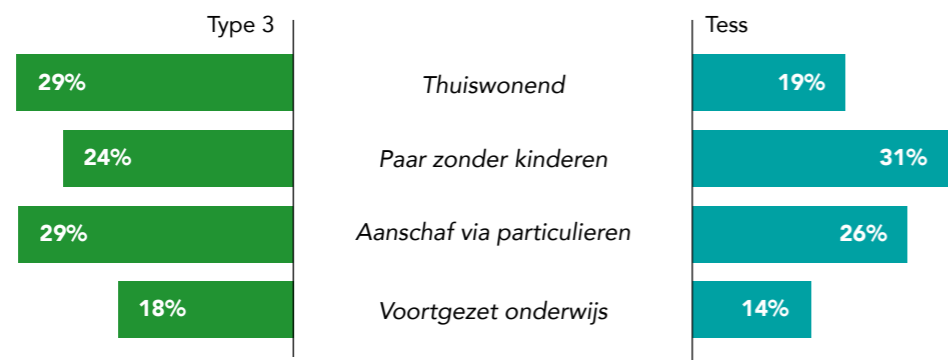
Dit type hondeneigenaar valt vaker binnen de leeftijdscategorieën van 21-30 jaar en 51-60 jaar (22%; 22%).

Dit type hondeneigenaar zoekt vaker naar informatie dan de algemene huisdiereigenaar Tess (10%).



**Type 3 (N=1.229):**

Dit type hondeneigenaar woont nog thuis (29%) en heeft meestal het voortgezet onderwijs (18%) of een mbo-opleiding afgerond (42%). De honden van deze eigenaren zijn vaker aangeschaft via een particulier met een nestje (29%) dan bij Tess. Informatie over het huisdier wordt gezocht op het gebied van gezondheid, gedrag en voeding.



**Sophie, de algemene katteneigenaar (N=1.883):**

Sophie is in het bezit van één kat (42%), die zij heeft aangeschaft bij een particulier met een nestje (28%). De kat is niet haar enige huisdier, Sophie heeft nog één ander diersoort in huis (38%). Zij is woonachtig in de provincie Gelderland of Zuid-Holland (16%; 15%).



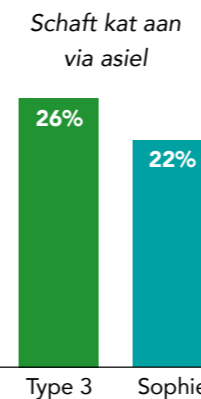
Op het gebied van leeftijd, huishoudelijke situatie, het zoeken van informatie en de betrouwbaarheid van de informatie is Sophie eenzelfde soort huisdiereigenaar als Tess.

**Type 1 (N=644):**

Dit type katteneigenaar vindt de fokker (26%) betrouwbaarder dan Sophie. Het aanschaffen van een kat wordt vaker gedaan via zwerfdierenimport (4%).

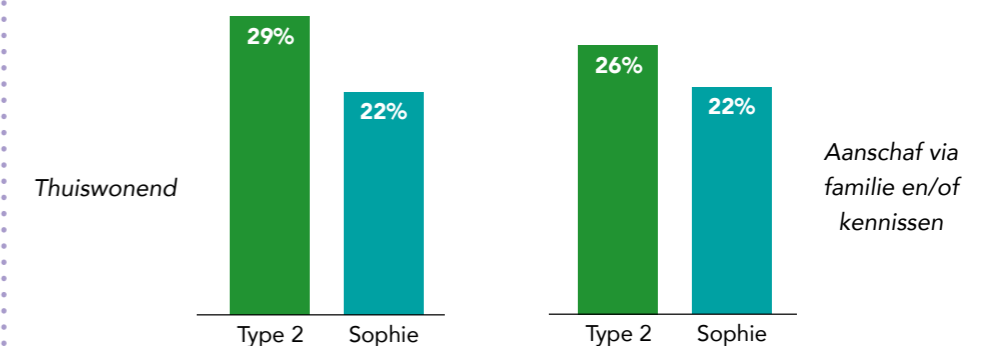
**Type 3 (N=340):**

Deze katteneigenaren schaffen de kat aan via een particulier met een nestje of via het asiel (25%; 24%). De bronnen dierenarts, boeken en/of vakbladen, online zoekmachines en/of websites, cursussen/lezingen/workshops en de dierenwinkel worden als betrouwbaar gezien.



**Type 2 (N=322):**

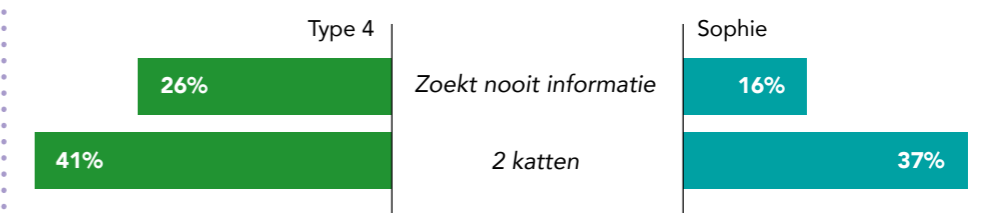
Katteneigenaren in deze groep wonen nog thuis (29%), waarbij de kat aangeschaft wordt via kennissen of familieleden (26%) en minder via de fokker (6%). Dit type katteneigenaar zoekt meer dan Sophie naar informatie op het gebied van gezondheid, gedrag en voeding. Daarbij geven zij vaker aan nooit naar informatie te zoeken (21%), als er wel informatie gezocht wordt gebeurt dit minder vaak via boeken en/of vakbladen (12%), de fokker (4%) of cursussen/lezingen/workshops (7%) dan bij Sophie. Deze groep ziet de dierenarts, online zoekmachines en/of websites, de dierenwinkel en boeken en/of vakbladen als een betrouwbare bron. In vergelijking met de andere typen worden de bronnen fokker (12%) en cursussen/lezingen/workshops (17%) als minder betrouwbaar gezien.



**Type 4 (N=211):**

Katteneigenaren in deze groep zijn vaker dan de algemene katteneigenaar een paar met kinderen (27%). Ze zijn woonachtig in de provincie Zuid-Holland (18%), bezitten twee katten (41%) en geven aan nooit naar informatie te zoeken (26%).

Informatie wordt niet gezocht via boeken en/of vakbladen, maar via online zoekmachines en/of websites, bij de dierenarts en via sociale media, waarbij de dierenarts, dierenwinkel en online zoekmachines en/of websites als betrouwbare bronnen worden gezien.



**Type 5 (N=366):**

Deze groep katteneigenaren vinden online zoekmachines en/of websites net zo betrouwbaar als boeken en/of vakbladen (35%) in vergelijking met de andere typen.



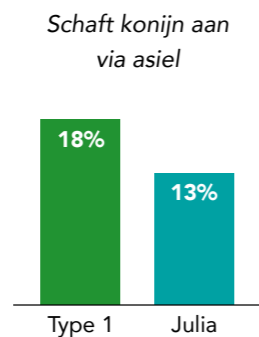
**Julia, de algemene konijneneigenaar (N=577):**

Julia heeft twee konijnen (41%) en woont nog thuis (32%) in de provincie Gelderland (20%). Net als Sophie heeft Julia naast de konijnen nog een ander diersoort in huis (32%). De konijnen worden het vaakst aangeschaft bij een dierenwinkel (29%). Julia zoekt het vaakst naar informatie over gezondheid, voeding, gedrag en huisvesting. Hiervoor gebruikt zij online zoekmachines en/of websites, social media en de dierenarts (net als Emma, Tess en Sophie). Zij is 21 tot 30 jaar (40%) en heeft een mbo-opleiding afgerond (46%). De bronnen die zij als het meest betrouwbaar beschouwt, zijn de dierenarts, boeken en/of vakbladen, online zoekmachines en/of websites en cursussen/lezingen/workshops.

**Type 1 (N=141):**

Konijneneigenaren in deze groep zijn ouder dan Julia en vallen vaker binnen de leeftijdscategorie van 31-40 jaar (23%). Ze zijn net zo vaak woonachtig in de provincie Gelderland als in Zuid-Holland (16%).

De konijnen worden via de dierenwinkel of via het asiel aangeschaft (30%; 18%). Bij het zoeken van informatie worden de bronnen dierenarts, boeken en/of vakbladen, cursussen/lezingen/workshops en online zoekmachines en/of websites als betrouwbaar gezien.



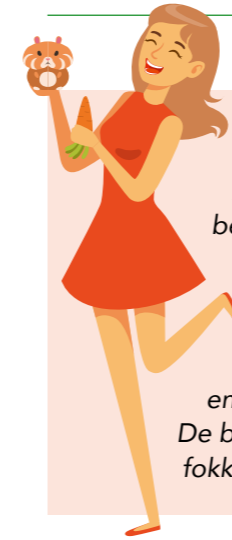
**Type 3 (N=231):**

Net als Julia woont deze eigenaar nog thuis (42%), valt in de leeftijdscategorie 21-30 jaar (48%) en heeft een afgerond mbo- of hbo-opleiding (41%; 35%).

Deze groep heeft één konijn (42%) als huisdier naast twee andere diersoorten (32%).

Deze konijneneigenaren zoeken informatie over hun huisdieren op het gebied van gezondheid, gedrag, voeding en huisvesting.

Hierbij gebruiken ze online zoekmachines en/of websites, de dierenarts, dierenwinkel en sociale media.



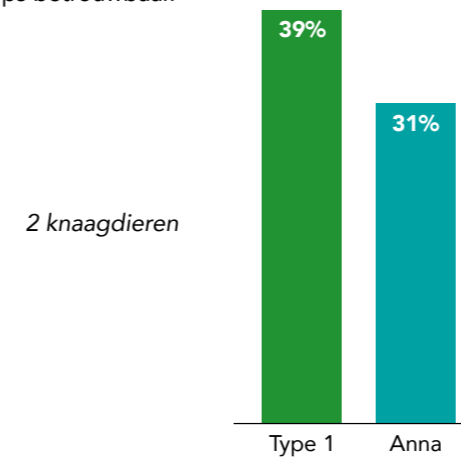
**Anna, de algemene knaagdiereigenaar (N=473):**

Anna is 21-30 jaar (41%) en thuiswonend (36%) in de provincie Gelderland (19%). Zij is in het bezit van één of twee knaagdier(en) (30%; 31%), die aangeschaft is/zijn in de dierenwinkel (36%). Anna heeft daarnaast nog twee of drie andere diersoorten in huis (29%; 28%).

Net als de andere huisdiereigenaren heeft ook Anna een mbo-opleiding afgerond (44%). Als Anna informatie zoekt dan zoekt zij die net als Julia op over gezondheid, voeding, gedrag en huisvesting (via dezelfde kanalen). De bronnen die Anna betrouwbaar vindt zijn de dierenarts, online zoekmachines en/of websites, de fokker en boeken en/of vakbladen.

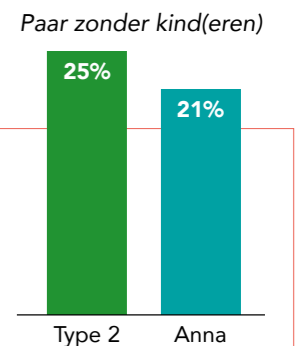
**Type 1 (N=183):**

De knaagdiereigenaar in deze groep valt binnen de leeftijdscategorie van 11-20 jaar of 21-30 jaar (25%; 39%). Deze knaagdiereigenaren hebben net zo vaak het voortgezet onderwijs als een hbo-opleiding (22%) afgerond in vergelijking met Anna. Zij zijn in het bezit van twee knaagdieren (39%) die via de dierenwinkel (30%) of fokker (25%) zijn aangeschaft, waarbij er nog twee andere diersoorten (34%) in huis aanwezig zijn. Zij vinden de bronnen dierenarts, online zoekmachines en/of websites, boeken en/of vakbladen en cursussen/lezingen/workshops betrouwbaar.



**Type 2 (N=131):**

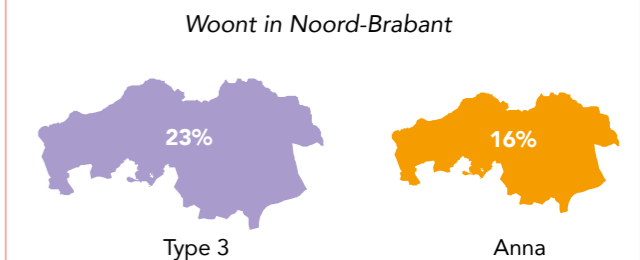
Deze groep betreft knaagdiereigenaren die nog thuis wonen (35%) of een paar zonder kinderen (25%). Voor het zoeken van informatie worden online zoekmachines en/of websites, de dierenarts, sociale media en fokker als bron gebruikt. Hierbij worden de dierenarts, fokker, online zoekmachines en/of websites en cursussen/lezingen/workshops als meest betrouwbare bronnen gezien.



**Type 3 (N=159):**

Dit type knaagdiereigenaar woont nog thuis (39%) of vormt een paar met kind(eren) (25%), in de provincie Noord-Brabant (23%). Zij vallen in de leeftijdscategorie van 11-20 jaar of 21-30 jaar (25%; 44%) en hebben meestal het voortgezet onderwijs (25%) of een mbo-opleiding (43%) afgerond.

Deze groep heeft twee knaagdieren (33%) en in vergelijking met de andere typen vaker drie knaagdieren (15%) in huis. Het zoeken van informatie gebeurt niet alleen op het gebied van gezondheid, voeding, gedrag en huisvesting maar ook over ras en/of soort (26%).



## Huisvesting: sociaal of niet-sociaal?

In onze samenleving worden veel huisdieren gehouden. Maar houden we onze huisdieren eigenlijk wel op de juiste manier? Voorzien wij op het gebied van sociale huisvesting in de behoeften van onze huisdieren? In samenwerking met de Dierenbescherming is onderzocht hoe de meest gehouden huisdieren, waarbij risico bestaat op verkeerde sociale huisvesting, momenteel gehuisvest worden.

Door middel van enquêtes is gevraagd naar de sociale huisvesting van verschillende huisdieren. De enquêtes zijn onderverdeeld in de volgende diergroepen: hond, kat, konijn en knaagdier. In een periode van vier weken zijn respondenten in twintig steden door heel Nederland willekeurig aangesproken met de vraag om de enquête in te vullen (N=984).

Op deze manier is getracht een zo representatief mogelijke groep huisdier-eigenaren te bereiken. Onder andere is gevraagd hoe zij hun dier huisvesten, of het dier sociaal contact heeft met andere dieren en wat volgens de eigenaar de meest ideale sociale huisvesting voor zijn diersoort is, zoals in de figuur 'Ideale sociale huisvesting volgens de huiseigenaren' is te zien.

### Hond

Bijna de helft van de hondeneigenaren (48%) geeft aan dat hun hond binnenshuis geen sociaal contact heeft met andere dieren. Buitenshuis (bijvoorbeeld in de tuin) heeft de hond volgens 37% van eigenaren geen sociaal contact. 89% van de honden heeft wel sociaal contact tijdens het uitlaten. Dit contact vindt zowel los als aan de lijn plaats. Ongeveer 1% van de honden uit de enquête wordt niet uitgelaten. Van de

respondenten heeft 43% een kleine hond, 42% een middelgrote hond en 15% een grote hond. Van alle eigenaren geeft ongeveer 1% aan dat de hond niet in huis mag. Het merendeel van alle hondeneigenaren geeft aan hun hond individueel te huisvesten, namelijk 70%. Eén derde van de eigenaren geeft aan geen andere huisdieren in huis te hebben. Wanneer hondeneigenaren wel meerdere diersoorten huisvesten, is dat vaak een hond samen met een kat (20%) (Trendpanel Gezelschapsdieren: Kwalitatief onderzoek, 2019).

Honden hebben van nature behoefte aan sociaal contact, aangezien het groepsdieren zijn. Er zijn richtlijnen

contact benadrukt wordt, is het opvallend dat 48% van de honden in huis geen sociaal contact heeft met andere dieren (Trendpanel Gezelschapsdieren: Kwalitatief onderzoek, 2019). Een van de respondenten: "Honden in het algemeen kunnen beter in tweetallen of groepen worden gehuisvest, maar mijn hond doet het beter alleen".

### Kat

Van de katteneigenaren geeft 29% aan dat de kat geen sociaal contact heeft met andere dieren in huis. Ongeveer 50% geeft aan dat de kat in huis sociaal contact heeft met een soortgenoot. Bijna de helft van de katteneigenaren (47%) geeft aan één kat in huis te hebben. Deze kat heeft vaak twee kamers

### Honden kunnen in het algemeen beter in tweetallen of in groepen worden gehuisvest

voor beweging en mentale stimulatie om het welzijn van het dier te waarborgen (Leenstra, et al., 2010). In de vergelijking met de literatuur, waarbij de natuurlijke behoefte aan sociaal

tot zijn beschikking. Eén derde van de eigenaren heeft twee katten in huis. Deze katten hebben dan vaak meer dan drie kamers tot hun beschikking.

## Onderzoek door studenten

### Ken de lichaamstaal van je hond (in opdracht van Universiteit Maastricht)

Lichaamstaal is een belangrijke vorm van communicatie bij honden. Ze gebruiken voornamelijk hun kop en staart om te communiceren. Als een hond gestrest is, zal hij hoogstwaarschijnlijk verschillende stresssignalen vertonen, zoals geeuwen, zijn oren naar achteren zetten, zijn oogwit laten zien of zijn hoofd wegdraaien. Wanneer deze stresssignalen niet op tijd worden herkend, kan dit leiden tot een agressieve reactie. Om mogelijke gevaarlijke situaties te voorkomen is het belangrijk om deze stresssignalen tijdig te herkennen.

Om te onderzoeken in hoeverre mensen stresssignalen kunnen herkennen bij honden, hebben studenten 'Toegepaste Biologie' van HAS Hogeschool een 'Hondenemotie-onderzoek' uitgevoerd. In dit onderzoek werden leken, hondeneigenaren, hondentrainers en gedragspecialisten gevraagd om het stressniveau van honden op zestien verschillende foto's te scoren (N=284).

De foto's van een gestreste hond kregen een significant hogere stress-score dan foto's van een niet gestreste hond. Dit betekent in principe dat respondenten met alle achtergronden stresssignalen bij honden kunnen herkennen. Toch is gebleken dat hondentrainers- en gedragspecialisten stresssignalen beter kunnen herkennen. Ook respondenten die veel tijd doorbrengen met hun hond(en), konden stresssignalen beter herkennen. Om mogelijk gevaarlijke situaties te voorkomen in de toekomst, is er meer educatie nodig over lichaamstaal van honden. Zo kan er een veilige omgeving worden gecreëerd voor zowel mens als hond (Hop, Jans, Peters, Scholten, & Smit, 2019).

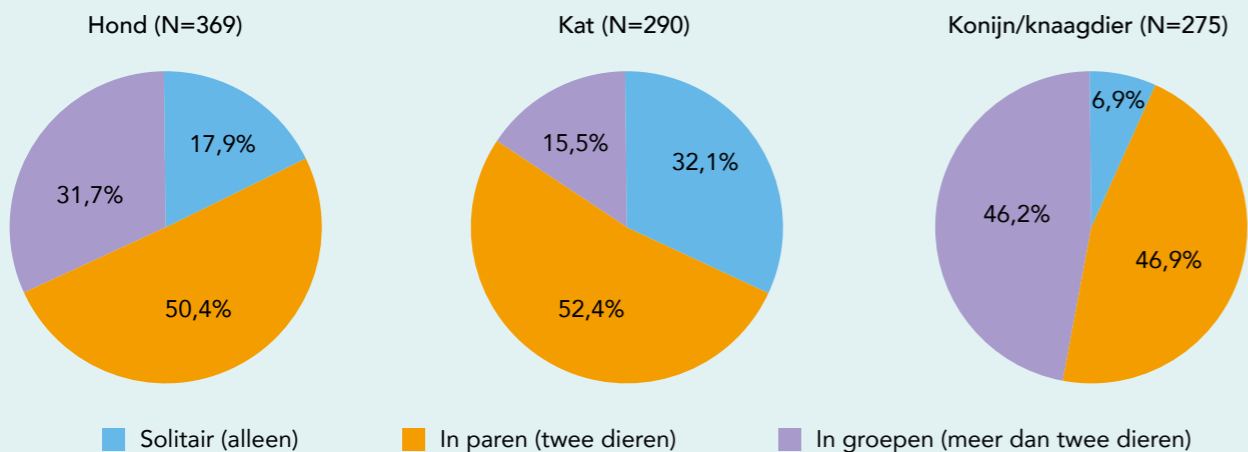


Ongeveer 99% van de katten mag naar buiten. Een klein aantal van deze katten (4%) mag buiten het huis alleen in een afgesloten hok of ren, terwijl 42% vrij in de tuin en daarbuiten mag rondlopen. Ongeveer 30% van de eigenaren geeft aan naast hun kat geen andere huisdieren te houden. Wanneer er wel

meerdere huisdieren in huis worden gehouden, is dit vaak een kat samen met een hond (25%). Ook voor katten bestaan er richtlijnen die aangeven hoe een kat het beste gehuisvest kan worden. Een van deze richtlijnen is gericht op het aantal benodigde kamers (het aantal katten

= het aantal kamers + 1). Deze richtlijn is één van de belangrijkste wanneer er wordt gekeken naar de beste huisvesting voor meerdere katten in één huis (Rochlitz, 2005). De resultaten geven de indruk dat katteneigenaren een goed inzicht hebben in de behoeften van hun kat. Ze voldoen aan de

### Ideale sociale huisvesting volgens de huisdiereigenaren (N=934)



## De optimale huisvesting van katten

richtlijnen uit de literatuur voor wat betreft het aantal kamers.

### Konijn en knaagdier

Het merendeel van de konijnbezitters geeft aan dat het konijn sociaal contact heeft met soortgenoten binnen hetzelfde verblijf (53%). Ook de eigenaren van ratten (73%) en cavia's (76%) geven aan dat het dier sociaal contact heeft met soortgenoten binnen hetzelfde verblijf. Daarnaast geven vrijwel alle hamstereigenaren (94%) aan dat de hamster geen mogelijkheid heeft tot contact met een soortgenoot. Verder geeft 59% van de konijnen knaagdierbezitters aan dat het huisdier geen mogelijkheid heeft tot sociaal contact met een ander diersoort.

Bij het onderwerp huisvesting geven konijn- en knaagdierbezitters aan hun huisdier(en) voornamelijk te huisvesten in een ren (29%) of in een afgesloten binnenkooi (26%). Uit de resultaten komt naar voren dat 53% van de konijnen, 71% van de ratten en 76% van de cavia's de mogelijkheid heeft tot sociaal contact met een soortgenoot. Uit literatuur blijkt dat sociaal contact met een soortgenoot bij konijnen, ratten en cavia's van groot belang is.

Hamsters worden voornamelijk op een goede manier gehuisvest, namelijk individueel (Leenstra, et al., 2010).



Het comfortniveau van een kat met betrekking tot zijn omgeving is intrinsiek gekoppeld aan de fysieke gezondheid, de emotionele gezondheid en het gedrag. Om het optimale comfortniveau van de kat te bereiken zijn vijf categorieën opgesteld die het kader vormen voor een gezonde kattenomgeving (NVG, z.d.; Ellis. S. L. H., 2013).

Het onderzoek is opgezet door een panel van experts, gespecialiseerd in het gedrag en in de gezondheid van katten, met als doel het creëren van minder stressvolle ervaringen bij de verzorging. De vijf categorieën zijn in het onderstaande kader weergegeven; drie categorieën worden nader toegelicht. De eerste en tweede categorie omvatten het bevorderen van een veilige plek en het ter beschikking stellen van verschillende, over de ruimte verspreide voorzieningen. Het bevorderen van een veilige plek vermindert stress bij de kat omdat een veilige plek de kat het gevoel van afsluiting, isolatie of afzondering geeft. Katten voelen zich veilig op hoge plekken waar mensen niet (bij) kunnen komen. Doordat een kat een mogelijke bedreiging niet ziet, voelt het dier zich veiliger. Wanneer

een kat ontspannen is, kan de veilige plek ook als slaapplek dienen. Als het gaat om een aantal van twee of meer 'binnenkatten' die samen gehuisvest zijn, dient iedere kat een eigen ruimte ter beschikking te hebben om zich terug te kunnen trekken. Ook moeten alle katten elkaar volledig kunnen ontlopen op momenten dat de dieren elkaar niet tolereren (Ellis. S. L. H., 2013; Ruitenber, 2019; Van der Burgt, z.d.).

De derde categorie omvat de mogelijkheid tot spelen, jagen en territorium afbakenen. De kat dient altijd het natuurlijk gedrag te kunnen vertonen. Het natuurlijk gedrag van een kat bestaat uit spelen, jagen, territorium afbakenen en ruiken (Ellis. S. L. H., 2013).

Iedere kat is anders en ieder individu heeft andere behoeftes. Echter, wanneer de vijf categorieën aangehouden worden, zal de optimale huisvesting en het optimale welzijn van iedere kat nagestreefd worden (Ellis. S. L. H., 2013).

Emma van Leeuwen in samenwerking met kattengedragsdeskundige Maggie Ruitenber

### Vijf categorieën optimale huisvesting kat

- **Categorie 1**  
Het bevorderen van een veilige plek.
- **Categorie 2**  
Verschillende, over de ruimte verspreide voorzieningen, die betrekking hebben op eten, drinken, slapen, spelen, krabben en ontlasten.
- **Categorie 3**  
De mogelijkheid tot spelen, jagen en afbakenen van het territorium.
- **Categorie 4**  
De mogelijkheid tot het hebben van positieve, consistente en voorspelbare sociale interactie in de relatie tussen kat en mens.
- **Categorie 5**  
Het bevorderen van een omgeving waar de reukzintuigen gestimuleerd worden.

## "Dokter Google"

Onderwaardering, het verlagen van prijzen en boze klanten zijn onderwerpen waarmee een dierenarts steeds vaker te maken krijgt. Om achter de rol en positie van de dierenarts te komen is er gesproken met twee bedrijven met expertise uit de veterinaire branche. Daarnaast zijn er interviews afgenomen om de meningen van de huisdiereigenaren te inventariseren, zie hoofdstuk 'Wie is de huisdiereigenaar?' Zo wordt vanuit verschillende standpunten de positie van de dierenarts belicht.

Dierenartsen hebben het gevoel achter de keuzes van huisdiereigenaren te moeten staan en een adviserende rol aan te moeten nemen (Coe, et al., 2008). Binnen het beroepenveld wordt aangegeven dat er nog steeds het gevoel bestaat dat de dierenarts een autoriteit is. Toch ervaren huisdiereigenaren de dierenarts meer als een adviseur (Coe, et al., 2008). Uit het kwalitatieve onderzoek komt naar voren dat 16 van de 77 huisdiereigenaren de dierenarts onbetrouwbaar vinden, terwijl 54 van de 77 deskundigen, zoals dierenartsen, zeggen te raadplegen. Dit gebeurt voornamelijk op het gebied van behandelingen en tips over gezondheid (Trendpanel Gezelschapsdieren: Kwalitatief onderzoek, 2019). Dat de dierenarts een adviserende rol aanneemt, blijkt ook uit onderzoek van Strube, Neubert, Springer en Samon-Himmelstjerna (2019) waar de frequentie van ontwormen bij huisdiereigenaren is gemeten en vergeleken met de ESCCAP-richtlijnen. Hieruit kwam naar voren dat 98% van de honden en 84% van de katten minder vaak ontwormd wordt dan is aangeraden. Huisdiereigenaren gaven hierbij aan, zich niet bewust te zijn van het te weinig ontwormen van hun honden of

katten. Ze zouden door de dierenarts beter voorgelicht moeten worden als het gaat over parasieten, zoönoses en de herhaling van ontwormen (Strube, Neubert, Springer, & Samson-Himmelstjerna, 2019).

### Bespreken kosten

Naast een verandering in de rol van de dierenarts (van autoriteit naar adviseur), ervaren dierenartsen ook een uitdaging in het bespreken van kosten met de huisdiereigenaar. De dierenarts verwacht dat de huisdiereigenaar een lagere prijs wenst voor de basisbehandelingen. Bij dierenartsen bestaat het beeld dat huisdiereigenaren zich geen basisbehandeling zouden kunnen veroorloven, waardoor ze de prijs verlagen (Coe, et al., 2007; Coe, et al., 2008). Dierenartsen zijn blijkbaar sneller geneigd de prijzen te verlagen om kwalitatief betaalbare zorg aan te kunnen bieden. Dit wordt ook herkend door het beroepenveld.

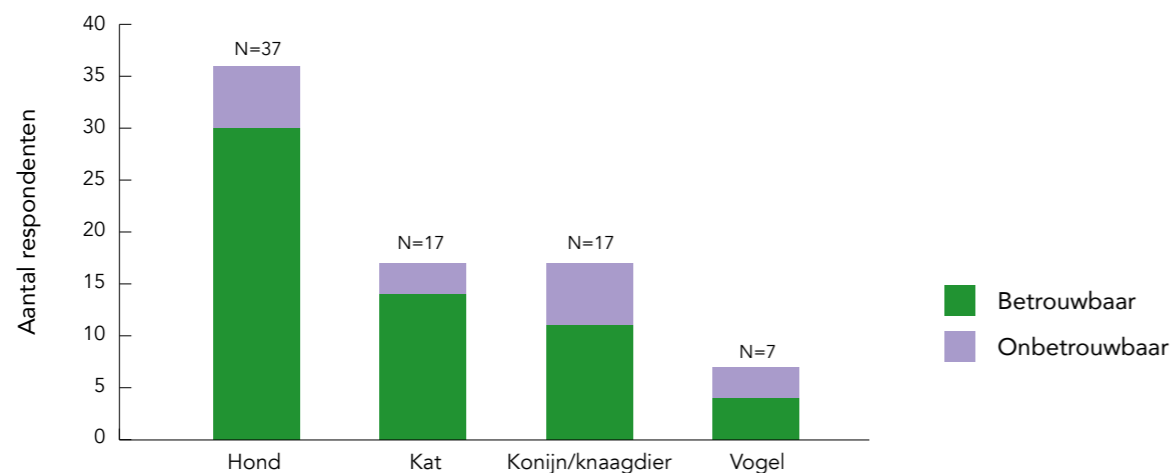
### Verkeerde conclusie

Zowel uit onderzoek in het beroepenveld als uit literatuuronderzoek blijkt dat de huisdiereigenaar naar de praktijk komt met (met name) via internet verzamelde informatie (Kogan L., Oxley, Hellyer, Schoenfeld, & Rishniw, 2018; Kogan, Oxley, & Hazel, 2019). Het probleem hierbij is dat de huisdiereigenaar de informatie niet goed begrijpt, verkeerde conclusies trekt en overtuigd is van deze conclusies. De dierenarts heeft vervolgens de moeilijke taak om de huisdiereigenaar het tegendeel te bewijzen (Coe, et al., 2008). In het kwalitatieve onderzoek geven 27 van de 77 huisdiereigenaren aan het internet onbetrouwbaar te vinden. Toch geven 63 van de 77 huisdiereigenaren aan internet als informatiebron te gebruiken. Dit gebeurt echter wel in combinatie met andere bronnen (onder andere de dierenarts). Er wordt dus informatie vergaard door eigenaren, maar heeft die gevonden informatie invloed op

**Betere voorlichting door  
dierenartsen over parasieten en  
ontwormen is wenselijk**

### Betrouwbaarheid van dierenartsen gezien door huisdiereigenaren

Bron: Deze gegevens zijn afkomstig uit het kwalitatieve onderzoek, zie artikel "Een blik in de gedachten van de huisdiereigenaar"



### Vorbereiding op dierenartsconsult van honden- en katteneigenaren\*

Deze gegevens zijn afkomstig uit het kwalitatieve onderzoek, zie artikel "Een blik in de gedachten van de huisdiereigenaar"



de beslissingen van huisdiereigenaren? Uit het onderzoek van Kogan, Oxley, Hellyer, Schoenfeld en Rishniw (2018) kwam naar voren dat huisdiereigenaren aangeven dat dit wel het geval is. Voornamelijk keuzes voor behandelingen worden door de informatie beïnvloed. De huisdiereigenaar zoekt bevestiging van de gevonden informatie bij de dierenarts.

#### Vorbereiden

Uit het kwalitatieve onderzoek kwam ook naar voren dat 8 van de 53 honden- en katteneigenaren zich voorbereiden op een afspraak bij de dierenarts. Vervolgens zoeken alle acht eigenaren bevestiging van hun gevonden informatie bij de dierenarts. Het beroepenveld bevestigt dit verschijnsel. De eigenaren nemen zelfs geen genoegen meer met een niet onderbouwde diagnose en gaan de discussie aan wanneer zij er anders over denken. De dierenarts moet vervolgens de klant overtuigen van zijn eigen diagnose (Coe, et al., 2008). Naast dat de huisdiereigenaar zelf informatie opzoekt, verwacht deze ook informatie aangereikt te krijgen van de dierenarts.

Huisdiereigenaren willen duidelijke informatie ontvangen, met name over de effecten van de behandelingen op hun huisdier (Coe, et al., 2008).

#### Keuze

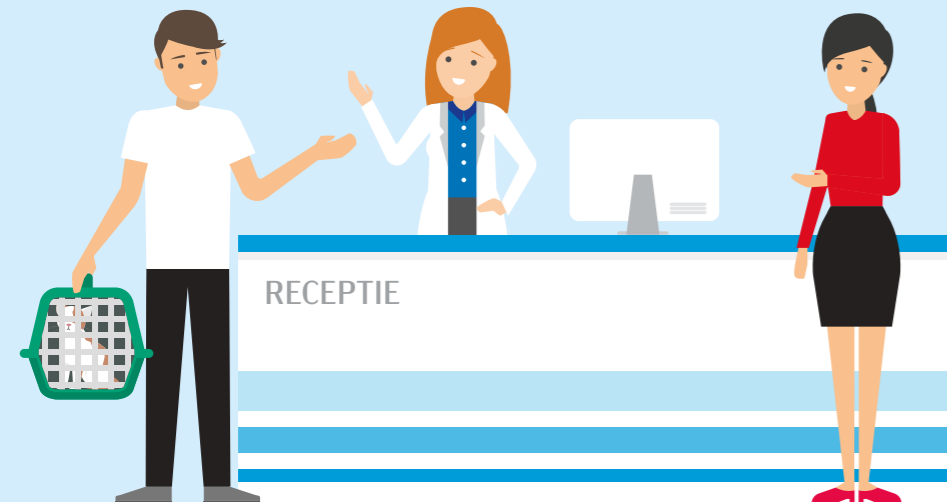
Daarnaast willen huisdiereigenaren een keuze hebben voor verschillende behandelopties en alternatieven (Coe, et al., 2008). Hierbij willen ze, voorafgaand aan de behandeling, volledig geïnformeerd worden over de procedure en de kosten. Emoties spelen vaak een belangrijke rol tijdens bezoeken aan de dierenarts. Het gevolg kan zijn dat huisdiereigenaren meer betalen voor behandelingen dan hun budget toelaat. Daarom is het van belang dat de dierenarts het consult begint met informatie over de behandeling en de bijkomende kosten. Wanneer dit niet gebeurt, kan de huisdiereigenaar het vertrouwen in de desbetreffende dierenarts verliezen (Coe, et al., 2007). Het beroepenveld geeft aan dat het belangrijk is de huisdiereigenaar een keuze te geven, voornamelijk als het gaat over de kosten. Jarenlang heeft de dierenarts de prijzen verlaagd uit angst dat de huisdiereigenaar de reke-

ning niet kon betalen. Ondertussen is dit verwachtingspatroon al ingesleten bij zowel de dierenarts als de huisdiereigenaar (Coe, et al., 2007). Ook het beroepenveld beaamt dit verwachtingspatroon. Door zowel de literatuur als de praktijk, wordt aanbevolen transparant te zijn in de communicatie naar de huisdiereigenaar.

Dit artikel is tot stand gekomen met de medewerking van Vitaux en digiRedo.

### Meningen over dierenartsen

**Een goede ervaring**  
"Wat een prettige dierenarts, zij heeft me zo goed geholpen"

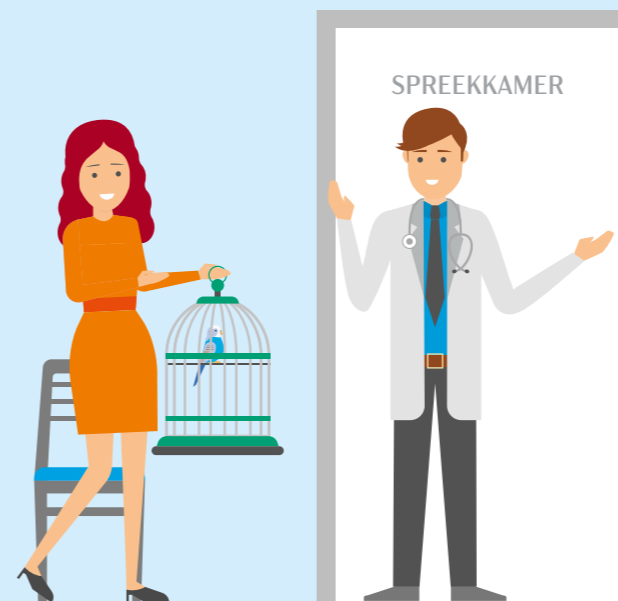


**Kritisch kijken**  
"Ik geloof de dierenarts wel, maar kijk toch kritisch naar zijn advies"



**Kennisniveau**  
"De dierenarts heeft ervoor gestudeerd"

**Niet commercieel**  
"Hij kijkt naar wat mijn huisdier nodig heeft, niet hoeveel geld hij eraan verdient"





## Boris kost een kleine auto

De dierenarts is (te) duur in de ogen van veel diereigenaren. Google 'dierenartsprijs' en je struikelt over forumberichten van eigenaren die klagen over de hoge prijzen van hun dierenarts (Avrotros, 2014). Het Algemeen Dagblad kopte in 2017 'Dierenartsen rekenen vaak absurde bedragen' (De Groot, 2017). Dierenartsen proberen daarentegen de prijs vaak te drukken, uit angst teveel te vragen, vooral aan eigenaren met een kleine beurs. Daar wringt nu juist de schoen: de meeste eigenaren hebben geen idee waar ze voor betalen. En dan lijkt het vaak te duur.

De eerste hond van mijn moeder was Boris, een Golden Retriever. Was Boris ziek, dan ging ze naar haar dierenarts. Een praktijk in een mooi en ruim pand, waar het er altijd fris en verzorgd uitzag. Bij binnenkomst werd mijn moeder vriendelijk begroet, vaak nadat Boris eerst een knuffel had gekregen. Ze nam meestal plaats in de wachtkamer; mijn moeder komt namelijk nooit ergens te laat. Op de afgesproken tijd kwam de dierenarts haar halen.

Eenmaal in de spreekkamer werd de tijd genomen om naar haar te luisteren en werd Boris systematisch onderzocht. Niet zelden moest er aanvullend onderzoek gedaan worden, zoals röntgen- of bloedonderzoek. Daar

kon mijn moeder vaak op wachten onder het genot van een kopje koffie. Duurde het wat langer dan belde de dierenarts haar op zodra de uitslag bekend was. 'Mijn hond wordt beter behandeld dan ik', zei ze dan, refererend naar haar huisarts, die zij altijd zelf moest bellen voor een uitslag.

Niet zelden belde de paraveterinair om te vragen hoe het met Boris ging, wanneer er een therapie was ingezet. En altijd ging ze terug voor een controle, om te weten of Boris echt beter was. Soms vond ze de rekening wel hoog. "t Is veel geld, maar ja, het gaat wel om de gezondheid van Boris en wij worden hier zo goed geholpen."

De praktijk van mijn moeder was zeer klantgericht. Daar is destijds heel bewust voor gekozen. De theorie hierover is heel duidelijk: als bedrijf kun je je strategisch onderscheiden door de focus te leggen op één van de volgende drie gebieden: product leiderschap, klant partnerschap en uitblinkend productieproces weergegeven in figuur "Strategisch onderscheiden als bedrijf (Van der Stek, Treacy, & Wiersema, 2018)."

Bij veel praktijken is niet goed over een dergelijke strategie nagedacht. Men wil graag topkwaliteit dierge-



## Strategisch onderscheiden als bedrijf Bron: Van der Stek, Treacy & Wiersema, 2018

### 1. PRODUCT LEIDERSCHAP

In dit geval bied je de beste en meest innovatieve producten en diensten aan. De prijs is hoog, je reputatie superieur. Denk aan Miele (er is geen betere). Kijk je naar dierenartsenpraktijken dan zijn de Sterklinieken en AniCura praktijken die zich zo profileren.

### 2. KLANT PARTNERSCHAP

Waarbij er goede producten en diensten worden aangeboden, maar de focus vooral ligt op de relatie met de klant. Dergelijke bedrijven willen vooral een uitstekende service leveren, zien klanten graag vaak terugkomen en zijn zeker niet de goedkoopste. Zij streven naar een extreem hoge klanttevredenheid. Coolblue is hiervan een voorbeeld. Veel praktijken streven hiernaar, maar hebben veel moeite dat goed tot uiting te laten komen.

### 3. UITBLINKEND PRODUCTIEPROCES

Hierbij ligt de focus op het zo efficiënt mogelijk inrichten van al je bedrijfsprocessen tegen zo laag mogelijke kosten. Een dergelijk bedrijf biedt veelal een beperkt product portfolio aan tegen een scherpe prijs. IKEA is zo'n bedrijf. Dierenartspraktijken in de retail, zoals de Praxis en VetsPlace zullen zich hier vooral op richten.

neeskunde bieden, maar in een pand met achterstallig onderhoud en met een afgeschreven röntgenapparaat van een ziekenhuis is dat niet overtuigend. Of men zegt zeer klantgericht te zijn, maar heeft dit niet in alle communicatie uitgewerkt en doorgevoerd, waardoor de klant bij elk bezoek een andere ervaring heeft. Soms is de angst voor de portemonnee van de klant zo groot dat, ook wanneer er kwalitatief goede diergeneeskunde wordt geleverd, er toch wordt gemarchandeerd met de prijs. Hierdoor krijgt de klant een totaal verkeerd beeld van wat goede diergeneeskunde kost. Kortom, daar waar het onderscheidend vermogen van een praktijk niet duidelijk is, is er discussie over de prijs.

Het kan ook anders. Mark dierenarts, winnaar van de DAP Award 2017, is een praktijk die zich duidelijk profileert op de klantrelatie en er alles aan doet om dat uit te dragen. Getuige het pand, de inrichting ervan en de manier waar-

op deze praktijk met zijn klanten communiceert (verbaal en non-verbaal). In deze praktijk zijn er dan ook nauwelijks discussies over de prijs. De klant weet wat-ie krijgt voor de prijs die hij betaalt.

Boris is zestien geworden en mijn moeder heeft, denk ik, een kleine auto aan medische kosten aan hem besteed. Over de prijs heb ik haar nooit horen klagen. Mijn moeder wist wat ze kon verwachten bij haar dierenarts, en werd daarin nooit teleurgesteld. Zodra dat duidelijk is is er vrijwel geen discussie over de prijs, of deze nu hoog of laag is. Maar dan moet je dat als praktijk wel laten zien.

René van den Bos (digiRedo)

## Kennis delen is kennis **vermenigvuldigen**

'Inzicht in de huisdiereigenaar.' Zo luidt de subtitel van deze monitor. Wie is de gemiddelde huisdiereigenaar en wat houdt haar/hem bezig als het gaat om aankopen voor huisdieren? Belangrijke vragen voor de sector.

Antwoorden op deze vragen zijn essentieel voor betere strategische beslissingen in de toekomst. De markt is turbulent. De consument veranderlijk. Wat geeft ondernemers nog houvast? Dezelfde consument is het antwoord van een spreker op Global Pet Con-

aanvullen. De enquête in deze monitor geeft aan dat de huisdiereigenaar vooral let op de kwaliteit van voeding en overige producten, terwijl onderzoek van NVG laat zien welke producteigenschappen daarbij van belang zijn. Duurzaamheid krijgt steeds meer aandacht

Hoe richten we onze fysieke locaties in als ontmoetingsplek, servicepunt en podium voor bijzondere belevingen (Peters, 2019)?

De hoeveelheid en complexiteit van de vragen is voor alle partijen een uitdaging. Daarom roept Trendpanel het bedrijfsleven op om relevante vraagstukken en ideeën voor verder onderzoek door te geven via [trendpanel.hogeschool.dronten@aeres.nl](mailto:trendpanel.hogeschool.dronten@aeres.nl).

Samen komen we verder in het professionaliseren van de sector.

**Kennis delen is kennis vermenigvuldigen.**

*Martinus Tellegen,  
Bestuurder van Trendpanel Gezelschapsdieren*

### Terwijl de markt snel verandert blijven menselijke motieven hetzelfde

ference 2019. Hij stelde: 'Terwijl de markt snel verandert, blijven menselijke motieven hetzelfde'

Maar wat zijn dan die motieven voor aankopen? Waar worstelt de klant mee, waar wordt hij blij van? Welke voordelen, nadelen, problemen zijn gekoppeld aan huisdieren? Relevante vraagstukken waaraan Pet Monitor 2019 een mooie bijdrage levert door een grootschalige enquête, tientallen interviews en waardevolle onderzoeksgegevens vanuit het bedrijfsleven. Met als resultaat, onder andere, de indeling van huisdiereigenaren in typen (persona's).

#### Elkaar aanvullen

Bijzonder hoe de resultaten elkaar

van huisdiereigenaren. 40% wil meer informatie over duurzame ingrediënten op het etiket en 44% let op duurzaamheid van de verpakking. Tegelijk is het percentage dat niet let op duurzame verpakking hoog te noemen (56%).

#### Customer journey

Veel marktfragen zijn nog te stellen. Hoe ziet bijvoorbeeld de customer journey eruit van de verschillende typen huisdierbezitters. In hoeverre gaat humanisering ten koste van dierenwelzijn? Hoe kan de huisdiersector gebruik maken van combinaties van diverse trends, zoals gezondheid, zelf voer bereiden, personalisatie en beleving. Hoe belangrijk is hospitality als wapen voor dierenwinkels en dierenartsen tegen de toenemende concurrentiedruk?

## Colofon

Pet Monitor 2019 is samengesteld door Trendpanel Gezelschapsdieren, een samenwerking tussen Aeres Hogeschool Dronten, HAS Hogeschool Den Bosch en diverse bedrijven uit de volle breedte van de huisdier-sector.

Trendpanel Gezelschapsdieren verricht onderzoek, verzamelt onderzoeken van partners en bundelt deze tot een jaarlijkse monitor. Door kennis te creëren, verzamelen en delen, wil Trendpanel Gezelschapsdieren de sector verder professionaliseren.

Mocht u tips of vragen hebben over de huidige of komende monitor, dan kunt u contact met ons opnemen. Ook voor de bronnenlijst van Pet Monitor 2019 kunt u contact opnemen.

## Redactie en samenstelling Pet Monitor 2019

### • Aeres Hogeschool Dronten

Larissa Hoogervorst-Spek, Emma van Leeuwen,  
Dieke van Triest, Sophie van Vilsteren en Merel van  
der Velde

*Docent: Martinus Tellegen*

### • HAS Hogeschool Den Bosch

Kevin Coloma Cook, Kimberley van Dijk, Lizanne  
Hop, Kiki Krewinkel, Hugo Peters en Sanne de Raad

*Docenten: Esther Majoor en Manon de Kort*

### • Kerngroep leden

Benita Beekhof (NVG), René van den Bos (digiRedo)  
en Willemijn Lootens (Prins Petfoods)

### • Ondersteuning

Peter van Honk (onderzoek), Kathalijne Visser  
(onderzoek) en Roel Veen (taalkundig)

## Informatie en vragen

[www.aereshogeschool.nl/petmonitor](http://www.aereshogeschool.nl/petmonitor)

[trendpanel.hogeschool.dronten@aeres.nl](mailto:trendpanel.hogeschool.dronten@aeres.nl)

## Ontwerp en vormgeving

[www.debunschoter.nl](http://www.debunschoter.nl)