

HÉ, IS DEZE HOND WEL OKÉ?

Gedragsonderzoek naar het aanschaffen, houden en fokken van kortsnuitige honden.

Inspire to act
Voor het effectief veranderen van gedrag

NOVI MORES
GESPECIALISEERD IN
GEDRAGSVERANDERING

Colofon

Opdrachtgever

Ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur (LVVN)

Projectteam

Karin Bongers, Inspire to Act
Kirsten Ruitenburg, Novi Mores

Datum

November 2024

Foto credits

Erik McLean – Unsplash.com (omslag)
Flouffy – Unsplash.com (p.12 & p.15)

Over Inspire to Act

Inspire to Act is een onderzoeks- en adviesbureau gespecialiseerd in het toepassen van gedragswetenschappelijke inzichten in beleid en praktijk. Wij adviseren en begeleiden organisaties die maatschappelijke vraagstukken effectief willen aanpakken met gedragsverandering. Op basis van *Evidence Based Design* ontwikkelt en implementeert Inspire to Act effectieve en innovatieve oplossingen voor langdurige gedragsverandering. Wij spreken de taal van wetenschap, beleid en praktijk en weten deze disciplines duurzaam met elkaar te verbinden. Inspire to Act biedt een persoonlijke, gedegen aanpak met een doeltreffende oplossing.

Contact

Karin Bongers | info@inspiretoact.nl | www.inspiretoact.nl

Inhoudsopgave

MANAGEMENT SAMENVATTING	4
INLEIDING	8
HOOFDSTUK 1. BEVINDINGEN GEDRAGSONDERZOEK	12
HOOFDSTUK 2. AANKNOPINGSPUNTEN VOOR GEDRAGSVERANDERING	15
HOOFDSTUK 3. KANSRIJKE GEDRAGSINTERVENTIES & IMPLICATIES VOOR BELEID	23
BIJLAGEN	
1. Literatuurreview	31
2. Kwalitatief onderzoek (interviews)	46
3. Kwantitatief onderzoek (vragenlijsten)	58
4. Geraadpleegde literatuur	93

MANAGEMENT SAMENVATTING

Management Samenvatting

Doel en context van het gedragsonderzoek

Kortsnuitige (brachycefale) hondenrassen, zoals de mopshond en de Engelse en Franse bulldog, zijn erg populair. Deze rassen zijn onder andere geliefd door hun uiterlijke kenmerken, die geassocieerd worden met baby's, zoals: een platte neus; grote ogen; en een grotere afstand tussen de ogen. Maar juist deze uiterlijke kenmerken zorgen vaak voor (een hoger risico op) gezondheids- en welzijnsproblemen.

In de afgelopen 10 jaar zijn er verschillende wijzigingen geweest in wet- en regelgeving met betrekking tot het fokken met kortsnuitige honden. In 2023 zijn er 6 kenmerken beschreven. Wanneer bij het fokken van honden bij ten minste één van de ouderdieren één of meer van deze zes kenmerken aanwezig zijn, mag er niet mee gefokt worden. Dit moet ervoor zorgen dat er verantwoord gefokt wordt.

Naast deze wijzigingen in wet- en regelgeving gericht op fokkers, was er ook behoefte aan inzicht in het gedrag van mensen bij de aanschaf en het houden van kortsnuitige honden. Daarom heeft het toenmalige ministerie van LNV in 2023 opdracht gegeven voor gedragsonderzoek, waarin in kaart wordt gebracht welke keuzes en overwegingen er spelen bij de aanschaf van kortsnuitige honden en welke rol fokkers hebben.

De resultaten van dit onderzoek staat in deze rapportage beschreven.

Gedragsonderzoek

Het gedragsonderzoek bestaat uit 3 onderdelen:

1. Literatuurreview
2. Interviews (5 organisaties, 6 eigenaren en 3 fokkers)
3. Vragenlijstonderzoek (3.989 eigenaren en 74 fokkers)

Belangrijkste bevindingen gedragsonderzoek

Eigenaren

1. Welke keuzes maken eigenaren bij de aanschaf van kortsnuitige honden en waarom?

- Bij de aanschaf van kortsnuitige honden spelen de volgende factoren/eigenschappen een belangrijke rol in de keuze voor het ras: karaktereigenschappen, emotie, ervaring met het ras en uiterlijk.
- Veel mensen zoeken voordat ze een hond aanschaffen informatie op over het ras en over fokkers/aanbieders van deze honden. Dit doen ze vaak op websites van organisaties/verenigingen of op sociale media. Ook wordt informatie aangevraagd bij fokkers.
- De meeste mensen hebben hun hond bij een fokker gekocht of bij iemand die toevallig een nestje had.
- De meeste mensen waren bij de aanschaf van de hond al op de hoogte van rasgerelateerde gezondheidsrisico's bij het ras van hun keuze.

2. Welke keuzes maken eigenaren bij het houden van kortsnuitige honden en waarom?

Onderstaande bevindingen hebben invloed op toekomstige keuzes:

- Ondanks gezondheidsproblemen bij hun hond, schatten veel mensen de gezondheid van hun hond in als (heel) goed.
- Een groot deel van de eigenaren zou in de toekomst weer een hond van hetzelfde ras overwegen (hoge loyaliteit aan het ras).
- Bijna niemand heeft spijt van de keuze voor het ras van hun huidige hond.

3. Wat is de rol van de (sociale) omgeving (geweest) bij de aanschaf en het houden van kortsnuitige honden?

- De meeste mensen bespreken hun keuze voor ras met anderen. Meestal met gezinsleden, maar ook met fokkers en de sociale omgeving (vrienden en familieleden).

- Veel mensen krijgen weleens opmerkingen over het uiterlijk van hun hond. Meestal zijn die positief.
- Opmerkingen over de gezondheid van de hond komen minder vaak voor. Als ze voorkomen, zijn ze overwegend positief.

Fokkers

1. Wat is de attitude van fokkers met betrekking tot het fokken met kortsnuitige honden?

- De meeste fokkers vinden het (heel) belangrijk om de rasstandaarden te volgen.
- Een deel van de fokkers weet (of erkent) niet dat de honden waarmee ze fokken in de categorie brachycefale honden vallen en dat er rasgerelateerde gezondheidsrisico's zijn.

2. Welke keuzes maken fokkers bij het fokken van kortsnuitige honden en waarom?

- Veel fokkers geven aan dat ze bij het fokken een langere snuit proberen te krijgen. Hierbij speelt de gezondheid van de hond (vooral betere ademhaling) de belangrijkste rol.

3. Wat is de rol van de (sociale) omgeving op het fokken van kortsnuitige honden?

- Fokkers krijgen zowel van collega-fokkers als van vrienden en familie overwegend positieve reacties op de keuze van het ras waarmee ze fokken.
- Negatieve media-aandacht over het ras waarmee ze fokken, heeft emotionele impact op fokkers.

Aanknopingspunten voor gedragsverandering

- Voor het bepalen van je doelgroep van de gedragsinterventie is het goed om te weten dat veel mensen met een kortsnuitige hond al

eerder een (kortsnuitige) hond in huis hebben gehad. Je wilt dus voorkomen dat mensen opnieuw voor een kortsnuitige hond kiezen.

- Websites van organisaties/ verenigingen en sociale media zijn belangrijke kanalen voor het bereiken van mensen die overwegen een kortsnuitige hond aan te schaffen. De verschillende kortsnuitige hondenrassen zijn goede zoektermen voor targeting.
- Het is mogelijk om mensen die overwegen een kortsnuitige hond aan te schaffen via fokkers te bereiken. Randvoorwaarde hiervoor is wel dat fokkers rasgerelateerde gezondheidsrisico's (h)erkennen. Hier zou eerst op ingezet moeten worden, voordat fokkers als bron voor de gedragsinterventie benut kunnen worden.
- Het heeft geen zin om mensen enkel te informeren over de rasgerelateerde gezondheidsrisico's.
- Het is belangrijk om verkeerde assumpties te ontkrachten, zodat mensen rasgerelateerde gezondheidsrisico's beter op waarde kunnen schatten.
- Het is belangrijk om te stimuleren dat mensen die bij de aanschaf nog twijfels hebben, nog niet overgaan tot de aanschaf, maar nog eens goed overwegen of ze het wel moeten doen. Dit leidt ook tot minder impulsaankopen.
- Het is belangrijk om eigenaren eraan te herinneren dat ze de gezondheidsproblemen van hun hond zielig vinden, wanneer zij overwegen nog een keer een kortsnuitige hond aan te schaffen.
- Het is belangrijk om (nieuwe) eigenaren alert te maken op benauwdheidsklachten van hun hond (of van vrienden of familie). Hiermee wordt het lastiger om deze klachten weg te rationaliseren en makkelijker om gezondheidsproblemen te (h)erkennen.
- Het is belangrijk om in te spelen op de factoren die loyaliteit aan het ras beïnvloeden: gezondheidsrisico's vallen niet mee; gezondheidsproblemen zijn niet oké, ook al zijn ze goed behandelbaar; wijzen op het waarnemen van benauwdheidsklachten.

- Door ervoor te zorgen dat kortsnuitige honden minder zichtbaar worden in de omgeving en op (sociale) media, kan het *mere exposure effect* verminderen, waardoor mensen dit soort honden minder aantrekkelijk gaan vinden.
- Het is belangrijk om doelgroepen te segmenteren en met een gedragsinterventie in te spelen op specifieke doelgedragingen bij verschillende subdoelgroepen.

Kansrijke gedragsinterventies

Om de keuze voor een hond met een gezonde neuslengte te stimuleren, stellen we de **gedragsinterventie ‘Hé, is deze hond wel oké?’** voor die inspeelt op:

- het vergroten van alertheid op (waarneming van) snurken en benauwdheidsklachten bij eigen hond/ hond van bekenden;
- het versterken van de norm dat gezondheidsklachten niet meevallen;
- het versterken van de norm dat ook al zijn gezondheidsklachten goed behandelbaar, het is niet oké voor de hond;
- het vergroten van kennis door het aanbieden en ordenen van betrouwbare informatie;
- het verminderen van impulsaankopen: bij twijfel, niet doen.

Idealiter wordt één hoofdconcept ontwikkeld, waarbinnen verschillende gedragstechnieken¹ worden toegepast in diverse middelen.

Implicaties voor beleid

Wet- en regelgeving

Doordat in augustus 2023 de regels rondom het fokken met brachycefale honden aangescherpt zijn, is het sindsdien verboden om te fokken met

honden die niet aan de richtlijnen voldoen. Fokken met honden met een extreem korte snuit is daardoor sindsdien niet meer toegestaan. Kortsnuitige honden mogen nog wel gekocht worden via handelaren, die deze honden bijvoorbeeld uit het buitenland importeren. Het is daarom interessant om te onderzoeken hoe je hier met beleid invloed op kunt uitoefenen, zodat mensen deze kortsnuitige honden niet meer willen aanschaffen of niet meer mogen houden.

Het ministerie van LNV onderzoekt momenteel de mogelijkheden voor een houd- en vertoningsverbod voor gezelschapsdieren met schadelijke uiterlijke kenmerken. Het is nog niet duidelijk of het houd- en vertoningsverbod van toepassing zal zijn op kortsnuitige honden. Gedragmatig zou een vertoningsverbod een effectief middel kunnen zijn om deze honden minder aantrekkelijk te maken. Uit de gedragswetenschappen weten we immers dat hoe vaker je iets ziet (via bijvoorbeeld advertenties en sociale media) hoe leuker je het vindt (*mere exposure*). Met een vertoningsverbod komen mensen minder vaak in aanraking met deze honden. Ook een houdverbod zou gedragmatig een effectief middel kunnen zijn, om te voorkomen dat eigenaren opnieuw voor een kortsnuitige hond kiezen (*drempels opwerpen*).

Toepassen gedragsinzichten

Aanvullend op bovengenoemde wet- en regelgeving, kan het toepassen van gedragsinzichten meerwaarde bieden om (potentiële) eigenaren te stimuleren bij de aanschaf van een (volgende) hond te kiezen voor een hondenras met een gezonde neuslengte. Wij adviseren om de **gedragsinterventie ‘Hé, is deze hond wel oké?’** aanvullend op het huidige beleidsinstrumentarium toe te passen. Gedragsexpertise is hierbij noodzakelijk, opdat de meest effectieve gedragstechnieken op het goede moment worden ingezet bij de juiste doelgroep.

¹ Technieken gebaseerd op gedragswetenschappelijke inzichten die gedrag en keuzes kunnen beïnvloeden.

INLEIDING

Inleiding

Aanleiding

Kortsnuitige (brachycefale) hondenrassen, zoals de mopshond en de Engelse en Franse bulldog, zijn erg populair. Deze rassen zijn onder andere geliefd door hun uiterlijke kenmerken, die geassocieerd worden met baby's, zoals: een platte neus; grote ogen; en een grotere afstand tussen de ogen. Maar juist deze uiterlijke kenmerken zorgen vaak voor (een hoger risico op) gezondheids- en welzijnsproblemen. De honden hebben vaak last van ademhalingsproblemen (Brachycephalic Obstructive Airway Syndrome, BOAS), oogproblemen (Brachycephalic Ocular Syndrome, BOS), een grotere kans op een hernia en gewrichtsproblemen. Ook kunnen de kosten hoog oplopen voor eigenaren, omdat de honden vaak dure operaties nodig hebben om ervoor te zorgen dat ze beter kunnen ademen.²

Kortsnuiten in de Nederlandse beleidscontext

In 2014 werd in artikel 3.4 van het Besluit houders van dieren onder andere een regel opgenomen over een fokverbod voor dieren die last hebben van hun uiterlijk.³ Op dat moment waren er geen duidelijke handhavingscriteria en bleek het in de praktijk lastig om aan te tonen in welke mate een fokker in overtreding was bij het fokken met kortsnuitige honden.

² <https://nos.nl/regio/gelderland/artikel/300089-koop-geen-kortsnuitige-honden-waarschuwen-dierenartsen>

³ <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2014-232.html>

⁴ <https://www.uu.nl/sites/default/files/eindrapport-ontwikkeling-handhavingcriteria-fokken-met-kortsnuitige-honden-artikel-3.4-def.pdf>

⁵ <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2023/08/24/strengere-regels-fokken-kortsnuitige-honden>

In 2019 heeft Universiteit Utrecht, in opdracht van het toenmalige ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV), handhavingscriteria opgesteld voor het fokken met kortsnuitige honden. Hierbij is een stoplichtmethode ontwikkeld om te bewegen naar een gezonde hondenpopulatie: rood voor honden met de meest extreme uiterlijke kenmerken; oranje voor honden met minder extreme uiterlijke kenmerken; en groen voor honden zonder extreme uiterlijke kenmerken (ideale norm). Hierbij wordt in beginsel op zes kenmerken gelet: ademgeluid; neusopening; relatieve neusverkorting; neusplooi; zichtbaarheid van het oogwit en ooglidreflex. Het doel van deze stoplichtmethode is dat alle fokdieren in de toekomst aan de ideale norm (groen) gaan voldoen.⁴ Om te kunnen fokken richting een gezondere neuslengte is outcross tijdelijk toegestaan: fokken met honden met een extreem korte snuit (< 1/3 van hun schedel) met honden met een langere snuit. Het doel hiervan is om honden met een gezondere neuslengte te fokken.⁵

In augustus 2023 is per direct een nieuwe beleidsregel in werking getreden voor het fokken met kortsnuitige honden⁶. Wanneer bij het fokken van honden bij ten minste één van de ouderdieren één of meer van de volgende kenmerken aanwezig zijn, mag er niet mee gefokt worden:

- het produceren van een bijgeluid bij de ademhaling in rust;
- een matige tot ernstige vernauwing van de neusopeningen;
- een relatieve neusverkorting met een craniofaciale ratio⁷ kleiner dan 0,3;

⁶ Toepassing artikel 3.4 van Besluit houders van dieren op honden, beleidsregel brachycephale honden: <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stcrt-2023-23619.html>

⁷ uitkomst van de deling van de lengte van de neus van de hond, gemeten van de neuspunt tot de stop, door de lengte van de schedel van de hond, gemeten van de stop tot de achterhoofdknobbels

- een neusplooi:
 - o met haren die vanaf de neusplooi het hoornvlies of bindvlies raken of kunnen raken;
 - o die nat is; of
 - o met ontstekingsverschijnselen in een of beide ogen gerelateerd aan de aanwezigheid van de neusplooi;
- een oog met oogwit zichtbaar in twee of meer kwadranten; of
- een ooglid dat niet volledig gesloten kan worden bij het opwekken van de ooglidreflex.

Dit moet ervoor zorgen dat er verantwoord gefokt wordt.

Door de invoer van deze beleidsregel is er ook een einde gekomen aan outcross. Volgens de toenmalige minister van LNV hebben fokkers voldoende tijd gehad (sinds 2019) om te fokken richting een gezondere neuslengte. Er mag dus vanaf augustus 2023 alleen nog gefokt worden met honden die aan de richtlijnen voldoen.

Naast bovengenoemde maatregelen gericht op fokkers, was er ook behoefte aan inzicht in het gedrag van mensen bij de aanschaf en het houden van kortsnuitige honden. Daarom heeft het toenmalige ministerie van LNV in 2023 opdracht gegeven voor gedragsonderzoek, waarin in kaart wordt gebracht welke keuzes en overwegingen er spelen bij de aanschaf van kortsnuitige honden en welke rol fokkers hierbij hebben.

In deze rapportage staat dit gedragsonderzoek beschreven.

Doel gedragsonderzoek

Om inzicht te krijgen in het gedrag van mensen bij de aanschaf en het houden van kortsnuitige honden, is onderzoek gedaan bij eigenaren van kortsnuitige honden. Aanvullend hierop is ook onderzoek gedaan bij fokkers van kortsnuitige honden.

Eigenaren

Inzicht krijgen in welke gedragsbepalende factoren een belangrijke rol spelen bij het aanschaffen en het houden van kortsnuitige honden.

Fokkers

Inzicht krijgen in de attitude en beleving van fokkers met betrekking tot het fokken van kortsnuitige honden en de invloed van de sociale omgeving op het fokken van kortsnuitige honden.

Hoofdvragen

Hieronder staan de hoofdvragen die geformuleerd zijn voor het onderzoek bij eigenaren en het onderzoek bij fokkers.

Eigenaren

1. Welke keuzes maken eigenaren bij de aanschaf van kortsnuitige honden en waarom?
2. Welke keuzes maken eigenaren bij het houden van kortsnuitige honden en waarom?
3. Wat is de rol van de (sociale) omgeving (geweest) bij de aanschaf en het houden van kortsnuitige honden?

Fokkers

1. Wat is de attitude van fokkers met betrekking tot het fokken met kortsnuitige honden?
2. Welke keuzes maken fokkers bij het fokken van kortsnuitige honden en waarom?
3. Wat is de rol van de (sociale) omgeving op het fokken van kortsnuitige honden?

Opzet gedragsonderzoek

Het gedragsonderzoek bestaat uit 3 onderdelen:

1. Literatuurreview
2. Kwalitatief onderzoek (interviews)
3. Kwantitatief onderzoek (vragenlijsten)

Voor de literatuurreview is (gedrags)wetenschappelijke literatuur bestudeerd, zowel nationaal als internationaal. De literatuurreview is bedoeld om gedrag, attitudes en keuzes van eigenaren en fokkers van kortsnuitige honden te kunnen duiden en ter aanscherping van de onderzoeksvragen.

In het kwalitatief onderzoek zijn middels interviews de bevindingen uit de literatuurreview getoetst en de onderzoeksvragen voor het kwantitatief onderzoek verrijkt. Daarnaast is een eerste vertaalslag gemaakt van (internationale) wetenschappelijke inzichten naar de Nederlandse context.

In het kwantitatief onderzoek is middels online vragenlijsten de wetenschappelijke informatie over het aanschaffen, houden en fokken van kortsnuitige honden getoetst bij 3.989 eigenaren en 74 fokkers in Nederland. De vragenlijsten bij eigenaren geven inzicht in de relevante gedragsbepalende factoren⁸ bij het aanschaffen en het houden van kortsnuitige honden. De vragenlijsten bij fokkers geven inzicht in het beeld dat fokkers hebben van hun klanten en collega-fokkers en de rol van de sociale omgeving op het fokken van kortsnuitige honden.

In deze rapportage bespreken we de belangrijkste bevindingen uit deze 3 onderzoeken in samenspraak. De rapportages van de drie afzonderlijke onderzoeken zijn als bijlages bij deze rapportage toegevoegd (de literatuurreview als Bijlage 1, het kwalitatief onderzoek is als Bijlage 2 en het kwantitatief onderzoek als Bijlage 3).

⁸ Gedragsbepalende factoren zijn aspecten (kennis en vaardigheden, motieven en drijfveren, belemmeringen en omstandigheden) die een belangrijke rol spelen bij de totstandkoming van gedrag.

Leeswijzer

In hoofdstuk 1 wordt antwoord gegeven op de hoofdvragen van het gedragsonderzoek. In hoofdstuk 2 worden de belangrijkste aanknopingspunten voor gedragsverandering uitgewerkt. In hoofdstuk 3 worden kansrijke gedragsinterventies beschreven en implicaties voor beleid.



HOOFDSTUK I.

Bevindingen Gedragsonderzoek

Bevindingen gedragsonderzoek

In dit hoofdstuk geven we antwoord op de hoofdvragen van het gedragsonderzoek. Dit hoofdstuk is grotendeels gebaseerd op bevindingen uit het vragenlijstonderzoek (kwantitatieve onderzoek). Daar waar de literatuurreview of interviews (kwalitatieve onderzoek) andere inzichten geven, wordt dit erbij vermeld.

Eigenaren

1. Welke keuzes maken eigenaren bij de aanschaf van kortsnuitige honden en waarom?

- Bij de aanschaf van kortsnuitige honden spelen de volgende factoren/eigenschappen een belangrijke rol in de keuze voor het ras:
 - karaktereigenschappen die toegeschreven worden aan het gekozen ras;
 - emotie: veel mensen geven aan dat ze op slag verliefd waren op het gekozen ras;
 - ervaring met het ras: zowel eigen ervaring als ervaring van mensen uit de sociale omgeving.
- Uit de literatuurreview en interviews komt ook het uiterlijk naar voren als belangrijke factor/ eigenschap
- De meeste mensen (80%) zoeken informatie op over het ras en over fokkers/aanbieders van deze honden. Dit doen ze vaak op websites van organisaties/verenigingen of op sociale media. Ook wordt informatie aangevraagd bij fokkers. Overigens kwam uit de literatuurreview dat mensen die een kortsnuitige hond aanschaffen minder onderzoek doen naar de hond dan mensen die een ander type hond aanschaffen.
 - De meeste mensen hebben hun hond bij een fokker gekocht of bij iemand die toevallig een nestje had (resp. 52% en 25%). De wijze waarop mensen bij de verkoper terechtkomen varieert.
 - De meeste mensen (78%) waren bij de aanschaf van de hond al op de hoogte van rasgerelateerde gezondheidsrisico's bij het ras van

hun keuze. Mensen kiezen desondanks toch voor dit ras, omdat ze het idee hebben dat bijna alle hondenrassen wel gezondheidsrisico's hebben. Ook noemen veel mensen dat ze juist voor een rashond met stamboom hebben gekozen om rasgerelateerde gezondheidsrisico's te verkleinen.

2. Welke keuzes maken eigenaren bij het houden van kortsnuitige honden en waarom?

Onderstaande bevindingen hebben invloed op toekomstige keuzes:

- Ondanks gezondheidsproblemen bij hun hond, schatten de meeste mensen (84%) de gezondheid van hun hond in als (heel) goed.
- Een groot deel van de mensen (71%) zou in de toekomst weer een hond van hetzelfde ras overwegen (hoge loyaliteit aan het ras). Bijna een kwart twijfelt. Gezondheidsproblemen bij de huidige hond spelen hierin de belangrijkste rol. Ook mensen die in de toekomst een hond van een ander ras willen, noemen gezondheidsproblemen bij de huidige hond als belangrijke reden (naast formaat van de hond). Verder hebben de volgende factoren invloed op loyaliteit aan het ras: de mate waarin mensen de aanschaf van hun hond als impulsaankoop zien; de mate waarin mensen de gezondheidsrisico's mee vinden vallen; de mate waarin respondenten vinden dat de gezondheidsrisico's goed behandelbaar zijn; en de mate waarin de hond snurkt en benauwd is.
- Bijna niemand heeft spijt van de keuze voor het ras van hun huidige hond. Van de mensen die twijfelen of ze in de toekomst weer een hond van hetzelfde ras overwegen, heeft 14% spijt van de keuze voor ras.

3. Wat is de rol van de (sociale) omgeving (geweest) bij de aanschaf en het houden van kortsnuitige honden?

- De meeste mensen (79%) bespreken hun keuze voor ras met anderen. Meestal met gezinsleden, maar ook met fokkers en de sociale omgeving (vrienden en familieleden). Ook nemen ze, naast eventueel

eigen ervaring met het ras, ook ervaringen van mensen uit hun sociale omgeving met het ras mee in de keuze voor het ras.

- De meeste mensen krijgen weleens opmerkingen over het uiterlijk van hun hond, zowel van mensen uit de sociale omgeving (84%) als van onbekenden op straat (82%). Dit zijn overwegend positieve opmerkingen.
- Opmerkingen over de gezondheid van de hond komen minder vaak voor (49% krijgt opmerkingen over de gezondheid uit de sociale omgeving; 39% krijgt opmerkingen over de gezondheid van de hond van onbekenden). Als er opmerkingen gemaakt worden, zijn dit ook overwegend positieve reacties.

Fokkers

1. Wat is de attitude van fokkers met betrekking tot het fokken met kortsnuitige honden?

De meeste fokkers (77%) vinden het (heel) belangrijk om rasstandaarden te volgen. Een kwart van de fokkers geeft aan dat de honden waarmee ze fokt/kruist niet in de categorie brachycefale honden valt, terwijl dit wel het geval is. Ook geeft 40% van de fokkers aan dat er geen rasgerelateerde gezondheidsrisico's zijn bij de honden waarmee ze fokt/kruist, terwijl dit wel het geval is. Fokkers weten (of erkennen) dus niet dat de honden waarmee ze fokken in de categorie brachycefale honden vallen en dat er rasgerelateerde gezondheidsrisico's zijn.

2. Welke keuzes maken fokkers bij het fokken van kortsnuitige honden en waarom?

Veel fokkers (60%) geven aan dat ze bij het fokken een langere snuit proberen te krijgen. Hierbij speelt de gezondheid van de hond (vooral betere ademhaling) de belangrijkste rol. Fokkers die geen langere snuit proberen te krijgen bij het fokken, zijn dit ook niet echt van plan om te gaan doen. Ze denken dit wel te gaan doen als het in de rasstandaard wordt opgenomen of als zij vinden dat het wetenschappelijk bewezen is dat honden last hebben van een kortere snuit.

3. Wat is de rol van de (sociale) omgeving op het fokken van kortsnuitige honden?

Fokkers krijgen van vrienden en familie overwegend positieve reacties op de keuze van het ras waarmee ze fokken. Ook van collega-fokkers krijgen fokkers overwegend positieve reacties op de keuze van het ras waarmee ze fokken (of zowel positieve als negatieve reacties). Wel zien we hierbij een verschil tussen fokkers die wel of geen kruisingen fokken: fokkers die geen kruisingen fokken krijgen relatief meer positieve reacties van collega-fokkers dan fokkers die wel kruisingen fokken.

Verder geeft een kwart van de fokkers aan dat het ras waarmee ze fokt/kruist wel (heel) vaak negatief in de media komt. Deze negatieve media-aandacht heeft meer emotionele impact op de fokkers dan eventuele negatieve reacties van collega-fokkers, vrienden en familie. We krijgen geen duidelijk beeld van de invloed van klanten op het fokgedrag met betrekking tot neuslengte.



HOOFDSTUK 2.

Aanknopingspunten voor gedragsverandering

Aanknopingspunten voor gedragsverandering

Inleiding

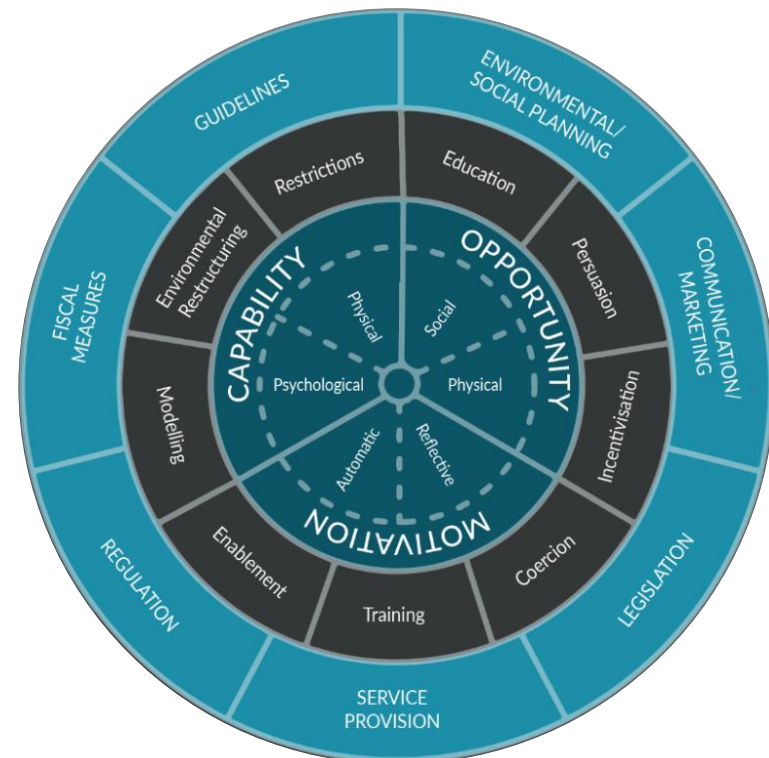
In dit hoofdstuk belichten we de belangrijkste gedragsbepalende factoren die naar voren komen uit het gedragsonderzoek. Gedragsbepalende factoren zijn aspecten (kennis en vaardigheden, motieven en drijfveren, belemmeringen en omstandigheden) die een belangrijke rol spelen bij de totstandkoming van gedrag. We richten ons hier op de gedragsbepalende factoren voor de keuzes en het gedrag van mensen bij het aanschaffen en houden van kortsnuitige honden.

COM-B model

De gedragsbepalende factoren worden in kaart gebracht aan de hand van het COM-B gedragsmodel.⁹ Volgens het COM-B gedragsmodel komt gedrag (Behaviour) tot stand wanneer er aan drie randvoorwaarden is voldaan: iemand moet over voldoende capaciteiten (Capability), gelegenheid (Opportunity) en motivatie (Motivation) beschikken. Elk van deze drie randvoorwaarden, kunnen onderverdeeld worden in twee subcategorieën:

1. **Capaciteit** – Mentale en fysieke persoonsgebonden factoren: beschikt men over de benodigde kennis, vaardigheden en het denkvermogen om het gedrag uit te voeren?
2. **Motivatie** – Bewuste en onbewuste drijfveren: in hoeverre is men gemotiveerd en zijn er voldoende intrinsieke triggers om het gedrag uit te voeren?
3. **Gelegenheid** – Sociale en fysieke omgevingsfactoren: in hoeverre stimuleert of belemmert de sociale en fysieke omgeving het uitvoeren van het gedrag?

Door het gedrag in kaart te brengen aan de hand van deze drie randvoorwaarden, wordt inzichtelijk waar kansen en barrières liggen voor gewenst gedrag. Bij elk soort kans of barrière, passen andere gedragsinterventies. In het gedragsveranderingswiel (zie plaatje hieronder)⁹ staan verschillende gedragsdoelen (zie zwarte ring) en beleidsinstrumenten (zie buitenste blauwe ring) benoemd. Door met interventies in te spelen op de gedragsbepalende factoren, kun je gedrag succesvol beïnvloeden. In Hoofdstuk 3 gaan we dieper in op kansrijke gedragsinterventies en implicaties voor beleid.



⁹ Michie, Van Stralen, & West (2011).

Gedragbepalende factoren

In onderstaande figuur staan de belangrijkste gedragbepalende factoren weergegeven voor het aanschaffen en houden van kortsnuitige honden.

Deze gedragbepalende factoren komen naar voren uit het gedragsonderzoek. Onder de figuur worden de gedragbepalende factoren toegelicht.

Capaciteit	Motivatie	Gelegenheid
• Eerdere eigen ervaring met (kortsnuitige) hond • Info opzoeken over ras en fokkers/aanbieders • Websites van organisaties/verenigingen en sociale media als informatiebron • Fokkers als informatiebron bij aanschaf • Op de hoogte van gezondheidsrisico's bij aanschaf • Assumptie: alle hondenrassen hebben gezondheidsrisico's • Assumptie: rashonden met stamboom hebben minder gezondheidsrisico's	• Op slag verliefd en impulsaankopen • Leeftijd van hond (pup) • Gezondheidsproblemen wel zwaar • Cognitieve dissonantie • Normaliseren van gezondheidsproblemen • Loyaliteit aan ras	• Mere exposure (sociale media, films e.d., in de buurt) • (Ervaring van) familie en vrienden spelen rol bij aanschaf • Manier van informatie zoeken voor aanschaf • Reacties van anderen (sociale omgeving en onbekenden)

Capaciteit

Mentale en fysieke persoonsgebonden factoren: beschikt men over de benodigde kennis, vaardigheden en het denkvermogen om het gedrag uit te voeren?

Eerdere eigen ervaring met (kortsnuitige) hond

Uit de literatuurreview bleek dat mensen die een kortsnuitige hond aanschaffen, minder vaak eerdere ervaring hebben met honden in huis dan mensen die een andere hond aanschaffen. Uit het vragenlijstonderzoek (kwantitatief onderzoek) kwam echter naar voren dat bijna 9 op de 10 eigenaren van een kortsnuitige hond al eerder een hond in huis hebben gehad (als kind en/of volwassene); bij 60% was dit ook een kortsnuitige hond. De literatuurreview ging niet specifiek over Nederland, het vragenlijstonderzoek wel. Het kan dus zijn dat dit in Nederland anders is dan in andere landen. Waarom dit zou zijn, is niet bekend.

Voor het bepalen van je doelgroep van de gedragsinterventie is het goed om te weten dat veel mensen met een kortsnuitige hond al eerder een (kortsnuitige) hond in huis hebben gehad. Je wilt dus voorkomen dat mensen opnieuw voor een kortsnuitige hond kiezen.

Informatie opzoeken over ras en fokkers/aanbieders

Zowel uit de interviews als het vragenlijstonderzoek komt naar voren dat de meeste mensen die een kortsnuitige hond hebben aangeschaft vooraf informatie hebben opgezocht. Er wordt vooral gezocht naar informatie over het ras en fokkers/aanbieders van deze honden.

Websites van organisaties/verenigingen en sociale media als informatiebron

Uit het vragenlijstonderzoek blijkt dat eigenaren het meest gebruik maken van websites van organisaties/verenigingen voor informatie over het

aanschaffen van kortsnuitige honden. Maar ook sociale media wordt veel gebruikt.

Websites van organisaties/verenigingen en sociale media zijn belangrijke kanalen voor het bereiken van je doelgroep (mensen die overwegen een kortsnuitige hond aan te schaffen). De verschillende kortsnuitige hondenrassen zijn goede zoektermen voor targeting.

Fokkers als informatiebron bij aanschaf

Daarnaast zien we in het vragenlijstonderzoek dat 40% van de eigenaren ook informatie heeft opgevraagd bij fokkers. Hierbij is het goed om te realiseren dat 40% van de fokkers van kortsnuitige honden niet weet of niet erkent dat er rasgerelateerde gezondheidsrisico's spelen bij het ras waarmee gefokt wordt. En een kwart van de fokkers denkt dat het ras waarmee gefokt wordt geen brachycephaal ras is. Toch geeft 60% van de fokkers aan dat ze bij het fokken wel proberen een langere snuit te krijgen. Dit doen ze voornamelijk voor een betere ademhaling. Fokkers die niet op langere snuit willen fokken, zouden dit eventueel wel gaan doen:

- als het in de rasstandaard wordt opgenomen (het volgen van de rasstandaarden vinden ze heel belangrijk), of
- als ze het wetenschappelijk bewezen vinden dat de honden last hebben van een kortere snuit.

Het is mogelijk om je doelgroep (mensen die overwegen een kortsnuitige hond aan te schaffen) via fokkers te bereiken. Randvoorwaarde hiervoor is wel dat fokkers rasgerelateerde gezondheidsrisico's (h)erkennen. Hier zou eerst op ingezet moeten worden, voordat fokkers als bron voor de gedragsinterventie benut kunnen worden.

Op de hoogte van gezondheidsrisico's bij aanschaf

Uit het vragenlijstonderzoek blijkt dat de meeste eigenaren bij de aanschaf van de kortsnuitige hond al op de hoogte waren van de rasgerelateerde gezondheidsrisico's.

Het heeft geen zin om met de gedragsinterventie mensen enkel te informeren over de rasgerelateerde gezondheidsrisico's.



Assumptie: alle hondenrassen hebben gezondheidsrisico's

Als we vragen waarom ze dan toch voor dit ras gekozen hebben, geeft de helft van de eigenaren aan dat bijna alle hondenrassen wel gezondheidsrisico's hebben. In de interviews is dit ook aan bod gekomen. Er werd ons verwezen naar de rashondenwijzer.¹⁰ Hierin zijn 112 hondenrassen gescoord op erfelijke aandoeningen. In de gehele lijst staan maar 2 hondenrassen met een zeer klein of onbekend risico en 3 met een gering risico. De rest heeft allemaal een beduidend, hoog of heel hoog risico. De hondenwijzer is opgesteld met het achterliggende idee dat mensen zich realiseren dat rashonden niet perse gezonder zijn dan kruisingen. Maar mensen zouden hieruit (onterecht) de conclusie kunnen trekken dat de gezondheid van vrijwel alle honden te wensen overlaat.

Assumptie: rashonden met stamboom hebben minder gezondheidsrisico's

Daarnaast wordt in het vragenlijstonderzoek door ruim eenderde van de eigenaren aangegeven dat ze juist gekozen hebben voor een rashond met stamboom om rasgerelateerde gezondheidsrisico's te verkleinen. Dit komt overeen met de bevindingen uit de interviews, waarin werd genoemd dat

¹⁰ www.dierenrecht.nl/rashondenwijzer

¹¹ In de literatuurreview wordt een impulsaankoop gedefinieerd als ongepland gedrag op basis van snelle besluitvorming en een neiging het product snel te willen hebben.

veel mensen denken dat rashonden gezonder zijn dan kruisingen. Maar dit hoeft niet het geval te zijn.

Het is belangrijk om met de gedragsinterventie verkeerde assumpties te ontkrachten, zodat mensen rasgerelateerde gezondheidsrisico's beter op waarde kunnen schatten.



Motivatie

Bewuste en onbewuste drijfveren: in hoeverre is men gemotiveerd en zijn er voldoende intrinsieke triggers om het gedrag uit te voeren?

Op slag verliefd en impulsaankopen

In de interviews en het vragenlijstonderzoek noemen eigenaren dat ze op slag verliefd waren op het ras (54% in het vragenlijstonderzoek). In de literatuurreview wordt een relatie gelegd tussen 'op slag verliefd zijn' en impulsaankopen.¹¹ Toch geven de meeste mensen in de interviews en het vragenlijstonderzoek aan dat de aanschaf van de hond geen impulsaankoop was (90%).¹² Uit het vragenlijstonderzoek blijkt dat bij bijna tweederde van de eigenaren de voorbereidingstijd (tijd tussen het idee om een hond aan te schaffen en het moment dat de hond in huis is) minder dan een half jaar was (18% binnen 1 maand; 22% binnen 2-3 maanden; 23% tussen 4-6 maanden). Hierbij zien we dat mensen die nog twijfels hadden over het ras bij de aanschaf van de hond, een langere voorbereidingstijd nemen dan mensen met minder of geen twijfels. Ook zien we dat mensen die bij de aanschaf nog twijfels hebben, later minder

¹² In de interviews en het vragenlijstonderzoek gaat het om waargenomen impulsaankopen, dus hoe mensen dat zelf interpreteren. Hieruit komt naar voren dat mensen de mate waarin ze nog twijfelen bij de aanschaf en de tijd die ze nemen bij de beslissing/ voorbereiding meenemen in hun beoordeling of het een impulsaankoop is.

tevreden zijn met de hond en een minder positieve (en dus meer realistische) inschatting van de gezondheid van de hond hebben, dan mensen zonder twijfels bij de aanschaf. In de literatuurreview wordt ook een relatie gelegd tussen twijfel bij de aanschaf en impulsaankopen. Overigens geven de meeste eigenaren aan dat ze geen twijfels (meer) hadden, toen ze besloten een hond van het gekozen ras aan te schaffen (81%).

Het is belangrijk om met de gedragsinterventie te stimuleren dat mensen die bij de aanschaf nog twijfels hebben, nog niet overgaan tot de aanschaf, maar nog eens goed overwegen of ze het wel moeten doen. Dit leidt ook tot minder impulsaankopen.



Leeftijd van hond (pup)

Uit de literatuurreview, de interviews en het vragenlijstonderzoek blijkt dat mensen die een hond aanschaffen het vaakst een pup kopen. Bij een gedragsinterventie is het dus vooral zinvol om deze te koppelen aan het zoekgedrag rondom puppy's.

Gezondheidsproblemen wel zielig

Uit de interviews en het vragenlijstonderzoek blijkt dat de meeste eigenaren de rasgerelateerde gezondheidsrisico's wel zielig vinden.

Het is belangrijk om met de gedragsinterventie eigenaren eraan te herinneren dat ze de gezondheidsproblemen van hun hond zielig vinden wanneer zij overwegen nog een keer een kortsnuitige hond aan te schaffen.



Cognitieve dissonantie

In de literatuurreview en het vragenlijstonderzoek komt een discrepantie naar voren tussen de daadwerkelijke gezondheid van de hond en de beoordeling van de gezondheid van de hond door de eigenaren. De meeste eigenaren schatten in dat hun hond in (hele) goede gezondheid is. Toch blijkt dat een groot deel van de honden gezondheidsproblemen heeft (gehad) en hier ook aan is behandeld of geopereerd. Deze inconsistentie tussen daadwerkelijke gezondheid van de hond en de beoordeling van de eigenaren duidt op cognitieve dissonantie. Cognitieve dissonantie treedt op als mensen iets doen waar ze eigenlijk niet achter staan. Dit geeft een psychologisch oncomfortabel gevoel. Om dit gevoel weg te krijgen, is het makkelijker om je beoordeling aan te passen dan je gedrag. Manieren om dit te doen zijn bijvoorbeeld: excuses verzinnen, het probleem ontkennen of het gedrag goedpraten. Dus ondanks dat eigenaren bewust zijn van de gezondheidsproblemen van het ras, kan het niet goed voelen om toe te geven dat hun eigen hond ook deze gezondheidsproblemen ervaart. Om dit nare gevoel kwijt te raken of niet te hoeven ervaren, zouden ze zichzelf kunnen voorhouden dat hun hond in (hele) goede gezondheid is.

Normaliseren van gezondheidsproblemen

Uit de literatuurreview blijkt dat eigenaren de ademhalingsproblemen van hun hond normaliseren. Zo blijkt dat meer dan de helft van de eigenaren van kortsnuiten, waarbij ademhalingsproblemen klinisch is vastgesteld, deze ademhalingsproblemen niet herkennen. In plaats daarvan rechtvaardigen ze de signalen als 'hoort bij het ras'.

Deze normalisatie zien we ook terug in de interviews. Hierin kwam naar voren dat eigenaren het snurken van hun hond niet opmerken, terwijl mensen uit hun omgeving daar weleens opmerkingen over maken. In het vragenlijstonderzoek zien we deze normalisatie niet op deze manier terug. Hierin zien we juist samenhang tussen ademhalingsproblemen, de mate waarin eigenaren aangeven dat hun hond snurkt en de mate waarin de hond snel benauwd is. Eigenaren herkennen dus de signalen van ademhalingsproblemen. Toch lijkt de eerdergenoemde assumptie 'dat alle

hondenrassen wel gezondheidsrisico's hebben' wel te duiden op een vorm van normalisatie (of cognitieve dissonantie). Door ervan uit te gaan dat er met alle honden wel wat aan de hand is, kunnen eigenaren hun keuze voor een kortsnuitige hond rechtvaardigen of goedpraten.

Het is belangrijk om met de gedragsinterventie (nieuwe)  eigenaren alert te maken op benauwdheidsklachten van hun hond (of hond van vrienden of familie). Hiermee wordt het lastiger om deze klachten weg te rationaliseren en makkelijker om gezondheidsproblemen te (h)erkennen.

Loyaliteit aan ras

Uit de literatuurreview, de interviews en het vragenlijstonderzoek blijkt dat eigenaren van een kortsnuitige hond loyaal zijn aan het ras. Zo blijkt uit het vragenlijstonderzoek dat een kleine meerderheid in de toekomst weer een hond van hetzelfde ras zou overwegen (60%) en 11% misschien. Bijna een kwart twijfelt hierover. Bij twijfel spelen gezondheidsproblemen van de huidige hond volgens de respondenten de belangrijkste rol. Uit het vragenlijstonderzoek blijkt dat de volgende factoren van invloed zijn op loyaliteit aan het ras:

- De mate waarin respondenten zelf vinden dat de aanschaf van de hond een impulsaankoop was: hoe meer het als een impulsaankoop wordt gezien, hoe lager de loyaliteit;
- De mate waarin respondenten de rasgerelateerde gezondheidsrisico's mee vinden vallen: hoe meer ze het mee vinden vallen, hoe hoger de loyaliteit;
- De mate waarin respondenten de rasgerelateerde gezondheidsrisico's goed behandelbaar vinden: hoe beter ze het behandelbaar vinden, hoe hoger de loyaliteit;
- De mate waarin respondenten waarnemen dat hun hond snurkt en/of benauwd is: hoe meer snurken en/of

benauwdheidsklachten waargenomen worden, hoe lager de loyaliteit.

Verder zien we dat bijna niemand spijt heeft van de keuze voor het ras van hun huidige hond.

Het is belangrijk om met de gedragsinterventie in te spelen op de factoren die loyaliteit aan het ras (en dus het weer aanschaffen van eenzelfde type hond) beïnvloeden: gezondheidsrisico's vallen niet mee; gezondheidsproblemen zijn niet oké, ook al zijn ze goed behandelbaar; wijzen op het waarnemen van benauwdheidsklachten. 

Gelegenheid

Sociale en fysieke omgevingsfactoren: in hoeverre stimuleert of belemmert de sociale en fysieke omgeving het uitvoeren van het gedrag?

Mere exposure (sociale media, films e.d., in de buurt)

In de literatuurreview komt naar voren dat mensen gevoelig zijn voor trends bij de keuze voor type hond. Zo leiden films (maar ook reclames) met honden van een specifiek ras in de hoofdrol vaak tot een verhoogde vraag en aanschaf van dit ras. Toch leek de invloed van films op populariteit van een ras het sterkst in het begin van de twintigste eeuw. Sindsdien neemt deze invloed af. Tegenwoordig kunnen influencers op sociale media sterke invloed hebben op aankoopgedrag van mensen; vooral op jonge vrouwen. De invloed van influencers op het aanschaffen van honden is wetenschappelijk echter (nog) niet onderzocht. Overigens wordt de invloed van (sociale) media op de keuze voor type hond vrijwel nooit genoemd als reden. Het kan zijn dat deze invloed onbewust is, waardoor mensen het niet noemen.

In het vragenlijstonderzoek noemt 11% van de eigenaren filmpjes en foto's op sociale media als belangrijke factor in de keuze voor type hond. Daarnaast noemt 27% ervaring van bekenden, vrienden of familie met dit

ras als belangrijke factor. En 2% geeft aan dat ze dit ras veel in hun buurt hebben gezien. Uit gedragswetenschappelijk onderzoek¹³ weten we dat mensen iets wat ze vaker zien, positiever beoordelen. Dit wordt het *mere exposure effect* genoemd. Hoe vaker mensen iets zien, hoe positiever ze het gaan beoordelen, hoe groter de kans is dat het willen hebben/doen. Wij veronderstellen dat het *mere exposure effect* ook bij de keuze voor type hond een belangrijke rol speelt. Als mensen in aanraking komen met een type hond of deze zien in de buurt, bij vrienden, familie of op (sociale) media, wordt de interesse in het type hond gewekt. Doordat ze steeds weer in aanraking komen met het ras of het steeds weer zien, gaan ze het dus positiever beoordelen en vergroot dit de kans dat ze het zelf ook willen hebben.

Door ervoor te zorgen dat kortsnuitige honden minder zichtbaar worden in de omgeving en op (sociale) media, kan het *mere exposure effect* verminderen, waardoor mensen dit soort honden minder aantrekkelijk gaan vinden. 

(Ervaring van) familie en vrienden spelen rol bij aanschaf

Zoals hierboven al genoemd, geeft ruim een kwart van de eigenaren in het vragenlijstonderzoek aan dat de ervaring van bekenden, vrienden of familie met dit ras een belangrijke factor is bij de keuze voor type hond. Ook blijkt dat bijna een kwart van de respondenten hun keuze voor ras met vrienden en andere familieleden bespreekt (resp. 22% en 18%). Beide bevindingen komen ook naar voren in de interviews. De sociale omgeving speelt dus een belangrijke rol bij de keuze voor ras.

Manier waarop naar hondjes gezocht wordt

Uit het vragenlijstonderzoek blijkt dat de wijze waarop mensen bij de verkoper terecht komen varieert. Als we bekijken waar mensen een hond

gekocht hebben en kijken naar de wijze waarop ze bij de verkoper terecht zijn gekomen, dan vallen de volgende dingen op.

- Mensen die hun hond gekocht hebben bij een fokker, zijn daar relatief vaak via de rasvereniging terecht gekomen.
- Mensen die hun hond gekocht hebben bij iemand die toevallig een nestje heeft, zijn hier relatief vaak via een algemene online handelsplaats terechtgekomen.
- Mensen die hun hond bij een asiel gekocht hebben, hebben dit relatief vaak zelf gevonden via zoeken op internet.
- Mensen die hun hond gekocht hebben bij een handelaar/importeur, zijn hier relatief vaak via een algemene online handelsplaats terechtgekomen.
- Als mensen hun hond gekocht hebben bij een organisatie die honden uit het buitenland redt, is dit relatief vaak doordat het is aangeraden op sociale media.

Bovenstaande inzichten maakt het mogelijk om doelgroepen te segmenteren en met een gedragsinterventie in te spelen op specifieke doelgedragingen bij verschillende subdoelgroepen. 

Reacties van anderen (sociale omgeving en onbekenden)

Uit het vragenlijstonderzoek blijkt dat eigenaren opmerkingen krijgen over hun hond. Dit zijn vooral opmerkingen over het uiterlijk van hun hond en niet zozeer over de gezondheid van hun hond. De reacties die eigenaren krijgen zijn overwegend positief, zowel van vrienden en familie als van onbekenden op straat.

¹³ Zajonc, R.B. (1968).

HOOFDSTUK 3.

Kansrijke gedragsinterventies & implicaties voor beleid

Kansrijke gedragsinterventies en implicaties beleid

Op basis van de aanknopingspunten voor gedragsverandering geven we advies voor kansrijke gedragsinterventies en implicaties voor beleid gericht op (potentiële) eigenaren.

Doelgedrag

Bij de aanschaf van een nieuwe hond, kiezen mensen voor een hond met een gezonde neuslengte.

Doelgroep

Mensen die een kortsnuitige hond overwegen. Dit kunnen mensen zijn die:

- al een kortsnuitige hond hebben (gehad); of
- voor het eerst een kortsnuitige hond overwegen.

Voorstel voor gedragsinterventie

Om de keuze voor een hond met een gezonde neuslengte te stimuleren, stellen we een gedragsinterventie voor die inspeelt op:

- het vergroten van alertheid op (waarneming van) snurken en benauwdheidsklachten bij eigen hond/ hond van bekenden;
- het versterken van de norm dat gezondheidsklachten niet meevallen;
- het versterken van de norm dat ook al zijn gezondheidsklachten goed behandelbaar, het is niet oké voor de hond;
- het vergroten van kennis door het aanbieden en ordenen van betrouwbare informatie;
- het verminderen van impulsaankopen: bij twijfel, niet doen.

Idealiter wordt één hoofdconcept ontwikkeld, waarbinnen verschillende gedragstechnieken¹⁴ worden toegepast in diverse middelen. Met het totaalpakket wordt ingespeeld op de vijf bovenstaande aspecten. Om de doelgroep op het juiste moment te bereiken, stellen we voor om middelen te ontwikkelen die online toepasbaar zijn én middelen die fysiek ingezet kunnen worden (bijvoorbeeld in dierenartspraktijken).

Gedragsinterventie ‘Hé, is deze hond wel oké?’

Met de vraag ‘Is deze hond wel oké?’, wordt de norm al geactiveerd dat niet alle honden oké zijn en dat je alert moet zijn op de gezondheid van een (nog aan te schaffen) hond. Hiermee wil je uiteindelijk een normverschuiving teweegbrengen. Binnen deze gedragsinterventie kunnen verschillende gedragstechnieken toegepast worden, waarvan we hieronder een korte uitwerking schetsen.

- *Checklist ‘Hé, is deze hond wel oké?’* Checklists zijn een goede manier om (potentiële) eigenaren te helpen en te stimuleren om op benauwdheidsklachten te letten bij hun eigen hond of bij kortsnuitige honden in hun omgeving (bv. bij familie of vrienden). Je vergroot hiermee inzicht op welke specifieke benauwdheidsklachten gelet kan worden (bv. snurken, hijgen, hoesten) en het wordt makkelijker om benauwdheidsklachten te (h)erkennen. Belangrijk hierbij is om een link te leggen tussen benauwdheidsklachten en rasgerelateerde gezondheidsrisico's (vanwege de korte snuit). Hiermee wordt een associatie gelegd tussen de waarneembare benauwdheidsklachten en het ras of type hond. Dit vergroot de kans dat ze afzien van een kortsnuitig ras en andere rassen/ type honden gaan overwegen. LET OP: Het is belangrijk om in de checklist specifiek te wijzen op benauwdheidsklachten, omdat juist bij mensen die

¹⁴ Technieken gebaseerd op gedragswetenschappelijke inzichten die gedrag en keuzes kunnen beïnvloeden.

benauwdheidsklachten bij hun eigen hond waarnemen de loyaliteit aan het ras lager is (ze willen minder vaak weer dezelfde type hond aanschaffen). Bij mensen die zelf (nog) geen kortsnuitige hond hebben, maar de benauwdheidsklachten opmerken bij deze honden in hun directe omgeving (bv. bij vrienden of familie), wordt de kans groter dat ze andere honden overwegen en afzien van de aanschaf van een kortsnuitige hond.

- Checklists kunnen verspreid worden als onderdeel van een gedragscampagne via bv. online advertenties op sociale media, pop-ups op internet, radio- of tv-commercials, en advertenties of posters via dierenartsen. Door middel van gesponsorde berichten (ingekochte advertentieruimte) kan de doelgroep op het juiste moment (*timing*) bereikt worden, bv. wanneer ze via google of marktplaats zoeken naar kortsnuitige honden (bv. middels pop-up). En meer algemeen op sociale media (zoals Facebook en Instagram) door een online advertentie te targeten op mensen die een kortsnuitige hond hebben of daarin geïnteresseerd zijn.
- *Hot-cold empathy gap* Op het moment dat de hond veel benauwdheidsklachten ervaart, zullen veel eigenaren dat zielig vinden en opgelucht zijn als de klachten behandeld kunnen worden. Na de ingreep zijn de benauwdheidsklachten verminderd en gaat het weer beter met de hond. Eigenaren zijn blij dat het opgelost is en vergeten op den duur weer hoe zielig ze het vonden. Op het moment dat deze mensen weer een kortsnuitige hond willen aanschaffen, is het slim om mensen te herinneren aan hun gevoel voor de ingreep.
 - Mensen kunnen herinnerd worden aan hun gevoel voor de ingreep via een animatie of ervaringsverhaal. Hierin zie je iemand die besluit een ander type hond aan te schaffen nadat hij/zij/hen denkt aan hoe zielig de hond was van

voor de operatie. Daarna zie je de persoon met een nieuwe, blijde, gezonde hond. De animatie of ervaringsverhaal kan via sociale media of op websites van organisaties/ verenigingen geplaatst worden.

- *Altercasting* Altercasting is een gedragstechniek waarmee je mensen aanspreekt op een sociale rol. Hierdoor worden kenmerken en eigenschappen die passen bij die rol automatisch geactiveerd en wordt bijbehorend gedrag gestimuleerd. Je kan mensen aanspreken op hun sociale rol als goed baasje: Een goed baasje wil natuurlijk het beste voor zijn/haar/hen huisdier en kiest daarom voor een hond met een gezonde neuslengte. Dan is een operatie überhaupt niet nodig.
 - Deze boodschap kan verspreid worden via ervaringsverhalen op sociale media. Ook kan het in posters verwerkt worden die bijvoorbeeld bij de dierenarts opgehangen kunnen worden. Daar kan specifiek een bericht op staan als: *Overweeg je een nieuwe hond? Een goed baasje wil natuurlijk een gezonde hond en kiest voor een hond met lange snuit*
- *Sociaal bewijs* We kijken naar andere mensen om te bepalen wat gewenst gedrag is: als anderen het doen, dan zal het wel goed zijn. Dit effect wordt versterkt als deze mensen op ons lijken. Het is daarom slim om mensen te laten zien die ook een kortsnuitige hond hebben gehad en bij de aanschaf van een nieuwe hond bewust kiezen voor een hond met een gezonde neuslengte. Juist doordat je mensen uit de eigen groep laat zien (eigenaren van kortsnuitige honden), komt de boodschap beter aan (*messenger effect*). Hiermee versterk je tevens de norm dat de gezondheidsklachten bij kortsnuitige honden niet meevallen, ook al is het behandelbaar. Je laat zien dat het voor de toekomst beter is een hond te kiezen met een gezonde neuslengte. Hier kunnen

een aantal verhalen van opgemaakt worden, bijvoorbeeld middels een interview met foto en korte tekst of in een korte animatie.

- Deze verhalen/ animaties kunnen ook eenvoudige via sociale media gedeeld worden. Vooral zinvol om dit te targeten op mensen die online zoeken naar informatie over dit soort honden. Om de aandacht te trekken kunnen hiervan posterbeelden met quotes uit het interview die anticiperen op dit normbesef online worden gedeeld. Bij doorklikken kom je dan op het hele verhaal. Hiervoor zal onderzocht moeten worden waar deze verhalen geplaatst kunnen worden.
- *Availability bias* Hoewel veel mensen op de hoogte zijn van rasgerelateerde gezondheidsrisico's, praten ze deze risico's vaak goed, komen ze met excuses of ontkennen ze de ernst. Door mensen meer inzicht te geven in hoeveel procent van de kortsnuitige honden benauwdheidsklachten heeft vanwege een korte snuit en hoeveel procent van deze honden operaties moet ondergaan, ontstaat er een meer accuraat beeld. Dit stimuleert mensen tot het maken van een andere keuze bij de aanschaf van een hond.
 - Dit zou toegepast kunnen worden als een online pop-up, op het moment dat mensen zoeken naar kortsnuitige honden. Hierdoor komt de informatie op het juiste moment (*timely*) bij de potentiële eigenaar. Mogelijk kan de pop-up doorlinken naar een bestaande website waar objectieve en betrouwbare informatie staat over het verantwoord kopen en houden van huisdieren, zodat keuzes gemaakt kunnen worden die het welzijn van huisdieren ten goede komt.
- *Doorbreken verkeerde assumpties* Als mensen verkeerde assumpties of overtuigingen hebben, is het zinvol om deze te

ontkrachten en de juiste assumpties te bekrachtigen. Dit zou kunnen worden toegepast als korte online quiz waarin juist de verkeerde assumpties (bv. alle hondenrassen hebben gezondheidsrisico's of rashonden met stamboom zijn per definitie gezonder – niet waar) worden ontkracht en de juiste assumpties worden bekrachtigd (bv. meer dan de helft van kortsnuitige honden krijgen gezondheidsproblemen - waar)

- Deze quiz kan aangeboden worden als een pop-up, die tevoorschijn komt zodra mensen klikken op één van de kortsnuitige hondenrassen op bestaande websites.
- *Choice overload* Om het voor potentiële eigenaren makkelijker te maken om de informatie op waarde te schatten en een weloverwogen keuze te maken, kan een online keuzehulp ontwikkeld worden. Deze keuzehulp voorziet in betrouwbare en objectieve informatie en/ of verwijst hiernaar; laat mensen de juiste vragen aan zichzelf stellen, waardoor de tool mensen kan helpen ontdekken welke gezonde honden zonder korte snuit goed bij ze passen.
 - Door met pop-ups te werken gekoppeld aan zoekgedrag bereik je de juiste doelgroep op het juiste moment. Veel mensen zullen zoeken via google en marktplaats en eventuele hondenverkoopwebsites.
- *Choose wise, think twice* Laat zien dat mensen die nog twijfels hebben bij de aanschaf van hun hond, later minder tevreden zijn met hun hond. Hiermee stimuleer je mensen om pas een hond aan te schaffen als er geen twijfels meer zijn. Je kan laten zien dat iemand die nog twijfelt bij de aanschaf van de hond, later minder blij is met de hond. Tegelijkertijd laat je iemand zien die ook nog twijfelt bij de aanschaf van de hond, maar nogmaals nadenkt en een andere keuze maakt. Deze persoon is later heel erg blij met de

hond. Maak een duidelijke koppeling: Bij twijfel, niet doen!

Oftewel: Choose wise, think twice.

- Je kan dit in een animatie laten zien. Het juiste moment voor deze techniek is wanneer mensen aan het zoeken zijn naar een hond. Ook hier geldt dat het zinvol is om dit te koppelen aan online zoekgedrag naar kopen en verzorgen van dit soort honden.

In onderstaande overzicht staan alle voorgestelde technieken in relatie tot de gedragsbepalende factoren waar het invloed op heeft.

	Vergroten alertheid benauwdheid hond	Versterken norm gezondheids- klachten niet oké	Versterken norm goed te behandelen klachten niet oké	Vergroten van kennis	Verminderen impulsaankoop
Slogan 'Hé is deze hond wel oké?' Speelt in op het sociale aspect: we doen graag wat we denken dat het goede is.		✓			
Checklist Maakt het eenvoudiger om alert te zijn op benauwdheidsklachten	✓			✓	
Hot-cold empathy gap Haalt eerder negatief gevoel terug (dat hond zielig was), zodat het meegenomen wordt in de beslissing nu.		✓	✓		
Altercasting Plaatst mensen in een sociale rol, waardoor automatisch bijbehorende eigenschappen geactiveerd worden, en vertoont worden.		✓	✓		
Sociaal bewijs en messenger effect Mensen wegen informatie anders, afhankelijk van wie het bericht communiceert. Mensen die een kortsnuitige hond hebben (gehad), zijn daarmee effectieve boodschappers.		✓	✓		
Availability bias Mensen schatten vaak de kans op iets niet accuraat in, omdat ze teveel uitgaan van eigen ervaring/ herinnering. Door accurate gegevens aan te bieden, kunnen mensen beter keuzes maken op basis van objectieve en betrouwbare info.				✓	
Doorbreken van verkeerde assumpties Middels een quiz kunnen verkeerde assumpties ontkracht worden en juiste assumpties bekrachtigd worden. Hierdoor wordt het eenvoudiger om keuzes te maken op basis van de juiste kennis (objectief en betrouwbare info).				✓	
Choice overload Bij (te) veel keuzes, is het moeilijk een goede keuze te maken. Door informatie op slimme en gestructureerde wijze aan te bieden, wordt het eenvoudiger een goede keuze te maken.				✓	✓
Choose wise, think twice Met deze techniek bieden we mensen handelingsperspectief om hun keuze goed te overwegen en verminderen we impulsaankopen.				✓	✓

Implicaties voor beleid

Naast het bekende beleidsinstrumentarium (sticks, carrots & sermons, wat staat voor respectievelijk: wet- en regelgeving, financiële prikkels, en informeren)¹⁵ wordt er binnen de Rijksoverheid steeds meer gebruik gemaakt van gedragsinzichten. Het toepassen van gedragsinzichten in beleid kan gezien worden als een op zichzelf staand beleidsinstrument, maar kan ook ingezet worden binnen de drie hierboven genoemde beleidsinstrumenten.

Wet- en regelgeving

Doordat in 2023 de regels rondom het fokken met brachycefale honden aangescherpt zijn, is het sindsdien verboden om te fokken met honden waarbij één of meer van de volgende kenmerken aanwezig zijn:

- het produceren van een bijgeluid bij de ademhaling in rust;
- een matige tot ernstige vernauwing van de neusopeningen;
- een relatieve neusverkorting met een craniofaciale ratio kleiner dan 0,3;
- een neusplooi:
 - o met haren die vanaf de neusplooi het hoornvlies of bindvlies raken of kunnen raken;
 - o die nat is; of
 - o met ontstekingsverschijnselen in een of beide ogen gerelateerd aan de aanwezigheid van de neusplooi;
- een oog met oogwit zichtbaar in twee of meer kwadranten; of
- een ooglid dat niet volledig gesloten kan worden bij het opwekken van de ooglidreflex.

Handhaving is hierbij wel noodzakelijk.

Kortsnuitige honden mogen nog wel gekocht worden via handelaren, die deze honden bijvoorbeeld uit het buitenland importeren. Het is daarom interessant om te onderzoeken hoe je hier met beleid invloed op kunt

uitoefenen, zodat mensen deze kortsnuitige honden niet meer willen aanschaffen of niet meer mogen houden.

Het ministerie van LNV onderzoekt momenteel de mogelijkheden voor een houd- en vertoningsverbod voor gezelschapsdieren met schadelijke uiterlijke kenmerken. Het is nog niet duidelijk of het houd- en vertoningsverbod van toepassing zal zijn op kortsnuitige honden. Gedragmatig zou een vertoningsverbod een effectief middel kunnen zijn om deze honden minder aantrekkelijk te maken. Uit de gedragswetenschappen weten we immers dat hoe vaker je iets ziet (via bijvoorbeeld advertenties en sociale media) hoe leuker je het vindt (*mere exposure*). Met een vertoningsverbod worden mensen minder vaak blootgesteld aan kortsnuitige honden, waardoor de honden niet (nog) aantrekkelijker gemaakt worden. Mensen zullen dus minder snel verleid worden tot de aanschaf van deze honden. Hierbij is het wel goed om te realiseren dat mensen nog steeds veel van dit soort honden in het straatbeeld, bij vrienden of familie zullen zien. Momenteel wordt de keuze voor dit soort honden ook hierdoor beïnvloed.

Ook een houdverbod zou gedragmatig een effectief middel kunnen zijn, om te voorkomen dat eigenaren opnieuw voor een kortsnuitige hond kiezen (*drempels opwerpen*).

Toepassen gedragsinzichten

Aanvullend op bovengenoemde wet- en regelgeving, kan het toepassen van gedragsinzichten meerwaarde bieden om (potentiële) eigenaren te stimuleren bij de aanschaf van een (volgende) hond te kiezen voor een hondenras met een gezonde neuslengte. Wij adviseren om de gedragsinterventie 'Hé, is deze hond wel oké' aanvullend op het huidige beleidsinstrumentarium toe te passen. Hierbij geldt dat het inzetten van de combinatie van technieken in de verschillende middelen sterkere effecten teweeg zal brengen dan het enkel inzetten van één techniek of

¹⁵ McCormick, J. (2017).

middel. Ook is het belangrijk om de gedragsinterventie en de ontwikkelingen in beleid goed op elkaar af te stemmen. Gedragsexpertise is hierbij noodzakelijk, opdat de meest effectieve gedragstechnieken (die inspelen op de gedragsbepalende factoren) op het goede moment worden ingezet bij de juiste doelgroep.

BIJLAGE I

Bijlage 1. Literatuurreview

Inleiding

Kortsnuitige hondenrassen, zoals de mopshond en de Engelse en Franse bulldog, zijn erg populair. Deze rassen zijn onder andere geliefd door hun uiterlijke kenmerken, maar de dieren lijden ernstig onder hun extreme uiterlijk. Ze hebben vaak last van ademhalingsproblemen (Brachycephalic Obstructive Airway Syndrome, BOAS), oogproblemen (Brachycephalic Ocular Syndrome, BOS), een grotere kans op een hernia en gewrichtsproblemen. Daarbij kan de afwijkende schedelvorm bij kortsnuitige honden ervoor zorgen dat deze honden altijd hoofdpijn hebben (door chiari malformatie en/of syringomyelie). De kosten kunnen hoog oplopen voor eigenaren, omdat de dieren dure operaties nodig hebben.¹⁶

Wet- en regelgeving

In 2014 werd een fokverbod ingesteld voor dieren die last hebben van hun uiterlijk. In 2019 kwamen daar specifieke richtlijnen bij voor honden met een korte snuit. Met honden die een snuit korter dan 1/3 van hun schedel hebben, mag sindsdien niet meer gefokt worden. Toch lijkt de populariteit niet voldoende af te nemen en zien dierenartsen deze honden dagelijks in hun praktijk. Mensen kunnen nog steeds aan een kortsnuitige hond komen, bijvoorbeeld door import, nestjes die per ongeluk ontstaan of via een broodfokker.² Zeer recent (augustus 2023) is de beleidsregel voor het fokken met kortsnuitige honden verder aangescherpt. Door de invoer van deze beleidsregel is er een einde gekomen aan de tijdelijke uitzondering voor het onder voorwaarden fokken met honden met een extreem korte snuit (< 1/3 van hun schedel) met en honden met langere snuit (het

zogenaamde outcross). Het doel hiervan was om honden met een gezondere snuitlengte te fokken.¹⁷ Deze uitzondering is niet meer toegestaan omdat fokkers voldoende tijd hebben gehad (sinds 2019) om te fokken richting een gezondere snuitlengte. Er mag dus nu alleen nog maar gefokt worden met ouderlijke honden die aan de richtlijnen voldoen.

Staatssecretaris Rummenie van LVVN werkt aan een houdverbod voor huisdieren met schadelijke uiterlijke kenmerken. Daarnaast onderzoekt de staatssecretaris de mogelijkheid om een vertoningsverbod in te voeren. De dieren waarvoor een eventueel vertoningsverbod gaat gelden, zullen niet meer getoond mogen worden in reclames en op sociale media.

Rol van (toekomstige) eigenaren

Naast wet- en regelgeving en handhaving spelen ook (toekomstige) eigenaren van kortsnuitige honden een belangrijke rol in het houden van gezonde huisdieren, zonder schadelijke uiterlijke kenmerken. Voormalig minister Adema schreef hierover: *Ik wil me eerst focussen op dieren met schadelijke uiterlijke kenmerken, want net als de Kamer vind ik dat dieren niet moeten lijden onder hun uiterlijk. Ik start daarom een onderzoek met als doel inzicht te krijgen in het gedrag van mensen bij de aanschaf en het houden van kortsnuitige honden. Ik wil weten welke keuzes en overwegingen er spelen bij de aanschaf van een kortsnuitige hond, om daarmee te kijken of ik mensen een bewustere en betere keuze kan laten maken. In het onderzoek wordt specifiek gekeken naar impulsaankopen en de informatie die is ingewonnen tijdens de aanschaf van het dier.*¹⁸

Leeswijzer

Deze literatuurreview is het eerste onderdeel van dit onderzoek. In Hoofdstuk 1 beschrijven we de beleidscontext in Nederland. In Hoofdstuk 2

¹⁶ <https://nos.nl/regio/gelderland/artikel/300089-koop-geen-kortsnuitige-honden-waarschuwen-dierenartsen>

¹⁷ <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2023/08/24/strengere-regels-fokken-kortsnuitige-honden>

¹⁸ Kamerstukken II, 2022/23, 28 286, nr. 1287.

bespreken we de keuzes en overwegingen die (toekomstige) eigenaren maken bij de aanschaf van een hond in het algemeen en een kortsnuit in het bijzonder. In Hoofdstuk 3 beschrijven we factoren die een rol spelen bij het houden van een hond in het algemeen en kortsnuiten in het bijzonder. Hoofdstuk 4 gaat dieper in op de relatie tussen keuzes en overwegingen tijdens het aankoopproces en het houden van kortsnuiten. Hoofdstuk 5 beschrijft de keuzes en overwegingen van fokkers. In Hoofdstuk 6 worden de bevindingen samengevat.

1. Kortsnuiten in de Nederlandse beleidscontext

Veel mensen vinden kortsnuitige honden (brachycephale honden) schattig vanwege hun uiterlijke kenmerken, zoals een platte neus, grote ogen en grotere afstand tussen de ogen. Deze kenmerken worden geassocieerd met baby's/kinderen en leiden ertoe dat mensen graag voor deze honden willen zorgen. Dit komt overeen met onderzoek dat laat zien dat huisdieren vaak gezien worden als extra gezinslid dat doorgaans een kinderrol vervult.¹⁹

Deze kinderlijke eigenschappen maakt kortsnuitige honden erg populair. Daardoor worden kortsnuitige honden dusdanig doorgefokt dat ze deze kinderlijke trekken sterk vertonen en een groot baby-/schattigheidsgehalte krijgen. Hierbij gaat het o.a. over de honden van het type pekinees; Engelse bulldog; Cavalier king charles spaniël; boxer; Franse bulldog; mopshond; bostonterriër; Japanse spaniël; en bullmastiff. Maar juist deze uiterlijke kenmerken zorgen vaak voor (een hoog risico op) gezondheids- en welzijnsproblemen. De twee voornaamste problemen zijn Brachycephalic Ocular Syndrome (BOS) en Brachycephalic Obstructive Airway Syndrome (BOAS),²⁰ waarbij het respectievelijk gaat om diverse oogafwijkingen en verschillende luchtwegproblemen. Daarbij kan de afwijkende schedelvorm bij kortsnuitige honden ervoor zorgen dat deze honden altijd hoofdpijn hebben (door chiari malformatie en/of syringomyelie).

In 2023 schreef voormalig minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) P. Adema er het volgende over. *“Ik wil hier glashelder over zijn – als Minister maar ook als mens: ik vind dit niet kunnen. We maken onschuldige dieren het leven zuur, puur omdat we het «mooi» en «schattig» vinden. Dat raakt me en ik weet dat veel Nederlanders dat ook zo voelen. Daarom wil ik naar een Nederland waar*

¹⁹ Keulartz (2020).

²⁰ Van Hagen (2019).

geen enkel huisdier meer hoeft te lijden onder zijn of haar uiterlijk: een Nederland zonder dieren met schadelijke uiterlijke kenmerken.”²¹

Om dit streven te bereiken heeft voormalig minister Adema een houdverbod voorgesteld voor honden (en katten) die lijden onder hun uiterlijke kenmerken. De intentie is een om een dynamische lijst te ontwikkelen, waarop schadelijke uiterlijke kenmerken staan waarvan objectief vastgesteld kan worden dat het lijden veroorzaakt en die individueel vast te stellen zijn. Omdat het uitwerken van de dynamische lijst tijd kost, heeft de voormalig minister ook een vertoningsverbod aangekondigd: een verbod op beelduitingen van honden en katten met extreme uiterlijke kenmerken die altijd lijden of een verhoogd risico hebben op lijden, zoals katten met vouworen of té kortsnuitige honden.²¹ Daarbij doelt de voormalig minister op vertoning van honden en katten met schadelijke kenmerken in bijvoorbeeld reclames, campagnes, sociale media en het vertonen door beroemdheden en influencers. De staatssecretaris van LNV werkt verder aan deze maatregelen. Dier&Recht heeft campagne gevoerd om het aantal kortsnuitige honden dat in reclames wordt gebruikt terug te dringen.²² Naar aanleiding van hun inzet hebben al 229 bedrijven hun beleid aangepast om deze dieren niet meer te vertonen. Toch is de lijst met bedrijven die nog kortsnuitige honden gebruiken om producten te promoten aanzienlijk en zijn sociale media-accounts van kortsnuitige huisdieren zeer populair. Een vertoningsverbod zal hier verder aan bijdragen.

In juli 2014 zijn de regels rondom het fokken van gezelschapsdieren al aangescherpt. De hoofdregel hierin is dat het verboden is om gezelschapsdieren te fokken waarbij het welzijn en de gezondheid van het ouderdier of de nakomelingen wordt benadeeld. Ook wordt hierin gesteld dat er geen uiterlijke kenmerken mogen worden doorgegeven die

schadelijke gevolgen hebben voor het welzijn en de gezondheid van het dier. Toch waren er geen duidelijke criteria om op te handhaven en bleek dat het in de praktijk lastig was om aan te tonen in welke mate het uiterlijk van een ouderdier voorspeller was voor het doorgeven en ontstaan van welzijnsaantasting bij de pups. In 2019 heeft Universiteit Utrecht in opdracht van het voormalig ministerie van LNV criteria ter handhaving opgesteld voor het fokken met kortsnuitige honden.²³ Hierbij hebben ze een stoplichtmethode ontwikkeld om te bewegen naar een gezonde hondenpopulatie. Rood voor honden met de meest extreme uiterlijke kenmerken; oranje voor honden met minder extreme uiterlijke kenmerken; en groen voor honden zonder extreme uiterlijke kenmerken (ideale norm). Fokkers zijn nu in overtreding als gefokt wordt met dieren uit de categorie rood. Hierbij wordt in beginsel op zes criteria gelet: abnormaal ademgeluid; neusopening; relatieve neusverkorting; neusplooi; zichtbaarheid van het oogwit en ooglidreflex. Op termijn worden de grenzen aangescherpt, zodat uiteindelijk in de toekomst alle fokdieren aan de ideale norm (groen) gaan voldoen.

²¹ Kamerstukken II 2022/23, 28 286, nr. 1288.

²² <https://www.dierenrecht.nl/meld-reclame>

²³ Van Hagen (2019).

2. Keuzes en overwegingen bij de aanschaf van (kortsnuitige) honden

Er zijn naar schatting 1,5 miljoen honden in Nederland.²⁴ Dit aantal is over de laatste 10 jaar min of meer stabiel gebleven. Uitgaande van een gemiddelde levensverwachting van 10 jaar, wordt er ongeveer 150.000 keer per jaar de beslissing genomen om een nieuwe hond in huis te halen.²⁴

Het aankoopproces van een hond bestaat grofweg uit 4 stadia:²⁵

1. de beslissing om een hond aan te schaffen;
2. de beslissing over welk type hond je gaat aanschaffen;
3. de beslissing over welke individuele hond je gaat aanschaffen;
4. de beslissing over waar je een hond gaat aanschaffen.

In de praktijk zal de volgorde van de fasen en het tempo waarin ze doorlopen worden, variëren tussen (potentiële) eigenaren. In sommige gevallen komen één of meerdere stadia helemaal niet voor. Bijvoorbeeld bij een impulsieve aankoop van een hond.

Per fase spelen verschillende factoren een rol in de beslissing. Deze worden hieronder uiteengezet op basis van verschillende wetenschappelijke onderzoeken uit Amerika, Australië en Europa (m.n. Groot-Brittannië, maar ook uit Nederland, Duitsland, Denemarken, Finland, Italië en Hongarije). Het gaat hierbij om de aanschaf van een hond in het algemeen. Daar waar factoren een andere rol spelen bij de aanschaf van een kortsnuit specifiek, wordt dit toegelicht.

2.1. De beslissing om een hond aan te schaffen

Gezelschap

Veruit de meest genoemde reden om een hond aan te schaffen is ‘voor gezelschap voor zichzelf’, zo blijkt uit onderzoek uit Groot-Brittannië (genoemd door 79% van de respondenten die een hond hebben en 88% van de respondenten die een hond willen aanschaffen). Ook ‘gezelschap voor een ander volwassen gezinslid (of volwassen gezinsleden)’ wordt veelvuldig genoemd in dit onderzoek als reden om een hond aan te schaffen (genoemd door ongeveer de helft van zowel de respondenten die een hond hebben als respondenten die een hond willen aanschaffen). Veel minder vaak wordt er een hond aangeschaft voor gezelschap voor kinderen in een gezin (genoemd door 18% van de mensen die een hond hebben en 17% van de mensen die een hond willen aanschaffen). Ongeveer een kwart van de respondenten met een hond, noemen gezelschap voor een andere hond als reden.²⁶

Meer beweging

In ditzelfde onderzoek wordt ‘meer beweging’ ook vaak genoemd als reden om een hond aan te schaffen. Deze reden wordt overigens vaker genoemd door mensen die een hond willen aanschaffen (70%) dan mensen die een hond hebben (48%).²⁶

Verlies van een eerdere hond

Ook blijkt uit dit onderzoek dat zowel mensen die een hond hebben als mensen die een hond willen aanschaffen, ‘verlies van een eerdere hond’ als reden noemen voor de aanschaf van een hond (resp. 38% en 40%).²⁶

²⁴ Ophorst & Bovenkerk (2021).

²⁵ Holland (2019).

²⁶ Holland, Mead, Casey, Upjohn & Christley (2022).

Ervaring met honden

Ervaring met eigenaarschap

Amerikaans onderzoek laat zien dat de beslissing om een hond aan te schaffen ook wordt beïnvloed door eerdere ervaring met eigenaarschap van honden.²⁷ In dit onderzoek geeft 43% van de hondeneigenaren aan dat de beslissing om een hond aan te schaffen grotendeels beïnvloed werd door eerdere ervaring met eigenaarschap van honden. In onderzoek uit Groot-Brittannië is dit percentage nog veel hoger: 70% van de respondenten die een hond hebben en 77% van de respondenten die een hond willen aanschaffen, noemen dit als belangrijke factor in hun beslissing om een hond aan te schaffen.²⁸

Bovenstaande bevindingen worden bevestigd door onderzoek uit Groot-Brittannië naar demografische gegevens van hondeneigenaren. Dit onderzoek toont aan dat mensen die in hun kindertijd een hond in huis hadden, op volwassen leeftijd vaker een hond in huis hebben dan mensen die dat in hun kindertijd niet hebben gehad. In huishoudens is een sterke voorspeller of de moeder vroeger een hond heeft gehad.²⁹

In aanraking komen/zijn met honden

Ook eerdere ervaring met honden van andere mensen wordt veel als reden genoemd om zelf een hond aan te schaffen, zo blijkt uit onderzoek uit Groot-Brittannië. Bijna de helft van de respondenten die een hond hebben noemen deze reden, en ruim een kwart van de respondenten die een hond willen aanschaffen.²⁸

Familie en vrienden

Ditzelfde onderzoek laat zien dat familie en vrienden invloed lijken te hebben op de beslissing een hond aan te schaffen. Ruim een kwart van de

respondenten die een hond wil aanschaffen, noemt familie en vrienden als belangrijk in hun beslissing. Bij respondenten die een hond hebben, worden familie en vrienden minder vaak genoemd als belangrijk in hun beslissing (18%).²⁸

2.2. De beslissing welk type hond

Hond gerelateerde eigenschappen

Uiterlijk versus gezondheid

Het uiterlijk van een hond heeft veel invloed op de beslissing welk type hond wordt aangeschaft. Verschillende studies uit Amerika, Australië, Groot-Brittannië, Finland, Denemarken, Italië en Duitsland hebben aangetoond dat veel mensen het uiterlijk van een hond belangrijker vinden dan gezondheid van de hond.²⁹ Dit lijkt vooral het geval bij mensen die een kortsnuit aanschaffen.³⁰ Ondanks dat kortsnuiten vaak te maken hebben/krijgen met gezondheidsproblemen, geven eigenaren van kortsnuiten aan dat ze bij de beslissing voor type hond het uiterlijk van de hond belangrijker vinden dan de gezondheid. Eigenaren van andere hondenrassen geven juist vaker aan dat de gezondheid van hond belangrijker is dan het uiterlijk bij deze beslissing.³¹ Vooral de kenmerken die mensen associëren met baby's/kinderen zijn van invloed, zoals een platte neus, grote ogen en grotere afstand tussen de ogen (Kindchenschema).³² Deze kenmerken worden als 'schattig' beoordeeld en leiden ertoe dat mensen graag voor honden met deze kenmerken willen zorgen.³³ Maar ook kenmerken die geassocieerd worden met mensen in het algemeen zijn belangrijk, bijvoorbeeld gekleurde irissen of omhooggetrokken mondhoeken (waardoor het lijkt alsof de hond glimlacht).³⁴

²⁷ Tesfom & Birch (2013), aangehaald in Holland (2019).

²⁸ Holland, Mead, Casey, Upjohn & Christley (2022).

²⁹ Holland (2019).

³⁰ Packer, Murphy & Farnworth (2017).

³¹ Sandoe et. al. (2017).

³² Lorenz (1943).

³³ Archer & Monton (2011), aangehaald in Holland (2019).

³⁴ Hecht & Horowitz (2015), aangehaald in Holland (2019).

Opvallend is dat de kleur vacht, haartype en haarlengte weinig tot geen invloed heeft op de beslissing welke type hond mensen willen. Ook wat betreft de grootte van de hond, laat onderzoek geen eenduidig beeld zien.³⁵

Karaktereigenschappen van het hondenras

Mopshonden, bulldogs en Franse bulldogs worden ook gekozen door karaktereigenschappen die zij toebedeeld krijgen; zoals goede gezelschapsdieren en zeer geschikt voor huishoudens met kinderen.³⁶ Overigens is er geen wetenschappelijke evidentie dat deze honden veiliger zijn voor kinderen, blijkt uit onderzoek uit Groot-Brittannië.³⁷

In de rasstandaarden wordt beschreven dat deze honden een vriendelijke, liefhebbende, vrolijke aard hebben. Over het algemeen zijn de beschrijvingen van de rasstandaarden positief geframed. Maar er is wel enige wetenschappelijke evidentie dat deze honden inderdaad een goede aard hebben volgens onderzoek uit Groot-Brittannië.³⁸

Andere positieve karaktereigenschappen die eigenaren van kortsnuiten noemen die ze erg waarderen zijn: loyaal, liefdevol, komisch/clownesk, speels en makkelijk te trainen. Soms worden deze positieve eigenschappen genoemd ter rechtvaardiging van gezondheidsproblemen van kortsnuiten, blijkt uit onderzoek uit Groot-Brittannië.³⁸

Interactie tussen hond en mens

Van kortsnuiten wordt gezegd dat zij vriendelijker, coöperatiever en interactiever zijn met onbekende mensen.³⁹ Deze eigenschappen worden ook genoemd als reden voor de keuze voor kortsnuiten. Hier lijkt ook enige wetenschappelijke evidentie voor te zijn. Onderzoek uit Hongarije laat zien dat kortsnuiten (hand)gebaren van mensen beter kunnen

opvolgen dan andere hondenrassen.⁴⁰ Ander onderzoek uit Hongarije toont aan dat kortsnuiten mensen langer aankijken dan andere hondenrassen, waardoor ze meer oogcontact maken.⁴¹

Passend in moderne lifestyle

Uit ditzelfde onderzoek komt naar voren dat kortsnuiten vaak gezien worden als goed passend in een moderne lifestyle. Het zijn over het algemeen kleine honden die ook in kleinere huizen en appartementen gehouden kunnen worden. Ook verlangen kortsnuiten minder beweging dan andere rassen, waardoor ze makkelijker passen in drukke leefstijlen, bij oudere mensen, in steden en huizen waarin weinig bewegingsmogelijkheden zijn. Dat kortsnuiten 'lui' zijn en weinig energie hebben is overigens problematisch. Deze 'luiheid' wordt waarschijnlijk veroorzaakt door pijn of gezondheidskwalen zoals luchtwegproblemen. Door deze inactiviteit hebben kortsnuiten ook een verhoogd risico op overgewicht.³⁸

Trends in populariteit van hondenras

Mensen zijn gevoelig voor trends bij de keuze voor welk type hond ze (willen) aanschaffen. De media spelen hierin een belangrijke rol volgens Amerikaans onderzoek. Zo leiden films (maar ook reclames) met honden van een specifiek ras in de hoofdrol vaak tot een verhoogde vraag en aanschaf van dit hondenras. Een bekend voorbeeld hiervan is de Disneyfilm 101 Dalmatiërs. Vanaf de dag van de première steeg de populariteit van dit hondenras; 10 jaar na de première was de populariteit van dit hondenras nog steeds zichtbaar. Overigens was de invloed van films op populariteit van een ras het sterkst in het begin van de twintigste eeuw. Sindsdien neemt deze invloed van films af.⁴² Over het algemeen

³⁵ Holland (2019).

³⁶ Packer, Murphy & Farnworth (2017).

³⁷ Newman, Christley, Westgarth & Morgan (2017), aangehaald in Packer (2022).

³⁸ Packer (2022).

³⁹ Stone, McGreevy, Starling & Forman (2016), aangehaald in Packer (2022).

⁴⁰ Gács, McGreevy, Kara & Miklósi (2009), aangehaald in Packer (2022).

⁴¹ Bognár, Iotchev, & Kubinyi (2018), aangehaald in Packer (2022).

⁴² Ghirlanda, Acerbi & Herzog (2014).

zien we dat een stijging in populariteit van een hondenras als gevolg van trends ongeveer 14 jaar aanhoudt. Daarna daalt de populariteit weer tot het niveau van voor de hype.⁴³

Ook influencers op sociale media zoals Youtube en Instagram hebben de potentie om anderen te beïnvloeden in de keuze voor type hond.

Onderzoek uit Groot-Brittanie laat zien dat beroemdheden op Instagram een sterke invloed hebben op het koopgedrag van jonge vrouwen.⁴⁴

Hierbij hebben niet-traditionele beroemdheden zoals bloggers, YouTubers en Instafamous profielen meer invloed dan traditionele beroemdheden, omdat ze als meer geloofwaardig en meer herkenbaar worden gezien.

Overigens ging dit onderzoek over aankoopgedrag van producten. De invloed van influencers op sociale media op aankoopgedrag van honden is wetenschappelijk nog niet onderzocht.⁴⁵

Mensen die een hond willen aanschaffen of een hond hebben, noemen overigens vrijwel nooit sociale media, reclames en advertenties, films en tv-programma's en beroemdheden als belangrijke factor in hun beslissing bij de aanschaf van een hond, zo blijkt uit onderzoek uit Groot-Britannië.⁴⁶ Het kan zijn dat deze invloed onbewust is.

Pre-aankoop gedrag

Informatie opzoeken

Een studie uit Australië laat zien dat 40% van de hondeneigenaren minder dan een week onderzoek doet voorafgaand aan de aanschaf van een hond.⁴⁷ Een studie uit Groot-Britannië laat zien dat ongeveer 20% van de hondeneigenaren helemaal geen onderzoek doet voorafgaand aan de aanschaf van een hond.⁴⁸ Hondeneigenaren die wel onderzoek doen, zoeken vooral informatie op internet (19%), in boeken (16%), bij fokkers (12%) en vrienden en familie (11%). Veel eigenaren ontvangen informatie het liefst via verbale communicatie, bijvoorbeeld via dierenartsen of

fokkers (56%); gevolgd door e-mail (16%) en posts op websites, blogs en fora (16%).⁴⁸

Nader onderzoek doen

Mensen die een kortsnuit aanschaffen, houden zich minder aan de aanbevolen aankoopgedragingen dan mensen die een ander type hond aanschaffen: eigenaren van een kortsnuit zien voor de aanschaf van een hond minder vaak beide ouders van de hond; ze vragen minder vaak gezondheidsgegevens op van de hond; kopen vaker een hond tijdens een eerste bezoek aan de fokker; en vinden hun hond vaker via websites die puppy's verkopen, vergeleken met eigenaren van andere type honden, zo blijkt uit onderzoek uit Groot-Britannië.⁴⁹

Eigenaar gerelateerde eigenschappen

Intrinsieke of extrinsieke motivatie van eigenaren

Mensen die een hond aanschaffen kunnen een intrinsieke of extrinsieke motivatie hiervoor hebben. Mensen met een intrinsieke motivatie willen doelen behalen die in zichzelf genoegdoening geven. Zij waarderen hun huisdier vooral om het individuele dier zelf. Mensen met een extrinsieke motivatie laten vaker gedrag zien dat externe beloning of sociale erkenning geeft (zoals status). Onderzoek uit Australië toont aan dat mensen met een extrinsieke motivatie vaker modieuze honden aanschaffen dan mensen met intrinsieke motivatie. Deze honden worden vaak beschouwd als schattig of als speelgoed. Mensen met een intrinsieke motivatie om een hond aan te schaffen, kiezen vaker voor een niet-

⁴³ Herzog (2006).

⁴⁴ Djafarova & Rushworth (2017), aangehaald in Packer (2022).

⁴⁵ Packer (2022).

⁴⁶ Holland, Mead, Casey, Upjohn & Christley (2022).

⁴⁷ Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals (2012), aangehaald in Holland (2019).

⁴⁸ Kuhl (2017), aangehaald in Holland (2019).

⁴⁹ Packer, Murphy & Farnworth (2017).

raszuivere hond⁵⁰ en zijn meer begaan met de aangeboren kwaliteiten van een hond dan het uiterlijk. Overigens moet deze studie met enige voorzichtigheid geïnterpreteerd worden, aangezien de onderzoeksgroep bestond uit een selecte groep (veel jonge vrouwen).⁵¹

Eigenschappen van eigenaren

Amerikaans onderzoek toont aan dat eerdere ervaring met het houden honden in het algemeen een sterke invloed heeft op de beslissing welk type hond wordt aangeschaft.⁵² Eigenaren van kortsnuiten hebben daarentegen vaker geen eerdere ervaring met een hond in huis en kopen vaker voor de eerste keer een hond, vergeleken met eigenaren van andere type honden, zo blijkt uit onderzoek uit Groot-Brittannië. Ook blijkt uit dit onderzoek dat eigenaren van kortsnuiten over het algemeen jonger zijn dan eigenaren van andere type honden.⁵³

2.3. De beslissing welke individuele hond

Overeenkomsten in uiterlijk en eigenschappen tussen hond en eigenaar

Uit onderzoek uit Amerika en Venezuela blijkt dat de keuze voor een specifieke hond beïnvloed wordt door de mate waarin het (fysieke) uiterlijk en de persoonlijkheid van de individuele hond overeenkomt met die van de eigenaar. Hierbij letten mensen bijvoorbeeld op gelaatstrekken en fysieke kenmerken zoals grootte, haar en aantrekkelijkheid. Vooral bij raszuivere honden⁵⁴ is deze gelijkenis goed te zien. Waarschijnlijk komt dit doordat bij deze honden de voorspelbaarheid van uiterlijk groter is dan bij niet-raszuivere honden.⁵⁵

⁵⁰ Een niet-raszuivere hond is een hond zonder stamboom. Dit betreft dus een look-a-like of kruising.

⁵¹ Beverland, Farrelly & Lim (2008), aangehaald in Holland (2019).

⁵² Tesfom & Birch (2013), aangehaald in Holland (2019).

⁵³ Packer, Murphy & Farnworth (2017).

Gedrag en temperament van hond

Onderzoek bij Amerikaanse hondenasiels laat zien dat er een relatie is tussen het gedrag van honden en de tijd dat ze in het asiel verblijven. Verschillende gedragingen zorgen ervoor dat honden langer in een asiel verblijven: leunen of wrijven tegen de omheining van de kennel (verlengd verblijf met een mediaan van 30 dagen); ijsberen in de kennel (verlengd verblijf met een mediaan van 24 dagen); wegstaren van potentiële eigenaren (verlengd verblijf met een mediaan van 15 dagen); gewoon staan (verlengd verblijf met een mediaan van 7 dagen). Er zijn geen gedragingen die ervoor zorgen dat honden korter in het asiel blijven. Mensen letten bij het uitzoeken van een individuele hond dus vooral op negatieve/ongewenste gedragingen, met name gedragingen die indicatief zijn voor minder sociaal zijn.⁵⁶

Leeftijd van hond

Potentiële hondeneigenaren hebben een voorkeur voor jongere honden. De duur dat een hond in een Amerikaans asiel verblijft hangt samen met de leeftijd; hoe ouder een hond, hoe langer de hond in het asiel verblijft.⁵⁷

2.4. De beslissing waar een hond aan te schaffen

Van de ongeveer 150.000 honden die per jaar in Nederland worden aangeschaft, is ongeveer tweederde in Nederland geboren, en naar schatting 16% uit het buitenland geïmporteerd en 19% niet geregistreerd.⁵⁸

⁵⁴ Raszuiver wil zeggen een rashond met stamboom.

⁵⁵ Roy & Christenfeld (2004); Payne & Jaffe (2005), aangehaald in Holland (2019).

⁵⁶ Protopopova, Mehrkam, Boggess & Wynne (2014).

⁵⁷ Brown, Davidson & Zuefle (2013).

⁵⁸ Neijenhuis & Hopster (2017), aangehaald in Ophorst & Bovenkerk (2021).

Waarden en opvattingen

Een vaak genoemde reden om een hond uit een asiel aan te schaffen is dat mensen vinden dat dit 'het juiste is om te doen', zo blijkt uit Amerikaans onderzoek.⁵⁹

Voorkeur voor een specifiek hondenras

Een vaak genoemde reden om een hond bij een fokker te kopen, is dat mensen de voorkeur hebben voor een specifiek ras of type hond (raszuiver, gemend ras of designer ras),⁶⁰ blijkt uit ditzelfde onderzoek.⁵⁹

Socio-economische factoren

Geslacht

Ook laat dit onderzoek zien dat vrouwen eerder geneigd zijn een hond aan te schaffen uit een asiel dan mannen. De opvatting dat dit het 'juiste is om te doen' en een hond willen redden spelen hierbij een rol.⁵⁹

Leeftijd

Ook leeftijd lijkt een rol spelen volgens dit onderzoek. Oudere mensen vinden vaker dat mensen zelf moeten weten waar ze een hond aanschaffen. Volgens de onderzoekers zijn jongere mensen vaak meer begaan met dierenwelzijn dan oudere mensen.⁵⁹ Dit komt overeen met onderzoek uit Australië dat laat zien dat de groep mensen die vindt dat de aanschaf van een hond uitsluitend bij een asiel zou moeten, jonger is dan bij andere bronnen van aanschaf.⁶¹

Inkomen en opleidingsniveau

Volgens onderzoek uit Groot-Brittannië is het onduidelijk of inkomen en opleidingsniveau van invloed zijn op de keuze waar een hond aan te schaffen.⁶²

Obstakels bij honden uit asiel aanschaffen

Amerikaans onderzoek bij mensen die een hond uit een asiel hebben overwogen, maar niet hebben aangeschaft, benoemt de volgende barrières als reden voor het afzien van een hond uit een asiel: niet de hond gevonden die ze zoeken in de omtrek van hun woonplaats en obstakels bij de procedures in het asiel, zoals: geen of late reactie van het asiel; papieren voor adoptie niet actueel; de verplichting om een motivatie te schrijven voor adoptie voordat details van het dier verstrekt worden; de duur van het proces tot aanschaf; hoge frequentie van afwijzing door asiel, bv. vanwege werktijden of afwezigheid van een tuin; en een huisbezoek.⁶³ Het is niet bekend of deze barrières ook een rol spelen in Nederland.

⁵⁹ Bir, Widmar & Croney (2017).

⁶⁰ Raszuiver wil zeggen een rashond met stamboom; gemengd ras is een kruising tussen 3 of meer verschillende hondenrassen; designer ras wordt ook wel hybride hond genoemd en is een opzettelijke kruising tussen 2 raszuivere honden.

⁶¹ Woodhead, Feng, Howell, Ruby & Bennett (2018), aangehaald in Holland (2019).

⁶² Holland (2019).

⁶³ Kilmer, & Greenbaum (2018), aangehaald in Holland (2019).

3. Het houden van (kortsnuitige) honden

3.1. Demografische en socio-economische factoren van hondeneigenaren

Ervaring met honden

Zoals eerder genoemd blijkt uit onderzoek uit Groot-Brittannië dat mensen die in hun kindertijd een hond in huis hadden, op volwassen leeftijd vaker een hond in huis hebben dan mensen die dat niet hebben gehad in hun kindertijd. Of de moeder vroeger een hond heeft gehad, is hierbij een sterke voorspeller.⁶⁴

Samenstelling van het huishouden

Ditzelfde onderzoek laat zien dat hoe meer mensen er zijn in een huishouden, hoe groter de waarschijnlijkheid is dat er een hond in huis is.⁶⁴ Hiermee samenhangend hebben huishoudens met kinderen vaker een hond dan huishoudens zonder kinderen. Hierbij speelt ook de leeftijd van de kinderen een rol. Huishoudens met oudere kinderen (tussen 6 en 19 jaar) en jong volwassenen (tussen 20 en 29 jaar) hebben vaker een hond dan andere huishoudens.⁶⁵

Type woning

Mensen die wonen in een (vrijstaand) huis met tuin hebben vaker een hond dan mensen die wonen in een appartement zonder tuin, blijkt uit onderzoek uit Groot-Brittannië.⁶⁶

Socio-economische status

Eerder beschreven we dat het onduidelijk is of opleidingsniveau invloed heeft op de keuze waar een hond wordt aangeschaft. Bovenstaand

onderzoek laat zien dat opleidingsniveau wel invloed heeft op het hebben van een hond. Hoe hoger de hoogst genoten opleiding in een huishouden, hoe minder vaak er een hond in huis is.⁶⁶

Etniciteit

Ander onderzoek uit Groot-Brittannië laat zien dat mensen met een blanke etniciteit vaker een hond hebben dan andere mensen. De onderzoekers denken dat religieuze, historische en culturele tradities en opvattingen van invloed zijn op de attitude van mensen ten opzichte van honden.⁶⁷

3.2. Socio-cognitieve factoren bij het houden van kortsnuiten

Normaliseren van gezondheidsproblemen

Meer dan de helft van de eigenaren van kortsnuiten die klinische signalen laten zien van BOAS, herkennen niet dat hun hond ademhalingsproblemen heeft, blijkt uit onderzoek in Groot-Brittannië. In plaats daarvan rechtvaardigen ze deze signalen als 'hoort bij het ras'. Door deze normalisatie gaan eigenaren van kortsnuiten ook minder snel naar een dierenarts. Het dier moet dus behoorlijk last hebben van ademhalingsproblemen, voordat eigenaren hiermee naar de dierenarts gaan.⁶⁸

⁶⁴ Holland (2019).

⁶⁵ Westgarth, et. al. (2007).

⁶⁶ Murray, Browne, Roberts, Whitmarsh, & Gruffydd-Jones (2010).

⁶⁷ Westgarth et. al. (2013).

⁶⁸ Packer, Hendrickx & Burn (2012).

Cognitieve dissonantie

In een studie in Groot-Brittannië naar de perceptie van gezondheid van kortsnuiten geeft bijna 20% van de eigenaren van een kortsnuit aan dat hun hond minimaal één conformatie-gerelateerde operatie heeft gehad, 37% geeft aan dat hun hond problemen heeft met warmteregulatie en 18% met ademhalingsproblemen. Ondanks deze gezondheidsproblemen, beoordeelt ruim 70% van de eigenaren de gezondheid van hun hond als zeer goed of de beste gezondheid mogelijk.⁶⁹ Deze inconsistentie tussen daadwerkelijke gezondheid van de hond en de beoordeling van de eigenaren kan veroorzaakt worden door cognitieve dissonantie. Cognitieve dissonantie treedt op als mensen iets doen waar ze eigenlijk niet achter staan. Dit geeft een psychologisch oncomfortabel gevoel. Om dit gevoel weg te krijgen, is het makkelijker om je beoordeling aan te passen dan je gedrag. Dus ondanks dat eigenaren bewust zijn van de gezondheidsproblemen van het ras, voelt het niet goed om toe te geven dat hun eigen hond ook deze gezondheidsproblemen ervaart. Om dit nare gevoel kwijt te raken of niet te hoeven ervaren, houden ze zichzelf voor dat hun hond geen last heeft van de gezondheidsproblemen.

Hoge loyaliteit aan ras

Deens onderzoek toont aan dat eigenaren van een kortsnuit zeer loyaal zijn aan het ras, loyaler dan eigenaren van andere kleine honden. Bijna 30% van de eigenaren van een Franse bulldog hebben plannen om in de toekomst weer een kortsnuit te kopen. Bij eigenaren van andere kleine honden ligt dit percentage ongeveer 10% lager.⁷⁰ Onderzoek uit Groot-Brittannië bevestigt deze loyaliteit van eigenaren aan kortsnuitige hondenrassen. In dit onderzoek geeft 93% van de eigenaren van kortsnuitige hondenrassen aan dat ze hun hondenras in de toekomst ook weer zouden willen aanschaffen, tenzij ze op andere gedachten gebracht zouden worden of vanzelf van gedachten zou veranderen.⁶⁹

⁶⁹ Packer, O'Neill, Fletcher & Farnworth (2019).

⁷⁰ Sandoe et. al. (2017).

4. Relatie tussen aankoopproces en consequenties tijdens eigenaarschap

4.1. Socio-cognitieve factoren

Self-efficacy

Nederlands onderzoek laat zien dat vooral *self-efficacy* een sterke voorspeller is voor latere consequenties tijdens het houden van een hond.⁷¹ *Self-efficacy* is het vertrouwen dat iemand heeft in zichzelf om in staat te zijn bepaalde gedragingen uit te voeren in toekomstige situaties.⁷² In relatie tot het aanschaffen en houden van honden kan dit gedefinieerd worden als: het vertrouwen dat iemand heeft in zichzelf om in staat te zijn een hond te trainen en ervoor te zorgen. Hogere *self-efficacy* tijdens het aankoopproces hangt samen met minder gedragsproblemen, lagere waargenomen kosten en meer tevredenheid met de hond.

Twijfel tijdens aankoopproces

Hiermee samenhangend laat hetzelfde onderzoek zien dat twijfel tijdens het aankoopproces van invloed is op latere consequenties tijdens het houden van een hond. Mensen die tijdens het aankoopproces vaker twijfelen over de beslissing om een hond aan te schaffen en het goede moment daarvoor, zijn na 6 maanden minder tevreden en hebben hogere waargenomen kosten dan mensen die minder twijfelen. Mensen die vaker twijfelen tijdens het aankoopproces, verwachten ook meer nadelen van het houden van een hond en denken hier ook vaker over na. Het kan zijn dat deze mensen enige vorm van sociale druk ervaren bij de aanschaf van een hond.⁷¹

⁷¹ Bouma, Vink & Dijkstra (2020).

⁷² Bandura (1977).

4.2. Impulsaankopen

Volgens ditzelfde onderzoek kan twijfel ook samenhangen met impulsaankopen. Bij impulsaankopen gaat het om een onmiddellijk, overweldigend en aanhoudend verlangen om een product te kopen, wanneer iemand eraan wordt blootgesteld. Dergelijke aankopen zijn onbedoeld en niet-reflecterend.⁷³ Impulsaankopen kunnen dus gedefinieerd worden als ongepland gedrag op basis van snelle besluitvorming en een neiging het product snel te willen hebben.⁷⁴

Mensen die tijdens het aankoopproces meer twijfelen, houden zich bij de aanschaf van een hond minder vaak aan hun initiële plan (m.b.t. bv. ras, leeftijd van hond en waar aan te schaffen) dan mensen die minder of niet twijfelen. Inconsistentie tussen het initiële plan en de daadwerkelijke aanschaf duidt op een impulsaankoop.⁷¹

Ook het frequent bezoeken van websites die honden verkopen (zoals fokkers, dierenasiels en privé-advertenties) leidt volgens dit onderzoek tot meer inconsistentie tussen het initiële plan en de daadwerkelijke aanschaf. Het lijkt dus dat het bezoeken van deze websites tot meer impulsaankopen leidt (wellicht doordat ze 'verliefd worden' op de foto of verhaal van de hond). Impulsaankopen kunnen leiden tot latere teleurstelling met de hond.⁷¹

Het lezen van boeken over honden en de aanschaf van honden, leidt er volgens dit onderzoek daarentegen juist toe dat mensen zich vaker aan hun initiële plan houden. Ook het praten met anderen over de aanschaf van honden vergroot de consistentie.

5. Keuzes en overwegingen van fokkers

Er is weinig bekend over de keuzes en overwegingen van fokkers bij fokmethoden van kortsnuiten. Wel blijkt uit onderzoek uit Groot-Brittannië dat financiële motieven van fokkers kunnen leiden tot onverantwoorde fokmethoden.⁷⁵

Financiële motieven

Als er veel vraag is naar een specifiek hondenras kunnen fokkers veel meer geld vragen voor honden van dat ras. Gewetenloze fokkers kunnen dus veel geld verdienen met onverantwoorde fokmethoden, zoals: in hoge volumes fokken en teefjes die meerdere keren per jaar gedekt worden. Ook kan een hogere vraag naar modieuze hondenrassen dan er aanbod is bij gerenommeerde fokkers, leiden tot puppysmokkel of illegale import van (te jonge) puppy's en zwangere teefjes uit het buitenland.⁷⁵

⁷³ Rook (1987), aangehaald in Bouma, Vink & Dijkstra (2020).

⁷⁴ Rook & Gardner (1993), aangehaald in Bouma, Vink & Dijkstra (2020).

⁷⁵ Bateson (2010), aangehaald in Holland (2019).

6. Samenvatting

Hieronder staan de belangrijkste bevindingen puntsgewijs samengevat.

6.1. Aanschaffen van een hond

Beslissing om een hond aan te schaffen

Factoren die van invloed zijn op de beslissing al dan niet een hond aan te schaffen

- Gezelschap voor zichzelf of ander volwassen familielid
- Meer beweging vooral tijdens aanschaf, minder tijdens houden
- Verlies van een eerdere hond
- Eerder ervaring met hond in huis, vooral ervaring van moeder
- Ervaring met honden van anderen
- Familie en vrienden belangrijke beïnvloeders

Beslissing welk type hond

Factoren die een rol spelen bij type hond in het algemeen

- Uiterlijk en enigszins ook gezondheid van hond
- Trends in populariteit van ras
- Eigenschappen van (potentiële) eigenaar (voorzichtig interpreteren)
 - o Intrinsieke motivatie leidt vaker tot de aanschaf van honden vanwege innerlijk; kopen vaker een niet-raszuivere hond
 - o Extrinsieke motivatie leidt vaker tot de aanschaf van honden vanwege uiterlijk (modieus/status/speelgoed); kopen vaker een raszuivere hond
- Eerdere ervaring met hond in huis

Factoren die een rol spelen bij de keuze voor kortsnuit

- Uiterlijk van het ras
 - o Uiterlijke kenmerken belangrijker dan gezondheid
 - o Uiterlijke kenmerken die geassocieerd worden met baby's/kinderen

- o Uiterlijke kenmerken die geassocieerd worden met mensen
- Karaktereigenschappen van het ras
 - o vriendelijk, liefhebbend en vrolijk; maar ook loyaal, liefdevol, komisch/clownesk, speels en makkelijk te trainen.
 - o vriendelijk, coöperatief en goede interactie met (onbekende) mensen
- Passend in moderne lifestyle: klein en weinig beweging
- Pre-aankoopgedragingen
 - o Mensen die een kortsnuit aanschaffen doen weinig nader onderzoek naar de hond
 - o Kopen vaker een kortsnuit bij een eerste bezoek aan de fokker
 - o Vinden een kortsnuit vaker via websites die puppy's verkopen (gerelateerd aan impulsaankopen)
- Eigenschappen/kenmerken van (potentiële) eigenaar
 - o Heeft minder vaak eerdere ervaring met hond in huis
 - o Kopen vaker voor de eerste keer een hond
 - o Zijn meestal jonger

Beslissing welke individuele hond

Factoren die een rol spelen bij de keuze voor individuele hond

- Overeenkomsten in eigenschappen en uiterlijk tussen hond en (potentiële) eigenaar
- Gedrag en temperament van de hond, mensen letten vooral op gedragingen die duiden op minder sociaal zijn
- Leeftijd van de hond, liever een jongere hond

Beslissing waar een hond aan te schaffen

Factoren die een rol spelen in de beslissing waar een hond aan te schaffen

- Waarden en opvattingen (vaker bij asiel, is 'het juiste om te doen')
- Voorkeur voor specifiek ras (vaker bij fokker)

- Socio-economische factoren
 - o Geslacht, vrouwen kopen vaker bij asiel dan mannen
 - o Leeftijd, jongere mensen kopen vaker bij asiel dan oudere mensen
- Obstakels bij aanschafprocedure bij asiel (onduidelijk of dit ook voor Nederland geldt)

6.2. Houden van een hond

Houden van honden in het algemeen

- Onderstaande mensen hebben vaker een hond in huis dan andere mensen
 - o Mensen met eerdere ervaring met hond in huis
 - o Mensen met kinderen, vooral oudere en jongvolwassen kinderen
 - o Mensen met een (vrijstaand) huis met tuin
 - o Mensen met een lager opleidingsniveau
 - o Blanke mensen

Houden van een kortsnuit

- Kenmerken/eigenschappen van (potentiële) eigenaren van kortsnuiten
 - o Hebben hoge loyaliteit aan het ras
 - o Hebben minder vaak eerdere ervaring met hond in huis
 - o Kopen vaker voor de eerste keer een hond
 - o Zijn meestal jonger
- Socio-cognitieve factoren bij het houden van een kortsnuit
 - o Eigenaren normaliseren gezondheidsproblemen, 'hoort bij het ras'
 - o Eigenaren ontkennen gezondheidsproblemen bij hun eigen hond, wellicht vanwege cognitieve dissonantie

6.3. Relatie tussen aankoopproces en houden van een hond

- Self-efficacy tijdens het aankoopproces, hogere self-efficacy hangt samen met minder gedragsproblemen, lagere waargenomen kosten en meer tevredenheid met de hond.
- Twijfel tijdens het aankoopproces, meer twijfel leidt tot minder tevredenheid en hogere waargenomen kosten. Mensen die twijfelen, verwachten ook meer nadelen en denken hier meer over na. Wellicht speelt sociale druk een rol in het aankoopproces.
- Impulsaankopen
 - o Lijkt samen te hangen met twijfel tijdens aankoopproces
 - o Mensen die vaak websites bezoeken die puppy's verkopen, lijken vaker een hond als impulsaankoop te doen.
 - o Mensen die boeken lezen over (de aanschaf van) honden lijken minder vaak een hond als impulsaankoop te doen.

BIJLAGE 2

Bijlage 2. Kwalitatief onderzoek (interviews)

Inleiding

In opdracht van het ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur (LVVN) doet Inspire to Act onderzoek naar de motieven en drijfveren van mensen bij de aanschaf van een kortsnuitige hond. Dit onderzoek bestaat uit een literatuurreview, kwalitatief onderzoek en kwantitatief onderzoek. Deze rapportage beschrijft de belangrijkste bevindingen uit het kwalitatief onderzoek.

Voor het kwalitatief onderzoek hebben we gesproken met:

- 5 organisaties die werkzaam zijn op dit onderwerp
- 6 eigenaren van een kortsnuitige hond
- 3 fokkers van kortsnuitige honden

Organisaties

We hebben gesproken met medewerkers van:

- *Raad van Beheer*: De Raad van Beheer is een vereniging van verenigingen. De leden zijn: rasverenigingen, kynologenclubs of bijzondere verenigingen (met een specialistische doelstelling). De Raad van Beheer beheert het Nederlands Hondenstamboek (NHSB) en geeft eigendomscertificaten uit aan hondeneigenaren.
- *Nederlandse Voedsel en Waren Autoriteit*: De Nederlandse Voedsel en Waren Autoriteit (NVWA) houdt toezicht op fokkers volgens artikel 3.4 'Fokken met gezelschapsdieren' en controleert of fokkers volgens de 6 handhavingscriteria fokken.
- *Koninklijke Nederlandse Maatschappij voor Diergeneeskunde*: De Koninklijke Nederlandse Maatschappij voor Diergeneeskunde (KNMvD) is de beroepsorganisatie voor dierenartsen in Nederland. De KNMvD bevordert de professionele ontplooiing van

de dierenarts op het terrein van dierenwelzijn, diergezondheid, volksgezondheid en voedselveiligheid.

- *Dier&Recht*: Dier&Recht is een stichting die de belangen van dieren behartigt. Dier&Recht strijdt voor een wereld waarin alle dieren een leven kunnen leiden dat past bij hun behoeftes en natuurlijke gedrag.
- *Landelijk InformatieCentrum Gezelschapsdieren*: Het Landelijk InformatieCentrum Gezelschapsdieren (LICG) is een onafhankelijke stichting en geeft informatie en voorlichting over het verantwoord kopen en houden van huisdieren aan (toekomstige) diereneigenaren en professionals.

We hebben gekozen voor deze organisaties om een zo breed mogelijk perspectief te krijgen. In deze rapportage staan de belangrijkste bevindingen beschreven.

Belangrijkste bevindingen organisaties

Hieronder beschrijven we de bevindingen uit de interviews met medewerkers van de verschillende organisaties. De bevindingen zijn geen harde feiten, maar zijn gebaseerd op ervaringen en meningen van de geïnterviewde mensen.

Cijfers

Volgens de KNMvD en de Raad van Beheer worden in Nederland jaarlijks naar schatting 150.000 honden aangeschaft. Hiervan worden ongeveer 60.000-70.000 honden via broedfokkers uit het buitenland geïmporteerd⁷⁶ en ongeveer 20.000-30.000 honden komen uit het buitenland om 'gered' te worden. Per jaar worden ongeveer 30.000-35.000 rashonden geboren in Nederland. En ongeveer 16.000 honden komen bij broedfokkers vandaan die in Nederland op grote schaal fokken.

Deze cijfers komen niet overeen met de cijfers uit het literatuuronderzoek. Daarin kwam naar voren dat van de ongeveer 150.000 honden die per jaar in Nederland worden aangeschaft, ongeveer tweederde in Nederland is geboren, en naar schatting 16% uit het buitenland is geïmporteerd en 19% niet is geregistreerd.

Handhaving en sanctionering

Handhaving

NVWA houdt toezicht op fokkers volgens artikel 3.4 'Fokken met gezelschapsdieren' en controleert of fokkers volgens de 6 handhavingscriteria fokken (ademgeluid, neusopening, neuslengte, neusplooi, zichtbaar oogwit en ooglidreflex). Qua neuslengte waren er 3 gradaties: $CFR < 0,3$ = rood en betekent niet fokken; $0,3 > CFR < 0,5$ =

oranje en betekent dat je mag fokken mits de hond voldoet aan de andere voorwaarden; $CFR > 0,5$ = groen, hiermee is fokken toegestaan.⁷⁷ Nu outcross niet meer is toegestaan, vervalt categorie oranje en mag je bij $CFR < 0,5$ niet fokken.

Boetes en sancties

NVWA heeft momenteel vooral de spreekwoordelijke stok om mee te slaan (repressie), maar is ook zoekende naar voorlichting, bv. voorlichtingsvideo's voor fokkers. Volgens de NVWA slaan wel vooral boetes en handhaving aan bij fokkers.

Wanneer op het moment van fokken een overtreding wordt geconstateerd, kan een boete gegeven worden die kan oplopen tot €3.000,- per nestje (€1.500,- per ouderhond). Als je dit vergelijkt met wat een fokker verdient op een nestje, dan is dit bedrag niet heel hoog: per nestje krijgt bv. een Franse bulldog 3-4 pups die ongeveer €2.000,- per stuk opleveren. Ook is de pakkans niet heel groot.

Bij inschatting van een reële kans op herhaling kan ook een bestuurlijke boete worden opgelegd, namelijk een last onder dwangsom. Een fokker mag dan voor een bepaalde periode niet fokken.

Handhavingscriteria versus loopproef Cambridge studie

Er is discussie over de 6 handhavingscriteria. Deze criteria zijn opgesteld door Universiteit Utrecht en in Nederland als beleidsregel ingesteld. De Raad van Beheer is het met één criterium niet eens, namelijk neuslengte. Volgens de Raad van Beheer is dit criterium wetenschappelijk niet goed onderbouwd en volgens de Europese regels niet houdbaar. Volgens de Raad van Beheer is de loopproef van Cambridge University wetenschappelijk beter onderbouwd en indicatief voor de gezondheid van honden. Momenteel loopt er een rechtszaak hierover. De uitspraak

⁷⁶ Broedfokkers fokken op grote schaal of importeren op grote schaal honden uit het buitenland om hun boterham mee te verdienen.

⁷⁷ CFR (=neuslengte/schedellengte). $CFR=0,5$ wil zeggen dat de neuslengte de helft is van de schedellengte. $CFR=0,3$ wil zeggen dat de neuslengte 30% is van de schedellengte.

hiervan is dus nog niet bekend. Overigens is er geen discussie over de gezondheid van de honden. Alle organisaties die we gesproken hebben, vinden de gezondheid van de honden heel belangrijk.

Fokkers

Beroepsmatig versus hobbymatige fokkers

Er zijn beroepsmatige en hobbymatige fokkers:

- Beroepsmatige fokkers zijn broedfokkers; fokkers die op grote schaal fokken om hun boterham mee te verdienen. In deze groep zitten zowel bonafide als malafide fokkers.
- Hobbymatige fokkers zijn gelegenhedsfokkers. In deze groep zitten mensen die eenmalig of af en toe een nestje hebben, omdat ze het leuk vinden. Maar ook 'oepe-nestjes' vallen in deze groep. Dit zijn nestjes van een teefje dat onbedoeld gedekt is.

Van de fokkers zijn de gelegenhedsfokkers voornamelijk de doelgroep die je lastig bereikt.

Alarmbellen voor 'foute' fokkers

Onderstaande alarmbellen komen uit verschillende interviews:

- Een teefje dat meer dan 1 nestje per jaar heeft
- Aanbod van veel verschillende rassen
- Honden die in een schuur/ kennel gehouden worden (i.p.v. in een huiselijke setting)
- Minder goede huisvesting (bv. weinig ruimte of geen plek om lekker te liggen op een deken of mandje)
- Omstandigheden van het verblijf (bv. vies of koud/kil)
- Weinig preventieve zorg
- Tijdsdruk bij de aanschaf van de hond
- Geen moederhond aanwezig
- Geen broertjes en/of zusjes van hond aanwezig

Contact met dierenartsen

- Eigenaren met een puppy komen regelmatig bij de dierenarts: bij 9 en 12 weken voor inentingen; rond 6 maanden eventueel voor castratie en 3x per jaar voor vaccinaties. Daarnaast kunnen (ras)honden bij wie ze groeiproblemen verwachten aan een groeiprogramma deelnemen. Dan wordt de groei maandelijks gemonitord om eventuele correctie-operaties tijdig uit te voeren.
- Volgens de KNMvD raadplegen sommige potentiële eigenaren een dierenarts voor de aanschaf van een hond, maar moeten soms het consult hiervoor betalen. Dat is dus niet zo aantrekkelijk.
- Volgens Dier&Recht geven dierenartsen niet altijd feedback aan baasjes over de gezondheidsissues van kortsnuiten, omdat ze geen klanten willen kwijtraken.

Relatie fokkers-dierenartsen

Volgens KNMvD worden de eerstelijns dierenartsen (vergelijkbaar met een huisarts) meestal niet geconsulteerd door (stamboom)fokkers. Deze fokkers vinden dat eerstelijns dierenartsen onvoldoende van hun ras weten en gaan meestal naar specialisten (die pro ras zijn). De Raad van Beheer beaamt dat stamboomfokkers meestal naar een specialist gaan. Volgens KNMvD is het lastige dat deze specialisten (financieel) afhankelijk zijn van het hondenras waarin ze gespecialiseerd zijn.

Eigenaren

Waar op letten bij de aanschaf van een kortsnuitige hond

Tips van de NVWA:

- Vragen of je beide ouderdieren mag zien.
- Kijken naar neus en luisteren naar ademgeluid.

Obstakels voor eigenaren om een gezonde hond te kiezen

Obstakels volgens KNMvD:

- Fokken met gezonde ouderdieren Voor eigenaren is het soms lastig te bepalen of het om een gezond ouderdier gaat. Afwijkingen zijn soms nog niet zichtbaar, omdat er al vroeg mee gefokt wordt.
- Sommige websites zien er gelikt uit en komen heel betrouwbaar over. Maar dit hoeft niet zo te zijn. Dat is voor eigenaren lastig om in te schatten.

Perceptie van eigenaren gezondheid eigen hond

- Volgens KNMvD hebben hondeneigenaren vaak een voorkeur voor een bepaalde hond. Ze zien niet dat hij ziek is.
- Volgens Dier&Recht is een hond vaak erg duur (bv. de Franse bulldog). Als er dan iets aan de hand is met die hond, praat je het goed (dit verschijnsel kennen we in de psychologie als cognitieve dissonantie).

Gezondheid van honden

Rashonden versus kruisingen

Veel mensen denken dat een rashond beter is dan andere honden.

Volgens Dier&Recht komen rashonden (met stambomen), maar ook look-a-likes (kruising binnen hetzelfde ras zonder stamboom) vaak uit dezelfde genenpool. Hierdoor zijn er juist grotere gezondheidsrisico's bij rashonden en look-a-likes dan bij kruisingen tussen verschillende rassen. Volgens de Raad van Beheer is de genenpool bij een paar rassen inderdaad erg klein,

maar bij de meeste rassen is de genenpool groot genoeg. Wanneer de genenpool te klein is, wordt voor het fokken gecontroleerd gekruist met andere rassen (outcross). Zowel fokkers van rashonden als fokkers van kruisingen zijn overtuigd van hun eigen gelijk, namelijk dat ze gezonde honden fokken.

Zichtbaarheid kenmerken gezondheidsrisico's

Volgens de KNMvD zijn de kenmerken die samenhangen met verhoogde gezondheidsrisico's (zoals een korte snuit) vaak nog niet zichtbaar bij pups, ook niet op een scan. Pas bij een jaar of 2-3 zijn deze kenmerken zichtbaar en is een scan betrouwbaar. Vanaf een jaar of 1,5 kan er al gefokt worden met honden. Op deze leeftijd zijn deze kenmerken dus nog niet altijd zichtbaar. Aan de ouderdieren kun je dan beter zien of er kenmerken aanwezig zijn die samenhangen met verhoogde gezondheidsrisico's.

Gezondheid versus uiterlijk

- Volgens de KNMvD vinden mensen een hond die voldoet aan alle handhavingscriteria er vaak minder mooi uitzien.
- Volgens de KNMvD wordt bij shows eerst gekeken naar uiterlijk, dan leeftijd, dan of het beestje goed/ gezond is (waarbij naar hun idee de lat niet hoog genoeg ligt). Volgens de Raad van Beheer wordt er naast uiterlijk ook zeker gekeken naar gezondheid. Keurmeesters zijn geen dierenartsen, maar er wordt 'van de buitenkant' wel gekeken naar gezondheidskenmerken, zoals ademhaling en ooglidreflexen.
- Volgens Dier&Recht hebben fokkers en eigenaren soms een blinde vlek voor de schadelijke effecten voor het ras of negeren ze deze. Ook de KNMvD geeft aan dat eigenaren een voorkeur hebben voor een bepaalde hond en niet zien dat hij ziek is.
- Volgens de NVWA bepaalt de consument wat er gevraagd wordt en dus wat er gefokt wordt. Er wordt dus gefokt op

eigenschappen die passen bij de wensen van de consument (weinig lopen, rustig zitten of liggen).

- Volgens de KNMvD is het criterium bij fokken en selectie dat de hond mooi is, daar gaat het mis.

Kansen voor gezondere honden

Oplossingsrichtingen

Onderstaande oplossingsrichtingen komen uit verschillende interviews:

- Overheid zou moeten verplichten dat honden gecontroleerd worden voordat ermee gefokt wordt.
- Afdwingen (wet- en regelgeving).
- Voorbeeld feedback: parallel naar mens trekken: zwaar gehandicapt.
- Campagnes: meer bewustwording dat het zielig is. Schaamhond.
- Gezondheidsverklaring van dierenarts verplicht stellen. Is nu niet verplicht voor fokkers om te mogen fokken met een hond. Tegelijkertijd geeft deze maatregel een soort schijnzekerheid, omdat fokkers net zolang kunnen shoppen tot ze hem ergens krijgen.
- Importverbod is nodig, nu worden de honden die niet meer in Nederland gefokt mogen worden uit het buitenland geïmporteerd.
- Shows zouden ook onder het toonverbod moeten vallen. Die zijn nu uitgesloten van het toonverbod. Dat is moeilijk uit te leggen en lijkt het probleem in stand te houden.
- Dierenartsen kunnen mensen laten ervaren hoe het is om benauwd te zijn, door ze een wasknijper op hun neus te laten zetten tijdens een consult. Dit helpt ze om zich beter te kunnen verplaatsen in het dier.
- Puppyncursus en (honden)gedragsdeskundigen kunnen wellicht een belangrijke rol spelen bij het houden van kortsnuiten. Bijvoorbeeld dat mensen op tijd naar de dierenarts gaan bij

gedragsproblemen ten gevolge van gezondheidsklachten.

Momenteel leggen (honden)gedragsdeskundigen nog maar weinig de link tussen uiterlijke kenmerken en gedragsproblemen.

Belangrijkste bevindingen eigenaren kortsnuitige hond

We hebben 6 eigenaren van een kortsnuitige hond gesproken. Tijdens deze gesprekken hebben we de bevindingen uit de literatuurreview getoetst bij de eigenaren en zijn verdere overwegingen besproken. Onderstaand de belangrijkste bevindingen uit de interviews.

Beslissing om een hond aan te schaffen

Tijdens de gesprekken wordt, net als in de literatuurstudie, 'gezelschap' vaak als overweging voor het aanschaffen van een hond genoemd. Vaak als gezelschap voor henzelf (4x genoemd), maar ook voor een ander gezinslid/ kinderen (2x genoemd). Het bespreken van de beslissing voor een hond haalt persoonlijke verhalen naar boven. Denk aan bv. een (nog) onvervulde kindwens (1x genoemd), depressie (1x genoemd) en eenzaamheid (2x genoemd).

Voor vier van de zes geïnterviewden is het de eerste hond die ze hebben. Wel zijn er twee die daarvoor raskatten hebben gehad (of nog steeds hebben). Vijf eigenaren noemen specifiek ervaring van familie, vrienden of burens met hond als belangrijke stimulans. In de literatuurstudie is dit vooral gekoppeld aan de beslissing om een hond aan te schaffen. Tijdens de interviews is het vooral beslissend in de keuze voor het type hond. Dus dat de geïnterviewde hetzelfde ras kiezen als hun familie of vrienden. Eén geïnterviewde had eerder al een Franse bull gehad.

Beslissing welk type hond

Het vertrekpunt voor welk type hond iemand kiest, is bij bijna alle eigenaren hetzelfde: de hond mag niet te groot zijn, makkelijk om mee te nemen en fijn als het ook even alleen kan zijn (5x genoemd). Overeenkomstig met de literatuurstudie wordt het uiterlijk van de hond in de interviews vaak genoemd als beweegreden voor een bepaalde hond, zoals het 'koddige en schattige' uiterlijk en de 'koninklijke uitstraling'. Alle eigenaren geven aan dat ze vooraf wel op de hoogte waren van bepaalde

gezondheidsrisico's, maar dachten ook 'dat het wel mee zou vallen' of zijn specifiek gaan zoeken naar een gezondere variant. Eén eigenaar geeft aan dat ze denkt dat eigenlijk alle mensen die een kortsnuit aanschaffen wel op de hoogte zijn van de gezondheidsrisico's.

Eigenaren hebben van te voren ook goed gekeken naar de karkatereigenschappen van de hond. Ze vinden het belangrijk dat de hond die ze kiezen een goed gezelschapsdier is, lief, afhankelijk en vrolijk is en goed met kinderen overweg kan. Ook het komische en clowneske (van de mopshondjes en Franse bulls) worden genoemd. Vier geïnterviewden geven aan vooraf onderzoek te hebben gedaan naar het ras. Deels door boeken over het ras te lezen, door websites te bezoeken over het ras en door ras-specifieke facebookpagina's te volgen.

Vier eigenaren dachten (of denken nog steeds) dat de keuze voor rashond met stamboom een garantie is voor een gezondere hond. Dus door te kiezen voor zo'n hond denken ze dat ze minder risico lopen op een hond met gezondheidsproblemen. Eén van de geïnterviewden die een kruising heeft, benoemt ook dat ze juist dacht een minder gezonde hond te hebben, doordat het een kruising is.

De beslissing om voor een kruising te kiezen kan verschillend zijn. Eén van de geïnterviewde heeft bewust voor een kruising gekozen om een gezondere Franse Bull te krijgen. Een andere geïnterviewde is per toeval bij een kruising uitgekomen, doordat er bij een vriendin een nestje was en een kruising goedkoper bleek.

Beslissing welke individuele hond

Alle geïnterviewden hebben de hond van pup af aan. Vijf geïnterviewden hebben zelf de pup uit het nestje gekozen. Bij de keuze voor een specifieke hond uit het nestje wordt voornamelijk geselecteerd op uiterlijk met als voornaamste kenmerk de kleur. Bij één geïnterviewde heeft de fokker de keuze gemaakt. In overleg met een hondengedragstherapeut

wordt gekeken welke pup bij welke eigenaar het beste past, bijvoorbeeld op basis van karakter van hond en eigenschappen en gezinssamenstelling van de nieuwe eigenaren.

Beslissing waar hond aanschaffen

Vier eigenaren zijn via internet in contact gekomen met de verkoper van de hond. Deels via marktplaats en deels via een website die de potentiële eigenaren gevonden hebben via de rasvereniging of een zoekmachine.

Drie eigenaren geven aan verschillende keren ergens te zijn gaan kijken, voordat ze uiteindelijk hun hond hebben aangeschaft. Reden om bij een bezoek niet over te gaan tot aanschaf, was vooral omdat ze er geen goed gevoel bij hadden vanwege bv. puppy's in kennel, puppy's in schuur, of ouderhond niet in beeld.

Eén van de geïnterviewde heeft in het aankoopproces een hondje aangeschaft, maar na één dag toch teruggebracht omdat het niet goed voelde. Vervolgens heeft ze bij Markplaats melding gemaakt van malafide verkoper in de hoop andere mensen te kunnen waarschuwen. In het algemeen hebben de meeste eigenaren in het aankoopproces wel het gevoel gehad van hun aankoop af te kunnen zien en voelden ze zich niet erg onder druk gezet om direct te beslissen (4x genoemd).

Eén van de geïnterviewden heeft een hondje overgenomen van een ander gezin. Dat gezin had de hond gekocht bij een fokker, maar na één week bleek het niet goed samen te gaan met de andere dieren in huis. De geïnterviewde werd getipt door een vriendin en wilde het hondje 'redden'. Ze heeft het hondje binnen 5 minuten gekocht, dus behoorlijk impulsief.

Socio-cognitieve factoren bij houden van kortsnuiten

De eigenaren die we hebben gesproken erkennen de ras-gerelateerde gezondheidsproblemen die hun hond hebben. Vier honden zijn ook

geopereerd aan ras-gerelateerde problemen: ogen, neusgaten, gehemelte, nekhernia en/of heupen; en kunnen nauwelijks lopen zonder buiten adem te zijn, vooral bij warmer weer. De twee kruisingen hebben geen ras-gerelateerde operatie ondergaan. Van cognitieve dissonantie lijkt bij de geïnterviewde niet echt sprake. Wel geeft één van de geïnterviewde aan dat soms mensen op bezoek een opmerking maken over het snurken van de hond en dat ze dit zelf niet meer hoort.

Hoewel de geïnterviewden zich loyaal voelen aan het ras en uitspraken hebben als 'zijn gewoon de allerleukste honden', erkennen ze wel dat het zelig is voor de honden. Een deel geeft dan ook expliciet aan dat ze zeker niet weer voor zo'n hond zullen kiezen, omdat ze het zelig vinden. Toch zijn er ook geïnterviewden die het nog enigszins openhouden, afhankelijk van wat dan de wet- en regelgeving is.

Geïnterviewden begrijpen wel dat het fokken met kortsnuiten niet meer mag, maar plaatsen er ook wel vraagtekens bij. Waarom mag je de hondjes nog wel kopen? En hoe kan het dat je deze honden nog kunt verzekeren? Wel is het verzekeren van kortsnuiten lastig. Er zijn maar 2 of 3 verzekeringsmaatschappijen die kortsnuiten verzekeren en de premie is bijna 2x zo hoog als bij hondenrassen zonder verhoogde gezondheidsrisico's.

Vijf geïnterviewden zijn op (meerdere) puppycursus(sen) geweest. Voornaamste reden hiervoor is de band versterken tussen eigenaar en hond. Soms wordt ook het contact met andere honden genoemd. Niet iedereen heeft de puppycursus afgemaakt.

Attitude van anderen

- De ervaring met hoe andere mensen reageren op hun hond zijn wisselend. Eén van de geïnterviewde met mopshond geeft aan voornamelijk kritiek te krijgen op straat (*zielig*), terwijl andere

geïnterviewden met mopshond en Franse bull juist aangeven voornamelijk positieve reacties te krijgen (*schattig/ lief*).

- De geïnterviewden met kruisingen krijgen ook zowel negatieve als positieve reacties. Negatieve reacties op uiterlijk (*rare hond, hoog op poten, lange neus, 'wat heb jij nou voor hond?!'*), maar ook positieve reacties die dan weer meer op gezondheid gericht zijn.

Verwachtingen en realiteit bij houden van kortsnuiten

- De ras-gerelateerde gezondheidsproblemen spelen bij de meeste geïnterviewden een grotere rol dan ze vooraf hadden verwacht. Als voorbeelden worden genoemd: vaker naar de dierenarts dan verwacht, operaties van honden, en tegenvallende conditie van de honden.
- Bij de kruisingen zijn geen of nauwelijks gezondheidsproblemen. Eén eigenaar ervaart dit beter dan verwacht, en bij één eigenaar is dit juist conform de verwachting een gezondere hond te hebben vanwege de kruising.
- Vijf eigenaren geven aan minder met de hond te lopen dan verwacht. Deels doordat hond minder aan kan dan verwacht (dan willen de mensen nog verder, maar moeten ze terug naar de auto voor de hond), deels doordat ze zelf toch minder (lange) wandelingen maken dan verwacht.
- Alle deelnemers zijn gek op hun hond en zien het als onderdeel van het gezin. Bij één van de geïnterviewden valt het wel wat tegen doordat de kinderen groter worden. Ze trekken steeds meer hun eigen plan, terwijl de hond juist voor (het welzijn van) de kinderen bedoeld was.
-

Belangrijkste bevindingen fokkers van kortsnuitige honden

Door veranderde wetgeving mogen fokkers in Nederland niet meer fokken met honden met een te korte snuit. Dit treft vooral de fokkers van honden met een zeer platte snuit: mopshondjes, Franse bulldogs en Engelse bulldogss. Voor dit onderzoek hebben we drie fokkers gesproken die alle drie fokken met Bullen: Franse bulldogs (in kruising), Continental bulldogs en Bullmastiff. De eerste twee fokkers zijn bekend met de gezondheidsrisico's van het ras, de derde fokker niet.

Gezondheid als uitgangspunt bij fokken

In de gesprekken met de fokkers van de Franse en Continental bulldogs valt op dat gezondheid het uitgangspunt is om anders te zijn gaan fokken. Deze fokkers zijn zeer bekend met de ras-gerelateerde gezondheidsproblemen en zijn actief op zoek gegaan naar hoe ze gezondere honden kunnen fokken. Op verschillende manieren zijn ze bezig om gezonde honden te fokken met langere snuiten en gezondere bouw:

- Lidmaatschap bij Duitse vereniging OTBA (Old Type Breeders Association). Honden worden medisch gekeurd door een Duitse dierenarts voordat ermee gefokt mag worden. Aspecten die in de keuring worden uitgevoerd zijn onder andere: CT-scan (waarin gekeken wordt naar wervelkolom, neus en gehemelte), hartecho, oogonderzoek, en DNA-onderzoek. Wanneer de honden goedgekeurd zijn, krijgen ze een OTBA-stamboom en mag ermee gefokt worden. Deze stamboom gaat puur over de gezondheidskenmerken. Dit is anders dan de stamboom die door Raad van Beheer wordt afgegeven, waarin zowel gezondheidskenmerken als uiterlijke kenmerken zijn opgenomen.
- Fokken van kruisingen om de genenpool te verbeteren. Overigens kijken fokkers hier wel verschillend naar en zijn er ook fokkers die hier juist gezondheidsrisico's van verwachten.
- Pups al scannen (met röntgenfoto) op mogelijke afwijkingen.

- Aan eigenaren wordt gevraagd de pup bij 1-2 jaar een CT-scan te laten ondergaan. Om zo mogelijke afwijkingen aan het licht te brengen en dit mee te nemen voor volgende nestjes.
- Nauw contact met eigenaren, zodat eventuele ziektes aan het licht komen (deze worden weer terug gerapporteerd aan OTBA).

De fokker van de Bullmastiff geeft aan dat dit ras niet valt in de categorie kortsnuitige honden en is niet bekend met gezondheidsproblemen bij de Bullmastiff in relatie tot korte snuiten. Ook geeft de fokker aan nooit vragen van eigenaren hierover te hebben gehad.

Attitude medefokkers

De fokkers van de Franse en Continental bulldogs bevinden zich in een netwerk met gelijkgestemden. Hierdoor zijn ze op een zelfde manier bezig met het fokken van gezonde(re) honden. De weg daar naar toe is soms lastig geweest. Eén fokker deelt haar ervaring. Vanuit haar ambitie om gezondere Franse Bullen te fokken is ze in eerste instantie via outcross gaan fokken (binnen het ras). Zo ontstonden bullen met langere neuzen en atletischere figuren. Op dat moment was ze wel nog bij de rasvereniging aangesloten. Op shows (die verplicht zijn als je aangesloten bent bij een rasvereniging) scoorde ze onder de maat. Hier werd ze door de rasvereniging op aangesproken. Haar ervaring is dat uiterlijk voor gezondheid gaat.

Eigenaren die voor deze fokkers kiezen

Potentiële eigenaren die bij fokkers uitkomen die gezondheid als uitgangspunt hebben bij het fokken, zijn meestal mensen die eerder al een Bull hebben gehad met gezondheidsproblemen. Hierdoor zijn ze op zoek gegaan naar gezondere alternatieven, omdat ze wel fan zijn van de Bullen. Ook zijn er mensen waarbij het de eerste hond is en die bewust kiezen voor een gezonde(re) hond, doordat ze bekend zijn met de gezondheidsrisico's van de kortsnuiten.

Veranderende karaktereigenschappen door fokken

In de gesprekken valt op dat het karakter van de honden die gefokt worden op gezondheid wel veranderen ten aanzien van de Engelse en Franse bullen. Het zijn actievare (sportievare) honden die meer uitdaging nodig hebben. Het bullenkarakter (de persoonlijkheid) zien ze er wel in terug. De fokkers geven aan dat die karakterverandering (het sportieve) misschien niet bij iedere potentiële eigenaar past.

Kennis bij fokkers

De fokkers van de Franse en Continental bulldogs hebben veel kennis over de gezondheidsrisico's van kortsnuiten en hebben daar hun fokmethode op geselecteerd of aangepast. Bij deze fokkers is soms onduidelijkheid over het Nederlandse beleid. Ze lopen tegen verschillende dingen aan:

- Voor sommige fokkers is het onduidelijk of ze nu wel of niet mogen fokken volgens het Nederlands beleid. Dit laten ze uitzoeken via de vereniging waarbij ze aangesloten zijn.
- Regels in Europa zijn niet gelijk. Het zou veel eenvoudiger zijn wanneer dit wel het geval is.
- Onbegrip over waarom enkel gekeken wordt naar uiterlijke kenmerken die tot gezondheidsrisico's leiden en niet naar rassen waar structureel gezondheidsproblemen mee zijn. Als voorbeeld wordt epilepsie bij border collies genoemd.
- Dierenarts lijken onbekend met andere fokmethodes (zoals via OTBA), waardoor pups alsnog in de monitorings- en groeiprogramma's worden opgenomen die ze toepassen bij Franse en Engelse bulldog. Dit zou volgens de fokkers niet meer nodig zijn, doordat de ouderhonden gezond zijn en uitvoerig getest zijn voordat ermee gefokt is.

De fokker van de Bullmastiff is niet op de hoogte van gezondheidsrisico's met betrekking tot korte snuiten bij dit ras.

Samenvatting en conclusie

Eigenaren

Beslissing om een hond aan te schaffen

We zien in het kwalitatieve onderzoek grotendeels dezelfde beweegredenen terug als in de literatuurstudie voor het aanschaffen van een (kortsnuitige) hond:

- Gezelschap voor zichzelf of ander familielid. In de literatuurstudie ging het voornamelijk om een ander volwassen familielid. In de interviews worden ook vaak de kinderen genoemd.
- Meer beweging (wordt vooral tijdens het aanschafproces als beweegreden genoemd, maar blijkt in praktijk minder te worden gedaan dan vooraf gedacht)
- Verlies van een eerdere hond
- Eerdere ervaring met hond in huis als kind
- Ervaring met honden van anderen

Familie en vrienden zijn belangrijke beïnvloeders.

Beslissing welk type hond

Geïnterviewden noemen het karakter van de hond als belangrijkste reden voor type hond, boven gezondheid en uiterlijk. Karaktereigenschappen die ze noemen, komen ook overeen met die uit de literatuurstudie: vriendelijk, lief, vrolijk, komisch/clownesk en gaat goed samen met kinderen.

Net als in de literatuurstudie zien we in de interviews dat het uiterlijk vaak een belangrijkere rol speelt in de beslissing voor type hond dan gezondheid. Ze geven aan verliefd te zijn op het ras. Voor één geïnterviewde eigenaar is juist de gezondheid van het hondje het belangrijkste, waardoor gekozen is voor een kruising.

Trends in hondenrassen en de invloed van films en influencers worden niet genoemd in de interviews als reden voor type hond. Dit bleek ook uit

de literatuurstudie, dat mensen dit niet als factor noemen, maar dat ze zich hier wellicht wel (onbewust) door laten beïnvloeden.

In tegenstelling tot de literatuurstudie zien we in de interviews dat mensen wel onderzoek doen naar het hondenras voordat ze een hond aanschaffen. Ze lezen boeken, bekijken websites en volgen facebookpagina's over het ras. Ook zien we, in tegenstelling tot de literatuurstudie, dat mensen vaker bij een fokker zijn gaan kijken voordat ze tot aanschaf overgaan.

Beslissing welke individuele hond

Alle geïnterviewden hebben de hond als pup gekocht. Dit komt overeen met de literatuurstudie waaruit blijkt dat mensen het liefst een jongere hond aanschaffen. Verder zien we dat eigenaren bij het uitkiezen van de hond vooral op uiterlijk letten. Dit kwam minder sterk naar voren in de literatuurstudie. Daarin werden gedrag en temperament genoemd als belangrijkste selectiecriteria.

Beslissing waar een hond aan te schaffen

We hebben geen mensen gesproken die een hond bij het asiel gekocht hebben. Alle hondjes van geïnterviewden komen bij een fokker vandaan. De keuze voor fokker gaat enigszins intuïtief; het moet goed voelen. Hierbij letten ze vooral op huisvesting (kennel of schuur geeft geen goed gevoel) en aanwezigheid van ouderhond (ouderhond niet aanwezig geeft geen goed gevoel). Deze punten worden ook door organisaties genoemd als alarmbellen voor foute fokkers.

Houden van een kortsnuit

Net als in de literatuurstudie zien we de loyaliteit aan het ras ook terug in de interviews. Toch geeft een deel van de geïnterviewden aan niet nog een keer voor een kortsnuit te kiezen, omdat ze de dieren wel zielig vinden. Dit zou eventueel ook sociale wenselijkheid kunnen zijn.

Net als in de literatuurstudie kopen ze vaak voor de eerste keer een hond. Maar in tegenstelling tot de literatuurstudie hebben ze vaak wel als kind een hond in huis gehad. Meestal was dat geen kortsnuit.

In tegenstelling tot de literatuurstudie normaliseren de geïnterviewden de gezondheidsproblemen niet. Alhoewel ze niet altijd de gezondheidssignalen oppikken, zoals het snurken. Ook erkennen ze, in tegenstelling tot de literatuurstudie, de gezondheidsproblemen bij hun eigen hond. We zien dus geen cognitieve dissonantie bij de geïnterviewden.

In de interviews kwam ook duidelijk naar voren dat de eigenaren worden aangesproken door anderen op straat. Zowel positief als negatief. Honden met een te korte snuit krijgen positieve reacties over het uiterlijk of negatieve reacties over de gezondheid. Honden met een langere snuit (kruisingen) krijgen negatieve reacties over het uiterlijk of positieve reacties over de gezondheid. De invloed van de sociale omgeving (van vaak onbekenden op straat) kwam niet naar voren in de literatuurstudie.

Relatie tussen aankoopproces en houden van een hond

Bij de meeste geïnterviewden is de aanschaf van een kortsnuit geen impulsaankoop geweest. Er was ook geen enkele twijfel bij de aanschaf. Eén geïnterviewde heeft de kortsnuit wel als impulsaankoop gedaan. Ze wilde de hond 'redden' uit de situatie waar hij in zat. Deze eigenaar had wel al eerder een Franse bull gehad, dus wist waar ze aan begon. Alle eigenaren zijn heel tevreden met de hond.

Fokkers

In de literatuurstudie konden we nauwelijks informatie vinden over de beweegredenen van fokkers. Voor de interviews was het ook lastig om fokkers bereid te vinden mee te werken aan de interviews. Meestal werd de gewijzigde wet- en regelgeving als reden gegeven om niet mee te willen werken. Door gewijzigde wet- en regelgeving mogen fokkers per

direct niet meer fokken met hun honden (als deze een neuslengte hebben tussen 0,3 en 0,5.) Dit treft veel fokkers van kortsnuiten. Eén geïnterviewde fokker (van de Continental bulldog) heeft het fokken tijdelijk 'on hold' gezet, omdat het niet zeker is of ze nog mag fokken. Twee geïnterviewde fokkers voldoen aan de nieuwe wet- en regelgeving en mogen dus blijven fokken met hun honden. De interviews met fokkers kunnen dus enigszins een eenzijdig beeld geven.

Gezondheid versus uiterlijk

Twee van de drie fokkers die we gesproken hebben, fokken al langere tijd op gezondheidskenmerken en niet op uiterlijk. Beide zijn aangesloten bij de Duitse vereniging OTBA (Old Type Breeders Association). Deze vereniging heeft een rasstandaard gebaseerd op gezondheidskenmerken. Dit in tegenstelling tot de rasstandaarden van de Raad van Beheer, waarin ook uiterlijke kenmerken beschreven staan.

Sociale omgeving

Fokkers die fokken op gezondheidskenmerken worden hier (negatief) op aangesproken door fokkers die op uiterlijke kenmerken fokken. Ook bij shows worden ze negatief bejegend. Fokkers die fokken op gezondheidskenmerken vinden elkaar wel en vormen hun eigen netwerk. Dit helpt en steunt de fokkers in hun keuze om te fokken op gezondheidskenmerken.

Kennis

Eén van de drie fokkers is niet op de hoogte van de gezondheidsrisico's en zegt hier niet mee te maken te hebben. Twee van de drie fokkers zijn heel goed op de hoogte van de gezondheidsrisico's. Dat is ook de reden geweest om gezondere honden te willen fokken. Wel vinden zij het Nederlands beleid onduidelijk en lopen ze er tegenaan dat de regels binnen Europa niet overal hetzelfde zijn.

BIJLAGE 3

Bijlage 3. Kwantitatief onderzoek (vragenlijsten)

Inleiding

In opdracht van het ministerie van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur (LVVN) doet Inspire to Act onderzoek naar de motieven en drijfveren van mensen bij de aanschaf van een kortsnuitige hond. Dit onderzoek bestaat uit een literatuurreview, kwalitatief onderzoek en kwantitatief onderzoek. Deze rapportage beschrijft de belangrijkste bevindingen uit het kwantitatief onderzoek.

Voor het kwantitatief onderzoek zijn twee vragenlijsten afgenomen: één bij fokkers van kortsnuitige honden en één bij eigenaren van kortsnuitige honden.

WERVING

Organisaties

Voor het uitzetten van de vragenlijsten voor fokkers en eigenaren hebben we verschillende organisaties benaderd die werkzaam zijn op het gebied van (kortsnuitige) honden, denk aan: dierenwelzijnsorganisaties; rasverenigingen; belangenverenigingen; informatiecentra; en beroepsorganisaties. We hebben deze organisaties gevraagd een oproep met link naar de vragenlijsten te verspreiden in hun netwerk. Helaas waren er veel organisaties die ofwel geen reacties gaven ofwel geen medewerking wilden verlenen hieraan. Er werden verschillende redenen gegeven hiervoor, bijvoorbeeld: *We zijn van mening dat het ras geen brachycefale ras⁷⁸ is; wij hebben negatieve ervaringen in het verleden met het uitzetten van vragenlijsten; wij roepen actief op tegen het houden van kortsnuitige honden, het plaatsen van een oproep met vragenlijst voor eigenaren met kortsnuitige honden past hier niet goed in.*

⁷⁸ Brachycefale rassen betreffen honden met een relatief korte snuit.

Een overzicht van organisaties die medewerking hebben verleend aan het verspreiden van de vragenlijst, is als bijlage 1 opgenomen bij deze rapportage.

Sociale media

We hebben ook een oproep met link naar de vragenlijst voor eigenaren geplaatst in 2 Facebookgroepen. In beide groepen is de oproep kort zichtbaar geweest. Na ongeveer 1 tot 2 uur is in beide groepen de oproep door de beheerders verwijderd. Bij 4 Facebookgroepen moesten we eerst toestemming vragen voordat de oproep zichtbaar werd. Onze verzoeken tot toestemming zijn in alle 4 de groepen in behandeling blijven staan; de vragenlijsten zijn daar niet geplaatst. Verder hebben we een oproep met link naar de vragenlijst geplaatst op onze eigen sociale mediakanalen (X en LinkedIn).

Meta

Tot slot hebben we de vragenlijst voor eigenaren via een gesponsord bericht op Meta (Facebook en Instagram) geplaatst.

LEESWIJZER

In deze rapportage staan de belangrijkste bevindingen uit het kwantitatief onderzoek beschreven. In Deel A. beschrijven we de bevindingen uit het onderzoek bij fokkers; in Deel B. de bevindingen uit het onderzoek bij eigenaren.

Deel A. Vragenlijstonderzoek fokkers

DOEL EN ONDERZOEKSVRAGEN

Doel

Doel van het vragenlijstonderzoek bij fokkers is inzicht krijgen in de attitude en beleving van fokkers met betrekking tot het fokken van kortsnuitige honden en de invloed van de sociale omgeving op het fokken van kortsnuitige honden.

Doelgroep

Fokkers die met één of meer kortsnuitige honden fokken of kruisen.

Hoofdvragen

1. Wat is de attitude van de doelgroep met betrekking tot het fokken van kortsnuiten?
2. Welke keuzes maakt de doelgroep bij het fokken van kortsnuitige honden en waarom?
3. Wat is de rol van de (sociale) omgeving op het fokken van kortsnuiten? (bv. klanten, collega fokkers en media)

Deelvragen

Achtergrondkenmerken fokkers

- Hoe lang ben je al fokker?
- Met welke ras(sen) fok je?

Kennis

- Weet men wat er in de rasstandaard staat over neuslengte (omdat veelal de neuslengte niet expliciet benoemd wordt)?

⁷⁹ Outcross is het kruisen van honden met een extreem korte snuit (< 1/3 van hun schedel) met honden met een langere snuit met als doel honden met een gezondere snuitlengte te fokken. Deze vragen zijn niet gesteld wegens het

- Kent men gezondheidsrisico's bij kortsnuiten?
- Hoe schat men kennisniveau van andere fokkers in m.b.t. neuslengte en gezondheidsrisico's?

Attitude

- In hoeverre vindt men de rasstandaard volgen belangrijk?
- In hoeverre denk je dat collega-fokkers de rasstandaard volgen belangrijk vinden?
- Hoe kijkt men tegen de problematiek/ negatieve media-aandacht aan?
- Hoe kijkt men tegen outcross aan?⁷⁹
- Hoe denk je dat collega-fokkers aankijken tegen outcross?²

Fokgedrag

- Fokt men bewust naar een steeds langere snuit toe of is dat niet nodig in hun optiek?
- Welke reacties ontvangt men van (potentiële) klanten en op welke manier beïnvloedt dit eigen fokgedrag? En dat van andere fokkers?
- In hoeverre heeft negatieve media-aandacht invloed op eigen fokgedrag? En op dat van andere fokkers?

De vragenlijst is afgenomen in de periode van 26 februari 2024 tot en met 22 mei 2024.

vaststellen van de beleidsregel op 17 augustus 2023 door de toenmalig minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, waarin outcross wettelijk is verboden. <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stcrt-2023-23619.html>

SAMENVATTING BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN

Kennis

Bekend dat er iets over neuslengte in rasstandaard staat, maar niet precies wat

Driekwart van de respondenten weet dat er iets is opgenomen over neuslengte in de rasstandaarden, maar lijkt niet goed te weten wat er precies is opgenomen. De helft hiervan denkt namelijk dat er een duidelijke beschrijving van de neuslengte in de rasstandaard staat, terwijl de andere helft denkt dat het niet heel concreet beschreven is.

Matig op de hoogte van rasgerelateerde gezondheidsrisico's

Respondenten zijn matig op de hoogte van rasgerelateerde gezondheidsrisico's bij het ras waarmee ze fokken. Bijna 60% erkent deze gezondheidsrisico's; 40% niet. Het ingeschatte kennisniveau van andere fokkers wordt hieraan gerelateerd: ongeveer 60% denkt dat andere fokkers ook op de hoogte zijn van rasgerelateerde gezondheidsrisico's bij het ras waarmee ze fokken.

Attitude

Brachecyfale honden

Ongeveer de helft van de respondenten geeft aan dat de honden waarmee ze fokt/kruist in de categorie brachecyfale honden vallen. Een kwart van de respondenten geeft aan dat dit niet het geval is. Het is niet bekend of deze fokkers het niet weten of dat ze vinden dat hun honden niet in deze categorie thuishoren. Bijna een kwart geeft aan dat sommige honden waarmee ze fokken wel en sommige honden niet in deze categorie vallen.

Volgen van de rasstandaard belangrijk

De meeste respondenten vinden het volgen van de rasstandaard (heel) belangrijk. Ook denken ze dat andere fokkers het volgen van de rasstandaard (heel) belangrijk vinden.

Negatieve media-aandacht heeft impact op fokkers

Ongeveer een kwart van de respondenten geeft aan dat het ras waarmee ze fokt (heel) vaak negatief in de media komt in relatie tot gezondheid en welzijn van de hond. Fokkers lijken zich de negatieve media-aandacht meer aan te trekken dan negatieve reacties van collega-fokkers, vrienden en familie.

Fokgedrag

Negatieve media-aandacht heeft impact op fokgedrag

Negatieve beeldvorming in de media wordt door een kwart van de respondenten genoemd als één van de belangrijkste redenen om op een andere manier te zijn gaan fokken.

Fokken naar een langere neuslengte

Van de respondenten geeft 60% aan dat ze bij het fokken een langere snuit probeert te krijgen.⁸⁰ Gezondheid van de hond (vooral betere ademhaling) wordt als voornaamste reden genoemd om honden met een langere snuit te willen fokken. Van de respondenten die bij het fokken geen langere snuit proberen te krijgen, is de helft dit ook niet van plan om te gaan doen. Ze zullen dit wellicht wel gaan doen als het in de rasstandaard wordt opgenomen of als het wetenschappelijk bewezen is dat honden last hebben van een kortere snuit.

⁸⁰ Het kan zijn dat sociale wenselijkheid een rol heeft gespeeld bij de beantwoording van deze vraag.

Sociale omgeving

Invloed van klanten op langere neuslengte divers

Respondenten reageren divers op de vraag of (potentiële) klanten het belangrijk vinden dat honden een langere snuit krijgen. Ongeveer een derde geeft aan dat klanten het (helemaal) niet belangrijk vinden, ongeveer een derde geeft aan dat klanten het (heel) belangrijk vinden en ongeveer een derde is neutraal.

Reacties van collega fokkers

Bij ruim de helft van de respondenten reageren collega fokkers overwegend positief op de keuze om met het ras (met korte snuit) te fokken/kruisen. Bij bijna een derde reageren collega fokkers zowel positief als negatief. Respondenten die kruisingen fokken, ontvangen minder vaak positieve reacties van collega-fokkers dan respondenten die geen kruisingen fokken. De meeste respondenten trekken zich niet zoveel van aan van negatieve reacties van collega fokkers.

Reacties van vrienden en familie

Bij 87% van de respondenten reageren familie en vrienden overwegend positief op de keuze om met het ras (met korte snuit) te fokken/kruisen. Bij 11% reageren familie en vrienden zowel positief als negatief. Respondenten trekken zich niet zoveel aan van negatieve reacties van familie en vrienden.

Invloed van media

Van de respondenten geeft ruim een kwart aan dat het ras waarmee ze fokt (heel) vaak negatief in de media komt in relatie tot gezondheid en welzijn van de hond. Ruim een derde geeft aan dat dit soms het geval is. Bijna een derde geeft aan dat het ras waarmee ze fokt nooit negatief in de media komt. Fokkers lijken zich de negatieve media-aandacht meer aan te trekken dan de negatieve reacties van collega-fokkers, familie en vrienden.

Toch trekt 58% van de respondenten zich niet zoveel aan van de negatieve media-aandacht.

CONCLUSIES

Hieronder geven we antwoord op de hoofdvragen.

1. Wat is de attitude van de doelgroep met betrekking tot het fokken van kortsnuiten?

De meeste respondenten vinden het (heel) belangrijk om de rasstandaarden te volgen. Een kwart van de respondenten erkent of weet niet dat de honden waarmee ze fokt/kruist in de categorie brachecyfale honden valt. Ook erkent of weet 40% van de respondenten niet dat er rasgerelateerde gezondheidsrisico's zijn bij de honden waarmee ze fokt/kruist.

2. Welke keuzes maakt de doelgroep bij het fokken van kortsnuitige honden en waarom?

Veel respondenten (60%) geven aan dat ze bij het fokken een langere snuit proberen te krijgen. Hierbij speelt de gezondheid van de hond (vooral betere ademhaling) de belangrijkste rol. Respondenten die geen langere snuit proberen te krijgen bij het fokken, zijn dit ook niet echt van plan om te gaan doen. Ze zullen dit wellicht wel gaan doen als het in de rasstandaard wordt opgenomen of als het wetenschappelijk bewezen is dat honden last hebben van een kortere snuit.

3. Wat is de rol van de (sociale) omgeving op het fokken van kortsnuiten?

Respondenten krijgen van vrienden en familie overwegend positieve reacties op de keuze van het ras waarmee ze fokken. Ook van collega-fokkers krijgen respondenten overwegend positieve reacties op de keuze van het ras waarmee ze fokken (of zowel positieve als negatieve reacties). Wel zien we hierbij een verschil tussen respondenten die geen en respondenten die wel kruisingen fokken: respondenten die geen kruisingen fokken krijgen relatief meer positieve reacties van collega-fokkers dan respondenten die wel kruisingen fokken. Verder geeft een kwart van de respondenten aan dat het ras waarmee ze fokt/kruist wel (heel) vaak negatief in de media komt. Deze negatieve

media-aandacht heeft meer impact op de respondenten dan eventuele negatieve reacties van collega-fokkers, vrienden en familie. We krijgen geen duidelijk beeld van de impact van klanten op het fokgedrag met betrekking tot neuslengte.

RESULTATEN

Respondenten

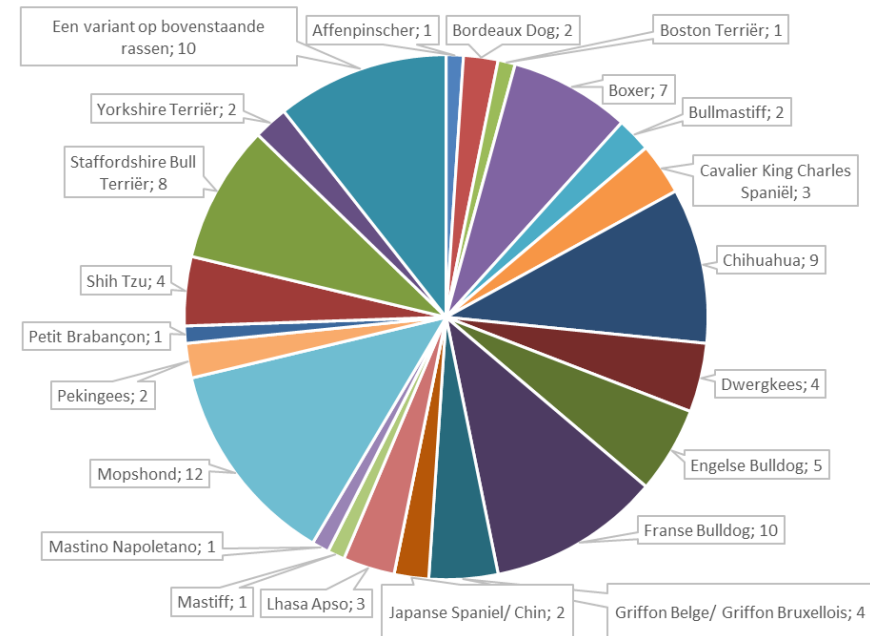
De vragenlijst is door 91 mensen ingevuld. 17 respondenten zijn uitgesloten van de vragenlijst, omdat zij niet met kortsnuitige rassen fokken/ kruisen. Van de 74 fokkers, hebben 48 fokkers de vragenlijst volledig ingevuld (65%). Antwoorden van respondenten die de vragenlijst niet volledig hebben ingevuld, zijn wel opgeslagen. Deze antwoorden worden ook meegenomen in de analyses.⁸¹

Doordat fokkers via een klein aantal organisaties geworven zijn, kan het zijn dat de steekproef niet volledig representatief is voor alle fokkers. Echter zijn wel bijna alle kortsnuitrassen vertegenwoordigd in de steekproef.

Achtergrondkenmerken respondenten

Rassen

De vragenlijst is ingevuld door fokkers van alle rassen die door de Raad van Beheer zijn opgenomen in de lijst met brachycefale honden, behalve de King Charles Spaniël, zie onderstaand diagram (N=74).



Kruisingen

Van de respondenten fokt 20% kruisingen (en 3% soms). De belangrijkste redenen om te kruisen zijn een betere gezondheid (wordt door 14 van 16 respondenten genoemd) en het vergroten van de genenpool (wordt door 7 van 16 respondenten genoemd).⁸² Kruisen van rassen gebeurt zowel met honden met stamboom als honden zonder stamboom.

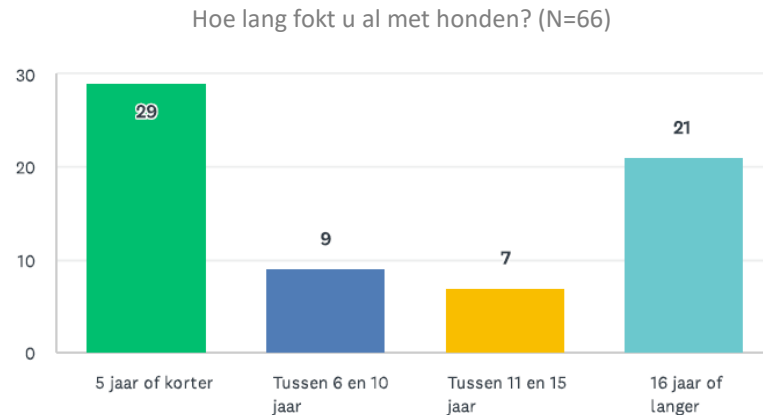
Van de respondenten fokt 77% geen kruisingen. Het merendeel hiervan (69%) fokt met honden met een stamboom van de Raad van Beheer.

⁸¹ De betrouwbaarheidscheck toont geen verschil tussen respondenten die eerder zijn gestopt met de vragenlijst en respondenten die de vragenlijst volledig hebben ingevuld.

⁸² Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk.

Hoe lang fokker

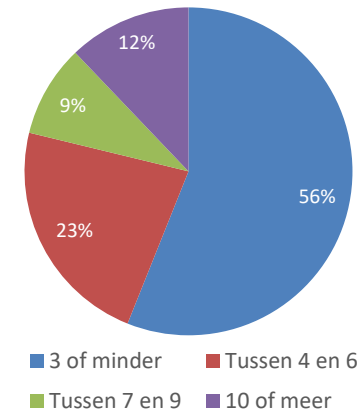
De meeste respondenten zijn nog niet zo lang bezig met fokken óf juist heel lang bezig met fokken, zie onderstaande grafiek.



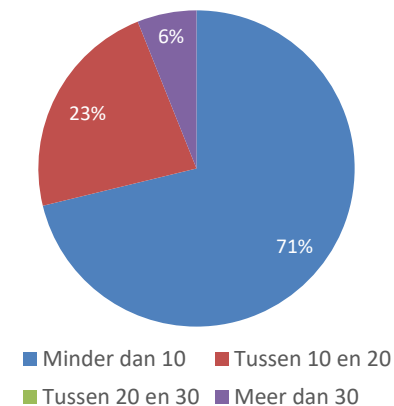
Beroepsmatig of hobbymatig

De meeste respondenten geven aan dat ze hobbymatig fokken (79%); 10% geeft aan dat ze beroepsmatig fokt. Dit komt ongeveer overeen met het aantal honden waarmee gefokt wordt en het gemiddeld aantal pups per jaar, zie onderstaande diagrammen.⁸³

Aantal honden om mee te fokken (N=66)



Aantal pups per jaar (N=66)



⁸³ Volgens het Besluit houders van dieren is er sprake van bedrijfsmatig fokken als je in een jaar meer dan twintig honden verkoopt, aflevert of fokt.

Keuze ras

De keuze voor ras wordt vooral bepaald door karaktereigenschappen van de hond (door 89% genoemd) en het uiterlijk van de hond (63%). Ook de grootte van de hond speelt een rol (door 45% genoemd) en de mate van activiteit van de hond (door 36% genoemd). De gezondheid van de hond staat op nummer 5 en speelt bij ruim een kwart van de respondenten een rol (door 28% genoemd). Bij deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk.

Als we alleen kijken naar fokkers van kruisingen, dan speelt vooral karakter een belangrijke rol (door 73% genoemd; 11 van 15 respondenten). De overige factoren worden maar door enkele respondenten genoemd.

Als we alleen kijken naar fokkers van varianten op kortsnuitige rassen (zoals retromops en old English bulldog) dan lijkt gezondheid wel een grotere rol te spelen. Van deze fokkers noemt 60% (6 van 10) gezondheid als reden. De overige redenen komen overeen met de andere respondenten.

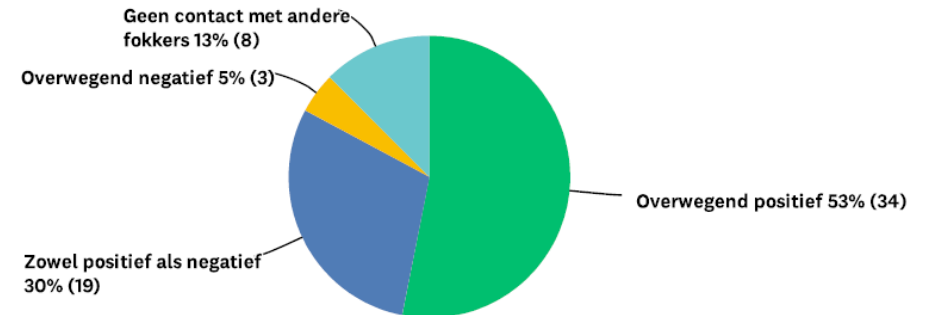
Sociale omgeving

Collega fokkers

Bij ruim de helft van de respondenten reageren collega fokkers overwegend positief op de keuze om met het ras (met korte snuit) te fokken/kruisen, zie onderstaande grafiek. Bij 30% reageren collega fokkers zowel positief als negatief. Bij enkele respondenten reageren collega fokkers overwegend negatief (5%). We zien dat respondenten die kruisingen fokken minder positieve reacties krijgen van collega-fokkers dan respondenten die geen kruisingen fokken.⁸⁴

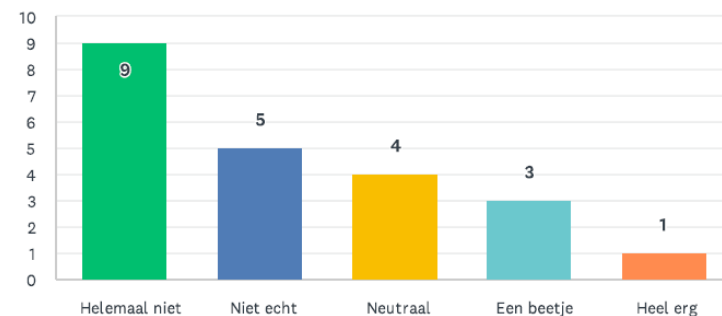
⁸⁴ $\chi^2 (4, N = 72) = 16.79, p = .002$

Hoe reageren andere fokkers op de keuze om met dit ras (of kruising) te fokken?
(N=64)



Van de fokkers die (wel eens) negatieve reacties krijgen van collega fokkers, trekken de meeste zich er niet zoveel van aan, zie onderstaande grafiek.

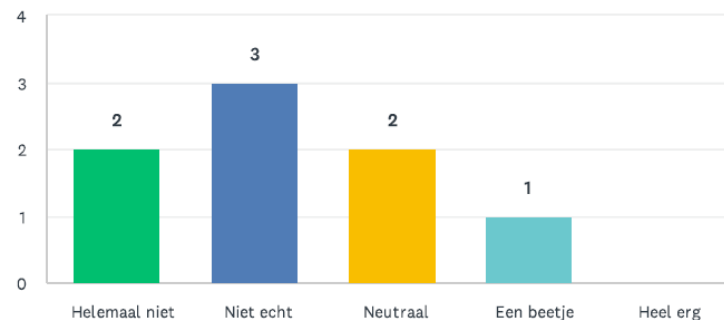
In hoeverre trekt u zich negatieve reacties van andere fokkers aan? (N=22)



Familie en vrienden

Bij de meeste respondenten reageren familie en vrienden overwegend positief op de keuze om met het ras (met korte snuit) te fokken/kruisen (87%). Bij enkele respondenten reageren familie en vrienden zowel positief als negatief (11%) en bij 2% overwegend negatief. Respondenten trekken zich niet zoveel aan van negatieve reacties van familie en vrienden, zie onderstaande grafiek.

In hoeverre trekt u zich negatieve reacties van andere familie en vrienden aan?
(N=8)

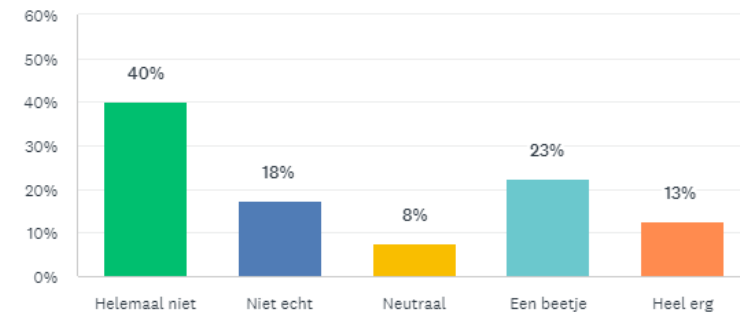


Media

Van de respondenten geeft 27% aan dat het ras waarmee ze fokt (heel) vaak negatief in de media komt in relatie tot gezondheid en welzijn van de hond; 37% geeft aan dat dit soms het geval is. 32% geeft aan dat het ras waarmee ze fokt nooit negatief in de media komt.

Fokkers lijken zich de negatieve media-aandacht meer aan te trekken dan de negatieve reacties van collega-fokkers, familie en vrienden: 13% trekt zich dit heel erg aan; 23% een beetje. Toch trekt 58% van de respondenten zich niet zoveel aan van de negatieve media-aandacht, zie onderstaande grafiek.

In hoeverre trekt u zich negatieve media-aandacht aan? (N=40)

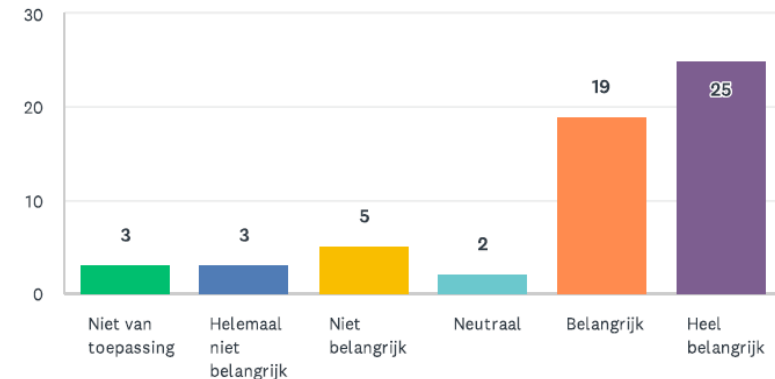


Attitude

Volgen van de rasstandaard

Respondenten vinden het volgen van de rasstandaard belangrijk: 77% van de respondenten vindt dit (heel) belangrijk; 14% vindt het (helemaal) niet belangrijk, zie onderstaande grafiek.

In hoeverre vindt u volgen van rasstandaard belangrijk? (N=57)

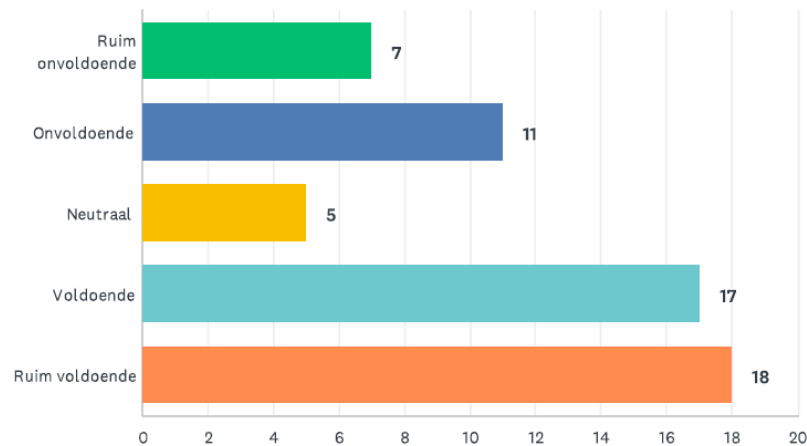


Ook denken ze dat andere fokkers het volgen van de rasstandaard belangrijk vinden: 67% denkt dat andere fokkers dit (heel) belangrijk vinden; 12% denkt dat andere fokkers dit (helemaal) niet belangrijk vinden.

Gezondheid en welzijn in de rasstandaard

Van de respondenten vindt 60% dat er voldoende rekening gehouden wordt met gezondheid en welzijn van honden binnen de rasstandaard; 31% vindt van niet, zie onderstaande grafiek.

Wordt er voldoende rekening gehouden met gezondheid en welzijn van honden binnen de rasstandaard? (N=58)



Aanpassingen rasstandaard

Van de respondenten geeft 45% aan dat ze wel graag dingen anders zou willen zien bij de rasstandaarden; 34% niet. Door respondenten die graag dingen anders zouden willen zien, wordt het meest genoemd dat gezondheid een grotere rol zou moeten spelen (28%).

Brachecyfale honden

De helft van de respondenten geeft aan dat de honden waarmee ze fokken/kruisen in de categorie brachecyfale honden vallen (48%); een kwart geeft aan van niet (25%). Bijna een kwart van de respondenten geeft aan dat sommige van hun honden wel en sommige van hun honden niet in de categorie brachecyfale honden vallen (23%).

Kennis

Neuslengte in rasstandaard

Van de respondenten geeft 75% aan dat er iets is opgenomen over neuslengte in de rasstandaarden. De helft hiervan geeft aan dat er een duidelijke beschrijving van de neuslengte is opgenomen in de rasstandaard. De andere helft geeft aan dat deze beschrijving niet heel concreet is. Van de respondenten geeft 17% aan dat er niets over neuslengte is opgenomen in de rasstandaard; 6% weet het niet en 2% kent de rasstandaard niet.

Rasgerelateerde gezondheidsrisico's

Van de respondenten geeft 58% aan dat er (zeker) wel rasgerelateerde gezondheidsrisico's zijn bij het ras waarmee ze fokken/kruisen; 40% geeft aan dat zit (zeker) niet het geval is, zie onderstaande grafiek.

Spelen er rasgerelateerde gezondheidsrisico's bij het ras waarmee u fokt/kruist?
(N=53)



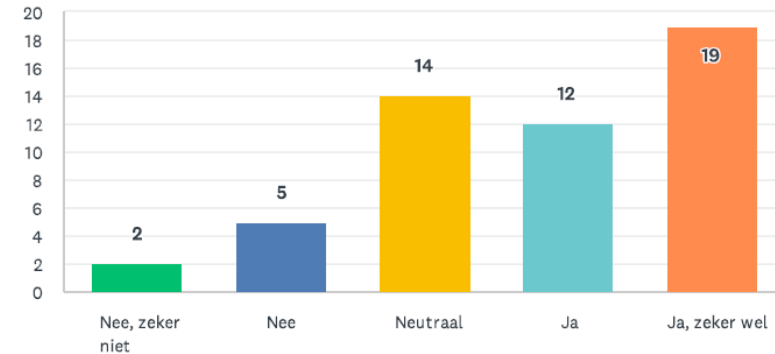
Van de respondenten denkt 62% dat ander fokkers (heel) goed op de hoogte zijn van rasgerelateerde gezondheidsrisico's; 13% denkt dat andere fokkers (helemaal) niet goed op de hoogte zijn van rasgerelateerde gezondheidsrisico's.

Fokgedrag

Langere snuit fokken

Van de respondenten geeft 60% aan dat ze bij het fokken (zeker) wel een langere snuit proberen te krijgen; 13% probeert dit (zeker) niet, zie onderstaande grafiek. Gezondheid van de hond (vooral betere ademhaling) wordt als voornaamste reden genoemd om honden met een langere snuit te willen fokken.

Probeert u bij het fokken een langere neus te krijgen? (N=52)



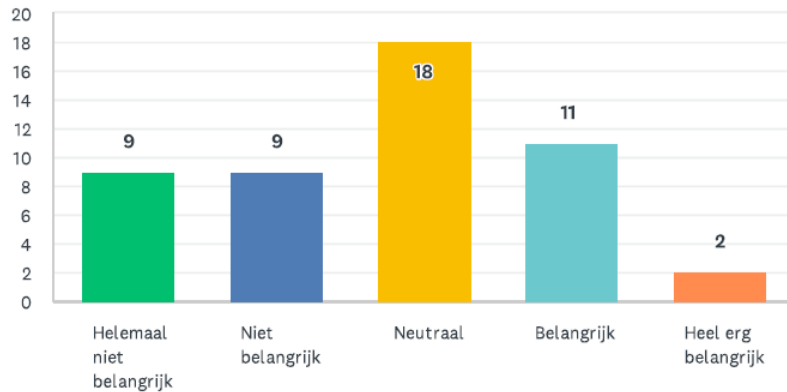
Van de respondenten die dit (zeker) niet doen (en respondenten die neutraal hebben geantwoord op de vorige vraag), is bijna de helft het ook niet van plan om te gaan doen (8 van 19 respondenten; 42%). Redenen die zij geven om eventueel wel te gaan fokken naar een langere snuit:

- als het in de rasstandaard wordt opgenomen (5 van 19 respondenten; 26%)
- als het wetenschappelijk bewezen is dat honden last hebben van een kortere snuit (4 van 19 respondenten; 21%).

Invloed van klanten

De meningen van respondenten wisselen over hoe belangrijk (potentiële) klanten een langere snuit vinden. 37% van de respondenten geeft aan dat klanten dit (helemaal) niet belangrijk vinden, 27% dat klanten dit (heel erg) belangrijk vinden, 37% is neutraal, zie onderstaande grafiek.

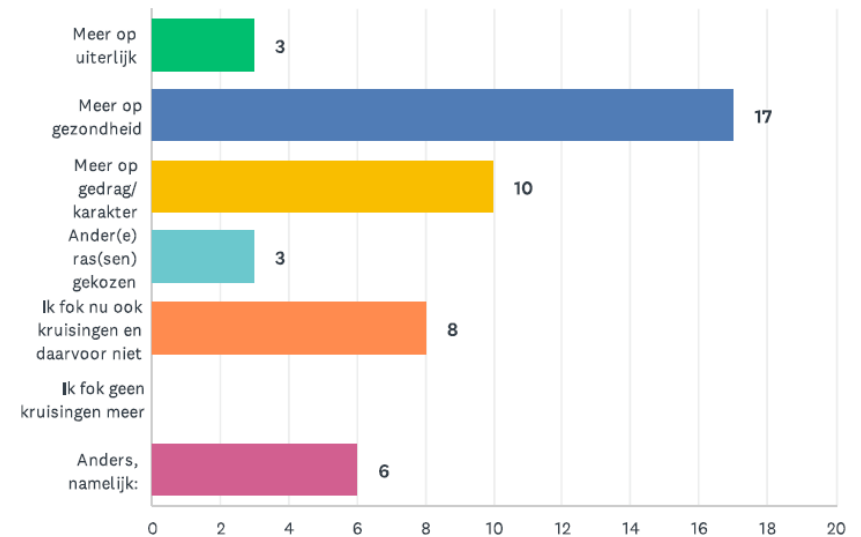
Hoe belangrijk vinden (potentiële) klanten dat uw honden een langere snuit krijgen? (N=49)



Anders gaan fokken

Van de respondenten geeft 56% aan dat ze in de afgelopen jaren op een andere manier zijn gaan fokken. Deze respondenten zijn vooral meer op gezondheid gaan fokken en meer op gedrag/karakter, zie onderstaande grafiek. Een deel van de respondenten is ook kruisingen gaan fokken wat ze daarvoor niet deden. Bij 'anders, namelijk' wordt nog genoemd: gestopt met fokken of begonnen met testen.

Wat heeft u veranderd aan de manier van fokken? (N=23)



De belangrijkste redenen dat fokkers anders zijn gaan fokken zijn:

- veranderde wet- en regelgeving (35%)
- gezondheidsproblemen bij hun hond(en) (30%)
- negatieve beeldvorming in de media (26%)
- Bij 'anders, namelijk' wordt ook het verbeteren van het ras genoemd als reden.

De meeste respondenten die anders zijn gaan fokken, zijn (zeer) tevreden met deze verandering (71%).

Deel B. Vragenlijstonderzoek eigenaren

DOEL EN ONDERZOEKSVRAGEN

Doel

Doel van het vragenlijstonderzoek bij eigenaren is inzicht krijgen in welke gedragsfactoren een belangrijke rol spelen bij het aanschaffen en het houden van kortsnuitige honden.

Doelgroep

Mensen die momenteel één of meer kortsnuitige honden in huis hebben.

Hoofdvragen

1. Welke keuzes heeft de doelgroep gemaakt bij de aanschaf van kortsnuitige honden en waarom? (bv. impulsaankoop, via welk kanaal is dier aangeschaft, ...)
2. Welke keuzes maakt de doelgroep bij het houden van kortsnuitige honden en waarom?
3. Wat is de rol van de (sociale) omgeving (geweest) bij de aanschaf en het houden van kortsnuitige honden?

Deelvragen

Achtergrondkenmerken eigenaren

1. Wat zijn de karakteristieken van de koper (zoals gezinssamenstelling, opleidingsniveau, leeftijd etc.)?
2. Wat is de ervaring met honden? Is het de eerste kortsnuitige hond die men koopt (of 'valt men in herhaling')?
3. Welk hondenras hebben ze?

Keuzes bij de aanschaf van kortsnuiten

- Hoe is de keuze voor type hond tot stand gekomen?
- Welke factoren hebben hierin een belangrijke rol gespeeld?

- Hoeveel tijd zat er tussen het idee om een hond aan te schaffen en het moment dat de hond in huis was?
- Is er met anderen gesproken over de aanschaf van een kortsnuitige hond?
- Welke informatie is voorafgaand aan de koop ingewonnen?
- Op welke manier is er naar de informatie gezocht (omgeving, online, fokker, etc.)?
- Als de keuze is gemaakt voor een type hond, hoe heeft men vervolgens de verkoper gekozen?
- Waar is het dier gekocht (bij stamboomfokker, bij niet-stamboomfokker, bij handelaar, via online handelsplaats, via asiel, anders)?
- Welke informatie is verstrekt door de verkoper tijdens aanschaf?
- Was de eigenaar zich bij de aanschaf van een kortsnuitige hond ervan bewust welke gezondheidsproblemen binnen het ras spelen?
 - Zo ja, waarom is desondanks voor een kortsnuitige hond gekozen ondanks de alternatieven die er zijn zoals de retromops? Wat vinden eigenaren van de gezondheidsrisico's?

Keuzes bij het houden van kortsnuiten

- Is het dier onder behandeling (geweest) van een dierenarts vanwege oog- of luchtwegproblemen?
- Zou men in de toekomst weer een kortsnuitige hond overwegen? Waarom wel/niet?
- Hoe reageren andere mensen op hun kortsnuitige hond? Krijgen ze weleens negatieve reacties of kritische vragen van anderen?

De vragenlijst is afgenomen in de periode van 26 februari 2024 tot en met 16 juli 2024.

SAMENVATTING BELANGRIJKSTE BEVINDINGEN

Achtergrondkenmerken eigenaren

Karakteristieken respondenten

De vragenlijst is voornamelijk door vrouwen ingevuld van middelbare leeftijd (40 jaar en ouder). Bijna de helft heeft een mbo-opleiding voltooid. Van de overige respondenten is ongeveer eenderde lager opgeleid en tweederde hoger opgeleid dan mbo-niveau. Bijna de helft van de respondenten woont samen met een partner. Ruim een kwart woont samen met partner en kind(eren).

Aantal honden in huis

De meeste respondenten hebben één hond in huis. Een deel heeft 2 honden in huis. Weinig respondenten hebben meer dan 2 honden in huis.

Hondenras

De vragenlijst is ingevuld door eigenaren van alle rassen die door de Raad van Beheer zijn opgenomen in de lijst met brachycefale honden. Bijna de helft van de respondenten heeft een Franse bulldog.

Ervaring met honden

Veruit de meeste respondenten hebben al eens eerder een hond in huis gehad. Een deel vroeger als kind, een deel als volwassene en een deel zowel als kind als volwassene. Bij 60% van de respondenten was dit een kortsnuitige hond.

Keuzes bij de aanschaf van kortsnuiten

Keuze voor type hond

Bij veruit de meeste respondenten was zij/hij zelf degene die met het idee kwam om dit type hond aan te schaffen. Voor wat betreft de eigenschappen van de hond, speelt het karakter hierin veruit de belangrijkste rol. Verder geeft ruim de helft van de respondenten aan dat

ze op slag verliefd was op het gekozen ras. Maar ook eigen ervaring en ervaring van mensen uit de sociale omgeving met dit type hond spelen een belangrijke rol bij de keuze voor het ras.

Voorbereiding bij de aanschaf

De tijd tussen het idee om een hond aan te schaffen en het moment dat de hond in huis is, varieert tussen respondenten. Bij bijna tweederde van de respondenten is dit wel minder dan een half jaar. Hierbij zien we dat mensen die nog twijfels hebben over het ras bij de aanschaf van de hond een langere voorbereidingstijd nemen dan mensen met minder of geen twijfels. Toch geven de meeste respondenten aan dat ze geen twijfels meer hadden bij de beslissing een hond van het gekozen ras aan te schaffen.

Bespreken met anderen

De meeste respondenten bespreken hun keuze voor ras met anderen. Het vaakst wordt met gezinsleden hierover gesproken. Ongeveer een kwart bespreekt de keuze voor het ras ook met één of meerdere fokkers of met vrienden en andere familieleden.

Informatie inwinnen

De meeste respondenten gaan op zoek naar informatie voordat ze de hond aanschaffen; 20% doet dit niet. Respondenten zoeken meestal naar informatie over het ras en over de fokkers/aanbieders van de honden. Hierbij zijn websites van organisaties/verenigingen populair. Daarnaast vragen redelijk veel respondenten informatie op bij een fokker of zoeken ze naar informatie op sociale media.

Keuze verkoper

De meeste respondenten hebben hun hond bij een fokker gekocht of bij iemand die toevallig een nestje had. Hoe mensen bij de verkoper

terechtkomen varieert enorm. Als we selecteren op waar mensen een hond gekocht hebben en kijken naar de wijze waarop ze bij de verkoper terecht zijn gekomen, dan vallen de volgende dingen op.

Gekocht bij:

- fokker: relatief vaak via de rasvereniging.
- iemand die toevallig een nestje heeft: relatief vaak via een algemene online handelsplaats.
- asiel: relatief vaak zelf gevonden via zoeken op internet.
- handelaar/importeur: relatief vaak via een algemene online handelsplaats.
- organisatie die honden uit het buitenland redt: relatief vaak aangeraden via sociale media.

Informatie van verkoper

Bijna alle respondenten hebben informatie van de verkoper ontvangen; 10% niet. De meeste respondenten hebben informatie ontvangen over: inenting/vaccinaties; registratie bij de overheid, paspoort en chippen; en voeding. Bijna de helft van de respondenten heeft ook informatie ontvangen over: groei en ontwikkeling; gezondheidschecks; en specifieke informatie over het ras of kruising. Een kleiner deel heeft informatie ontvangen over: rasgerelateerde gezondheidsrisico's; en (puppy)cursussen en opvoeding.

Bewust van rasgerelateerde gezondheidsrisico's bij aanschaf

Ruim driekwart van de respondenten is op de hoogte van rasgerelateerde gezondheidsrisico's bij het ras van hun hond. Hiervan wisten de meeste respondenten dit al bij de aanschaf van de hond. De vaakst genoemde reden om desondanks toch voor dit ras te kiezen, is dat volgens de respondenten bijna alle hondenrassen wel gezondheidsrisico's hebben. Ook noemen veel respondenten dat ze juist voor een rashond met stamboom hebben gekozen om deze gezondheidsrisico's te verkleinen.

Attitude tegenover gezondheidsrisico's

De meerderheid van de respondenten vindt rasgerelateerde gezondheidsrisico's best zielig. Ruim de helft van de respondenten is het niet eens met de stelling dat dit gewoon bij het ras hoort. Ook is bijna de helft van de respondenten het niet eens met de stelling dat het wel meevalt met de gezondheidsrisico's. Ongeveer evenveel respondenten zijn het eens of oneens met de stelling dat rasgerelateerde gezondheidsproblemen prima te behandelen zijn.

Keuzes bij het houden van kortsnuiten

Gezondheid van de hond

De meeste respondenten schatten in dat hun hond in (hele) goede gezondheid is (84%). Toch geeft ruim de helft van respondenten later in de vragenlijst aan dat hun hond gezondheidsproblemen heeft (gehad). Van de honden met gezondheidsproblemen is 70% hieraan behandeld/geopereerd en bij 6% moet dit in de toekomst nog gebeuren. Daarnaast geeft 17% van alle respondenten aan dat hun hond preventief is behandeld/geopereerd om gezondheidsproblemen in de toekomst te voorkomen.

Type gezondheidsproblemen

Bij honden met gezondheidsproblemen komen allergieën het vaakst voor, gevolgd door ademhalingsproblemen, oogproblemen en oorproblemen. Honden die preventief behandeld/geopereerd zijn om gezondheidsproblemen in de toekomst te voorkomen, worden veelal behandeld/geopereerd aan de neus, het gehemelte en aan het gebit.

Loyaliteit aan ras

Respondenten zijn best loyaal aan het ras: 60% van de respondenten zou in de toekomst weer een hond van hetzelfde ras overwegen. Bijna een kwart twijfelt nog (misschien of weet niet). Gezondheidsproblemen bij de huidige hond spelen veruit de belangrijkste rol in deze twijfel volgens

respondenten. Slechts 9% van de respondenten wil in de toekomst een hond van een ander ras. Ook hierin spelen de gezondheidsproblemen bij de huidige hond de belangrijkste rol volgens respondenten. Een andere veelgenoemde reden om in de toekomst voor een hond van een ander ras te kiezen, is dat respondenten liever een grotere of kleinere hond willen. Uit de regressie-analyse blijkt dat de volgende factoren van invloed zijn op loyaliteit aan het ras: de mate waarin respondenten de aanschaf van hun hond als impulsaankoop zien; de mate waarin respondenten de gezondheidsrisico's mee vinden vallen; de mate waarin respondenten vinden dat de gezondheidsrisico's goed behandelbaar zijn; en de mate waarin de hond snurkt en benauwd is.

Bijna niemand heeft spijt van de keuze voor het ras van hun huidige hond.

Reacties van anderen

De meeste respondenten krijgen weleens opmerkingen over het uiterlijk van hun hond, zowel van mensen uit de sociale omgeving als onbekenden op straat. Dit zijn overwegend positieve opmerkingen. Opmerkingen over de gezondheid van de hond komen minder vaak voor. Als er opmerkingen gemaakt worden over de gezondheid, dan zijn dit ook overwegend positieve reacties.

CONCLUSIES

Hieronder geven we antwoord op de hoofdvragen.

1. Welke keuzes heeft de doelgroep gemaakt bij de aanschaf van kortsnuitige honden en waarom?

- Bij de aanschaf van kortsnuitige honden spelen de volgende factoren/eigenschappen een belangrijke rol:
 - karakter van de hond
 - emotie: veel respondenten geven aan dat ze op slag verliefd waren op het gekozen ras
 - ervaring met het ras: zowel eigen ervaring als ervaring van mensen uit de sociale omgeving.
- De meeste respondenten zoeken informatie op over het ras en over fokkers/aanbieders van deze honden. Dit doen ze vaak op websites van organisaties/verenigingen of op sociale media. Ook wordt informatie aangevraagd bij fokkers.
- De meeste respondenten hebben hun hond bij een fokker gekocht of bij iemand die toevallig een nestje had. De wijze waarop mensen bij de verkoper terecht komen varieert.
- De meeste respondenten waren bij de aanschaf van de hond al op de hoogte van rasgerelateerde gezondheidsrisico's bij het ras van hun keuze. Respondenten kiezen desondanks toch voor dit ras, omdat ze het idee hebben dat bijna alle hondenrassen wel gezondheidsrisico's hebben. Ook noemen veel respondenten dat ze juist voor een rashond met stamboom hebben gekozen om rasgerelateerde gezondheidsrisico's te verkleinen.

2. Welke keuzes maakt de doelgroep bij het houden van kortsnuitige honden en waarom?

- Ondanks gezondheidsproblemen bij hun hond, schatten de meeste respondenten de gezondheid van hun hond in als (heel) goed.

- Een groot deel van de respondenten zou in de toekomst weer een hond van hetzelfde ras overwegen. Bijna een kwart twijfelt. Gezondheidsproblemen bij de huidige hond spelen hierin de belangrijkste rol. Ook bij respondenten die in de toekomst een hond van een ander ras willen, noemen gezondheidsproblemen bij de huidige hond als belangrijke reden (naast grootte van de hond). Verder hebben de volgende factoren invloed op loyaliteit aan het ras: de mate waarin respondenten de aanschaf van hun hond als impulsaankoop zien; de mate waarin respondenten de gezondheidsrisico's mee vinden vallen; de mate waarin respondenten vinden dat de gezondheidsrisico's goed behandelbaar zijn; en de mate waarin de hond snurkt en benauwd is.
- Bijna niemand heeft spijt van de keuze voor het ras van hun huidige hond.

3. Wat is de rol van de (sociale) omgeving (geweest) bij de aanschaf en het houden van kortsnuitige honden?

- De meeste respondenten bespreken hun keuze voor ras met anderen. Meestal met gezinsleden, maar ook met fokkers en de sociale omgeving (vrienden en familieleden). Ook nemen ze, naast eventueel eigen ervaring met het ras, ook ervaringen van mensen uit hun sociale omgeving met het ras mee in de keuze voor het ras.
- De meeste respondenten krijgen weleens opmerkingen over het uiterlijk van hun hond, zowel van mensen uit de sociale omgeving als onbekenden op straat. Dit zijn overwegend positieve opmerkingen.
- Opmerkingen over de gezondheid van de hond komen minder vaak voor. Als er opmerkingen gemaakt worden, zijn dit ook overwegend positieve reacties.

RESULTATEN

Respondenten

De vragenlijst is door 4.398 mensen ingevuld. 409 respondenten zijn uitgesloten van de vragenlijst, omdat zij momenteel geen kortsnuitige hond in huis hebben. Van de 3.989 eigenaren, hebben 2.487 eigenaren de vragenlijst volledig ingevuld (62%). Antwoorden van respondenten die de vragenlijst niet volledig hebben ingevuld, zijn wel opgeslagen. Deze antwoorden worden ook meegenomen in de analyses.⁸⁵

Achtergrondkenmerken respondenten

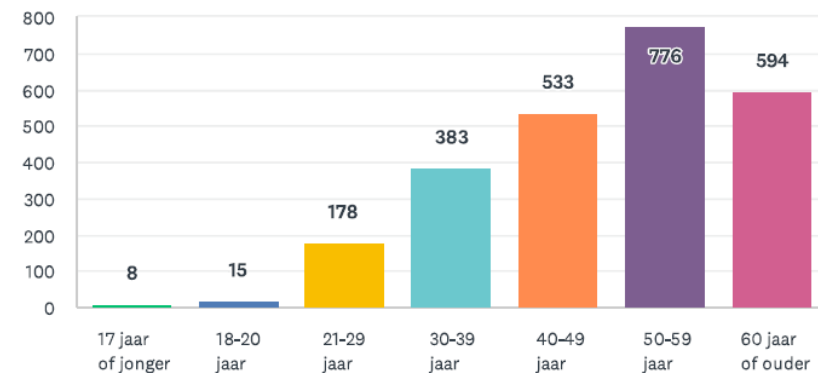
Geslacht

De vragenlijst is voornamelijk door vrouwen ingevuld (86%).

Leeftijd

Veel respondenten zijn van middelbare leeftijd of ouder (40 jaar en ouder; 77%), zie onderstaande grafiek. Bijna een kwart betreft jong volwassenen (21-40 jaar; 23%).

Wat is je leeftijd? (N=2.487)

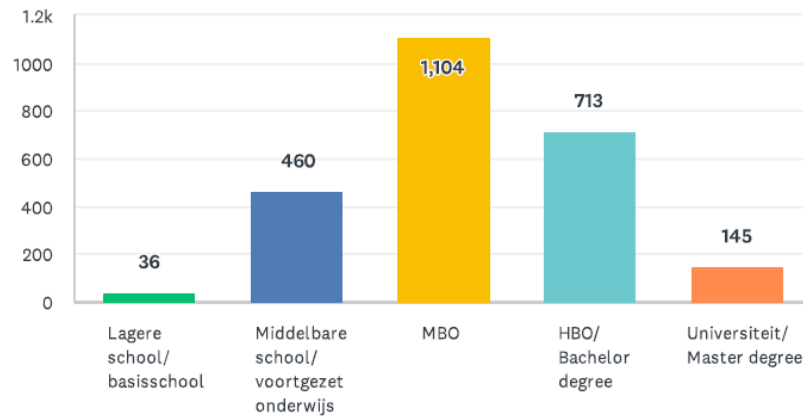


Opleidingsniveau

De grootste groep respondenten heeft een mbo-opleiding voltooid (45%); 29% een hbo-opleiding en 19% voortgezet onderwijs, zie onderstaande grafiek.

⁸⁵ De betrouwbaarheidscheck toont geen verschil tussen respondenten die eerder zijn gestopt met de vragenlijst en respondenten die de vragenlijst volledig hebben ingevuld.

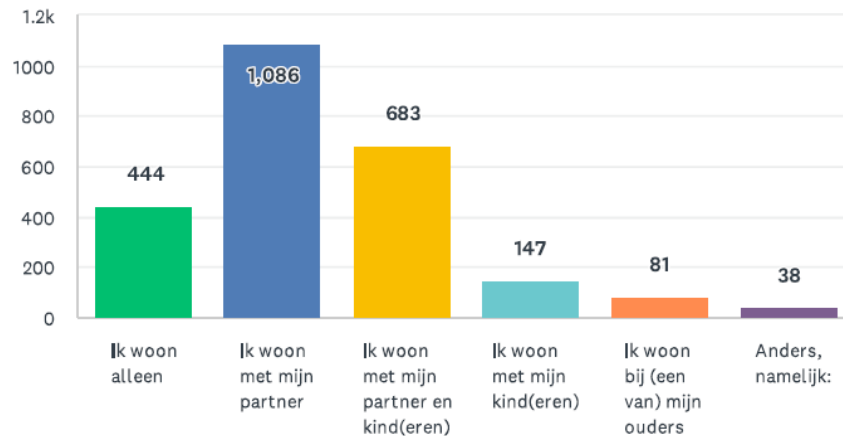
Wat is het hoogste opleidingsniveau dat je hebt voltooid? (N=2.458)



Woonsituatie

De grootste groep respondenten woont samen met een partner (44%); 28% woont samen met partner en kind(eren); 18% woont alleen, zie onderstaande grafiek.

Hoe is je woonsituatie? (N=2.479)

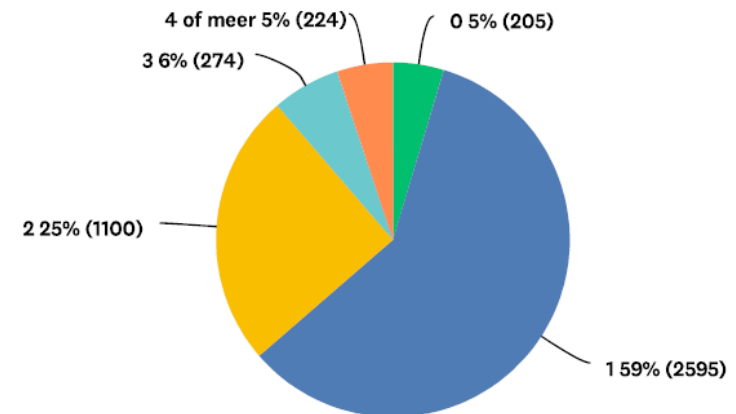


Bijna de helft van de respondenten woont in een dorp (47%); 40% woont in een stad en 12% in het buitengebied, zie onderstaande grafiek.

Aantal honden in huis

De meeste respondenten hebben één hond in huis; een kwart heeft 2 honden in huis, zie onderstaande grafiek. De 205 respondenten die geen hond(en) in huis hebben, zijn verder uitgesloten van de vragenlijst.

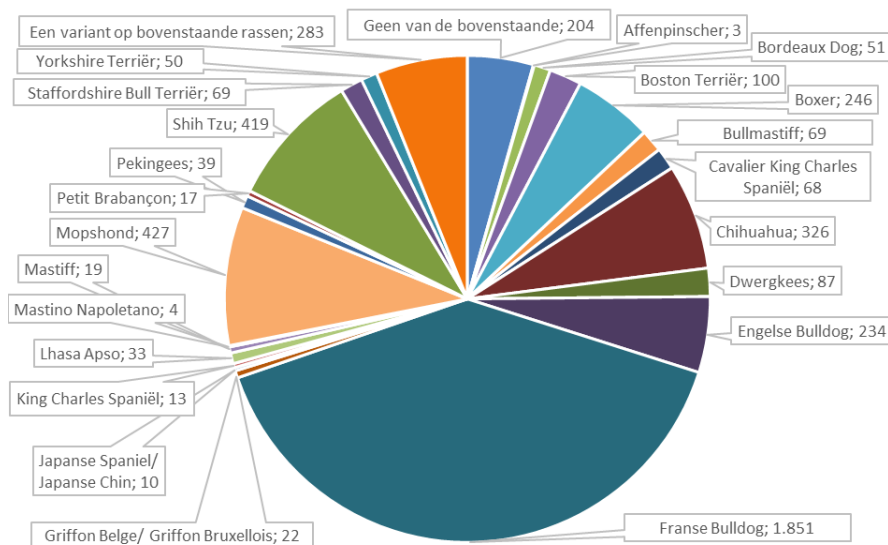
Hoeveel honden heb je nu in huis? (N=4.398)



Rassen

De vragenlijst is ingevuld door eigenaren van alle rassen die door de Raad van Beheer zijn opgenomen in de lijst met brachycefale honden, zie onderstaand diagram. Van de respondenten heeft 10% naast de brachycefale hond(en) ook nog één of meerdere niet-brachycefale hond(en). De 204 respondenten die geen kortsnuitige hond hebben (geen van bovenstaande), zijn verder uitgesloten van de vragenlijst.

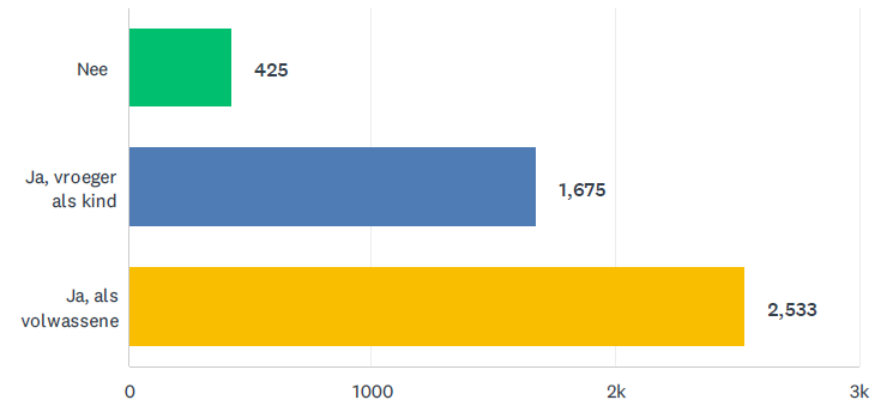
Wat voor soort hond(en) heb je nu in huis? (N=4.095)



Ervaring met (kortsnuitige) honden

Van de respondenten heeft 88% al eens eerder een hond in huis gehad, zie onderstaande grafiek. Een deel vroeger als kind, een deel als volwassene en een deel zowel als kind als volwassene. Bij 60% van de respondenten was de hond die eerder in huis was een kortsnuitige hond.

Heb je voor deze hond al eens een andere hond in huis gehad? (N=3.563; meerdere antwoorden mogelijk)

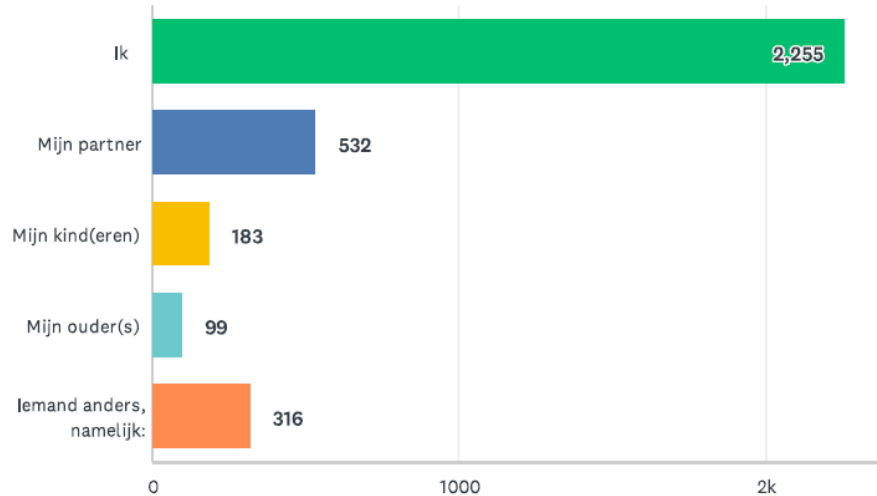


Keuzes bij de aanschaf van kortsnuitige honden

Keuze voor type hond

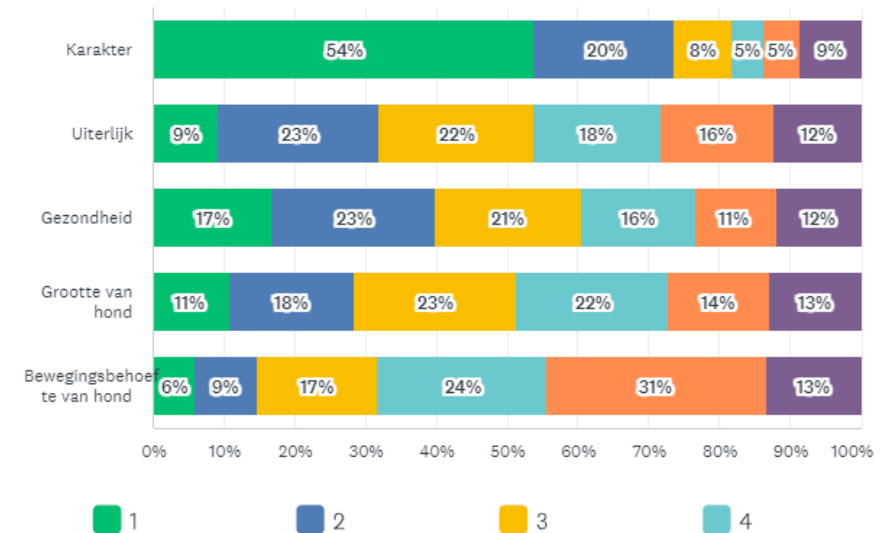
Bij veruit de meeste respondenten was hij of zij zelf degene die met het idee kwam om dit type hond aan te schaffen (63%), zie onderstaande grafiek. Bij 'anders namelijk' wordt vooral genoemd: samen met mijn partner; of met het hele gezin.

Wie kwam met het idee om dit type hond te kopen? (N=3.585)



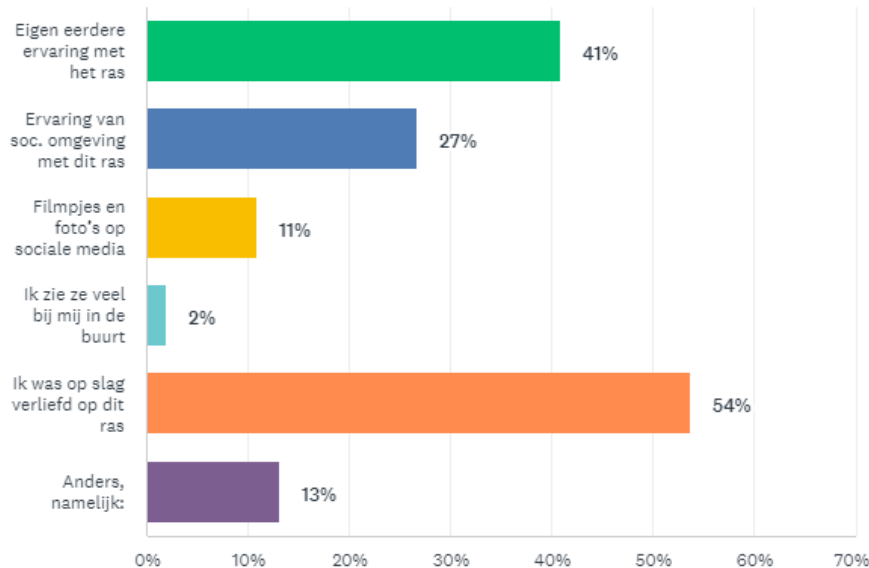
Het karakter van de hond speelde hierin veruit de belangrijkste rol, zie onderstaande grafiek. Daarna worden gezondheid, het uiterlijk en de grootte van de hond genoemd. Bewegingsbehoefte van de hond speelt de minst belangrijke rol.

Welke kenmerken van de hond speelden een belangrijke rol in de keuze voor type hond? Zet de kenmerken in volgorde van belangrijkheid, waarbij 1 het belangrijkste is en 5 het minst belangrijke. (N=3.130)



Verder geeft ruim de helft van de respondenten aan dat ze op slag verliefd was op het gekozen ras (54%), zie onderstaande grafiek. Maar ook eerdere eigen ervaring met het ras (41%) en ervaring van anderen mensen uit de sociale omgeving met dit ras (27%) spelen een belangrijke rol.

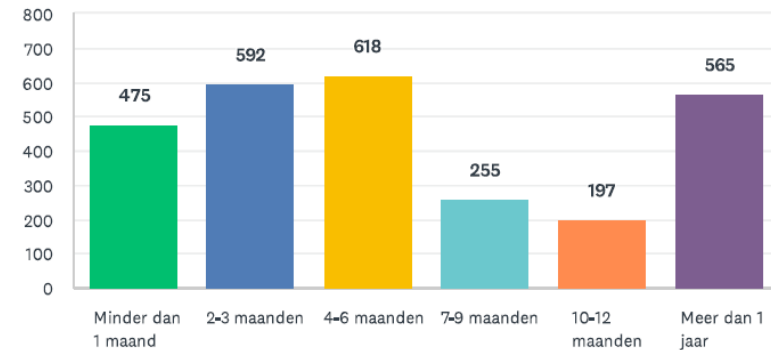
Welke andere factoren speelden een belangrijke rol in de keuze voor dit type hond? (N=3.138; meerdere antwoorden mogelijk)



Vorbereidingstijd

De tijd die tussen het idee om een hond aan te schaffen en het moment dat de hond in huis was, varieert tussen respondenten, zie onderstaande grafiek. Bij bijna tweederde van de respondenten is dit minder dan een half jaar (62%).

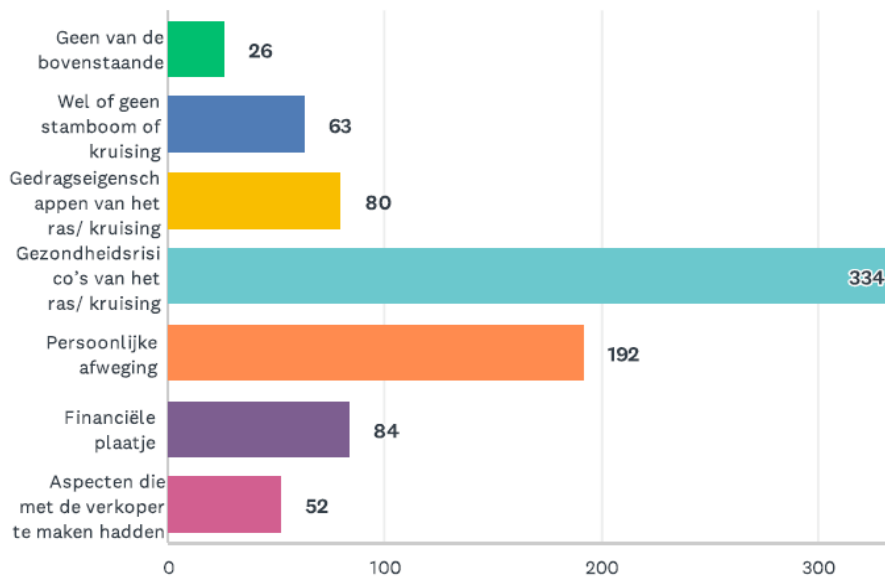
Hoeveel tijd zat er tussen het idee om een hond aan te schaffen en het moment dat de hond in huis was? (N=2.702)



Twijfel bij aanschaf

De meeste respondenten hadden helemaal geen twijfels meer toen ze besloten hadden een hond van het gekozen ras aan te schaffen (81%). Toch twijfelde 18% wel nog een beetje toen ze deze beslissing hadden genomen. De meeste twijfels bij deze respondenten gaan over de gezondheidsrisico's van het ras of kruising, zie onderstaande grafiek. Maar ook persoonlijke afwegingen spelen een belangrijke rol in de twijfels. Denk hierbij aan zaken als: is dit het juiste moment voor de aanschaf van een hond, past het in mijn levensstijl of woonsituatie, past het bij andere dieren in huis, etc.

Waar twijfelde je over? (N=510, meerdere antwoorden mogelijk)

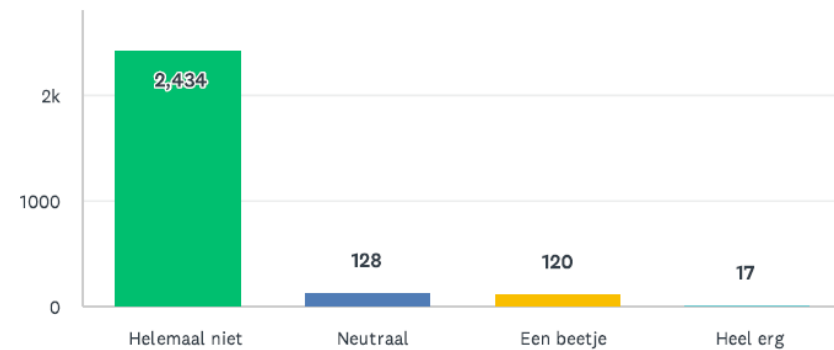


Impulsaankoop

De meeste respondenten geven aan dat het aanschaffen van de hond helemaal geen impulsaankoop was (90%), zie onderstaande grafiek. Voor respondenten die aangeven dat het wel (een beetje of heel erg) een impulsaankoop was, geeft 63% aan dat ze het hondje meteen wilde hebben toen ze het zag; 30% geeft aan dat er weinig tijd zat tussen het idee om een hondje aan te schaffen en de aanschaf zelf; en 14% geeft aan dat ze zich te snel heeft laten overhalen door de sociale omgeving. Hierbij waren meerdere antwoorden mogelijk.

⁸⁶ Meervoudige regressieanalyse, met twijfels en voorbereidingstijd als verklarende variabelen en impulsaankoop als afhankelijke variabele, is significant: $F(2,2691) = 56,72, p < .001$.

Was het aanschaffen van deze hond een impulsaankoop? (N=2.699)



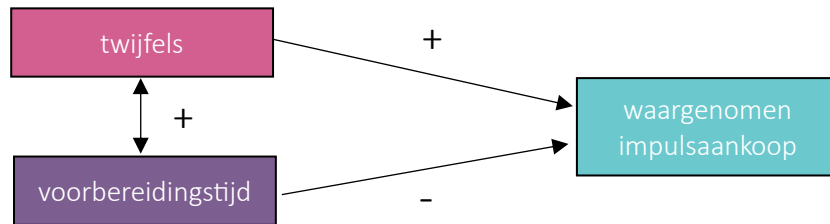
Relatie tussen voorbereidingstijd, twijfels en impulsaankoop

Zowel twijfels bij de aanschaf als voorbereidingstijd voorspellen de mate waarin mensen de aanschaf van de hond als impulsaankoop beschouwen.⁸⁶ Er is een positieve relatie tussen twijfels en waargenomen impulsaankoop: hoe meer twijfels mensen hebben bij de aanschaf, hoe meer ze de aanschaf als een impulsaankoop beschouwen.⁸⁷ En er is een negatieve relatie tussen de voorbereidingstijd en waargenomen impulsaankoop: hoe korter de voorbereidingstijd, hoe meer ze de aanschaf van de hond als een impulsaankoop beschouwen.⁸⁸ Verder zien we dat twijfels en de voorbereidingstijd positief samenhangen: mensen die meer twijfelen, nemen een langere voorbereidingstijd.⁸⁹

⁸⁷ Pearson correlatie: $r = .125, p < .001$.

⁸⁸ Pearson correlatie: $r = -.152, p < .001$.

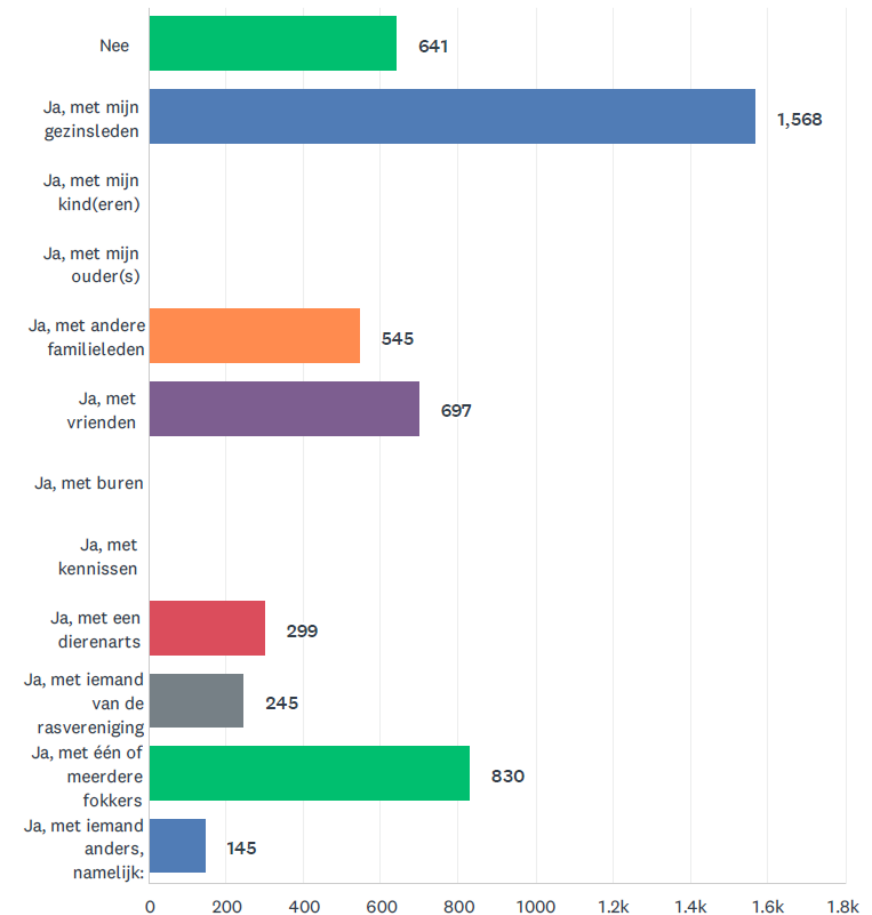
⁸⁹ Pearson correlatie: $r = .042, p = .029$.



Keuze voor ras bespreken met anderen

De meeste respondenten bespreken hun keuze voor ras met anderen (79%), zie onderstaande grafiek. Het vaakst wordt met gezinsleden hierover gesproken (51%). Ruim een kwart van de respondenten bespreekt de keuze voor ras met één of meerdere fokkers (27%). Verder wordt ook met vrienden (22%) en andere familieleden (18%) gesproken over de keuze voor het ras. Een kleiner deel van de respondenten bespreekt de keuze voor ras met een dierenarts (10%) of met iemand van de rasvereniging (8%).

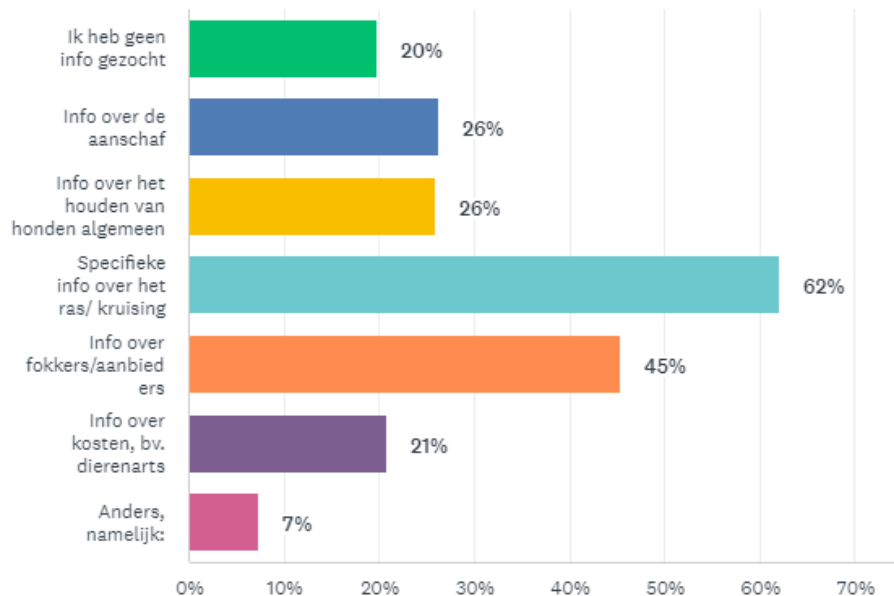
Heb je met iemand gesproken over je keuze voor het ras? (N=3.100; meerdere antwoorden mogelijk)



Waar informatie inwinnen

Van de respondenten heeft 20% geen informatie ingewonnen voordat ze de hond aanschafte, zie onderstaande grafiek. 80% van de respondenten heeft wel informatie ingewonnen. Respondenten zoeken dan meestal naar informatie over het ras (62%) en informatie over de fokkers/aanbieders van de honden (45%).

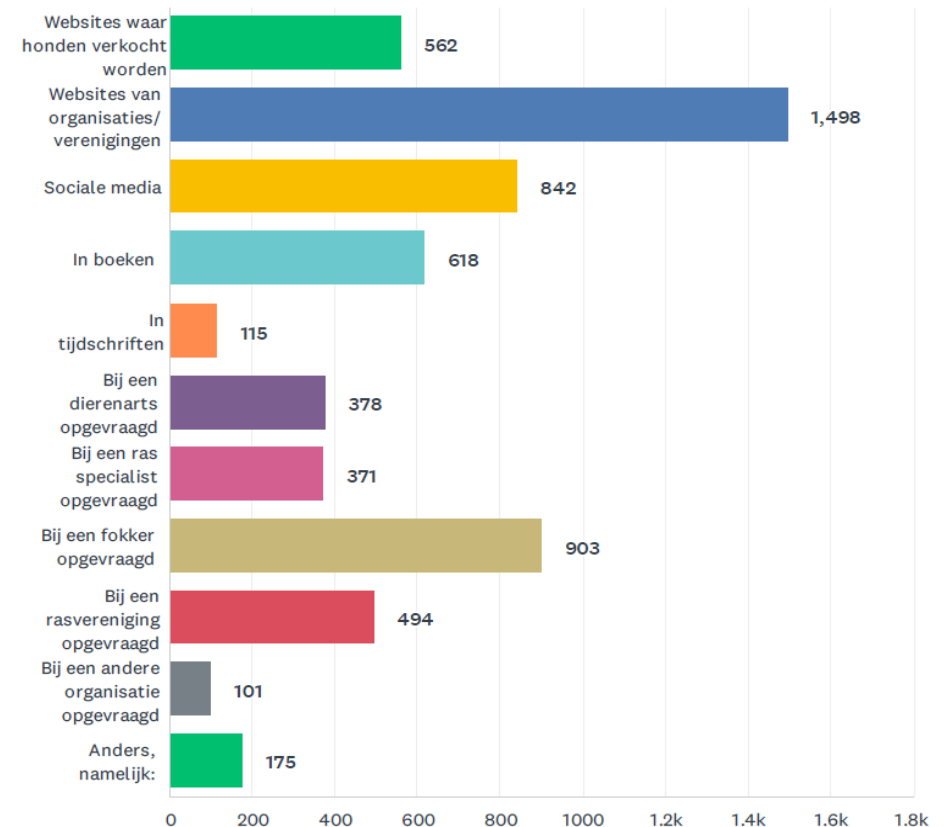
Welke informatie heb je opgezocht voordat je de hond aanschafte? (N=2.862; meerdere antwoorden mogelijk)



Hoe informatie inwinnen

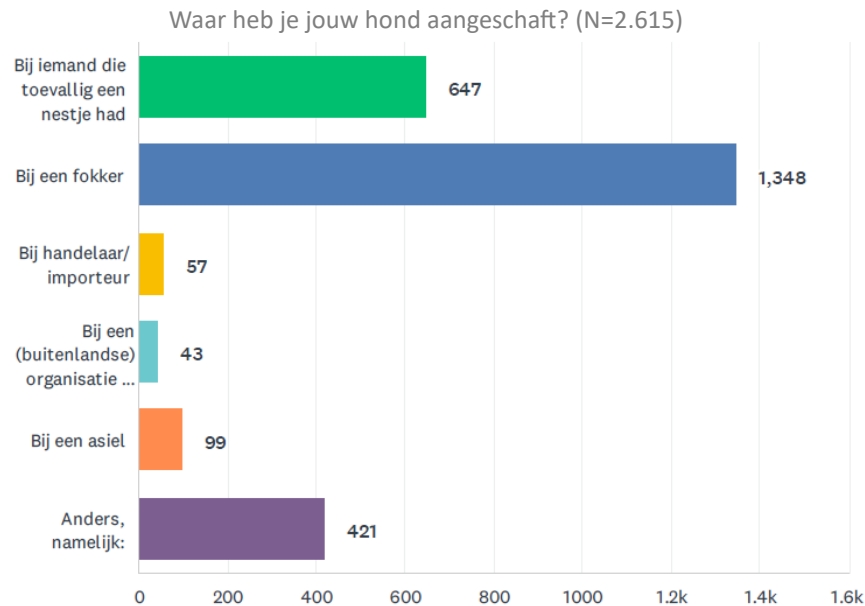
Veel respondenten zoeken naar informatie op websites van organisaties/verenigingen (67%), zie onderstaande grafiek. Ook vragen redelijk veel respondenten informatie op bij een fokker (40%) of zoeken ze naar informatie op sociale media (37%).

Op welke manier heb je naar informatie gezocht? (N=2.249; meerdere antwoorden mogelijk)



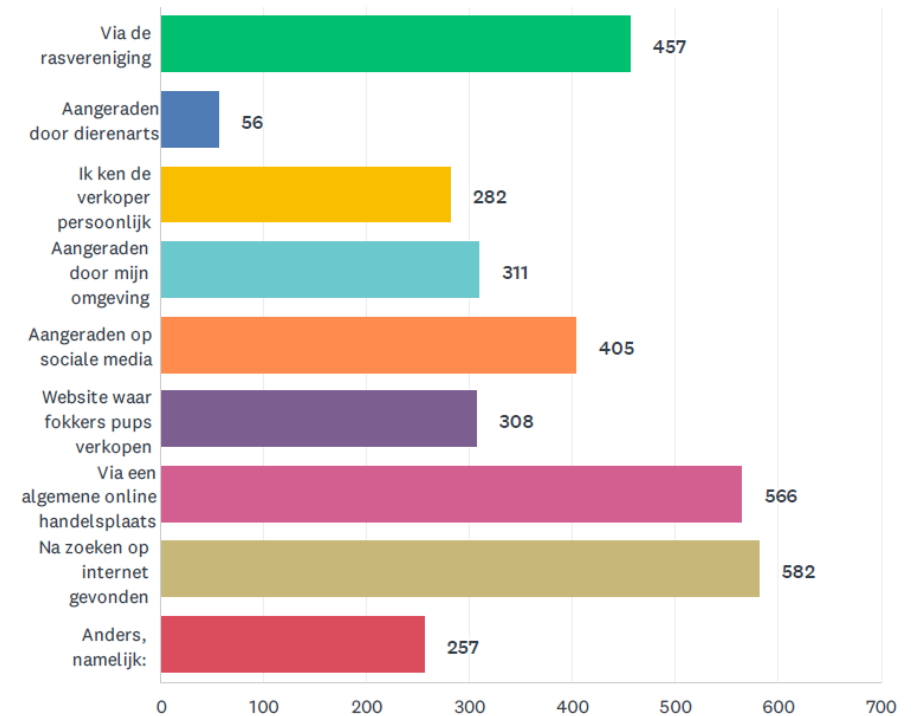
Verkoper

De meeste respondenten hebben hun hond bij een fokker gekocht (52%) of bij iemand die toevallig een nestje had (25%), zie onderstaande grafiek. Bij 'anders namelijk' wordt nog regelmatig genoemd: Marktplaats; herplaatsing; en bij een particulier gekocht.



Hoe mensen bij de verkoper terechtkomen varieert enorm, zie onderstaande grafiek.

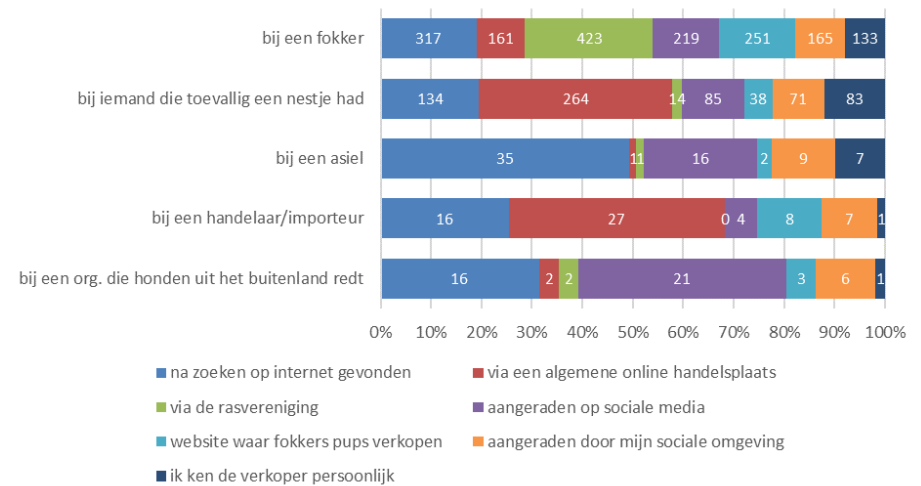
Hoe ben je bij deze verkoper terechtgekomen? (N=2.621; meerdere antwoorden mogelijk)



Als we selecteren op waar mensen een hondje gekocht hebben en kijken naar de wijze waarop ze bij de verkoper terecht zijn gekomen, vallen de volgende dingen op (zie ook onderstaand grafiek, waarin per verkoper staat aangegeven hoeveel respondenten via welke bron daar terecht zijn gekomen):

- Mensen die hun hond gekocht hebben bij een fokker, zijn daar relatief vaak via de rasvereniging terecht gekomen (25%).
- Mensen die hun hond gekocht hebben bij iemand die toevallig een nestje heeft, zijn hier relatief vaak via een algemene online handelsplaats terechtgekomen (38%).
- Mensen die hun hond bij een asiel gekocht hebben, hebben dit relatief vaak zelf gevonden via zoeken op internet (49%).
- Mensen die hun hond gekocht hebben bij een handelaar/importeur, zijn hier relatief vaak via een algemene online handelsplaats terechtgekomen (43%).
- Als mensen hun hond gekocht hebben bij een organisatie die honden uit het buitenland redt, is dit relatief vaak doordat het is aangeraden op sociale media (41%).

Hoe mensen bij verkoper terecht zijn gekomen, uitgesplitst naar verkopers.

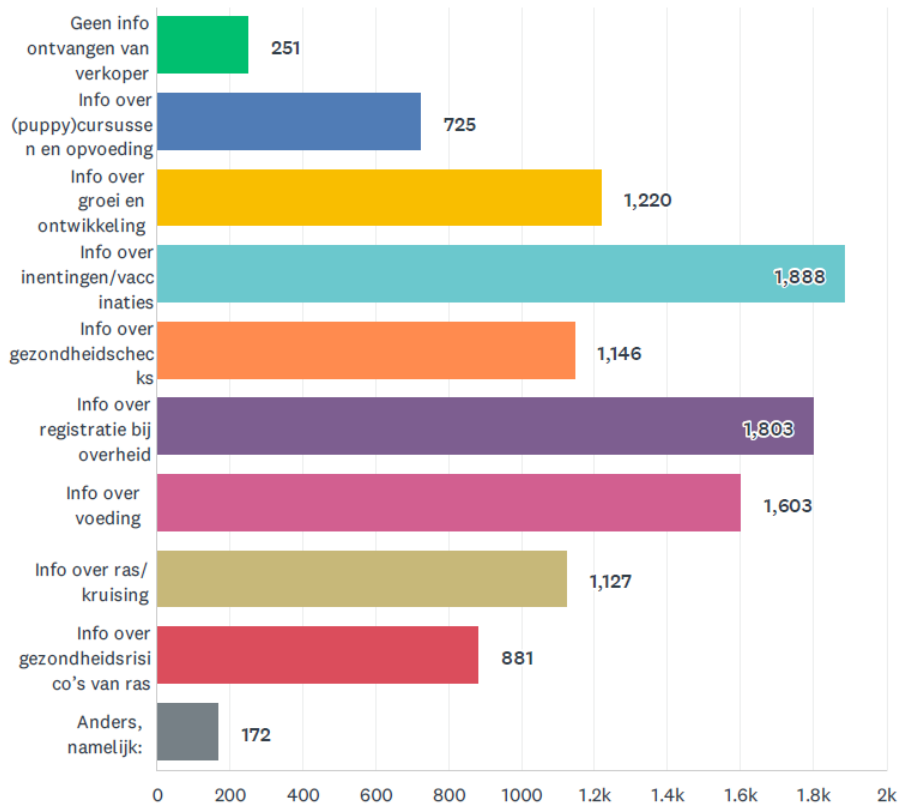


Informatie ontvangen via verkoper

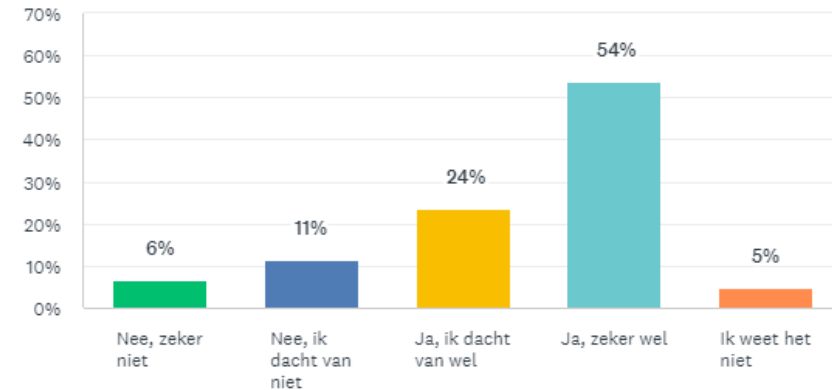
Een klein deel van de respondenten heeft geen informatie ontvangen van de verkoper tijdens de aanschaf van hun hond (10%). Respondenten die wel informatie hebben ontvangen, hebben vooral informatie ontvangen over inentingen/vaccinaties (72%), over registratie bij de overheid, paspoort en chippen (69%) en informatie over voeding (61%). Daarnaast heeft een deel van de respondenten ook informatie ontvangen over groei en ontwikkeling (46%), over gezondheidschecks (44%) en specifiek over het ras of kruising (43%). Slechts 34% heeft informatie ontvangen over rasgerelateerde gezondheidsrisico's en 28% over (puppy)cursussen en opvoeding.

Fokkers geven relatief vaak (ten opzichte van andere verkopers) informatie over groei en ontwikkeling, inentingen/vaccinaties, gezondheidschecks, specifieke informatie over het ras/kruising en rasgerelateerde gezondheidsrisico's.

Welke informatie is verstrekt door de verkoper tijdens aanschaf? (N=2.631; meerdere antwoorden mogelijk)



Zijn er bij het ras/kruising van jouw hond verhoogde gezondheidsrisico's? (N=2.617)



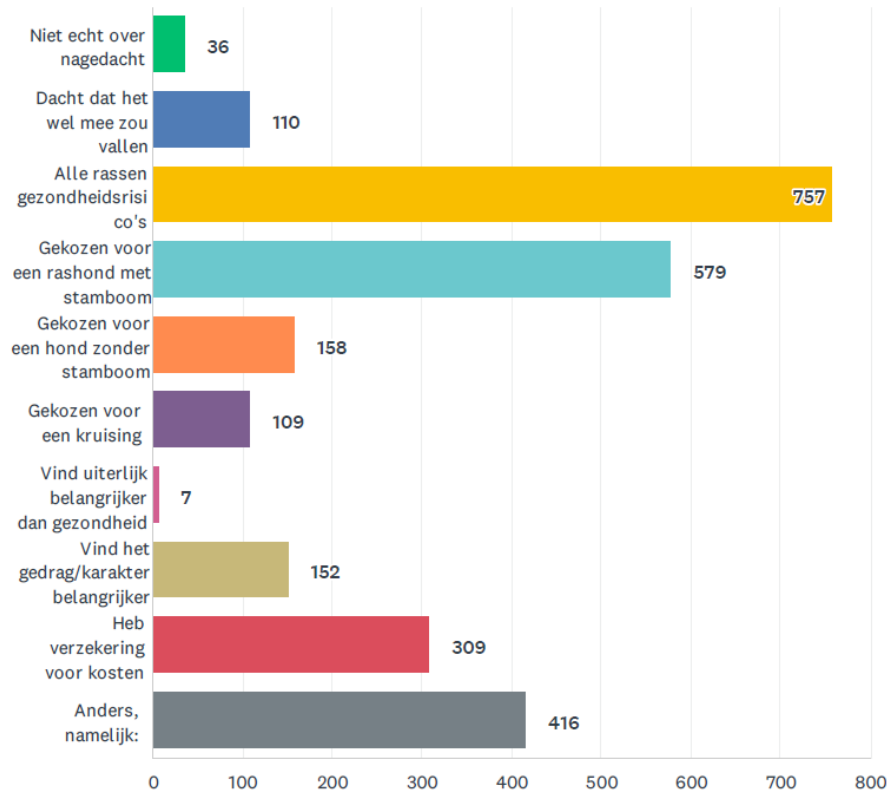
Van de respondenten die weten dat er rasgerelateerde gezondheidsrisico's zijn, wisten de meesten dit al bij de aanschaf van de hond (81%). Twee redenen die het vaakst gegeven worden om toch voor dit ras te kiezen zijn (zie ook onderstaande grafiek):

- Bijna alle hondenrassen hebben wel gezondheidsrisico's (48%)
- Ik heb juist gekozen voor een rashond met stamboom om gezondheidsrisico's te verkleinen (37%)

Gezondheidsrisico's

De meeste respondenten zijn ervan op de hoogte dat er rasgerelateerde gezondheidsrisico's zijn bij het ras van hun hond: 54% weet dit zeker en 24% denkt van wel, zie onderstaande grafiek.

Waarom heb je ondanks deze gezondheidsrisico's toch voor dit ras/kruising gekozen? (N=1.584; meerdere antwoorden mogelijk)



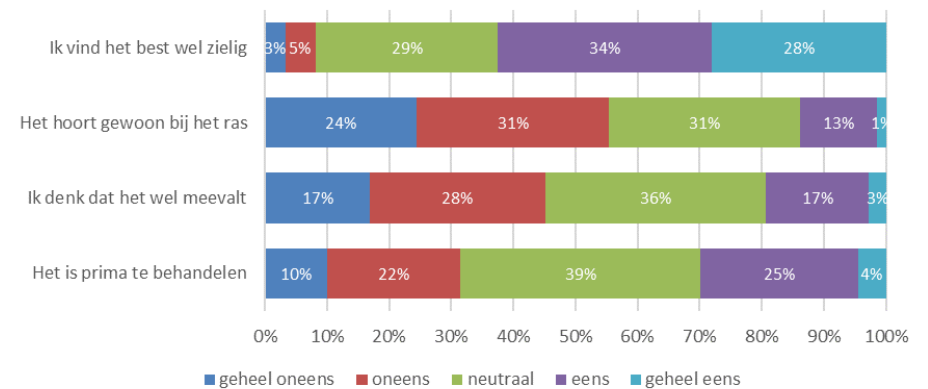
Attitude tegenover gezondheidsrisico's

Wat betreft rasgerelateerde gezondheidsrisico's zeggen respondenten het volgende, zie ook grafiek hieronder:

- De meerderheid vindt rasgerelateerde gezondheidsrisico's best zelig: 62% is het (heel) eens met deze stelling.

- Ruim de helft van de respondenten is het (heel) oneens met de stelling dat het gewoon bij het ras hoort (55%);
- Bijna de helft is het (heel) oneens met de stelling dat het wel meevalt (45%).
- Ongeveer evenveel respondenten zijn het (heel) eens of (heel) oneens met de stelling dat het prima te behandelen is.

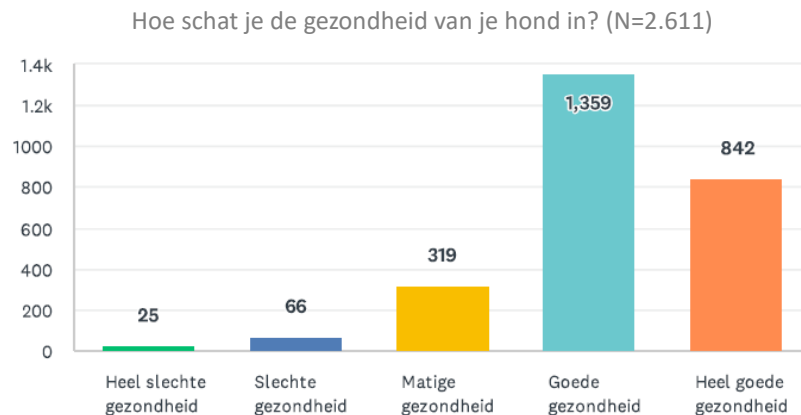
Wat vind je van deze rasgerelateerde gezondheidsrisico's? (N=1.975)



Ervaringen en percepties bij het houden van kortsnuitige honden

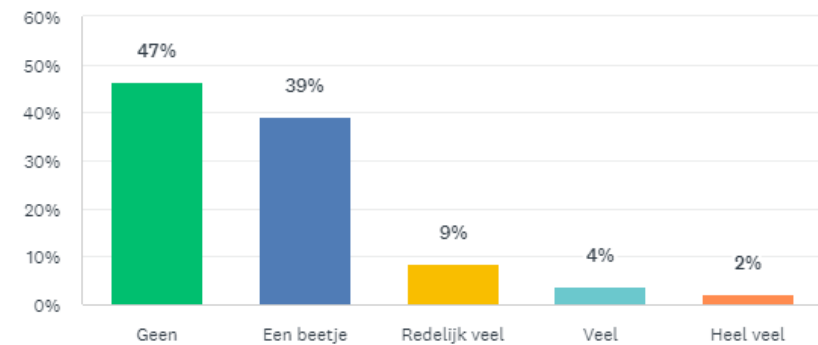
Gezondheid van de hond

De meeste respondenten schatten in dat hun hond in (heel) goede gezondheid is (84%); 12% schat in dat de hond een matige gezondheid heeft, zie onderstaande grafiek.



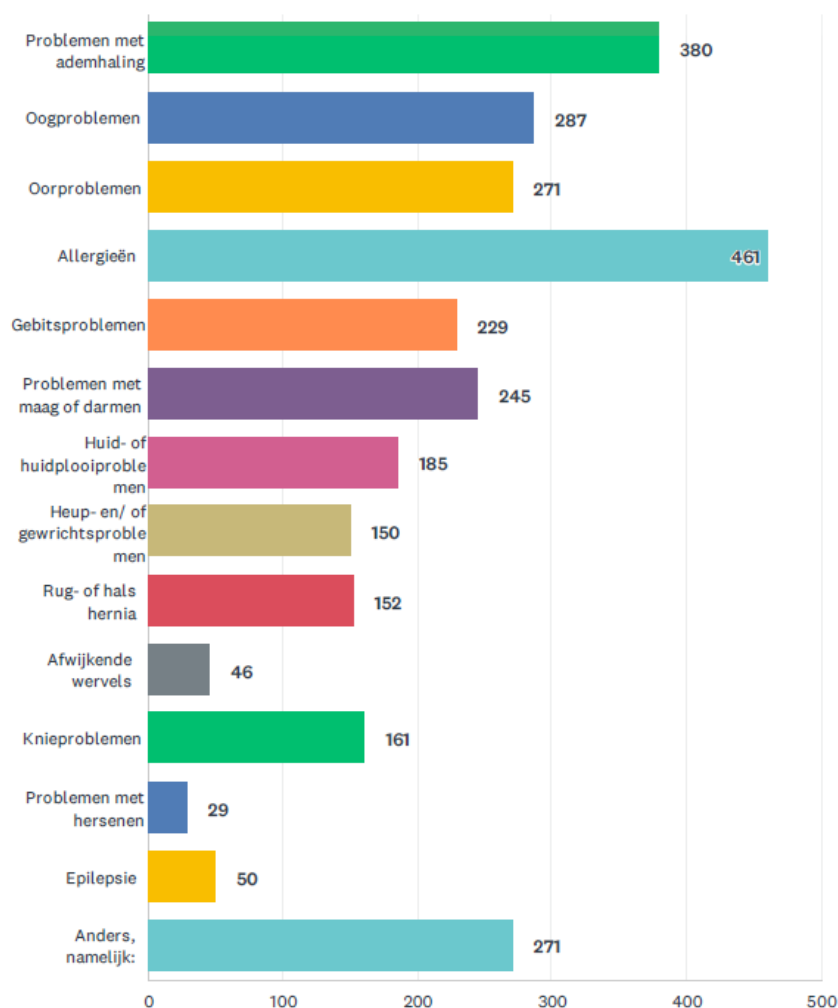
Toch geeft 53% van respondenten later in de vragenlijst aan dat hun hond gezondheidsproblemen heeft (gehad) en 47% niet, zie onderstaande grafiek. Als de hond gezondheidsproblemen heeft (gehad), is dit volgens de respondenten meestal gering (een beetje). Toch geeft een substantieel deel van de respondenten aan dat de gezondheidsproblemen redelijk tot heel veel zijn.

Heeft jouw hond gezondheidsproblemen (gehad)? (N=2.526)



Bij honden met gezondheidsproblemen, komen allergieën het vaakst voor (34%); gevolgd door ademhalingsproblemen (28%); oogproblemen (21%) en oorproblemen (20%), zie onderstaande grafiek. Bij 'anders namelijk' worden hartproblemen vaak genoemd (11%); kanker (7%) en ontstekingen (4%). Van de honden met gezondheidsproblemen is 70% hieraan behandeld/geopereerd. Bij 6% moet dit in de toekomst nog gebeuren.

Welke gezondheidsproblemen heeft jouw hond (gehad)? (N=1.347; meerdere antwoorden mogelijk)



Van alle honden is 17% preventief behandeld/geopereerd om gezondheidsproblemen in de toekomst te voorkomen. Hiervan is 32% behandeld/geopereerd aan de neus; 24% aan het gehemelte; en 20% aan het gebit.

Tevredenheid

Vrijwel alle respondenten zijn (zeer) tevreden met hun hond (97%). We zien hierbij een significante relatie tussen de mate waarin respondenten tevreden zijn met hun hond en de mate waarin ze nog twijfels hadden tijdens de aanschaf van de hond: hoe meer twijfels tijdens de aanschaf, hoe minder tevreden ze zijn met de hond.⁹⁰ Ook de inschatting van de gezondheid van de hond is hieraan gerelateerd: hoe meer twijfels tijdens de aanschaf, hoe slechter de gezondheid van de hond wordt ingeschat.⁹¹ Tot slot is ook tevredenheid gerelateerd aan ingeschatte gezondheid: hoe beter de gezondheid wordt ingeschat, hoe meer tevredenheid met de hond.⁹²

Loyaliteit aan ras

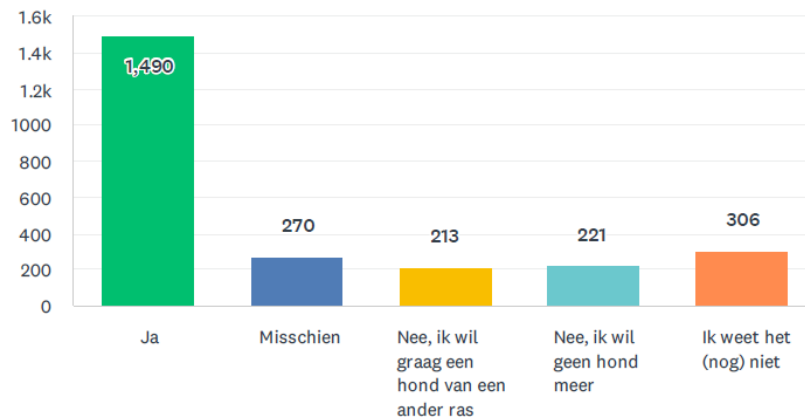
Respondenten zijn ook vrij loyaal aan het ras: 60% van de respondenten zou in de toekomst weer een hond van hetzelfde ras overwegen en 11% misschien. Slechts 9% zou in de toekomst graag een hond van een ander ras willen hebben.

⁹⁰ Pearson correlatie: $r = -.153$, $p < .001$.

⁹¹ Pearson correlatie: $r = -.143$, $p < .001$.

⁹² Pearson correlatie: $r = -.302$, $p < .001$.

Zou je in de toekomst weer een hond van hetzelfde ras overwegen? (N=2.500)



De belangrijkste redenen om een hond van een ander ras te willen, zijn:

- de hond heeft meer gezondheidsproblemen dan verwacht (29%)
- ik heb liever een grotere of kleinere hond (24%).

Van de respondenten die nog niet weten of ze weer een hond van hetzelfde ras willen, spelen gezondheidsproblemen de grootste rol in de twijfel (44%).

Van de respondenten die in de toekomst (misschien) niet meer hetzelfde ras willen, heeft bijna niemand spijt van de keuze voor het ras (86%); 12% heeft een beetje spijt; en slechts 2% heeft (heel) veel spijt.

⁹³ Een meervoudige regressie met loyaliteit aan ras als afhankelijke variabele en impulsaankoop, meevallen van gezondheidsrisico's, behandelbaarheid van gezondheidsrisico's, benauwdheid en snurken als verklarende variabelen is significant: $F(1,1847) = 62.956, p < .001$. Deze factoren verklaren gezamenlijk 14,3% van de variantie in loyaliteit aan het ras.

⁹⁴ $t(1847) = -4.003, p < .001$.

⁹⁵ $t(1847) = 5.675, p < .001$.

Als we kijken naar de relatie tussen verschillende factoren en loyaliteit aan het ras, dan zien we dat de volgende factoren de mate van loyaliteit aan het ras voorspellen:⁹³

- De mate waarin respondenten zelf vinden dat de aanschaf van de hond een impulsaankoop was: hoe meer het als een impulsaankoop wordt gezien, hoe lager de loyaliteit;⁹⁴
- De mate waarin respondenten de rasgerelateerde gezondheidsrisico's mee vinden vallen: hoe meer ze het mee vinden vallen, hoe hoger de loyaliteit;⁹⁵
- De mate waarin respondenten de rasgerelateerde gezondheidsrisico's goed behandelbaar vinden: hoe beter ze het behandelbaar vinden, hoe hoger de loyaliteit;⁹⁶
- De mate waarin respondenten waarnemen dat hun hond benauwd is: hoe meer benauwdheidsklachten waargenomen worden, hoe lager de loyaliteit;⁹⁷
- De mate waarin respondenten waarnemen dat hun hond snurkt: hoe meer de hond snurkt, hoe lager de loyaliteit.⁹⁸

Reacties van anderen over uiterlijk hond

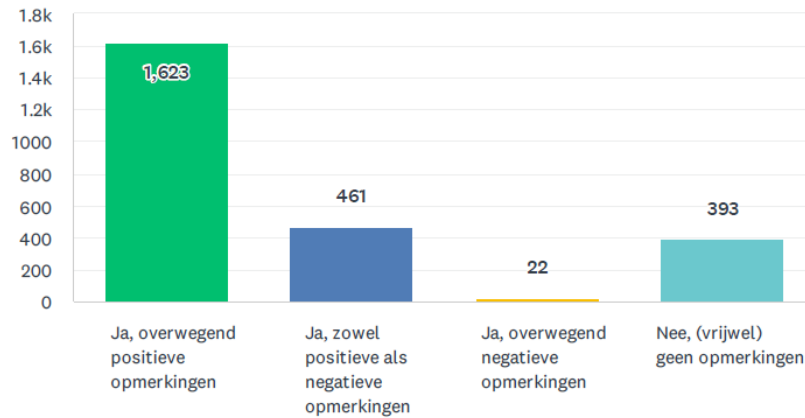
De meeste respondenten krijgen weleens opmerkingen over het uiterlijk van hun hond, zowel van mensen uit de sociale omgeving (84%) als onbekenden op straat (82%), zie onderstaande grafieken. De opmerkingen over het uiterlijk zijn overwegend positief.

⁹⁶ $t(1847) = 5.437, p < .001$.

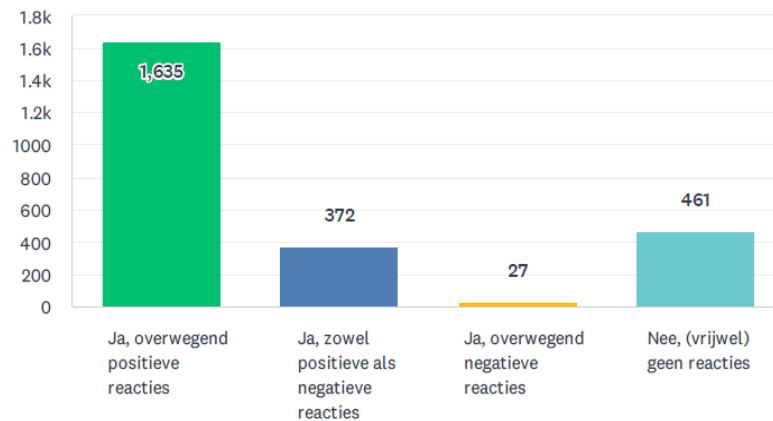
⁹⁷ $t(1847) = -6.870, p < .001$.

⁹⁸ Deze relatie wordt volledig gemedieerd door benauwdheid. Snurken heeft een significant effect op loyaliteit als benauwdheid niet wordt opgenomen in de regressie: $t(1847) = -6.146, p < .001$. Dit effect verdwijnt als benauwdheid wordt opgenomen in de regressie: $t(1847) = -1.543, p = .123$.

Krijg jij weleens reacties van mensen uit jouw sociale omgeving over het uiterlijk van jouw hond? (N=2.499)



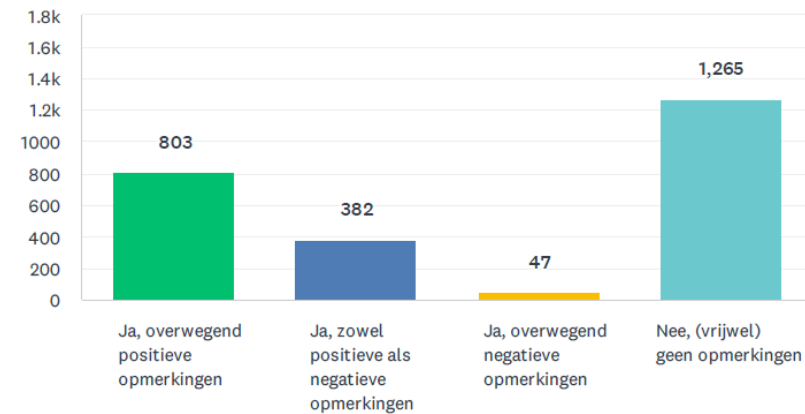
Krijg jij weleens reacties van onbekende mensen op straat over het uiterlijk van jouw hond? (N=2.495)



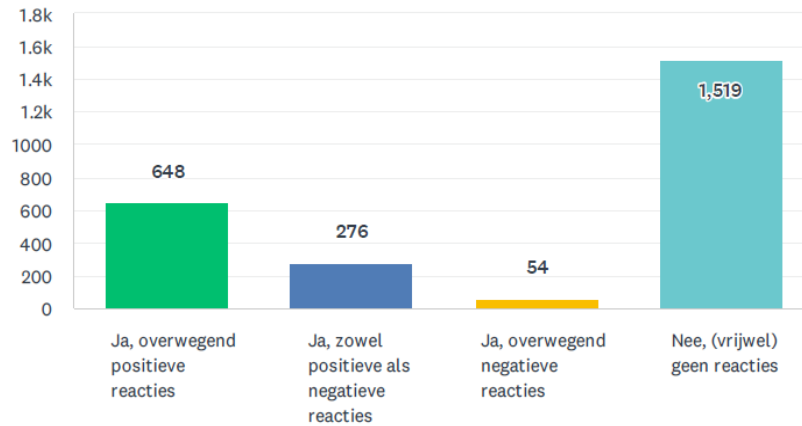
Reacties van anderen over gezondheid hond

Opmerkingen over de gezondheid van de hond komen minder vaak voor. Bijna de helft van de respondenten krijgt weleens opmerkingen over de gezondheid van hun hond van mensen uit de sociale omgeving (49%) en 39% van onbekenden op straat, zie onderstaande grafieken. Ook opmerkingen over de gezondheid van de hond zijn overwegend positief.

Krijg jij weleens reacties van mensen uit jouw sociale omgeving over de gezondheid van jouw hond? (N=2.497)



Krijg jij weleens reacties van onbekende mensen op straat over de gezondheid van jouw hond? (N=2.497)



Bijlage Wervingsactiviteiten

De vragenlijst voor **fokkers** is uitgezet via:

- Dogs Connected
- Hondenbescherming
- Bazoeki
- Rasvereniging: Boxer Vrienden Nederland

De vragenlijst voor **eigenaren** is uitgezet via:

- Sophia vereniging
- Landelijk InformatieCentrum Gezelschapsdieren (LICG)
- Dogs Connected
- Hondenbescherming
- Bazoeki
- Divebo
- Evidensia
- Koninklijke Nederlandse Maatschappij voor Diergeneeskunde (KNMvD)
- Caring vets
- Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA; via intern netwerk)
- Cynophilia
- Collectief Praktiserende Dierenartsen (CPD)
- Landelijke Inspectiedienst Dierenwelzijn (LID)
- Rasvereniging: Boxer Vrienden Nederland
- Facebookgroep: Old English Bulldog Lovers (26 maart om 11:00 geplaatst - 13:00 verwijderd)
- Facebookgroep: Old English Bulldogs & Amerikaanse Bulldogs & Amerikaanse bully's (27 maart om 11:00 geplaatst - 12:00 verwijderd)
- X van onderzoekers
- LinkedIn van onderzoekers (doorgezet door Aeres Hogeschool)
- Gesponsord bericht op Meta (Facebook en Instagram) (looptijd: 21 juni 2022 – 8 juli 2024)

BIJLAGE 4

Bijlage 4. Geraadpleegde literatuur

Archer, J., & Monton, S. (2011). Preferences for infant facial features in pet dogs and cats. *Ethology*, 117(3), 217-226.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191.

Bateson, P. (2010). Independent inquiry into dog breeding. University of Cambridge: Cambridge, UK.

Beverland, M. B., Farrelly, F., & Lim, E. A. C. (2008). Exploring the dark side of pet ownership: Status-and control-based pet consumption. *Journal of Business Research*, 61(5), 490-496.

Bir, C., Widmar, N. J. O., & Croney, C. C. (2017). Stated preferences for dog characteristics and sources of acquisition. *Animals*, 7(8), 59.

Bognár, Z., Iotchev, I. B., & Kubinyi, E. (2018). Sex, skull length, breed, and age predict how dogs look at faces of humans and conspecifics. *Animal Cognition*, 21, 447-456.

Bouma, E. M., Vink, L. M., & Dijkstra, A. (2020). Social-cognitive processes before dog acquisition associated with future relationship satisfaction of dog owners and canine behavior problems. *Anthrozoös*, 33(5), 659-672.

Brown, W. P., Davidson, J. P., & Zuefle, M. E. (2013). Effects of phenotypic characteristics on the length of stay of dogs at two no kill animal shelters. *Journal of Applied Animal Welfare Science*, 16(1), 2-18.

Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in human behavior*, 68, 1-7.

Gácsi, M., McGreevy, P., Kara, E., & Miklósi, Á. (2009). Effects of selection for cooperation and attention in dogs. *Behavioral and brain functions*, 5(1), 1-8.

Ghirlanda, S., Acerbi, A., & Herzog, H. (2014). Dog movie stars and dog breed popularity: A case study in media influence on choice. *PLoS One*, 9(9), e106565.

Hecht, J., & Horowitz, A. (2015). Seeing dogs: Human preferences for dog physical attributes. *Anthrozoös*, 28(1), 153-163.

Herzog, H. (2006). Forty-two thousand and one Dalmatians: Fads, social contagion, and dog breed popularity. *Society & animals*, 14(4), 383-397.

Holland, K. E. (2019). Acquiring a pet dog: A review of factors affecting the decision-making of prospective dog owners. *Animals*, 9(4), 124.

Holland, K. E., Mead, R., Casey, R. A., Upjohn, M. M., & Christley, R. M. (2022). Why Do People Want Dogs? A Mixed-Methods Study of Motivations for Dog Acquisition in the United Kingdom. *Frontiers in Veterinary Science*, 9, 877950.

Inspire to Act (2023). Keuzes en gedrag rondom het aanschaffen en houden van kortsnuitige honden; Literatuurreview.

Inspire to Act (2023). Keuzes en gedrag rondom het aanschaffen en houden van kortsnuitige honden; Kwalitatief onderzoek.

Inspire to Act (2024). Keuzes en gedrag rondom het aanschaffen en houden van kortsnuitige honden; Kwantitatief onderzoek.

Keulartz, J. (2020). Boommensen: over nut en nadeel van de humanisering van de natuur. Noordboek, blz. 16.

Kilmer, V., & Greenbaum, R. (2018, July). Barrier breakdown: Examining barriers to adoption. In Unpublished Conference Presentation at the Best Friends Animal Society Conference, Los Angeles, CA, USA (Vol. 19).

Kuhl, C. (2017). An investigation of pedigree dog breeding and ownership in the UK: experiences and opinions of veterinary surgeons, pedigree dog breeders and dog owners (Doctoral dissertation, University of Nottingham).

Lorenz, K. (1943). Die angeborenen formen möglicher erfahrung. *Zeitschrift für Tierpsychologie*, 5(2), 235-409.

McCormick, J. (2017). *Carrots, Sticks and Sermons: Policy Instruments and Their Evaluation*. Routledge.

Michie, S., Van Stralen, M. M., & West, R. (2011). The behaviour change wheel: a new method for characterising and designing behaviour change interventions. *Implementation science*, 6, 1-12.

Murray, J. K., Browne, W. J., Roberts, M. A., Whitmarsh, A., & Gruffydd-Jones, T. J. (2010). Number and ownership profiles of cats and dogs in the UK. *Veterinary Record*, 166(6), 163-168.

Neijenhuis, F., & Hopster, H. (2017). Reductie van gezondheidsrisico's bij import van honden;

actieve communicatie als beleidsinstrument. Wageningen Livestock Research, Internal Unpublished

Livestock Research Report.

Newman, J., Christley, R., Westgarth, C., & Morgan, K. (2017). Risk factors for dog bites-an epidemiological perspective. *Dog bites: a multidisciplinary perspective*. Sheffield, UK: 5m Publishing, 133-58.

Ophorst, S., & Bovenkerk, B. (2021). The decisions of wannabe dog keepers in the Netherlands. In *Animals in Our Midst: The Challenges of Co-Existing with Animals in the Anthropocene* (pp. 255-274). Cham: Springer International Publishing.

Packer, R. M. (2022). Flat-Faced Fandom: Why Do People Love Brachycephalic Dogs and Keep Coming Back for More?. In *Health and Welfare of Brachycephalic (Flat-faced) Companion Animals* (pp. 25-39). CRC Press.

Packer, R. M. A., Hendricks, A., & Burn, C. C. (2012). Do dog owners perceive the clinical signs related to conformational inherited disorders as 'normal' for the breed? A potential constraint to improving canine welfare. *Animal Welfare*, 21(S1), 81-93.

Packer, R. M. A., Murphy, D., & Farnworth, M. J. (2017). Purchasing popular purebreds: investigating the influence of breed-type on the pre-purchase motivations and behaviour of dog owners. *Animal welfare*, 26(2), 191-201.

Packer, R. M., O'Neill, D. G., Fletcher, F., & Farnworth, M. J. (2019). Great expectations, inconvenient truths, and the paradoxes of the dog-owner relationship for owners of brachycephalic dogs. *PLoS One*, 14(7), e0219918.

Payne, C., & Jaffe, K. (2005). Self seeks like: Many humans choose their dog pets following rules used for assortative mating. *Journal of Ethology*, 23, 15-18.

Protopopova, A., Mehrkam, L. R., Boggess, M. M., & Wynne, C. D. L. (2014). In-kennel behavior predicts length of stay in shelter dogs. *PloS one*, 9(12), e114319.

Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189-99.

Rook, D. W., & Gardner, M. P. (1993). Research in consumer behavior. In *In the mood: Impulse buyings' affective antecedents*. Greenwich, CT: JAI Press.

Roy, M. M., & Nicholas, J. C. (2004). Do dogs resemble their owners?. *Psychological Science*, 15(5), 361-363.

Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals (RSPCA). *Do Puppies Have Secret Powers: Understanding the Irrational Behavior of the Puppy Buying Publics*; RSPCA: London, UK, 2012.

Sandøe, P., Kondrup, S. V., Bennett, P. C., Forkman, B., Meyer, I., Proschowsky, H. F., ... & Lund, T. B. (2017). Why do people buy dogs with potential welfare problems related to extreme conformation and inherited disease? A representative study of Danish owners of four small dog breeds. *PloS one*, 12(2), e0172091.

Stone, H. R., McGreevy, P. D., Starling, M. J., & Forkman, B. (2016). Associations between domestic-dog morphology and behaviour scores in the dog mentality assessment. *PloS one*, 11(2), e0149403.

Tesfom, G., & Birch, N. J. (2013). Does definition of self predict adopter dog breed choice?. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 10, 103-127.

Van Hagen, M.A.E. (2019). *Fokken met kortsnuitige honden. Criteria ter handhaving van art. 3.4 Besluit Houders van dieren Fokken met Gezelschapsdieren*.

Westgarth, C., Boddy, L. M., Stratton, G., German, A. J., Gaskell, R. M., Coyne, K. P., ... & Dawson, S. (2013). Pet ownership, dog types and attachment to pets in 9–10 year old children in Liverpool, UK. *BMC Veterinary Research*, 9, 1-10.

Westgarth, C., Pinchbeck, G. L., Bradshaw, J. W., Dawson, S., Gaskell, R. M., & Christley, R. M. (2007). Factors associated with dog ownership and contact with dogs in a UK community. *BMC Veterinary Research*, 3(1), 1-9.

Woodhead, J. K., Feng, L. C., Howell, T. J., Ruby, M. B., & Bennett, P. C. (2018). Perceptions of dog breeding practices, breeding dog welfare and companion dog acquisition in a self-selected sample of Australian adults. *Animal Welfare*, 27(4), 357-368.

Zajonc, R.B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2p2),1.

Geraadpleegde internetpagina's

- dierenrecht.nl/meld-reclame
- nos.nl/regio/gelderland/artikel/300089-koop-geen-kortsnuitige-honden-waarschuwen-dierenartsen
- rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2023/08/24/strengere-regels-fokken-kortsnuitige-honden
- uu.nl/sites/default/files/eindrapport-ontwikkeling-handhavingscriteria-fokken-met-kortsnuitige-honden-artikel-3.4-def.pdf
- zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2014-232.html
- zoek.officielebekendmakingen.nl/stcrt-2023-23619.html

Geraadpleegde kamerstukken

- Tweede Kamer, vergaderjaar 2022–2023, 28 286, nr. 1288 – Aanpak gezelschapsdieren met schadelijke uiterlijke kenmerken.
- Tweede Kamer, vergaderjaar 2022-2023, 28, 286, nr.1287 – Voortgang dierenwelzijn.

 ***inspire to act***
Voor het effectief veranderen van gedrag


NOVI MORES
GESPECIALISEERD IN
GEDRAGSVERANDERING