

Certificering van de dierenbranche

De keuze van consumenten voor een aanbieder van gezelschapsdieren en diensten

Voor: Ministerie van Landbouw, Natuur en
Voedselkwaliteit – Projectgroep
Certificering

Door: Joris Brekelmans
Senior Research Executive
Thomas Vonk
Client Service Director

Datum: 22 september 2008

Projectnr Synovate: 81115

Projectnr DPC: P4175

Kenmerk DPC: 3370547

Copyright:

© 2008. Synovate Ltd. Alle rechten voorbehouden.

De concepten en ideeën die u in dit document worden aangeboden zijn intellectueel eigendom van Synovate Ltd. Deze zijn strikt vertrouwelijk van aard en worden u aangeboden met dien verstande dat zij door u strikt vertrouwelijk behandeld dienen te worden en dat van de hiervoor genoemde concepten en ideeën geen gebruik zal worden gemaakt, waaronder ook valt het verstrekken van informatie aan een derde partij, zonder de uitdrukkelijke voorafgaande toestemming en/of volledige betaling van de gebruikelijke vergoedingen voor professionele dienstverlening.

Inhoud

	Pagina
1. Samenvatting, conclusies en aanbevelingen	3
2. Onderzoeksopzet	5
3. Belang van aspecten van het aankoopproces	9
4. Aankoopproces van een huisdier	15
5. Aankoopproces van diersdiensten	29
6. Certificering van de huisdierenbranche	31
Bijlage: Vragenlijst	37



1. Samenvatting, conclusies en aanbevelingen

We ondervroegen 600 consumenten die overwegen een huisdier te kopen, dit recentelijk gedaan hebben of gebruik maken van diensten voor huisdieren als uitlaatservices en trimsalons. De onderwerpen die aan bod kwamen waren het oriëntatieproces en de eventuele aanschaf van een dier of dienst, evenals de verwachtingen over certificering van de dierenbranche. In dit hoofdstuk vatten we de belangrijkste conclusies samen.

Gezondheid speelt een centrale rol in de keuze voor een huisdier

Aspecten die onderdeel van een certificaat zouden kunnen zijn spelen, naast kenmerken van het dier zelf (uiterlijk, karakter), een belangrijke rol bij de keuze van een aanbieder van een dier. Voor honden, katten en kleine dieren geldt dat gezondheid een centrale rol speelt. Vooral voor katten en honden is ook het opgroeien in een huislijke omstandigheid van belang. Ook een gegarandeerde diervriendelijkheid van de aanbieder en deskundigheid van de aanbieder zijn van relatief groot belang. Meer praktische zaken als prijs, de nabijheid van de aanbieder en een ruime keuze spelen een ondergeschikte rol.

Honden- en kattenbezitters die gebruik maken van diersdiensten (dierenpension, trimsalon, uitlaatsdienst) zijn vooral op zoek naar de beste aanbieder voor hun huisdieren, het liefst dicht bij huis, maar niet per se de goedkoopste. Deskundigheid van de aanbieder en een diervriendelijke bedrijfsvoering worden van groot belang geacht.

Bij communicatie rondom het certificaat voor aanbieders van huisdieren verdient het dan ook de aanbeveling te focussen op een gezondheidsgarantie. Voor katten en honden verdient ook het opgroeien in een huislijke omgeving aandacht. Bij een certificaat voor diensten verdienen hoofdzakelijk deskundigheid en diervriendelijkheid de aandacht.

Certificaat toepassen op winkels, asielen en fokkers

De aanbieders die gecertificeerd zouden moeten worden, zijn uiteraard de kanalen die het meest gebruikt worden voor de aanschaf. Deze verschillen per diersoort: katten en honden worden vaak in asielen of bij fokkers gekocht. Kleinere dieren haalt men daarentegen vaker in winkels. Op de aanschaf van katten heeft het certificaat de minste grip: deze worden relatief vaak via-via aangeschaft.

Voor velen is het nog onduidelijk wat certificering inhoudt

Voor veel consumenten ligt de inhoud van een certificaat of keurmerk niet voor de hand: velen hebben geen idee van de inhoud hiervan. Daarnaast blijkt dat vooral (potentiële) kopers niet eensgezind zijn over de inhoud van een certificaat. Deze groep heeft in de communicatie bij het invoeren van een certificaat dan ook uitleg over de inhoud. Afnemers van diensten associëren een certificaat hoofdzakelijk met deskundigheid van de aanbieders. Kopers en potentiële kopers noemen veelal goede omstandigheden en diervriendelijkheid.

Voorlichting via het internet, winkels en fokkers

De kanalen die het meest gebruikt worden ter oriëntatie bij de aanschaf van een dier zijn het internet, winkels en fokkers. Dit zijn de kanalen waar het meest succesvol over het certificaat gecommuniceerd kan worden.

Meerderheid zou op een certificaat letten

Het certificaat wordt redelijk welwillend ontvangen: een groot deel van de consumenten zou rekening met een certificaat houden of hebben gehouden bij de aanschaf van dier en dienst.

2. Onderzoeksopzet

2.1 Achtergrond

In 2002 is het Honden- en kattenbesluit in werking getreden. Hierin staan eisen over de kennis van de dieren en vakbekwaamheid die iemand moet hebben voor de bedrijfsvoering van een dierenasiel, dierenpension of bedrijfsmatige fokkerij. Er zijn echter nog steeds incidenten rondom een gebrekkige kwaliteit bij sommige fokkers, handelaren, asielen en pensions. Daarom is de overheid met verschillende branche- en maatschappelijke organisaties in gesprek over vrijwillige certificering. Het bereik hiervan is uitgebreid naar dierenspecialzaken en im- en exporteurs. Met een certificaat kunnen ondernemers die aan de kwaliteitseisen voldoen zich onderscheiden van niet-gecertificeerde ondernemers.

Een voorwaarde voor een goede werking van een systeem van certificering is bekendheid van consumenten met de idee van certificering en de voordelen ervan. Om gericht te kunnen communiceren over het certificaat is bij de ontwikkeling van het certificaat kennis nodig over het gedrag en de houdingen van consumenten rondom de aanschaf van een gezelschapsdier. Hiermee wordt duidelijk in welke mate een certificaat een rol kan spelen bij de aanschaf van een gezelschapsdier.

2.2 Onderzoeksdoelstelling

Doel van dit onderzoek is vast te stellen welke overwegingen consumenten maken bij de aanschaf van een gezelschapsdier en welke rol een certificaat bij deze aanschaf zou kunnen spelen.

In dit onderzoek worden de volgende onderzoeksvragen beantwoord:

1. *Welke zaken spelen een rol bij het aankoopproces van een gezelschapsdier?*
2. *Wat zijn de verwachtingen en houdingen van certificering van de gezelschapsdierenbranche?*
3. *Wat is het belang van verschillende aspecten van het certificaat bij het aankoopproces?*

2.3 Methode

Het onderzoek is online uitgevoerd en verliep in twee stappen: een vooronderzoek en het hoofdonderzoek. In het **vooronderzoek** ondervroegen we 7.770 Nederlanders van 15 jaar en ouder om vast te stellen of zij het afgelopen jaar een gezelschapsdier hadden aangeschaft, dat binnen zes maanden van plan waren, of dat zij gebruik maken van diensten voor honden of katten. Het doel van het vooronderzoek was tweeledig:

- het vinden van geschikte respondenten voor het hoofdonderzoek;
- het verkrijgen van een representatief beeld van de verhouding waarin de verschillende doelgroepen en huisdieren zijn vertegenwoordigd in de Nederlandse populatie.

De ondervraagden van het vooronderzoek die kwalificeerden zijn vervolgens uitgenodigd voor het **hoofdonderzoek**. Er is per doelgroep een selectie gemaakt van ondervraagden van het vooronderzoek, waar bij zoveel mogelijk rekening gehouden is met een evenwichtige verdeling tussen de verschillende diergroepen. We ondervroegen 602 mensen in het hoofdonderzoek in de volgende doelgroepen:

Tabel 2-1: Doelgroepen en steekproefgrootte

	Doelgroep	Totaal (n)	Uitgesplitst naar diersoort			
			Hond	Kat	Klein zoogdier	Klein ander dier
A	Mensen in 2007 of 2008 betrokken bij de aanschaf van een gezelschapsdier	356	100	103	81	72
B	Mensen in de komende zes maanden betrokken bij de aanschaf van een gezelschapsdier	158	51	50	24	33
C	Mensen met een hond of kat en in 2007 of 2008 een dierenpension, trimsalon of uitlaatsdienst gebruikt	88	60	28	-	-
	Totaal	602	211	181	105	105

In het hoofdonderzoek werden bezitters en overwegers van de meest voorkomende huisdieren meegenomen, namelijk: hond, kat, kleine zoogdieren (konijn, cavia, muis, rat, hamster) en kleine andere dieren (vis, vogel en reptiel).

Het vooronderzoek liep van 21 tot en met 27 augustus; het hoofdonderzoek liep van 28 tot en met 30 augustus.

Weging

De gegevens van het vooronderzoek zijn gewogen naar de verhoudingen in de Nederlandse bevolking op geslacht, leeftijd, opleiding en Nielsen regio. Op basis van de gewogen gegevens van het vooronderzoek zijn de achtergrondkenmerken van potentiële kopers, kopers en afnemers van diensten bepaald, evenals het bezit van diersoorten. De gegevens van het hoofdonderzoek zijn gewogen naar deze verhoudingen.

2.4 Steekproefbron

Het onderzoek is uitgevoerd onder het Online Interview Panel. Dit is Synovates permission database van mensen die bereid zijn om mee te werken aan online marktonderzoek. Respondenten voor het panel worden via verschillende kanalen geworven: aselect door middel van telefonisch onderzoek en face to face onderzoek.

2.5 Vragenlijst

De vragenlijst voor het hoofdonderzoek bestond uit drie delen:

- Deel 1:
conjunctmeting over het belang van verschillende elementen van certificering
- Deel 2:
vragen over het keuzeprocés voor een aanbieder van gezelschapsdieren
- Deel 3:
vragen over de inhoud van certificering

De vragen in Deel 2 en Deel 3 verschillen per doelgroep. De overige vragen waren voor alle doelgroepen hetzelfde. Deel 1 bestond uit een conjunctmeting. De conjunctvragen zijn specifiek gemaakt voor het dier van voorkeur. Deze is voorgelegd aan 211 mensen met (een voorkeur voor) een hond, 181 mensen met (een voorkeur voor) een kat en 210 mensen met (een voorkeur voor) een ander huisdier.

3. Belang van aspecten van het aankoopproces

3.1 Opzet van de conjunctmeting

Met behulp van een conjunctmeting is nagegaan welke factoren van invloed zijn op de keuze voor een dier. Ieder van ondervraagden heeft vijf keuze taken voorgelegd gekregen over een gezelschapsdier. Dit was het dier dat de ondervraagde bezat of dat hij van plan was te kopen. Bij iedere taak kon men kiezen tussen twee dieren die ieder de volgende zeven kenmerken hadden:

- **Kosten:** het percentage van de prijs boven of beneden de gemiddelde verkoopprijs van het dier
- **Wachttijd:** het aantal maanden dat u moet wachten om te kunnen kiezen voor een bepaalde kleur of geslacht van het dier. Zonder wachttijd kunt u niet kiezen voor een kleur of geslacht, maar kunt u het dier wel gelijk meenemen.
- **Gezondheidsgarantie:** wanneer uw dier binnen een bepaalde tijd dood gaat of ziek wordt, mag u het dier komen ruilen of krijgt u uw geld terug.
- **Diervriendelijkheid aanbieder:** u heeft al dan niet de zekerheid over een diervriendelijke bedrijfsvoering van de aanbieder van het dier.
- **Deskundigheid aanbieder:** u heeft al dan niet de zekerheid dat de aanbieder van het dier deskundig is.
- **Afstand aanbieder:** de afstand waar u woont tot de plaats waar u het dier ophaalt.
- **Huiselijke omstandigheid:** de omgeving waarin het dier is opgegroeid: in een huiselijke omstandigheid of niet in een huiselijke omstandigheid.

Ieder van deze kenmerken heeft twee niveaus. Deze niveaus wisselden per keuzeset.

Per kenmerk zijn er de volgende niveaus:

Kenmerk	Niveau
Kosten	25% goedkoper dan gemiddeld 25% duurder dan gemiddeld
Wachttijd	Geen wachttijd 2 maanden wachttijd
Gezondheidsgarantie	Niet Wel
Diervriendelijkheid aanbieder	Zekerheid Geen zekerheid
Deskundigheid aanbieder	Zekerheid Geen zekerheid
Kwaliteit aanbieder	Zekerheid Geen zekerheid
Afstand	Minder dan 10 km Meer dan 50 km
Huiselijke omstandigheid	In huiselijke omstandigheid opgegroeid Niet in huiselijke omstandigheid opgegroeid

In onderstaande figuur is te zien hoe de keuzetaken voor de ondervraagden op het scherm kwam.



Keuze 4

U kunt uw voorkeur aangeven voor A of B door op een van de knoppen er onder te klikken.

Oplies:	Keuze A:	Keuze B:
<u>Kosten:</u>	25% duurder	25% goedkoper
<u>Deskundigheid aanbieder:</u>	niet zeker	zeker
<u>Wachttijd:</u>	2 maanden	geen
<u>Opgroeien dier:</u>	huiselijk	niet huiselijk
<u>Afstand aanbieder:</u>	minder dan 10 km	meer dan 50 km
<u>Diervriendelijkheid aanbieder:</u>	zeker	niet zeker
<u>Gezondheidsgarantie:</u>	wel	geen



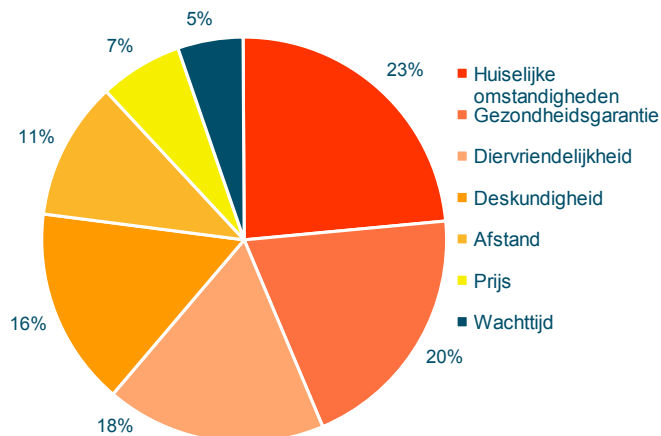
3.2 Resultaten

Uit de keuzes die alle ondervraagde consumenten hebben gemaakt blijkt dat het opgroeien in huiselijke omstandigheden het belangrijkste aspect is dat de keuze voor een dier bepaalt. Van ongeveer even groot belang is de garantie dat het dier gezond is. Ook een gegarandeerde diervriendelijkheid van de aanbieder en deskundigheid van de aanbieder zijn van relatief groot belang.

Samen bepalen aspecten van het certificaat ongeveer driekwart van de keuzes van consumenten voor een bepaald dier. Deze vaststelling moet overigens wel in het licht van de kenmerken die in de keuzetaken aan bod zijn gekomen gezien worden: bijvoorbeeld het karakter en het uiterlijk van het dier zijn niet meegenomen. Later zullen we zien dat deze aspecten van groot belang zijn.

Meer praktische zaken verklaren ongeveer een kwart van de keuze voor een bepaald dier. Hierbij valt op dat de prijs een kleine rol speelt: het welzijn van het dier en een deskundige aanbieder zijn van veel groter belang. Ook een eventuele wachttijd is van ondergeschikt belang. De afstand is na de aspecten van het certificaat de belangrijkste voorspeller van de keuze voor een bepaald dier.

Figuur 3-1: Resultaten van de conjunctmeting: relatief belang van de aspecten

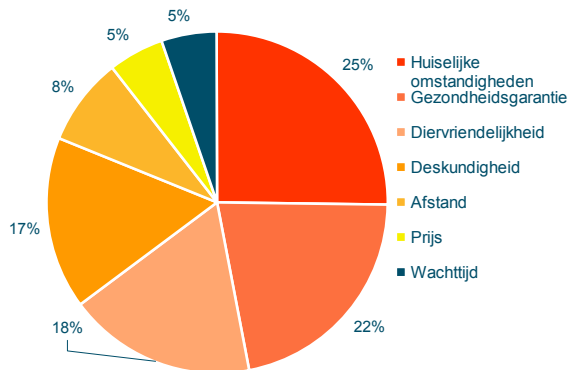


Basis: alle ondervraagden (n=596)

Wanneer we de resultaten van de conjunctmeting voor honden, katten, kleine zoogdieren en overige kleine dieren afzonderlijk bekijken, zien we enkele verschillen in het belang van de verschillende aspecten:

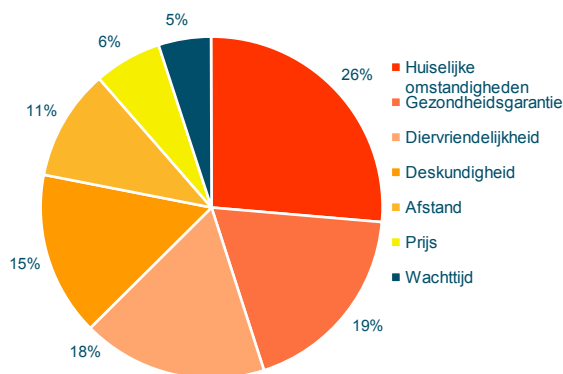
- Bij kleine huisdieren zijn prijs en afstand belangrijker dan voor honden en katten. Voor deze categorie dieren is men dus minder bereid ver te rijden en minder bereid meer te betalen.
- Bij katten is de afstand belangrijker dan bij honden. Met andere woorden: voor de aanschaf van een hond wil men een grotere afstand afleggen dan voor de aanschaf van een kat. Dit hangt mogelijk samen met de grotere beschikbaarheid van katten, in asielen en in de sociale omgeving.
- Bij katten en honden zijn huiselijke omstandigheden belangrijker dan bij kleine huisdieren. Dit wordt mogelijk verklaard door het feit dat katten en honden veelal bij mensen thuis in huis rondlopen, terwijl de kleinere dieren vaak in een kooi, aquarium of terrarium gehouden worden. Deze dieren krijgen na aankoop hoe dan ook een weinig huiselijke huisvesting.

Figuur 3-2a: Resultaten van de conjunctmeting voor honden



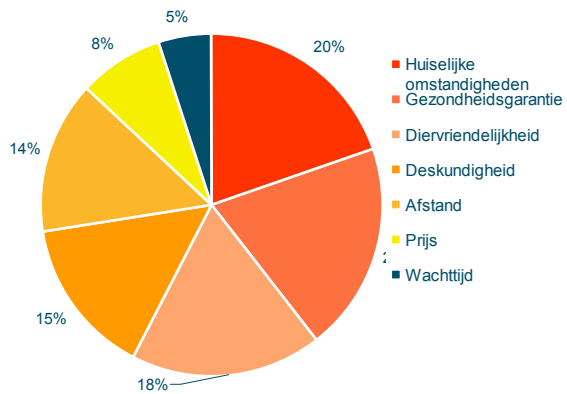
Basis: bezit hond of van plan deze aan te schaffen (n=205)

Figuur 3-2b: Resultaten van de conjunctmeting voor katten



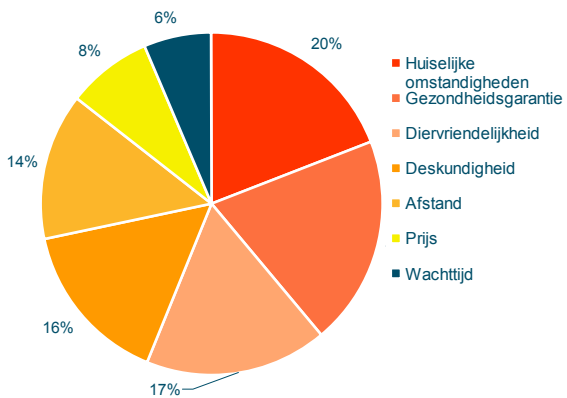
Basis: bezit kat of van plan deze aan te schaffen (n=179)

Figuur 3-2c: Resultaten van de conjunctmeting voor kleine zoogdieren



Basis: bezit klein zoogdier of van plan deze aan te schaffen (n=105)

Figuur 3-2d: Resultaten van de conjunctmeting voor overige kleine dieren



Basis: bezit overig klein dier of van plan deze aan te schaffen (n=107)

4. Aankoopproces van een huisdier

Samenvatting

De kanalen waar het meest succesvol over het certificaat gecommuniceerd kan worden zijn internet, winkels en fokkers. Dit zijn de kanalen die het meest gebruikt worden ter oriëntatie bij de aanschaf van een dier.

De aanbieders die gecertificeerd zouden moeten worden hangen af van de kanalen die gebruikt worden voor de aanschaf. Deze verschillen per diersoort: katten en honden worden vaak in asielen of bij fokkers gekocht. Kleinere dieren haalt men daarentegen vaker in winkels. Op de aanschaf van katten heeft het certificaat de minste grip: deze worden relatief vaak via-via aangeschaft.

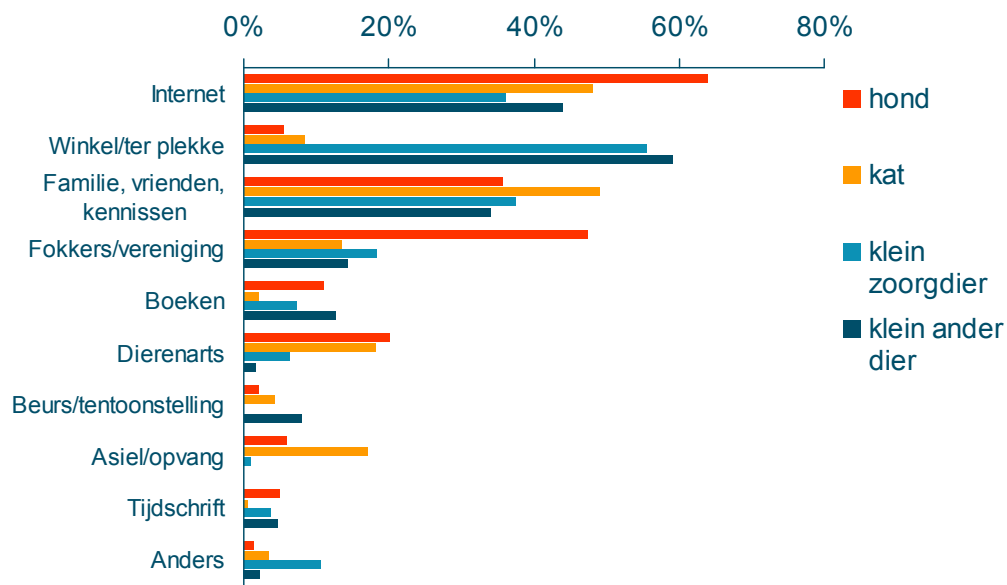
Garanties over de gezondheid van het dier zouden een belangrijke rol moeten spelen in de inhoud van het certificaat: dit is een aspect wat voor alle dieren de grootste rol in het aankoopproces speelt. Hoofdzakelijk voor kleine dieren spelen deskundigheid en een diervriendelijke bedrijfsvoering een rol. Bij katten is opgroeien in een huislijke omgeving van belang.

4.1 De oriëntatie op een gezelschapsdier

Op welke wijze oriënteert men zich op een dier?

Er bestaan grote verschillen in de oriëntatiekanalen voor de verschillende diersoorten. Over het algemeen gesproken spelen het internet, ter plekke in de winkel, de sociale omgeving van familie en vrienden en fokkers de grootste rol. Dit is echter niet voor alle dieren in even sterke mate het geval. Het internet wordt met name voor de oriëntatie voor de aanschaf van een hond gebruikt. De winkel daarentegen speelt bij kleine dieren de grootste rol. Informatie over de aanschaf van een kat wint men daarentegen primair in de eigen sociale kring in. Later zullen we zien dat een kat ook relatief vaak via-via 'aangeschaft' (overgenomen) wordt.

Figuur 4-1: Op welke manier heeft u of uw gezin informatie ingewonnen / wilt u informatie in over de aanbieder(s) waar u uw [dier] kon kopen?



Basis: heeft dier gekocht of overweegt dat (n=514)

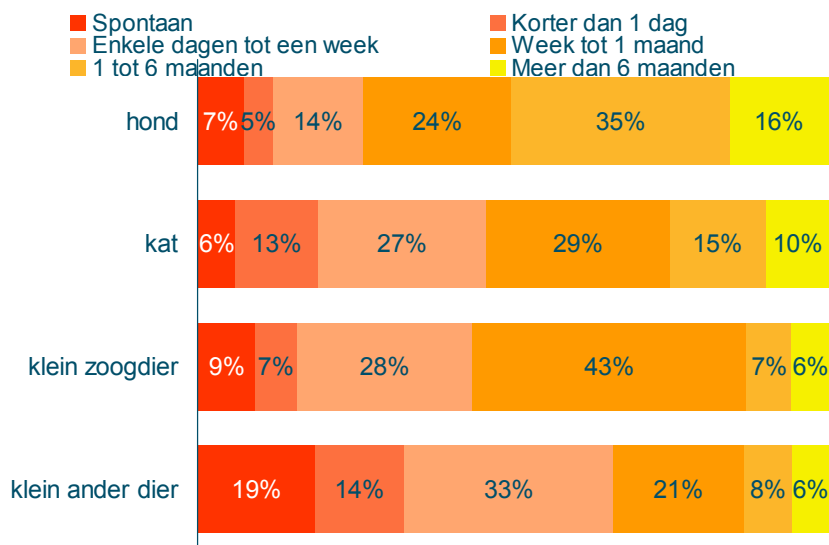
Er bestaan ook enkele verschillen tussen mensen die in het afgelopen jaar een gezelschapsdier hebben gekocht en mensen die overwegen een dier aan te schaffen. Zo noemen kopers gemiddeld 1,6 oriëntatiekanalen, terwijl overwegers er 2,2 noemen. Overwegers gebruiken vaker het internet dan kopers (58% tegen 41%) en winnen ook vaker informatie in via fokkers of verenigingen (33% tegen 13%).

Het is echter onduidelijk hoe deze verschillen te interpreteren. Herinneren kopers zich minder oriëntatiekanalen doordat het koopproces voor hen enige tijd achter de rug is terwijl overwegers er middenin zitten?

Hoe lang oriënteert men zich?

De tijd die kopers uitgetrokken hebben voor de oriëntatie verschilt net als het oriëntatiekanaal sterk tussen de diersoorten. Voor de aanschaf van een hond neemt men de meeste tijd; ruim de helft neemt daar een maand of langer voor. Bij de overige dieren duurt het oriëntatieproces korter: voor katten neemt driekwart een maand of minder de tijd en voor de kleinere dieren is dit zelf meer dan zes op de zeven. Kleine niet-aalbare dieren als vissen of hagedissen worden het vaakst spontaan gekocht.

Figuur 4-2: U hebt op een bepaald moment besloten uw [dier] te kopen. Hoe lang heeft u over deze beslissing gedaan?

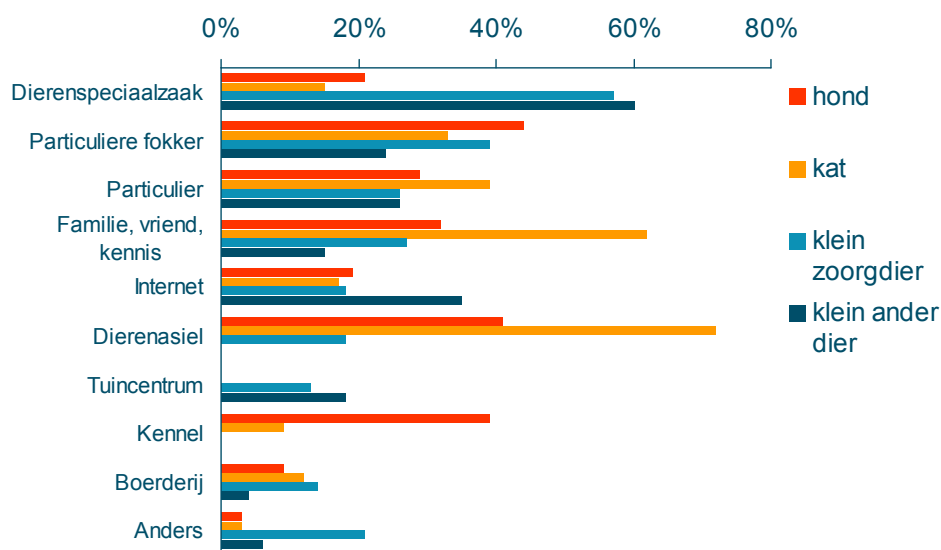


Basis: heeft dier gekocht (n=356)

Welke aanbieders worden in overweging genomen?

Voor ieder van de vier onderzochte diersoorten worden andere aanbieders overwogen. Een kat overweegt men vaak in een asiel aan te schaffen of te verkrijgen via familie, vrienden of kennissen. Ook honden overweegt men vaak uit een asiel te halen; daarnaast komen particuliere fokkers en kennels vaak in aanmerking. Voor de aanschaf van kleinere dieren overweegt men vooral de dierenpeciaalzaak. Opvallend is dat men kleine niet-aanbore dieren relatief vaak via het internet wil aanschaffen. Voor kleine aanbare zoogdieren worden vaak ook andere dan de eerder genoemde aanbieders overwogen, waaronder bijvoorbeeld de Boerenbond en de markt.

Figuur 4-3: Waar overweegt u uw [dier] aan te kopen? (meerdere antwoorden mogelijk)



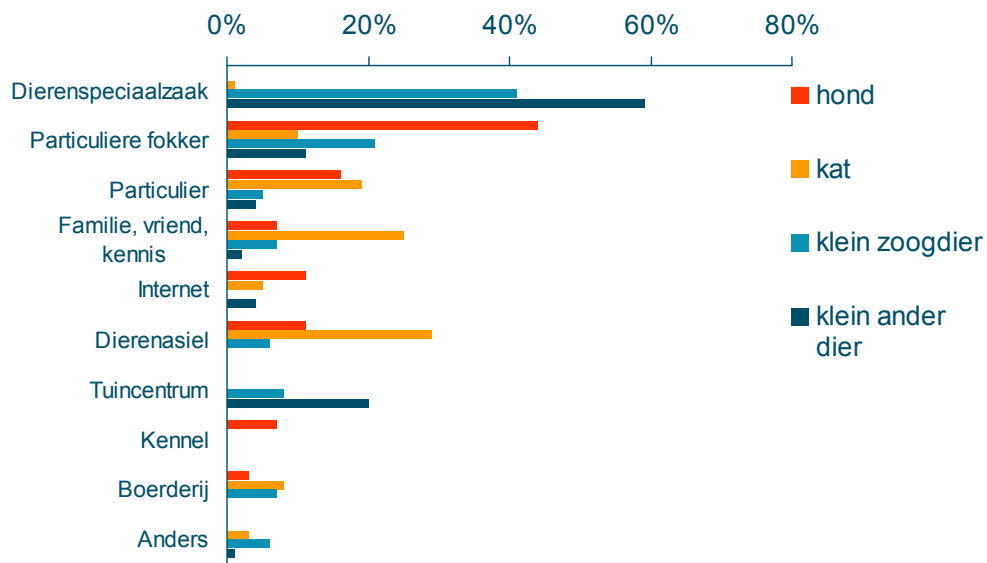
Basis: overweegt aanschaf van dier (n=158)

Waar koopt men uiteindelijk een huisdier?

Het beeld dat naar voren kwam uit de resultaten over het overwegen van aanbieders komt terug in de aanbieders waar men het dier daadwerkelijk aanschaf. Opvallend is dat katten nauwelijks via particuliere fokkers worden aangeschaft, terwijl bleek dat een derde dat wel overweegt. Ook worden weinig dieren via het internet aangeschaft; met

name bij de niet-aanbare kleine dieren overweegt een substantieel deel van de mensen dat wel.

Figuur 4-8: Waar heeft u uw [dier] gekocht?



Basis: heeft dier gekocht (n=356)

4.2 Overwegingen bij het kiezen van een aanbieder

Voor honden, katten en kleine aaibare dieren geldt dat de kenmerken van het dier als uiterlijk, karakter, ras en geschiktheid voor kinderen van groot belang worden geacht bij de keuze. Dit zijn zaken die niet in de conjunctmeting aan de orde zijn gekomen, maar die dus wel belangrijk blijken. Bij de overige kleine dieren spelen de kenmerken van het dier zelf minder een rol.

Voor alle dieren geldt dat de gezondheid het belangrijkste aspect was bij de keuze voor een bepaalde aanbieder. Voor zowel honden, katten als kleine dieren geldt dat ongeveer de helft van de kopers en overwegers de gezondheid van het dier als een van de vijf belangrijkste aspecten beschouwt. In de communicatie rondom het certificaat zal de gezondheidsgarantie dus zeker aan bod moeten komen.

Opvallend is dat bij de groep kleine niet-aaibare dieren vooral instrumentele zaken een rol spelen. De prijs is alleen bij kleine niet-aaibare dieren als vissen en reptielen van groot belang. Ruim vier op de tien ziet dit als een van de belangrijkste aspecten bij de keuze van een aanbieder. Ook speelt de nabijheid van de aanbieder een relatief grote rol.

Opgroeien in een huiselijke omstandigheid wordt bij katten na de gezondheid het meest genoemd. Bij de communicatie naar kopers van katten zou dit element een rol moeten spelen. Ook bij honden speelt dit een rol, zij het een wat minder grote dan bij katten. We zagen in de conjunctmeting dat opgroeien in een huiselijke omstandigheid de belangrijkste voorspeller voor de keuze van honden en katten is. Het feit dat dit aspect hier niet het belangrijkste is heeft mogelijk te maken met het feit dat de ondervraagden bij de directe vraag ook andere aspecten hebben meegewogen, zoals uiterlijk en karakter van het dier.

De deskundigheid van de aanbieder, een ruime keuze en een diervriendelijke bedrijfsvoering spelen bij kleinere dieren een relatief grotere rol dan bij honden en katten.

Figuur 4-4: Met welke aspecten heeft u of uw gezin / houdt u of uw gezin allemaal rekening bij uw keuze voor de / deze aanbieder van de hond. *Top 10 belangrijkste aspecten*



Basis: heeft hond gekocht of overweegt dat (n=151)

Figuur 4-5: Met welke aspecten heeft u of uw gezin / houdt u of uw gezin allemaal rekening bij uw keuze voor de / deze aanbieder van de kat. *Top 10 belangrijkste aspecten*



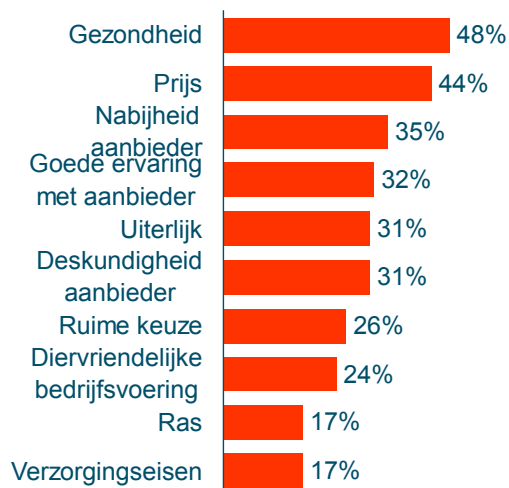
Basis: heeft kat gekocht of overweegt dat (n=153)

Figuur 4-6: Met welke aspecten heeft u of uw gezin / houdt u of uw gezin allemaal rekening bij uw keuze voor de / deze aanbieder van [dier]. Kleine zoogdieren. *Top 10 belangrijkste aspecten*



Basis: heeft klein zoogdier gekocht of overweegt dat (n=105)

Figuur 4-7: Met welke aspecten houdt u of uw gezin allemaal rekening bij uw keuze voor de / deze aanbieder van [dier]. Overige kleine dieren. *Top 10 belangrijkste aspecten*



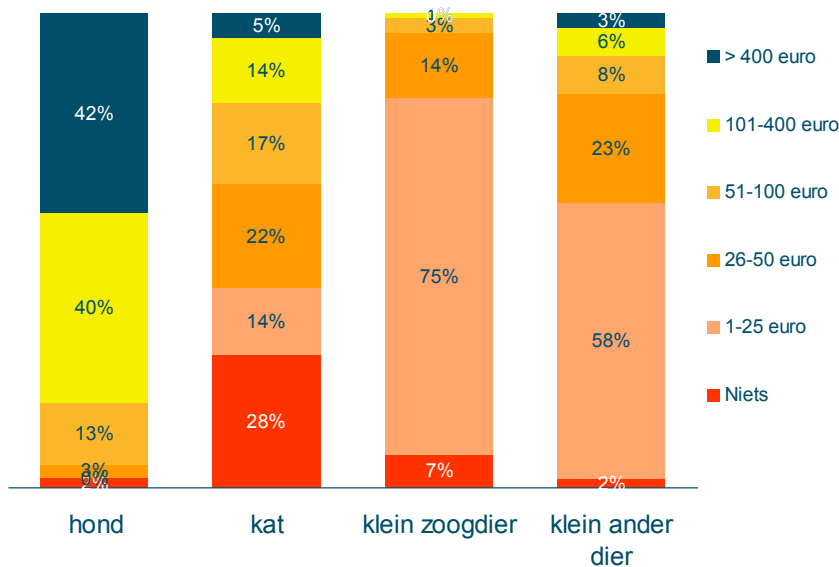
Basis: heeft ander klein dier gekocht of overweegt dat (n=105)

4.3 De aankoop

Hoeveel betaalt men voor een huisdier?

Gemiddeld heeft men 123 euro betaald voor het huisdier. Er zijn grote verschillen tussen de verschillende dieren. Aan honden wordt het meeste geld uitgegeven: gemiddeld 468 euro. Ruim vier op de tien geeft meer dan 400 euro uit. Voor katten daarentegen wordt het vaakst niets betaald—dit komt overeen met het gegeven dat katten vaak via-via aangeschaft worden. Gemiddeld betaalt men 93 euro voor een kat. Voor de kleinere dieren wordt beduidend minder betaald, waarbij de kleine zoogdieren het goedkoopst zijn: gemiddeld ruim 19 euro. De overige kleine dieren kosten gemiddeld 51 euro. De kleinere dieren zijn echter meestal niet gratis.

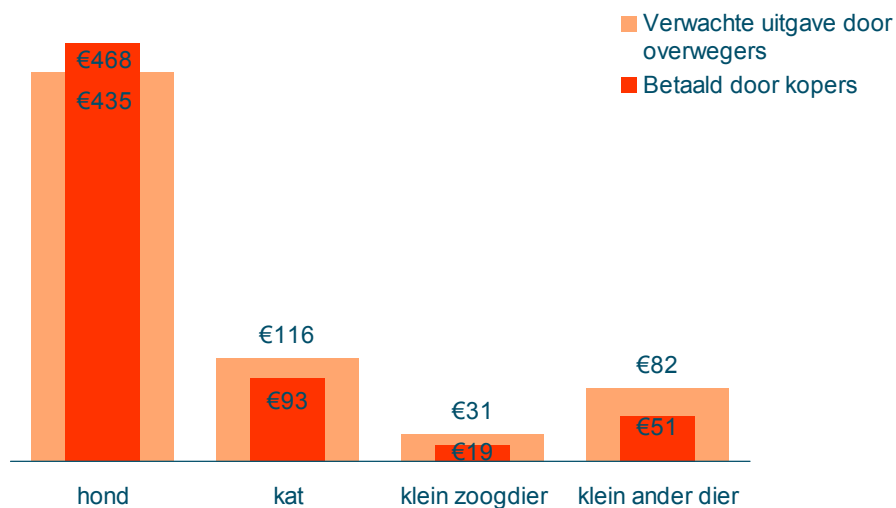
Figuur 4-9: Hoeveel heeft u betaald voor uw dier? (Graag noteren in hele euro's)



Basis: heeft dier gekocht (n=356)

Er bestaat een zekere discrepantie tussen het bedrag dat overwegers denken uit te gaan geven bij de aanschaf van een dier en het bedrag dat kopers daadwerkelijk hebben uitgegeven. Bij katten en kleine dieren ligt het van tevoren verwachte bedrag hoger. Bij honden is dit omgekeerd: deze worden ongeveer 30 euro goedkoper geschat dan het bedrag van de uiteindelijke uitgave.

Figuur 4-10: Verschil prijs verwachting en prijs aankoop



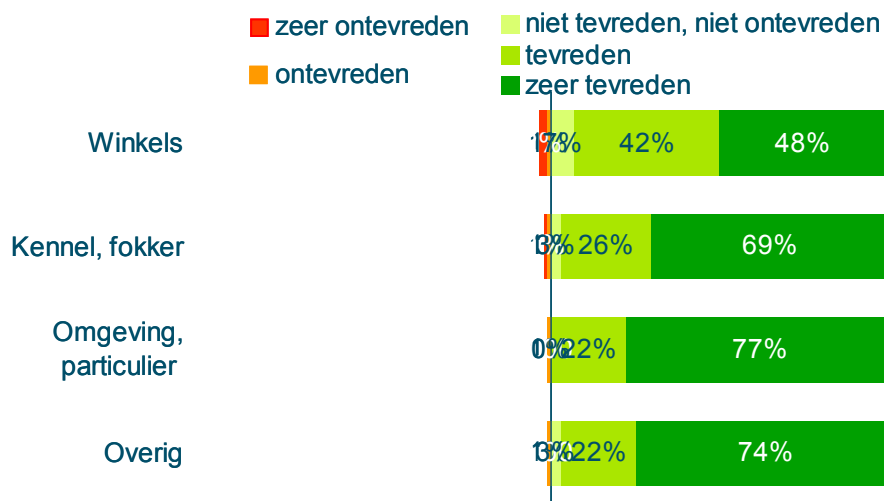
Basis: heeft dier gekocht (n=356); overweegt aankoop dier (n=158)

4.4 Tevredenheid over de aankoop

De tevredenheid over de keuze om de aankoop bij een bepaalde aanbieder te doen is zeer groot. Meer dan negen op de tien kopers is tevreden of zeer tevreden.

Wanneer we de resultaten voor de aanbieders afzonderlijk bekijken, valt op dat het aantal kopers dat zeer tevreden is relatief laag ligt bij degenen die hun dier in de winkel hebben gekocht. Het aandeel kopers dat zeer tevreden is ligt hoger bij fokkers en kennels en het hoogst bij particulieren. De sector waar de meeste winst te behalen valt met een certificaat lijkt dan ook de retailbranche te zijn.

Figuur 4-11: Hoe tevreden bent u achteraf over uw keuze om [dier] te kopen bij [aanbieder]?



Basis: heeft dier gekocht (n=356)

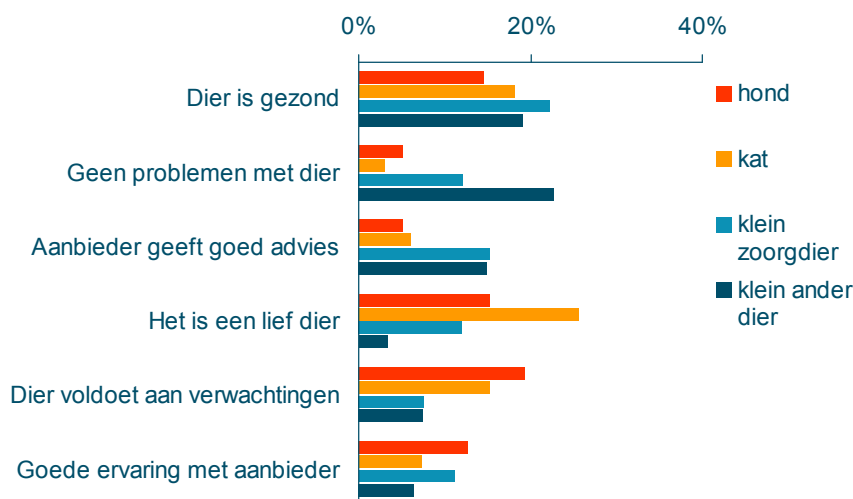
Kopers zijn het meest tevreden met hun kat: 77% is zeer tevreden. Dit aantal ligt bij honden op 69%, bij kleine zoogdieren op 64% en bij andere kleine dieren op 53%. Voor alle dieren geldt dat 2% (zeer) ontevreden is. Benadrukt moet worden dat deze gegevens niet los gezien kunnen worden van het kanaal van aankoop: kleine dieren wordt vaak in de winkel gekocht en hierover is men het minst vaak zeer tevreden.

Wat is de reden dat men tevreden is over de aankoop?

Vervolgens stelden we de open vraag naar de reden van de tevredenheid met het aankoopproces. In Figuur 4-12 staan de zes vaakst genoemde redenen weergegeven. Vooral de gezondheid van het dier speelt een grote rol. De liefde van het dier is met name bij katten een reden voor tevredenheid. Bij honden en kleine zoogdieren blijken goede ervaringen met de aanbieder voor tevredenheid gezorgd te hebben. Bij kleine zoogdieren en bij de andere kleine dieren maakt het feit dat een aanbieder goede informatie en advies heeft gegeven mensen tevreden.

In de figuur staat de top zes. De overige redenen die genoemd worden betreffen in veel gevallen aspecten van het dier zelf: het uiterlijk, het karakter of de passendheid in het gezin. 15% weet niet wat de reden voor tevredenheid over het aankoopproces is.

Figuur 4-12: U heeft aangegeven (zeer) tevreden / tevreden / tevreden noch ontevreden te zijn over de aanschaf van uw [dier] bij [aanbieder]. Kunt u aangeven waarom u dat bent? *Top 6 meest genoemde antwoorden.*



Basis: heeft dier gekocht en is zeer tevreden, tevreden of tevreden noch ontevreden (n=349)

Wat is de reden dat men niet tevreden is over de aankoop?

Zeven ondervraagden gaven aan niet tevreden te zijn over de aankoop van hun huisdier. Hieronder zijn hun letterlijke antwoorden weergegeven op de vraag waarom zij ontevreden waren. Opgemerkt moet worden dat het beeld dat hieruit naar voren komt indicatief is: omdat het zo'n kleine groep betreft zijn er geen harde conclusies aan te verbinden.

- “Beestje was te jong” (*hamster*)
- “Bleek veel te mankeren en er werd niet aan afspraken gehouden” (*kat*)
- “De dierenspecialzaak heeft een zieke vogel verkocht. Hij heeft ook toegegeven dat hij wist dat de vogel ziek was bij verkoop. Ik kreeg geen geld terug en ook geen kosten voor de dierenarts vergoed. De slechtste dierenzaak van Amsterdam dus!!!”
- “De hond die ik heb gekocht heeft een gebitsafwijking die de fokker niet wil erkennen maar wat het ras totaal kan verpesten.”
- “Geen volledige basisopvoeding” (*hond*)
- “Kat heeft niet veel liefde gehad van mensen in kitten tijd”
- “Verkeerde voorlichting: het zou een dwergkonijn zijn, maar zij was binnen 1 jaar al veel groter geworden dan ons eerste dwergkonijn dat 12 jaar is geworden”

5. Aankoopproces van diersdiensten

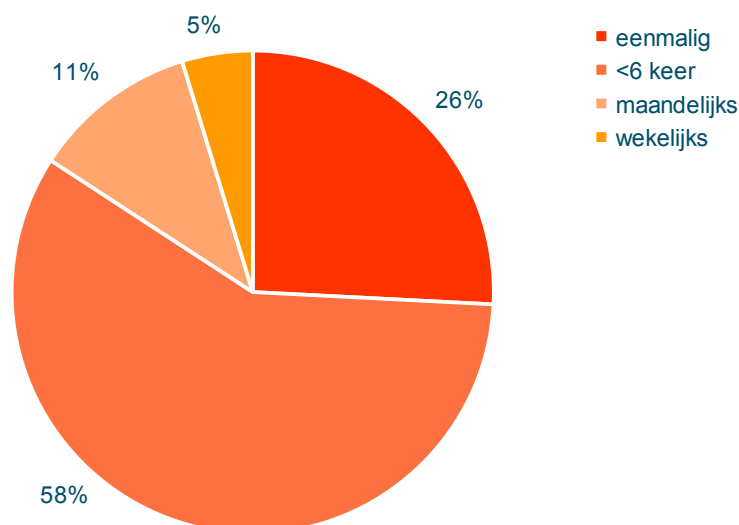
Samenvatting

Honden- en kattenbezitters die gebruik maken van diersdiensten (dierenpension, trimsalon, uitlaatsdienst) zijn vooral op zoek naar de beste aanbieder voor hun huisdieren, het liefst dicht bij huis, maar niet per se de goedkoopste. Deskundigheid van de aanbieder en een diervriendelijke bedrijfsvoering worden van groot belang geacht. Deze twee aspecten zouden dan ook een centrale rol in het certificaat moeten spelen.

5.1 Hoe vaak maakt men gebruik van dienstverlening voor huisdieren?

In het afgelopen jaar heeft het overgrote deel van de honden- en kattenbezitters die diensten voor huisdieren gebruiken minder dan zes keer gebruik gemaakt van dergelijke diensten. Ruim een kwart van de gebruikers heeft eenmalig een dienst afgenomen. Vrijwel wekelijks gebruik komt bij een op de twintig gebruikers voor. Dit betreft uitsluitend hondenuitlaatservices.

Figuur 5-1 Hoe vaak heeft u in 2007 of 2008 gebruik gemaakt van een [dienst]?



Basis: heeft gebruik gemaakt van dienst (n=88)

5.2 Overwegingen bij keuze van een aanbieder

Het blijkt dat consumenten van diersdiensten vooral de beste aanbieder voor hun huisdieren willen, het liefst dicht bij huis, maar niet per se de goedkoopste. De prijs blijkt ondergeschikt te zijn: dit argument wordt het minst genoemd. Er bestaat grote overeenstemming over het belangrijkste argument voor de keuze van een dienstverlener: de deskundigheid en bekwaamheid van de medewerkers is voor meer dan vier op de vijf gebruikers een belangrijk argument. Ook een diervriendelijke bedrijfsvoering is voor een grote meerderheid van de gebruikers van belang.

Veel gebruikers varen op een eerdere ervaring: voor een grote groep is een eerdere goede ervaring belangrijk bij de keuze van een aanbieder. Ook de nabijheid van de dienstverlening is voor een meerderheid van belang.

Figuur 5-2: Met welke aspecten houdt u of uw gezin allemaal rekening bij uw keuze voor juist deze specifieke [dienst]? (Eerste vijf belangrijkste samengenomen).



Basis: heeft gebruik gemaakt van dienst (n=88)

6. Certificering van de huisdierenbranche

Samenvatting

Voor veel consumenten ligt de inhoud van een certificaat of keurmerk niet voor de hand: velen hebben geen idee van de inhoud hiervan. Daarnaast blijkt dat vooral (potentiële) kopers niet eensgezind zijn over de inhoud van een certificaat. Deze groep heeft in de communicatie bij de invoeren van een certificaat dan ook de nodige uitleg over de inhoud. Afnemers van diensten associëren een certificaat hoofdzakelijk met deskundigheid van de aanbieders. Kopers en potentiële kopers noemen met name goede omstandigheden en diervriendelijkheid.

Het certificaat wordt redelijk welwillend ontvangen: een groot deel van de consumenten zou rekening houden of hebben gehouden bij de aanschaf van dier en dienst.

6.1 Verwachtingen van de certificering

Wat stelt men zich bij een keurmerk of certificaat voor de dierenbranche voor? Bij een redelijk grote groep heerst nog onduidelijkheid over de inhoud en functie hiervan: rond eenderde van de (potentiële) kopers en van de afnemers van diensten kan zich geen voorstelling maken van certificering.

Gebruikers van diensten associëren certificering vooral met deskundigheid en bekwaamheid. Dienstverleners moeten verstand van zaken hebben. In mindere mate worden soortgelijke argumenten genoemd: een certificaat garandeert de kwaliteit van de dienstverleners. Daarnaast is er het aspect van controle op aanbieders: ongeveer een vijfde associeert certificeren met de zekerheid dat er aan de eisen voldaan wordt. Ten slotte komen aspecten als diervriendelijkheid en de (hygiëne van) de leefomstandigheden aan de orde.

Mensen die in het afgelopen jaar een dier gekocht hebben of dat in de komende periode overwegen zijn minder eensgezind over hun ideeën over certificering dan gebruikers van diensten. Meestal wordt de associatie gelegd met diervriendelijkheid in het algemeen. Dit betreft ook een goede behandeling en leefomstandigheden die in orde zijn. Ook deskundigheid en bekwaamheid van bedrijven wordt relatief vaak genoemd, maar veel minder dan bij de gebruikers van diensten. Ongeveer een op de tien (potentiële) kopers denkt dat een keurmerk inhoudt dat dieren op juiste wijze worden gefokt.

Ongeveer een op de twintig gebruikers van diensten en kopers of overwegers geeft spontaan aan dat ze certificering geen goed idee vinden. Men twijfelt of het zijn doel zal bereiken.

Figuur 6-1: Wat denkt u dat het keurmerk of certificaat inhoudt?

Top 10 meest genoemde antwoorden



Basis: heeft dier gekocht of overweegt dat (n=514)

Figuur 6-2: Wat denkt u dat het keurmerk of certificaat inhoudt?
Top 10 meest genoemde antwoorden



Basis: heeft gebruik gemaakt van dienst (n=88)

6.2 Eisen van certificering volgens de consument

Welke eisen zouden consumenten zelf in het certificaat opnemen? Grofweg stellen gebruikers van diensten en potentiële kopers dezelfde eisen aan het certificaat, maar zijn de gebruikers van diensten eensgezinder in welke eisen zij stellen.

Gebruikers van diersdiensten willen voornamelijk eisen aan vakbekwaamheid opgenomen zien. Dit komt overeen met de verwachtingen die zij over het certificaat hebben. Ook eisen aan diervriendelijkheid spelen een grote rol. Tenslotte zien gebruikers vaak graag eisen terug aan de leefomstandigheden: deze moeten hygiënisch en voldoende ruim zijn.

Kopers en potentiële kopers zien evenals gebruikers van diensten graag eisen aan diervriendelijkheid en aan vakbekwaamheid terug in het certificaat. Dit doen ze echter minder eenstemmig dan gebruikers van diensten. Zaken die specifiek rondom de

aankoop spelen, zoals documentatie (stambomen, chip), medische zaken en eisen aan de manier van fokken spelen ook een rol. Deze aspecten worden echter door een minderheid genoemd.

Gebruikers van diensten hebben vaker dan (potentiële) kopers ideeën over wat zij in het certificaat zouden willen opnemen. Ongeveer eenderde van de (potentiële) kopers weet niet welke eisen opgenomen zouden moeten worden, tegen een vijfde van de gebruikers van diensten.

Figuur 6-3: Als u het voor het zeggen had, aan welke eisen zouden aanbieders van huisdieren dan moeten voldoen? *Top 10 meest genoemde antwoorden*



Basis: heeft dier gekocht of overweegt dat (n=514)

Figuur 6-4: Als u het voor het zeggen had, aan welke eisen zouden personen of bedrijven die beroepsmatig huisdieren opvangen of verzorgen dan moeten voldoen?

Top 10 meest genoemde antwoorden



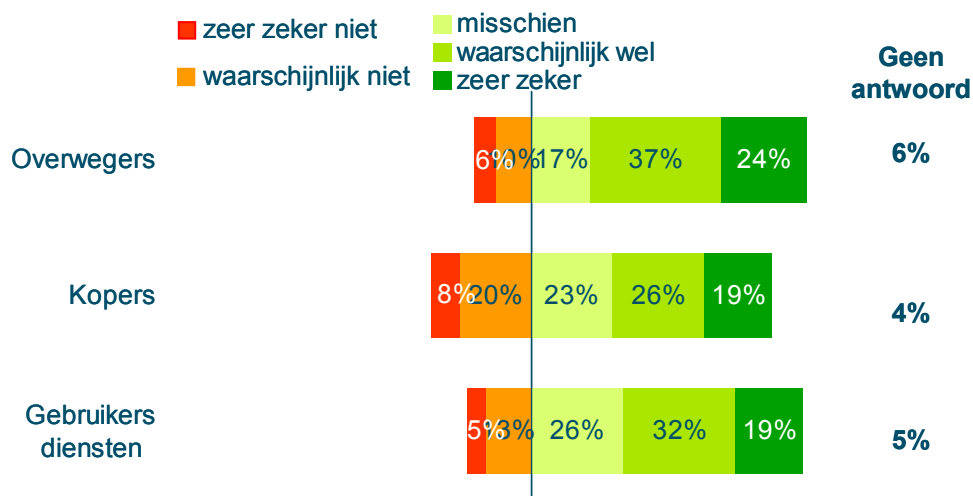
Basis: heeft gebruik gemaakt van dienst (n=88)

6.3 Verwachte rol van certificering

We vroegen of een certificaat een rol zou spelen bij de aankoop van een dier of bij de keuze van een aanbieder voor een dienst. Overwegers en gebruikers van diensten geven in meerderheid aan dat dit waarschijnlijk of zeker het geval zou zijn. Ongeveer een vijfde tot een kwart geeft daarbij aan dat dit zeker het geval zou zijn.

Consumenten die in 2007 of 2008 een gezelschapsdier hebben gekocht geven minder vaak dan de andere twee groepen aan dat het certificaat een rol zou spelen bij hun aankoop. Mogelijk speelt tevredenheid met en gehechtheid aan het nieuw aangeschafte dier een rol—men kan zich niet voorstellen een ander dier gekocht te hebben.

Figuur 6-5: Stel dat er een dergelijk keurmerk had bestaan toen u uw huisdier ging kopen / u uw keuze maakt voor een dienst. / Stel dat een dergelijk keurmerk wordt ingevoerd voordat u uw huisdier bij een bepaalde aanbieder koopt. Zou het voor uw keuze uitgemaakt hebben / maakt het voor uw keuze uit of deze aanbieder in het bezit was van dit keurmerk of deze certificering?



Basis: heeft dier gekocht (n=356); overweegt dier te kopen (n=158); heeft gebruik gemaakt van dienst (n=88)

Bijlage: Vragenlijst

De vragenlijst is opgedeeld in de volgende vier delen:

Deel 1: Uitnodiging pre-screening

Deel 2: Conjunctmeting

Deel 3: Keuzeproces

Deel 4: Certificering

Na de pre-screening worden respondenten verdeeld in drie groepen A, B of C. Enkele dagen later volgt het echte onderzoek. De vragen kunnen per groep verschillen. Daar waar dat het geval is staat dit aangegeven:

-Door de toevoeging A, B of C gelijk achter de vraagnummers is verduidelijkt welke groep welke vraag krijgt.

-Indien de vraagstelling per groep verschilt, staat de vraag apart per groep vermeld. De antwoordcategorieën zijn dan hetzelfde.

Daar waar DIER of DIENST in de vraagtekst staat vermeld, ziet de respondent op het scherm zijn antwoord uit de pre-screening terug.

Waar nodig, staat een toelichting voor de lezer *schuin gedrukt*. In rood staan programmeerinstructies vermeld. Deze zijn evenals de toelichting en vraagnummers niet zichtbaar voor de respondent.

DEEL I Uitnodiging pre-screening

Graag nodigen wij u uit om deel te nemen aan een onderzoek onder mensen die een huisdier hebben, of in de komende zes maanden van plan zijn een huisdier te kopen.

Vraag 01 - Gebruiker Dienst

Q01 - Multiple

Heeft u een hond of kat? U kunt meerdere antwoorden geven.

1. Hond
2. Kat
3. Geen van beiden

1 en/of 2 gaat door naar: Q02 en verder

3 gaat door naar: Q03 en verder

Vraag 02 –DIENST

Q02 - Multiple

Heeft u voor uw huisdier in 2007 of 2008 gebruik gemaakt van een:

1. dierenpension of asiel
2. trimsalon
3. hondenuitlaatdienst
4. geen van deze

U kunt meerdere antwoorden geven.

Vraag 03 – Gekocht Huisdier (=DIER)

Q03 - Multiple

Heeft u in 2007 of 2008 een van de volgende huisdieren gekocht?

Indien Q01 = antwoordcategorie 1 of 2

U kunt meerdere antwoorden geven.

- Hond(en)
- Kat(ten)
- Konijn(en)
- Cavia(s)
- Muis(en)
- Rat(ten)
- Hamster(s)
- Vis(sen)
- Vogel(s)
- Amfibie(en) (salamander(s), pad(den) enz.)
- Reptiel(en) (zoals een slang, een schildpad enz.)
- Anders, namelijk: *OPEN ANTWOORD*
- Geen van deze

Indien Q03=multiple

Vraag 04 – Recent huisdier (=DIER)

Q04 - Single

Welk huisdier heeft u het meest recent gekocht?

- Hond(en)
- Kat(ten)
- Konijn(en)
- Cavia(s)

- Muis(en)
- Rat(ten)
- Hamster(s)
- Vis(sen)
- Vogel(s)
- Amfibie(en) (salamander(s), pad(den) enz.)
- Reptiel(en) (zoals een slang, een schildpad enz.)
- Anders, namelijk: *OPEN ANTWOORD*

Vraag 05 – Overwogen Huisdier (=DIER)

Q05 - Multiple

Overweegt u in de komende zes maanden een van de volgende huisdieren te kopen? U kunt meerdere antwoorden geven.

- Hond(en)
- Kat(ten)
- Konijn(en)
- Cavia(s)
- Muis(en)
- Rat(ten)
- Hamster(s)
- Vis(sen)
- Vogel(s)
- Amfibie(en) (salamander(s), pad(den) enz.)
- Reptiel(en) (zoals een slang, een schildpad enz.)
- Anders, namelijk: *OPEN ANTWOORD*
- Geen van deze

DEEL II Conjunctmeting – alle respondenten

Stel u heeft nog geen DIER en u heeft de ruimte, de tijd, de financiële middelen, de toestemming van huisgenoten en dergelijke om DIER te kopen.

U krijgt zo vijf verschillende keuzes te zien die u kunt maken. U moet zich voorstellen dat u een keuze maakt om DIER te kopen bij een aanbieder, bijvoorbeeld een dierenpeciaalzaak of een fokker. Kunt u telkens aangeven welke keuze u zou maken?

<nieuw scherm>

Let op: per opdracht wisselen de volgende zaken.

- **Kosten:** het percentage van de prijs boven of beneden de gemiddelde verkoopprijs van het dier
- **Wachtijd:** het aantal maanden dat u moet wachten om te kunnen kiezen voor een bepaalde kleur of geslacht van het dier. Zonder wachttijd kunt u niet kiezen voor een kleur of geslacht maar kunt u het dier wel gelijk meenemen.
- **Gezondheidsgarantie:** wanneer uw dier binnen een bepaalde tijd dood gaat of ziek wordt, mag u het dier komen ruilen of krijgt u uw geld terug.
- **Diervriendelijkheid aanbieder:** u heeft al dan niet de zekerheid over een diervriendelijke bedrijfsvoering van de aanbieder van het dier.
- **Deskundigheid aanbieder:** u heeft al dan niet de zekerheid dat de aanbieder van het dier deskundig is.

- **Afstand aanbieder:** de afstand waar u woont tot de plaats waar u het dier ophaalt.
- **Opgroeien dier:** de omgeving waarin het dier is opgegroeid: in een huiselijke omstandigheid of niet in een huiselijke omstandigheid.

<nieuw scherm>

De computer zal u eerst een voorbeeld voorleggen.

<fixed taaken>

In dit voorbeeld kiest u dus voor [Keuze A/KeuzeB].

Dit was het voorbeeld. Dan begint nu de echte enquête. Er volgen 5 keuzetaken.

<5 random taken>

Attribuut	Niveau
Kosten	25% goedkoper dan gemiddeld 25% duurder dan gemiddeld
Wachtijd	geen wachtijd / 2 maanden wachttijd
Gezondheidsgarantie	Niet / wel
Diervriendelijkheid aanbieder	Zekerheid /geen zekerheid
Deskundigheid aanbieder	Zekerheid /geen zekerheid
Kwaliteit aanbieder	Zekerheid /geen zekerheid
Afstand	Minder dan 10 km Meer dan 50 km
Opgroeien dier	In huiselijke omstandigheid opgegroeid Niet in huiselijke omstandigheid opgegroeid

DEEL III Keuzeproces

INTRO GROEP

U heeft voorafgaand aan dit onderzoek aangegeven dat u:

Uit screening Q01 t/m Q05

...recentelijk DIER (=antwoord uit screening Q03,Q04) heeft gekocht.

Deze respondenten krijgen alle vragen voor (groep) A.

...van plan bent om in de komende zes maanden een DIER (=antwoord uit screening Q05) te kopen

Deze respondenten krijgen alle vragen voor (groep) B.

...gebruik (hebt) gemaakt van een DIENST (= antwoord uit screening Q02) voor uw DIER (= antwoord uit screening Q01)

Deze respondenten krijgen alle vragen voor (groep) C.

Vraag 1AB - Aanschafprijs

Q1ABprijs - Open

Hoeveel heeft u betaald voor uw DIER?

OPEN

Vraag 2C - Frequentie Dienst

Q2Cfreq - Single

Stellen voor elke gebruikte DIENST

Hoe vaak heeft u in 2007 of 2008 gebruik gemaakt van DIENST?

- Eenmalig
- Minder dan 6 keer
- Vrijwel wekelijks
- Vrijwel maandelijks

Vraag 3A - Orientatietijd

Q3Atijd - Single

U hebt op een bepaald moment besloten uw DIER te kopen. Hoe lang heeft u over uw beslissing gedaan?

- Het was een spontane aankoop
- Korter dan 1 dag
- Enkele dagen tot een week
- Week tot een maand
- Een maand tot 6 maanden
- Meer dan 6 maanden

Vraag 4AB - Wijze oriëntatie

Q4ABwijze - Multiple

GROEP A: Op welke manier heeft u of uw gezin informatie ingewonnen over de (verschillende) aanbieder(s) waar u uw DIER kon kopen?

GROEP B: Op welke manier wint u of uw gezin informatie in over de verschillende aanbieders waar u uw DIER kan kopen?

U kunt meerdere antwoorden geven.

De onderstaande antwoordcategorieën worden voor elke respondent in wisselende volgorde aangeboden:

Randomiseer

- Op internet
- In een tijdschrift
- Via boeken
- In de winkel zelf/ter plekke laten voorlichten

- Via fokkers / vereniging
- Informatie uit mijn directe omgeving van familie, vrienden of kennissenkring
- Via beurs / tentoonstelling
- Via dierenarts
- Anders, namelijk: *OPEN ANTWOORD -> toegevoegd*

Vraag 5AB - Plaats van aankoop

Q5ABplaats - Single

GROEP A: Waar heeft u uw DIER gekocht?

GROEP B: Waar overweegt u uw DIER aan te kopen? Indien u nog niet definitief voor één aanbieder heeft gekozen, kunt u meerdere aanbieders aankruisen die voor u in aanmerking komen.

De onderstaande antwoordcategorieën worden voor elke respondent in wisselende volgorde aangeboden:

Randomiseer

- De dierenspeciaalzaak
- De Boerenbond
- Het tuincentrum
- De kennel
- De particuliere fokker
- De markt
- Via internet
- Het dierenassiel
- De boerderij
- Familie, vrienden, kennissen
- Een particulier (geen fokker en geen familie, vriend of kennis)
- Anders, namelijk: *OPEN ANTWOORD-> toegevoegd*

Vraag 6A - Meerdere aanbieders overwogen

Q6Aplaatsen - Multiple

Heeft u ook nog andere aanbieders overwogen? Zo ja welke? (indien deze aanbieder(s) in dezelfde categorie val(t)len, wilt u deze dan nogmaals aankruisen?)

U kunt meerdere antwoorden geven.

De onderstaande antwoordcategorieën worden voor elke respondent in wisselende volgorde aangeboden:

Randomiseer

- De dierenspeciaalzaak
- De Boerenbond
- Het tuincentrum
- De kennel
- De particuliere fokker
- De markt
- Via internet
- Het dierenassiel
- De boerderij
- Familie, vrienden, kennissen
- Een particulier (geen fokker en geen familie, vriend of kennis)
- Anders, namelijk: *OPEN ANTWOORD -> toegevoegd*

Vraag 7ABC – 1^e reden voor keuze aanbieder

Q7ABCarg1 - Open

GROEP A: Wat was voor u of uw gezin de belangrijkste reden om uw DIER juist bij [invoegeen antwoord Q5ABplaats] te kopen?

GROEP B: Stel dat het huisdier dat u wilt kopen door verschillende aanbieders wordt aangeboden. Wat zal voor u of uw gezin de belangrijkste reden zijn om voor een bepaalde aanbieder van DIER te kiezen?

GROEP C: Wat was voor u of uw gezin de belangrijkste reden om juist deze /dit specifieke DIENST te kiezen?

OPEN ANTWOORD ARGUMENT 1

Vraag 8ABC – 2^e reden voor keuze aanbieder

Q8ABCarg2 - Open

Welke reden speelt daarnaast voor u of uw gezin een belangrijke rol?

OPEN ANTWOORD ARGUMENT 2

Indien antwoord Q6a=multiple

Vraag 9A – doorslaggevende reden bij meerdere aanbieders

Q9Aargdoor - Open

U heeft aangegeven dat u of uw gezin meerdere aanbieders heeft overwogen. Wat gaf uiteindelijk de doorslag om juist voor deze aanbieder te kiezen?

OPEN ANTWOORD DOORSLAGGEVENDE ARGUMENT

Vraag 10 ABC - Aankoop overwegingen gesloten

Q10ABCov - Multiple

GROEP A: Met welke aspecten heeft u of uw gezin allemaal rekening gehouden bij uw keuze voor juist deze aanbieder van DIER?

GROEP B: Met welke aspecten houdt u of uw gezin allemaal rekening bij uw keuze voor de aanbieder van DIER?

GROEP C: Met welke aspecten houdt u of uw gezin allemaal rekening bij uw keuze voor juist deze/ dit specifieke DIENST?

U kunt meerdere antwoorden geven.

De volgende hoofdcategorieën worden per respondent per blok gewisseld en binnen elk blok worden de antwoordcategorieën gewisseld

Blokrandomnisatie

(aanbieden voor groep A en B)

Kenmerken dier (groep A, B)

- Ras van het dier
- Geslacht van het dier
- Leeftijd van het dier
- Uiterlijk/Kleur/Grootte van het dier
- Karakter van het dier
- Gezondheid van het dier
- Aanwezig identificatienummer / chip
- Schriftelijk certificaat van herkomst van het dier / stamboom
- In huiselijke omstandigheid opgegroeid
- Aan mensen gewend
- Bewijs van inenting/dierenpaspoort

- Liefde voor het specifieke dier / liefde op het eerste gezicht
- Lieve uitstraling van het dier
- Verzorgingseisen
- Geschiktheid voor kinderen

Kenmerken aanbieder (groep A, B)

- Prijs van het dier
- Nabijheid van de aanbieder
- Deskundigheid / vakbekwaamheid van de aanbieder
- Aanbieder aangeraden door anderen
- Goede ervaring met de aanbieder
- Diervriendelijke bedrijfsvoering van de aanbieder
- Ruime keuze bij de aanbieder
- Overig, namelijk open

(aanbieden voor groep C)

Kenmerken dienst (groep C)

- Prijs
- Nabijheid
- Deskundigheid / vakbekwaamheid van de medewerkers
- Aangeraden door anderen
- Goede ervaring
- Diervriendelijke omgang / bedrijfsvoering
- Er altijd terecht kunnen
- Overig, namelijk open

Belang

Vraag 11ABC – 1^e argument voor keuze aanbieder

Q11ABCovbel1 - Single

Welke van de door u genoemde aspecten is voor u of uw gezin uiteindelijk het belangrijkste? U kunt 1 antwoord kiezen.

De respondent krijgt nu in willekeurige volgorde de antwoordcategorieën te zien die hij bij vraag 10ABC heeft aangekruisd.

Toon lijst aangekruiste antwoorden random Q10ABCov

Vraag 12ABC – 2^e argument voor keuze aanbieder

Q12ABCovbel2 - Single

En wat was daarna voor u of uw gezin daarna belangrijk?

De respondent krijgt nu in willekeurige volgorde de overige antwoordcategorieën te zien die hij bij vraag 10ABC heeft aangekruisd.

Toon lijst aangekruiste antwoorden random Q10ABCov – Q11ABCovbel1

Vraag 13ABC - 3^e argument voor keuze aanbieder

Q12ABCovbel3 - Single

En wat was daarna voor u of uw gezin belangrijk?

De respondent krijgt nu in willekeurige volgorde de overige antwoordcategorieën te zien die hij bij vraag 10ABC heeft aangekruisd.

Ook voor 4^{de} en 5^{de} indien genoemd

Q12ABCovbel4 – Single

Q12ABCovbel5 – Single

En wat was daarna voor u of uw gezin belangrijk?

Toon lijst aangekruiste antwoorden random Q10ABCov - (Q11ABCovbel1+ Q11ABCovbel2)

Vraag 14A - Tevredenheid

Q14Atvh - Single

Hoe tevreden bent u achteraf over uw keuze om uw DIER te kopen via [invoegen antwoord Q5ABplaats]?

- Zeer tevreden
- Tevreden
- Noch tevreden, noch ontevreden
- Ontevreden
- Zeer ontevreden

Indien (niet zo) tevreden, stel Q15Averbeter:

Vraag 15A - Verbeteringen

Q15Averbeter - Open

U heeft aangegeven (deels) ontevreden te zijn over de aanschaf van DIER via [invoegen antwoord Q5ABplaats].

Kunt u aangeven waarom u (deels) ontevreden bent over [invoegen antwoord Q5ABplaats]?

OPEN ANTWOORD

-Weet niet / geen idee

DEEL IV Certificering

INTRO De dierenbranche is van plan in overleg met de overheid eisen te stellen waar personen of bedrijven die huisdieren aanbieden, opvangen, verzorgen of verhandelden aan moeten voldoen. Gedacht wordt aan een keurmerk of certificering.

Vraag 16ABC - Inhoud certificering

Q16ABCinhoud - Open

GROEP A/B/C: Wat denkt u dat een dergelijk keurmerk of certificering inhoudt?

OPEN ANTWOORD

-Weet niet / geen idee

Vraag 17ABC - Eisen Certificering

Q17ABCeisen - Open

GROEP A/B: Als u het voor het zeggen had, aan welke eisen zouden aanbieders van huisdieren dan moeten voldoen?

GROEP C: Als u het voor het zeggen had, aan welke eisen zouden personen en bedrijven die beroepsmatig huisdieren opvangen of verzorgen dan moeten voldoen? -> toegevoegd

OPEN ANTWOORD

-Weet niet / geen idee

Vraag 18ABC - Rol certificering

INTRO: Een keurmerk of certificering van de dierenbranche zal inhouden dat aan aanbieders van huisdieren eisen worden gesteld aan de vakbekwaamheid, de verzorging van dieren, en een diervriendelijke bedrijfsvoering.

Q18ABCbelang - Single

GROEP A: Stel dat er een dergelijk keurmerk had bestaan toen u uw huisdier ging kopen. Zou het voor uw keuze uitgemaaft hebben of deze aanbieder in het bezit was van dit keurmerk of

deze certificering?

GROEP B : Stel dat een dergelijk keurmerk wordt ingevoerd voordat u uw huisdier bij een bepaalde aanbieder koopt. Maakt het voor uw keuze uit of de aanbieder in het bezit is van dit keurmerk of deze certificering?

GROEP C: Stel dat er een dergelijk keurmerk had bestaan toen u uw keuze maakte voor DIENST. Zou het voor uw keuze uitgemaakt hebben of deze DIENST in het bezit was van dit keurmerk of deze certificering?

- Zeer zeker niet
- Waarschijnlijk niet
- Misschien
- Waarschijnlijk wel
- Zeer zeker
- Weet niet / geen idee

Dit is het einde van het onderzoek. Wij danken u vriendelijk voor uw medewerking.