

Dierenuitvaartzorg in Nederland

Een onderzoek naar klantbehoeften
en het huidige dienstenaanbod



Lilli van de Giessen

Aeres Hogeschool Dronten

Diergezondheid & Management

Dronten, 23 juni 2025

Afstudeerdocent(en): Paola Metman/Lydia Nieuwe Weme

Afstudeerwerkstuk

AAFW – Afstudeerwerkstuk

23 juni 2025

Aeres Hogeschool Dronten

Dier- en veehouderij

Student:

Lilli van de Giessen

3034074@aeres.nl

Studentnummer: 3034074

Afstudeerdocent(en):

Paola Metman

p.metman@aeres.nl

Lydia Nieuwe Weme

l.nieuweweme@aeres.nl

DISCLAIMER

Dit rapport is gemaakt door een student van Aeres Hogeschool als onderdeel van zijn/haar opleiding. Het is géén officiële publicatie van Aeres Hogeschool. Dit rapport geeft niet de visie of mening van Aeres Hogeschool weer. Aeres Hogeschool aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade voortvloeiend uit het gebruik van de inhoud van dit rapport.

Voorwoord

Voor u ligt mijn afstudeeronderzoek, geschreven in opdracht van de opleiding Diergezondheid & Management aan Aeres Hogeschool Dronten. Het onderwerp is uit eigen interesse onderzocht en heeft als doelgroep honden- en katteneigenaren. Dit onderzoek had ik niet kunnen uitvoeren zonder de hulp van en betrokkenheid van verschillende mensen, die ik graag wil bedanken.

Allereerst wil ik Pascale Fuchs (La Vox B.V.; platform *Als een huisdier doodgaat*) willen bedanken voor het aandragen van het onderzoeksonderwerp, de gegeven feedback en voor het helpen verspreiden van de enquêtes. Ook gaat mijn dank uit naar Evelien van der Waa en Hilly Juch van het platform *Als een huisdier doodgaat* voor het meedenken over de enquêtevragen en hun inhoudelijke terugkoppeling. Amaryl van Ravenhorst wil ik bedanken voor haar hulp bij het verspreiden van de enquête onder de locaties van Dierenuitvaartzorg Nederland.

Van Aeres Hogeschool zou ik graag Paola Metman bedanken voor de fijne begeleiding en feedback tijdens het vooronderzoek. Daarnaast wil ik ook Lydia Nieuwe Weme bedanken voor de begeleiding en feedback in de laatste fase van het afstudeerwerkstuk.

Tot slot wil ik mijn familie en vrienden bedanken voor hun meedenken, het nalezen van stukken en hun voortdurende steun gedurende het hele proces

Graag wil ik de beoordelaars vragen om het vooronderzoek en de bronnenlijst nogmaals te beoordelen omdat hier aanpassingen hebben plaatsgevonden.

Lilli van de Giessen

Dronten, 23 juni 2025

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	6
Abstract.....	7
1. Inleiding.....	8
1.1 Begraven	9
1.2 Destructie.....	9
1.3 Cremeren.....	9
1.4 Resomeren	10
1.5 Dierdonorcodicil.....	10
1.6 Prepareren	11
2. Materiaal en methode.....	13
2.1 Onderzoekseenheden.....	13
2.2 Onderzoeksmethode.....	13
2.3 Deelvragen	14
2.4 Data verzameling.....	15
2.5 Data analyse	15
2.6 Betrouwbaarheid.....	15
3. Resultaten	16
3.1 Resultaten per deelvraag.....	16
3.1.1 Redenen voor keuze dierenuitvaartzorg.....	16
3.1.2 Oriëntatie op dierenuitvaartzorg	17
3.1.3 Belangrijke keuzefactoren	18
3.1.4 Huidige dienstenaanbod	19
3.1.5 Afstemming op klantbehoeften	20
4. Discussie	22
4.1 Discussie per deelvraag.....	22
4.1.1 Redenen voor keuze dierenuitvaartzorg.....	22
4.1.2 Oriëntatie op dierenuitvaartzorg	23
4.1.3 Belangrijke keuzefactoren	24
4.1.4 Huidige dienstenaanbod	25
4.1.5 Afstemming op klantbehoeften	25
4.2 Reflectie methode.....	26
4.3 Reikwijdte resultaten: wat kan de doelgroep ermee?.....	27
5. Conclusie & aanbevelingen	29
5.1 Conclusies per deelvraag	29
5.1.1 Redenen voor keuze dierenuitvaartzorg.....	29
5.1.2 Oriëntatie op dierenuitvaartzorg	29
5.1.3 Belangrijke keuzefactoren	30
5.1.4 Huidige dienstenaanbod	30
5.1.5 Afstemming op klantbehoeften	30

5.2 Conclusie hoofdvraag	31
5.3 Aanbevelingen	31
5.3.1 Praktijk.....	31
5.3.2 Vervolgonderzoek	32
Bronnenlijst	33
Bijlagen	37
<i>Bijlage A. Overzicht dierencrematoria, -resomatoria en -begraafplaatsen</i>	<i>37</i>
<i>Bijlage B. Enquête 1</i>	<i>38</i>
<i>Bijlage C. Enquête 2</i>	<i>43</i>
<i>Bijlage D. Resultaten enquête 1.....</i>	<i>47</i>
<i>Bijlage E Resultaten enquête 2</i>	<i>56</i>
<i>Bijlage F. Chi-kwadraattoets.....</i>	<i>63</i>

Samenvatting

Deze studie richtte zich op de vraag hoe het aanbod van dierenuitvaartzorg en de behoefte onder honden- en katteneigenaren op elkaar aansluiten. Uit dit onderzoek blijkt dat het aanbod van dierenuitvaartzorg grotendeels aansluit op de praktische behoeften van honden- en katteneigenaren. Denk hierbij aan het regelen van een crematie of het aanbieden van herinneringsproducten. Deze diensten worden op veel locaties professioneel en met zorg uitgevoerd. Toch laat het onderzoek zien dat de sector nog onvoldoende inspeelt op de meer persoonlijke, emotionele en informatie behoeften van de klant. Eigenaren zoeken meer ruimte voor beleving, persoonlijk betrokkenheid en erkenning van hun verlies.

Hoewel uitvaartbedrijven wel inzetten op persoonlijke gesprekken en samenwerkingen met dierenartsen, wordt klantfeedback nog onvoldoende structureel gebruikt om het aanbod te verbeteren of vernieuwen. Ook laten veel bedrijven kansen liggen op het gebied van communicatie via ervaringsverhalen en proactieve voorlichting. Opvallend is dat slechts een klein deel van de hond- en katteneigenaren aangeeft een dierenuitvaartverzorger te willen inschakelen, terwijl de rol wel gewaardeerd wordt door de emotionele begeleiding. Dit wijst op een gemis in zichtbaarheid en positionering van de dierenuitvaartverzorger binnen het klanttraject.

Om beter aan te sluiten op de behoeften van honden- en katteneigenaren, is het essentieel dat bedrijven in de dierenuitvaartbranche meer aandacht besteden aan persoonlijke communicatie, maatwerk, erkenning van dierenrouw, klantbetrokkenheid en toegankelijke informatie. Dit vraagt om een meer empathische, flexibele en toekomstgerichte benadering van dienstverlening. Niet alleen wordt hiermee beter aangesloten op de beleving van de klant, ook draagt dit bij aan de professionele ontwikkeling en maatschappelijke positionering van de dierenuitvaartzorg. Dit onderzoek laat zien dat er nog veel ruimte is om dieper in te gaan op de beleving van huisdiereigenaren rondom dierenuitvaartzorg.

Abstract

This study focused on the question of how the provision of animal funeral services matches the needs of dog and cat owners. The study shows that the provision of animal funeral services largely meets the practical needs of dog and cat owners. This includes arranging a cremation or offering memorial products. These services are provided professionally and with care at many locations. However, the study shows that the sector still does not sufficiently respond to the more personal, emotional, and informational needs of customers. Owners are looking for more space for experience, personal involvement, and recognition of their loss.

Although funeral companies do focus on personal conversations and collaborations with veterinarians, customer feedback is still not used structurally enough to improve or innovate their offerings. Many companies are also missing opportunities in the area of communication through experience stories and proactive information. It is striking that only a small proportion of dog and cat owners indicate that they would like to use a pet funeral director, even though the role is appreciated for the emotional support it provides. This points to a lack of visibility and positioning of the pet funeral director within the customer journey.

In order to better meet the needs of dog and cat owners, it is essential that companies in the pet funeral industry pay more attention to personal communication, customization, recognition of pet grief, customer engagement, and accessible information. This requires a more empathetic, flexible, and future-oriented approach to service provision. Not only does this better align with the customer experience, but it also contributes to the professional development and social positioning of pet funeral services. This study shows that there is still much room for further exploration of pet owners' experiences with pet funeral services.

1. Inleiding

De dierenbranche is een groeiende markt. Momenteel hebben 45% van de huishoudens in Nederland huisdieren. Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek zijn er 8,4 miljoen huishoudens (CBS, 2024), wat maakt dat er 3,78 miljoen huishoudens huisdieren hebben. De voornaamste huisdieren die gehouden worden zijn honden en katten. Volgens het Nederlandse Voedingsindustrie Gezelschapsdieren worden er 1,8 miljoen honden en 3 miljoen katten gehouden als huisdier (NVG, 2024). Van oorsprong werden dieren gehouden als werkkraft. In de loop der tijd verschoof deze rol naar die van gezelschapsdier, en wordt er tegenwoordig gesproken van een volwaardig gezinslid. Deze verschuiving werd in de jaren negentig verder zichtbaar met de introductie van rouwservices voor dieren. Zo verschenen er rouwadvertenties en artikelen over overleden huisdieren in verschillende bladen en kranten. Dit droeg bij aan de bespreekbaarheid van het onderwerp en zorgde ervoor dat het langzaam een plek kreeg in de maatschappij (Van der Waa et al., 2020). Dit rapport haakt hier op in, de vraag en het aanbod van de dierenuitvaartbranche worden onderzocht en in kaart gebracht.

Huisdieren worden steeds vaker als volwaardige gezinsleden gezien. Tegenwoordig beschouwt ongeveer 80% van de huisdiereigenaren hun dier als een volwaardig gezinslid. Dieren oordelen en veroordelen niet, bieden sociale ondersteuning en kunnen zelfs als vertrouwenspersoon dienen (Van der Waa, et al., 2020). De voornaamste reden dat mensen huisdieren houden, is de emotionele band die opgebouwd wordt met het dier (Mota-Rojas et al., 2021). De band tussen mens en dier heeft bovendien een positieve invloed op de mentale gezondheid van eigenaren. Huisdieren kunnen steun bieden bij stress, eenzaamheid en rouw. Dit is vergelijkbaar met menselijke relaties. (Walsh, 2009a).

Bij deze ontwikkeling speelt ook antropomorfisme een rol. Antropomorfisme is het toeschrijven van menselijke eigenschappen aan dieren of objecten en wordt ook wel humanisering genoemd (Taylor, 2011). De humanisering van huisdieren is ook merkbaar binnen de dierverzekeringsbranche. Zo blijkt uit een enquête van OHRA Huisdierverzekering in 2022 dat bijna 80% van de respondenten vindt dat hun huisdier gelijkwaardige zorg moet kunnen krijgen (OHRA, 2022).

Met deze veranderende kijk op huisdieren komt ook het besef dat afscheid nemen onvermijdelijk is. Huisdiereigenaren weten dat hun geliefde dier ooit zal sterven, maar velen willen hier nog niet aan denken. De meeste honden en katten overlijden niet vanzelf, waardoor de eigenaar vaak voor de moeilijke beslissing van euthanasie komt te staan. Net als bij het verlies van een mens volgt daarna een periode van rouw (Van der Waa et al., 2020). Omdat huisdieren als gezinsleden worden beschouwd, wordt afscheid nemen steeds meer gezien als een ingrijpende gebeurtenis (Walsh, 2009b). Rouw om een overleden huisdier werd lange tijd niet erkend, waardoor er een taboe op rustte. Dit is echter aan het veranderen; er komt steeds meer begrip voor het rouwproces na het verlies van een huisdier (Collombon, 2024). Een zorgvuldig afscheid helpt bij het verwerken van het verlies en het rouwproces.

Aandacht voor het overlijden van een huisdier is opkomend. In Amerika is de palliatieve zorg voor huisdieren al verder ontwikkeld. Daar zijn de zogeheten Pet Death Doula's ontstaan. Een persoon die dit beroep uitoefent biedt praktische ondersteuning door begeleiding te bieden in de laatste levensfase van een huisdier en de eigenaar bij te staan. Emotionele steun wordt geboden aan de eigenaren, evenals het creëren van een rustige en comfortabele omgeving. Ook wordt er voorlichting en begeleiding aangeboden tijdens het stervensproces. Met dit beroep is ook rouw- en verliesbegeleiding een mogelijkheid om aan te bieden (University of New England, 2025). In Nederland bestaat een vergelijkbare opleiding. Sinds 2022 wordt de nieuwe opleiding/cursus uitvaartverzorgers voor dieren gegeven. Deze cursus wordt aangeboden bij Tinley Academie en verzorgt door (externe) professionals uit de dierenuitvaartbranche. Tijdens deze cursus worden deelnemers opgeleid om begeleiding te geven aan huisdiereigenaren die hun dier zijn verloren of op het punt staan deze te verliezen (Tinley Academie, z.d.). De uitvaartverzorgers bieden niet alleen praktische hulp (bijvoorbeeld

het regelen van een uitvaart), maar geeft ook emotionele steun en advies over de uitvaart- en herdenkingsmogelijkheden. Een uitvaartverzorger voor dieren kan helpen bij de keuze wat er met het lichaam van het dier na overlijden gebeurt, door de eigenaar te informeren over de verschillende afscheidsopties. Een huisdiereigenaar kan kiezen voor de volgende opties:

- Begraven
- Destructie
- Cremeren
- Resomeren
- Dierdonorcodicil: afstaan aan de wetenschap
- Prepareren

Een overzicht van alle (online vindbare) dierencrematoria, dierenresomatoria en dierenbegraafplaatsen is te vinden in Bijlage I.

1.1 Begraven

Een van de mogelijkheden voor het afscheid van een huisdier is het begraven van het dier in de eigen tuin. In Nederland is dit toegestaan onder bepaalde voorwaarden. Dit is vastgelegd in de Regeling dierlijke bijproducten. Volgens artikel 3.10 mogen overleden huisdieren begraven worden op terrein dat eigendom is van de eigenaar van het overleden dier, of op een locatie waar hiervoor nadrukkelijk toestemming is verleend (Overheid.nl, 2012). Bij het begraven van een huisdier in de eigen tuin zijn er enkele richtlijnen waar rekening mee gehouden moet worden. Een voorwaarde is dat er voldoende ruimte moet zijn om het graf te graven. Het is noodzakelijk dat het graf diep genoeg is om te voorkomen dat het dier door andere dieren of invloeden aan de oppervlakte komt. De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) stelt dat het graf van een huisdier minimaal 75 centimeter diep moet zijn (NVWA, z.d.). Het is ook mogelijk om gebruik te maken van een dierenbegraafplaats. Deze plekken zijn ingericht voor het begraven en herdenken van overleden huisdieren. Het begraven op een dierenbegraafplaats is een geschikte optie voor eigenaren die geen tuin hebben of voorkeur geven aan een andere plek om hun huisdier te herdenken. Op dit moment zijn er ongeveer 25 dierenbegraafplaatsen te vinden in Nederland.

1.2 Destructie

Er kan ook gekozen worden om het overleden huisdier af te staan voor destructie. Bij destructie wordt het dierlijk lichaam letterlijk vernietigd. De kadavers en dierlijk restmateriaal worden vermalen op een wijze die gericht is op duurzaamheid en hergebruik. Vervolgens worden verschillende componenten gescheiden in eiwitrijk meel en vetten. Dit diersmeel wordt hergebruikt voor de productie van duurzame energie en wordt onder andere gebruikt voor het verwarmen van cementovens. De overgebleven vetten uit het verwerkingsproces worden ook hergebruikt. Het produceren van biodiesel is de voornaamste toepassing van het vet. In Nederland is Rendac het enige bedrijf dat zich bezighoudt met de destructie van kadavers en dierlijk restmateriaal (Darling Ingredients, 2024).

1.3 Cremeren

Bij het cremeren van een huisdier wordt in de meeste gevallen een vuurcrematie bedoeld. Dit betekent dat het overleden huisdier wordt verbrand in een daarvoor bestemde crematieoven, vergelijkbaar met het proces dat wordt toegepast bij humane crematies. Na verbranding worden de botten vermalen tot as. De as heeft doorgaans een witgrijze kleur en een poederachtige structuur (Keijzer, 2016). Er zijn verschillende opties voor het cremeren van een huisdier. Een van de meest gekozen opties is de individuele crematie. Hierbij wordt het dier afzonderlijk in de oven geplaatst, wat betekent dat het volledig gescheiden wordt gecremeerd van andere dieren. Het dier ligt echter niet alleen in de oven, maar wordt goed gescheiden door middel van scheidingswanden. Dit proces maakt het mogelijk om de as van het dier na afloop terug te krijgen. Een andere mogelijkheid is de groepscrematie, ook wel collectieve crematie genoemd. Bij deze vorm van cremeren worden

meerdere dieren tegelijkertijd gecremeerd in dezelfde oven. De as van deze dieren wordt gezamenlijk opgevangen en in veel gevallen uitgestrooid op een daarvoor bestemde locatie, zoals een speciale strooivelden die door het crematorium worden beheerd of op zee. Omdat de as van meerdere dieren gemengd is, is het niet mogelijk om de as terug te krijgen. Tot slot bestaat er ook de mogelijkheid om te kiezen voor een anonieme crematie. Dit betekent dat het dier in een grotere groep gecremeerd wordt, zonder de mogelijkheid om de as terug te krijgen. Er wordt geen persoonlijk contact opgenomen en de as wordt na de crematie verwijderd. Anonieme crematie is vaak een van de meest economische opties en wordt gezien als een waardig alternatief voor destructie (Dierenuitvaartzorg Nederland, z.d.)

Tegenwoordig wordt cremeren met een elektrische ovens steeds populairder. Het is namelijk een milieuvriendelijker alternatief voor vuurcrematie, wat aardgas verbruikt. In 2019 werd de eerste elektrische crematieoven in gebruik genomen voor de humane uitvaart. Het proces van de crematie blijft gelijk, echter wordt er bij een elektrische oven gebruik gemaakt van (groene) stroom en verwarmingselementen (DELA, 2019). Dierenuitvaartcentrum Hestia in Hasselt, België is het eerste dierencrematorium dat geïnvesteerd heeft in een volledig elektrische crematieoven binnen de Benelux (Dierencrematoria Hestia, z.d.). Nederland telt momenteel ongeveer 55 dierencrematoria.

In 2015 werden naar schatting 75.000 tot 100.000 gezelschapsdieren gecremeerd, voornamelijk honden en katten. Bij een gemiddelde crematieprijs van €120 werd de jaaromzet geschat op €10 miljoen (HAS, 2015). Recentere cijfers van deze sector met betrekking tot omzet ontbreken.

1.4 Resomeren

Resomeren, ook bekend als watercrematie of alkalische hydrolyse, is een relatief nieuwe uitvaartmethode. In plaats van verbranding met vuur, zoals bij traditionele crematie, wordt het lichaam van het huisdier opgelost in een mengsel van 95% water en 5% alkalische zouten. Dit proces is in wezen een versnelde versie van het natuurlijke ontbindingsproces. Er wordt dan ook uitsluitend dierlijk materiaal afgebroken. De resomator is te verdelen in verschillende compartimenten waardoor de mogelijkheid bestaat om meerdere dieren tegelijkertijd te resomeren. Tijdens het proces wordt het dier in de resomator geplaatst waarna de ruimte zich vult met het water en zoutoplossing. De temperatuur wordt naar ongeveer 93 graden Celsius gebracht. Door de combinatie van hitte, druk (vier tot vijf bar) en de alkalische zouten wordt het lichaam in ongeveer 20 uur afgebroken. (Volpe, 2023). Na het proces blijven de botten en vloeistof over. De vloeistof die overblijft bestaat uit een steriele oplossing van water en onschadelijke stoffen. Deze vloeistof wordt afgevoerd via het reguliere waterafvoersysteem. De botresten die overblijven worden gedroogd voor ongeveer twee tot vier uur in een droogoven. Hierna worden de botten vermalen tot witte, fijne as. Doordat er geen verbranding heeft plaatsgevonden, is deze as wit van kleur en fijner qua textuur (Robinson, 2021). Ook blijft er meer as over dan bij een vuurcrematie, namelijk 20% meer. Bij resomatie is het mogelijk om het dier individueel of collectief te resomeren. Alleen bij individuele resomatie kan de as teruggegeven worden aan de huisdiereigenaar (Dierenuitvaartcentrum Venlo, z.d.). Deze uitvaartmethode is ook milieuvriendelijk. Zo is er tijdens het proces van resomeren geen CO₂ uitstoot en heeft het de kleinste milieu impact in vergelijking met de andere uitvaartmethoden (Keijzer, Kok, 2011). Momenteel heeft Nederland 10 dierenresomatoria.

1.5 Dierdonorcodicil

Een wat minder bekende optie is het beschikbaar stellen van het dier aan de wetenschap. Dit wordt ook wel het Dierdonorcodicil genoemd. Deze optie is voornamelijk in de regio Utrecht van toepassing. Hierbij wordt het overleden huisdier afgestaan aan de Universiteit Utrecht, waar het met toestemming van de eigenaar wordt ingezet voor onderwijsdoeleinden binnen de faculteit Diergeneeskunde. Het lichaam van het dier wordt gebruikt in practica voor studenten, die zo kunnen leren over anatomie, chirurgie en diagnostiek. Om een dier te kunnen doneren aan de universiteit, moet er echter aan een aantal specifieke criteria worden voldaan. Zo mag het dier niet zwaarder zijn

dan 30 kg en moet het volledig intact zijn. Bovendien mag het dier geen grote tumoren hebben in de buik- of borstholte. Indien het om een hond gaat die minder dan zes kilogram weegt, dient er eerst overleg plaats te vinden met de universiteit om te bepalen of het dier geschikt is voor donatie. Het Dierdonorcodicil is uitsluitend bedoeld voor honden en katten. Voor grotere dieren, zoals paarden of schapen, bestaat er wel de mogelijkheid om deze op individuele basis te doneren, maar dit wordt apart beoordeeld. Een belangrijk aspect van het dierdonorcodicil is dat er voor de eigenaar geen kosten verbonden zijn aan de donatie van het overleden huisdier (Universiteit Utrecht, z.d.).

1.6 Prepareren

Het is ook mogelijk het huisdier op te laten zetten bij een Nederlands erkende preparateur. Tijdens dit proces wordt het lichaam geconserveerd. Het prepareren van een dier begint doorgaans met het zorgvuldig verwijderen van de huid. Vervolgens wordt het skelet of een kunstmatig frame gebruikt om het lichaam in de juiste houding te plaatsen. De inwendige, bederfelijke delen van het lichaam worden verwijderd en vervangen door materiaal als schuim of watten. De huid wordt behandeld om latere insectenvraat te voorkomen, vaak met behulp van conserveringsmiddelen. De ogen worden vervangen door glas- of kunststofogen om het dier een realistische uitstraling te geven (Nederlandse Vereniging van Preparateurs, 2025). Momenteel zijn er 122 preparateurs aangesloten bij de vereniging.

Bij begraven, resomeren of cremeren wordt vaak de mogelijkheid geboden om een uitvaart- of afscheidsdienst voor een huisdier te organiseren. Deze diensten lijken op humane uitvaarten, maar worden meestal in kleiner gezelschap gehouden. Het dier wordt vaak opgebaard, zodat de eigenaren en genodigden op een persoonlijke manier afscheid kunnen nemen. Sommige bedrijven bieden ook de optie om eigenaren op de hoogte te stellen van het begin en einde van de crematie, bijvoorbeeld via sms of telefonisch contact. Verder kan er een kist of mand voor het huisdier worden aangeschaft, die gebruikt kan worden voor het afscheid, de vuurcrematie of begrafenis (Dierenbegrafplaats Vennenberg, 2025).

Naast deze diensten worden er ook diverse herdenkingsproducten aangeboden en andere mogelijkheden om een blijvende herinnering te creëren. Bij dierencrematoria, resomatoria en dierenartsen wordt vaak de optie geboden om een neusafdruk, pootafdruk of een plukje haar van het dier te bewaren. Ook kunnen er rouwkaarten, condoleancekaarten, as-sieraden, urnen en foto's in glas worden geregeld. Er zijn verschillende varianten aan urnen te verkrijgen. Zo bestaan er onder andere 'normale' urnen, urnen in de vorm van dieren of urnen die begraven kunnen worden en uitbloeien tot een boom of plant (De laatste aai, 2025).

Er is ook een toename in producten om de uitvaart duurzamer te maken. Zo hoeft een huisdier na euthanasie niet meer in een zak bij de dierenarts, maar zijn er speciale kartonnen dozen waar het dier ingelegd kan worden. Een voorbeeld hiervan is de Cloudbox van Petfarewell (Petfarewell, z.d.). Verder zijn er ook verschillende informatieve websites voor huisdiereigenaren en dierprofessionals, bijvoorbeeld platform *Als een huisdier doodgaat*. Dit laat zien dat er binnen de branche ook ontwikkelingen plaatsvinden ten behoeve van de branche zelf.

Uit gesprekken met professionals uit de branche en op basis van de afstudeerstage bij La Vox B.V. blijkt dat er nog weinig inzicht is in de vraag naar dierenuitvaartzorg. Dit gebrek aan informatie maakt het lastig om klantbehoeften goed in kaart te brengen en het aanbod hierop af te stemmen. Ook voor de opleiding tot uitvaartverzorgster voor dieren is onduidelijk in hoeverre afgestudeerden daadwerkelijk aan de slag kunnen binnen deze sector. Deze knowledge gap is relevant voor zowel dierenuitvaartondernemingen als opleidingsinstellingen, omdat het inzicht biedt in de aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt.

Om die reden is dit onderzoek niet allen gericht op de vraagzijde, maar ook op het huidige aanbod binnen de dierenuitvaartbranche. Door de beschikbare diensten in kaart te brengen, ontstaat een duidelijker beeld van de markt en van mogelijke ontwikkelkansen. Het onderzoek richt zich specifiek

op honden- en katteneigenaren in Nederland en op bedrijven zoals dierencrematoria, resomatoria en dierenbegraafplaatsen.

Naar aanleiding van de knowledge gap en de relevantie is de volgende hoofdvraag gevormd:

Hoe sluiten het aanbod van dierenuitvaartzorg en de behoefte onder honden- en katteneigenaren op elkaar aan?

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden zijn de volgende deelvragen opgesteld:

1. Wat zijn de belangrijkste redenen om voor (een vorm van) dierenuitvaartzorg te kiezen?
2. Hoe oriënteren honden- en katteneigenaren zich op dierenuitvaartzorg?
3. Welke factoren vinden honden- en katteneigenaren het belangrijkste bij dierenuitvaartzorg?
4. Welke diensten worden momenteel aangeboden binnen de dierenuitvaartbranche?
5. Hoe stemmen bedrijven binnen de dierenuitvaartbranche hun diensten af op de verschillende behoeften en voorkeuren van honden- en katteneigenaren?

Het doel van dit onderzoek is om te analyseren in hoeverre het huidige aanbod binnen de dierenuitvaartzorg aansluit bij de behoeften en verwachtingen van de huisdiereigenaren in Nederland. Door inzicht te krijgen in zowel het bestaande dienstenaanbod als de wensen van de eigenaren, kunnen eventuele verschillen worden ontdekt. Op deze informatie kan de huidige en toekomstige dierenuitvaartmarkt zich ontwikkelen om beter aan te sluiten bij de behoeften van potentiële klanten.

Er lijkt een grote vraag naar deze diensten te zijn, maar veel mensen zijn mogelijk nog niet op de hoogte van de beschikbare mogelijkheden. Dit gebrek aan bewustzijn kan ervoor zorgen dat de potentiële vraag niet volledig tot uiting komt. In marketing- en consumentengedragsonderzoek wordt dit ook wel aangeduid als een latente vraag, de behoefte is aanwezig, maar wordt nog niet gerealiseerd door een gebrek aan kennis of bewustzijn (Agarwal & Somaini, 2022). Bovendien is er mogelijk ruimte voor groei in deze sector, aangezien grotere bekendheid en promotie van de diensten wellicht kunnen leiden tot een toename van de vraag.

Nadat in hoofdstuk 1 de aanleiding en de bekende literatuur is gepresenteerd, zal in hoofdstuk 2 de methode worden behandeld die voor dit onderzoek is gehanteerd. De bevindingen van het onderzoek worden in hoofdstuk 3 in kaart gebracht. Hoofdstuk 4 bevat een discussie naar aanleiding van de resultaten en het uitgevoerde onderzoek. De conclusie en aanbevelingen worden beschreven in hoofdstuk 5. De gebruikte bronnen zijn te vinden in de literatuurlijst, gevolgd door de bijlagen.

2. Materiaal en methode

In het hoofdstuk materiaal en methode wordt de manier waarop het onderzoek werd uitgevoerd omschreven en hoe de verzamelde data verwerkt en geanalyseerd werd. De hoofdvraag van dit onderzoek luidde: Hoe sluiten het aanbod van dierenuitvaartzorg en de behoefte onder honden- en katteneigenaren op elkaar aan? Om deze hoofdvraag te kunnen beantwoorden vond een marktonderzoek plaats.

Het onderzoek was explorierend, literatuur over de behoefte aan dierenuitvaartzorg en/of het aanbod hierop aansluit was nog weinig tot niet beschikbaar. Door het onderzoek werd er meer inzicht verkregen in de behoefte van de diereigenaar met betrekking tot dierenuitvaartzorg en het aanbod in de branche.

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden waren de volgende deelvragen opgesteld:

1. Wat zijn de belangrijkste redenen om voor (een vorm van) dierenuitvaartzorg te kiezen?
2. Hoe oriënteren honden- en katteneigenaren zich op dierenuitvaartzorg?
3. Welke factoren vinden honden- en katteneigenaren het belangrijkste bij dierenuitvaartzorg?
4. Welke diensten worden momenteel aangeboden binnen de dierenuitvaartbranche?
5. Hoe stemmen bedrijven werkzaam in de dierenuitvaartbranche hun diensten af op de verschillende behoeften en voorkeuren van honden- en katteneigenaren?

De methode die voor dit onderzoek werd gebruikt was de enquête. Door het inzetten van een enquête kon er snel en gemakkelijk meerdere mensen bereikt worden. Bovendien is het een kwantitatieve methode die gemakkelijk te analyseren en te interpreteren is (Benders, 2023). Voor dit onderzoek werden twee enquêtes uitgezet om zowel het aanbod als de behoefte aan dierenuitvaartzorg in kaart te brengen. Eén enquête werd uitgezet onder de honden- en katteneigenaren en de andere enquête werd uitgezet onder bedrijven werkzaam in de dierenuitvaartbranche (crematoria, resomatoria, begraafplaatsen). De enquête met betrekking tot de vraag naar de dierenuitvaartbranche zal in dit document aangeduid worden als enquête 1. De enquête met betrekking tot het aanbod binnen de dierenuitvaartbranche zal in dit document voortaan aangeduid worden als enquête 2.

Het onderzoek vond plaats in de maand april. De enquêtes zijn gedurende twee tot drie weken uitgezet. Enquête 1 is ingevuld door 320 respondenten en enquête 2 door 21 respondenten.

2.1 Onderzoekseenheden

Dit onderzoek had twee onderzoekseenheden, namelijk alle honden- en katteneigenaren binnen Nederland en alle bedrijven werkzaam binnen de dierenuitvaartbranche. Onder de laatste onderzoekseenheid vallen dierencrematoria, dierenresomatoria en begraafplaatsen. Vanwege de grote groep honden- en katteneigenaren was er gekozen voor een steekproefmethode. Voor de bedrijven in de dierenuitvaartbranche werd een volledige populatiebenadering toegepast om een volledig inzicht in het aanbod te krijgen.

2.2 Onderzoeksmethode

De enquêtes zijn gemaakt met behulp van Google Forms en zijn te vinden in Bijlage II en III. Dit programma heeft geen limiet aan het aantal te ontvangen antwoorden, wat het ideaal maakt voor het verzamelen van grote hoeveelheden gegevens. De beslissing om een online enquête uit te voeren was genomen vanwege het brede bereik en de efficiënte distributie van de enquête. Dit droeg bij aan een grotere respons. Daarnaast maakte een online platform het mogelijk om gegevens gemakkelijk te exporteren voor aanvullende analyse. De enquête bevatte vooral kwantitatieve vragen, aangevuld met enkele kwalitatieve vragen om een beter begrip te krijgen van de standpunten van de

respondenten. De enquête voor honden- en katteneigenaren omvatte meerkeuzevragen, stellingen en open vragen. Voor de stellingen werd een 5-punts Likertschaal gehanteerd, variërend van 'helemaal mee oneens' tot 'helemaal mee eens'. Hierdoor werd niet alleen gemeten of iemand ergens mee eens of oneens is, maar ook in welke mate. De enquête voor bedrijven in de dierenuitvaartbranche bestond uit meerkeuzevragen en open vragen.

Enquête 1 was ontworpen om antwoord te geven op deelvragen 1, 2 en 3. Enquête 2 richtte zich op het beantwoorden van deelvragen 4 en 5.

2.3 Deelvragen

Door middel van deelvragen werd de hoofdvraag met meer diepgang onderbouwd. Per deelvraag werd uitgelegd hoe deze werd beantwoord. Om de deelvragen te kunnen beantwoorden, werd er een enquête uitgezet onder honden- en katteneigenaren én de bedrijven werkzaam in de dierenuitvaartbranche. Dit was de enige onderzoeksmethode die was ingezet tijdens dit onderzoek.

Deelvraag 1: *Wat zijn de belangrijkste redenen om voor (een vorm van) dierenuitvaartzorg te kiezen?*

Deelvraag 1 werd beantwoord door middel van sectie 1 in enquête 1.

De eerste deelvraag geeft meer informatie over de beweegredenen van een honden- of katteneigenaar ten opzichte van dierenuitvaartzorg. Het eerste deel van de enquête vroeg of eigenaren eerder voor dierenuitvaartzorg hebben gekozen en waarom er wel of niet voor gekozen is. Het doel van deze sectie van de enquête was om erachter te komen waarom er voor dierenuitvaartzorg gekozen wordt. Bedrijven werkzaam in de dierenuitvaartbranche kunnen inspelen op deze informatie.

Deelvraag 2: *Hoe oriënteren honden- en katteneigenaren zich op dierenuitvaartzorg?*

Deelvraag 2 werd beantwoord door middel van sectie 2 in enquête 1.

Deze deelvraag gaf meer informatie over hoe honden- en katteneigenaren zich oriënteren op dierenuitvaartzorg. Er is gekeken via welke kanalen informatie verzameld wordt en of zij vooral al nagedacht hebben over dit onderwerp. Het doel was om te achterhalen in hoeverre deze doelgroep bekend is met dierenuitvaartzorg en op welk moment in het proces er actief gezocht wordt naar informatie. Dit vormt een beeld over hoe honden- en katteneigenaren informatie vinden en bereikt kunnen worden.

Deelvraag 3: *Welke factoren vinden honden- en katteneigenaren het belangrijkste bij dierenuitvaartzorg?*

Deelvraag 3 werd beantwoord door middel van sectie 3 in enquête 1.

Door deze vraag te stellen werd er inzicht verschaft in wat de eigenaar het belangrijkste vindt bij de beslissing voor het kiezen voor dierenuitvaartzorg. Heeft de prijs invloed op de keuze of spelen andere factoren een rol? Het doel was om te achterhalen waar de honden- en katteneigenaren op letten tijdens het maken van de keuze voor (een vorm van) dierenuitvaartzorg. Door dit te achterhalen werd duidelijk op welke punten bedrijven uit branche kunnen inspelen.

Deelvraag 4: *Welke diensten worden momenteel aangeboden binnen de dierenuitvaartbranche?*

Deelvraag 4 werd beantwoord door middel van het eerste deel van enquête 2. Deze deelvraag maakte duidelijk welke diensten er aangeboden worden binnen de dierenuitvaartbranche. Hierbij werd gekeken naar de verschillende soorten uitvaartopties die worden aangeboden. Denk bijvoorbeeld aan individuele en collectieve crematie, een begrafenis en herdenkingsmogelijkheden. Door deze informatie te verzamelen werd inzicht verkregen in de variatie in diensten en de trends en ontwikkelingen.

Deelvraag 5: Hoe stemmen bedrijven binnen de dierenuitvaartbranche hun diensten af op de verschillende behoeften en voorkeuren van huisdiereigenaren?

Deelvraag 5 werd beantwoord door middel van het tweede deel van enquête 2. Deze deelvraag richtte zich op de manier waarop bedrijven binnen de dierenuitvaartbranche klantbehoeften in kaart brengen. Worden er aanpassingen gedaan in het dienstaanbod om beter aan de klantverwachting te voldoen? Het doel was om te achterhalen op welke manier deze bedrijven inspelen op de behoeften van de klanten en op welke manier dit bereikt wordt.

2.4 Data verzameling

Enquête 1 is verspreid via sociale media (Facebook, Instagram). Op Facebook was de enquête in verschillende groepen gepost. In de volgende groepen is deze gedeeld: *Rouwen om je huisdier* (13.3K leden), *Hart voor huisdieren* (3.3K leden) en *Katten* (68.7K leden). Er was voor groepen gekozen om zo een groter bereik te creëren voor het verspreiden van de enquête. Daarnaast werd de enquête gedeeld worden via persoonlijke netwerken, zoals familie, werkgevers en studiegenoten. Voor het uitwerken van deze resultaten werd gewerkt middels convenience sample: de respondenten werden geselecteerd op basis van de beschikbaarheid via sociale media en persoonlijke netwerken.

Enquête 2 werd verspreid via persoonlijk mailcontact. Het onderzoek betrof een volledige populatiebenadering. Via mailadressen verkregen via de websites, werd contact gezocht met de bedrijven. Hierdoor was de externe validiteit gegarandeerd en werd selectiebias beperkt. De respondenten vulden beide enquêtes geheel anoniem in.

2.5 Data analyse

Om de resultaten te analyseren, werden de programma's Excel en JASP gebruikt. Nadat de data waren verwerkt en geanalyseerd, zijn de bevindingen verder uitgewerkt in Microsoft Word.

Voor de gesloten vragen werd gebruikgemaakt van beschrijvende statistiek, namelijk de Chi-kwadraattoets. Er is gekeken naar een verband tussen het gebruik maken van dierenuitvaartzorg en het gevoel dat dierenrouw nog niet wordt geaccepteerd wordt. Daarnaast is er ook gekeken of er een verband is tussen de gebruikte informatiebronnen en de voorkeursinformatiebronnen.

De open vragen in de enquêtes zijn geanalyseerd door soortgelijke antwoorden te groeperen in thema's. Deze thematische indeling gaf extra context bij de kwantitatieve resultaten. Op basis van de gecombineerde analyses zijn conclusies getrokken en aanbevelingen geformuleerd die aansluiten bij de centrale onderzoeksvraag.

2.6 Betrouwbaarheid

Voor beide enquêtes werd een betrouwbaarheid van 95% en een foutmarge van 5% aangehouden.

Enquête 1, gericht op honden- en katteneigenaren, werd ingevuld door 320 respondenten. Op basis van een standaard steekproefberekening (Verhoeven, 2020) is bij een grote populatie een minimale steekproef van 385 vereist voor een foutmarge van 5%. Met 320 respondenten komt de foutmarge uit op ongeveer 5,5%, wat acceptabel wordt geacht. Daarmee kunnen de resultaten van enquête 1 als voldoende betrouwbaar en grotendeels representatief worden beschouwd. Mogelijke responsbias wordt beperkt doordat de enquête breed werd verspreid onder verschillende doelgroepen via meerdere kanalen.

Enquête 2, gericht op bedrijven binnen de dierenuitvaartbranche, werd ingevuld door slechts 21 respondenten. Hoewel dit naar schatting circa een derde van het totale aantal bedrijven in Nederland betreft, is de respons relatief klein. De foutmarge ligt hierdoor rond de 21% (Baarda et al., 2021), wat de statistische betrouwbaarheid aanzienlijk beperkt. Daarnaast kan er sprake zijn van zelfselectie: bedrijven met een specifieke betrokkenheid bij het onderwerp waren mogelijk eerder geneigd te reageren. Om deze redenen zijn de uitkomsten van enquête 2 slechts indicatief en niet representatief voor de gehele branche.

3. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek beschreven. De doelstelling van dit onderzoek is om te analyseren in hoeverre het huidige aanbod binnen de dierenuitvaartzorg aansluit bij de behoeften en verwachtingen van de huisdiereigenaren in Nederland. Om dit inzicht te krijgen zijn er twee enquêtes uitgevoerd. Enquête 1 omvat een steekproef van 320 respondenten en richt zich op de algemene ervaringen, opvattingen en keuzes van honden- en katteneigenaren ten aanzien van dierenuitvaartzorg. Enquête 2 omvat 21 respondenten van de bedrijven werkzaam binnen de dierenuitvaartbranche. Deze enquête gaat in op het aanbod en hoe deze bedrijven inspelen op de klantbehoeften. De resultaten van beide enquêtes worden in dit hoofdstuk aan de hand van de deelvragen gepresenteerd. In de volgende paragrafen worden eerst de uitkomsten van enquête 1 beschreven, gevolgd door de resultaten van enquête 2. In Bijlagen D en E zijn de volledige resultaten van de enquêtes te vinden. In Bijlage F bevindt zich de Chi-kwadraat toetsen en kruistabellen.

3.1 Resultaten per deelvraag

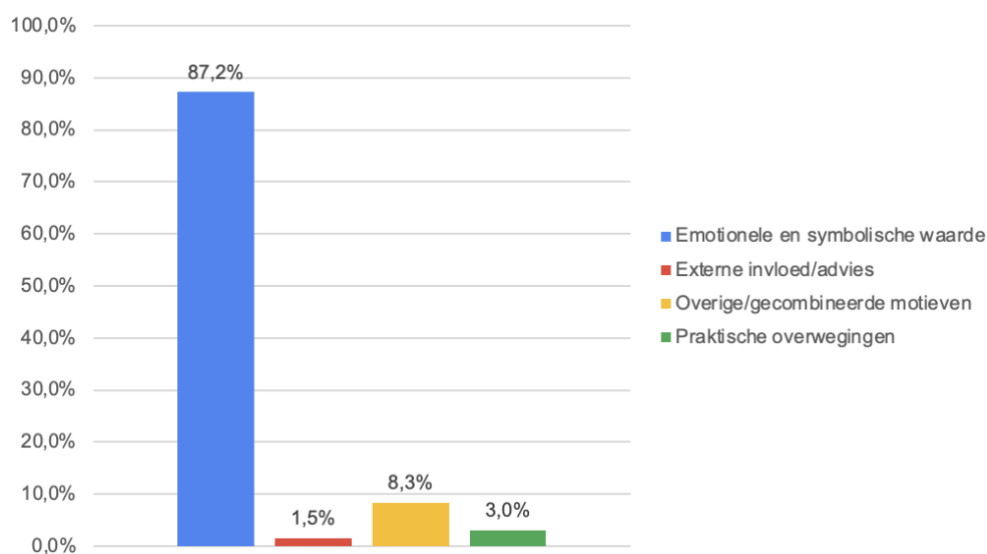
3.1.1 Redenen voor keuze dierenuitvaartzorg

Van de respondenten kiest merendeels wel voor (een vorm van) dierenuitvaartzorg (66,3%), terwijl een derde hier niet voor kiest (33,8%). De redenen waarom huisdiereigenaren kiezen voor dierenuitvaartzorg lopen uiteen, maar emoties en verbondenheid met het dier spelen vaak een centrale rol (Figuur 1). De overgrote meerderheid van de respondenten kiest voor dierenuitvaartzorg vanwege de emotionele en symbolische waarde die dit met zich mee kan brengen. Slechts een klein deel (8,3%) geeft aan hier andere motieven of een combinatie hiervan te hebben.

Niet alle respondenten kiezen voor dierenuitvaartzorg, en de redenen daarvoor zijn divers (Figuur 2). De meest genoemde reden om geen gebruik te maken van dierenuitvaartzorg is vanwege alternatieve keuzes (denk hierbij aan het begraven in eigen tuin). Daarnaast geeft een vierde aan nog niet nagedacht te hebben over dierenuitvaartzorg of hier niet van op de hoogte te zijn. Een aantal respondenten geven aan geen behoefte te hebben aan dierenuitvaartzorg (20,6%), terwijl 15,4% hier geen gebruik van maakt vanwege belemmeringen of negatieve invloeden (denk hierbij aan kosten, locatie, ervaring).

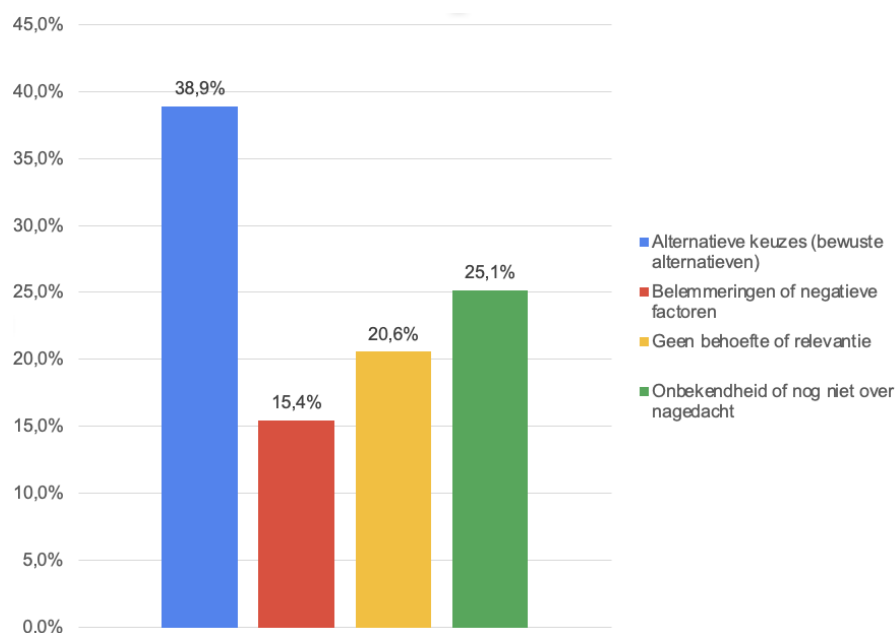
Figuur 1

Wel gekozen voor dierenuitvaartzorg (N=266)



Figuur 2

Niet gekozen voor dierenuitvaartzorg (N=175)



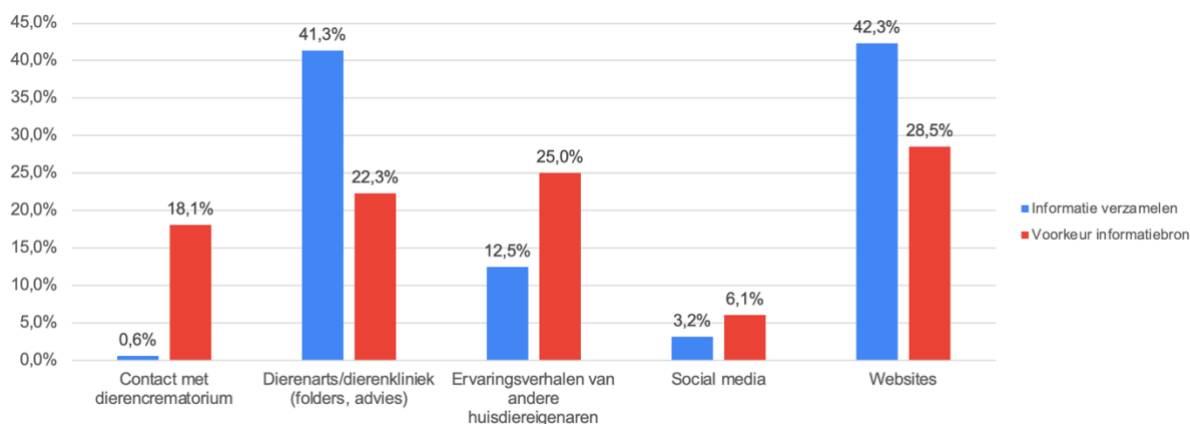
3.1.2 Oriëntatie op dierenuitvaartzorg

Om inzicht te krijgen in hoe honden- en katteneigenaren zich informeren over dierenuitvaartzorg, is onderzocht welke informatiebronnen zij daadwerkelijk gebruiken en welke bronnen zij het liefst zouden willen gebruiken (Figuur 3). De respondenten konden meerdere antwoorden geven, de belangrijkste top vijf is meegenomen. Hieruit blijkt dat er een duidelijk verschil bestaat tussen feitelijk gebruik en voorkeur. De meeste respondenten geven aan informatie te hebben verzameld via websites (42,3%). Ook de dierenarts of dierenkliniek blijkt een belangrijke bron, 41,3% heeft via deze weg informatie ontvangen in de vorm van advies of folders. Daarentegen is contact met het dierencrematorium nauwelijks gebruikt als informatiebron (0,6%), net als sociale media (3,2%) en ervaringsverhalen van andere huisdiereigenaren (12,5%).

Wanneer er gekeken wordt naar de voorkeursinformatiebron, ontstaat er een genuanceerder beeld. De meeste respondenten zouden namelijk het liefst via websites informatie inwinnen (28,5%). Een kwart van de respondenten zou via ervaringsverhalen van andere huisdiereigenaren informatie vergaren. Ook de dierenarts blijft belangrijk als voorkeursbron (22,3%). Opvallend is dat contact met het dierencrematorium, hoewel nauwelijks gebruikt, door 18,1% van de respondenten wel als voorkeur wordt genoemd. Slechts een klein deel van de respondenten zouden sociale media als voorkeursbron gebruiken (6,1%).

Figuur 3

Gebruikte informatiebron en voorkeursinformatiebron (N=320)



3.1.3 Belangrijke keuzefactoren

De derde deelvraag richt zich op de factoren die volgens honden- en katteneigenaren meespelen bij de keuze voor dierenuitvaartzorg. Uit de resultaten blijkt dat er niet een allesbepalende factor is, maar dat verschillende aspecten in meer of mindere mate invloed uitoefenen op het besluitvormingsproces. Een van de factoren is de kostprijs van de uitvaart (12,2%). Even belangrijk wordt de kwaliteit en professionaliteit van de uitvaartzorg gevonden, wat laat zien dat niet alleen financiële overwegingen, maar ook vertrouwen in een zorgvuldige uitvoering een grote rol speelt. Hoewel de kostprijs het vaakst als belangrijke factor wordt genoemd, blijkt uit de antwoorden ook dat dit niet voor iedereen doorslaggevend is (40,3%). Daartegenover staat 37,8% van de respondenten die aangeeft dat de prijs wel enigszins meeweegt.

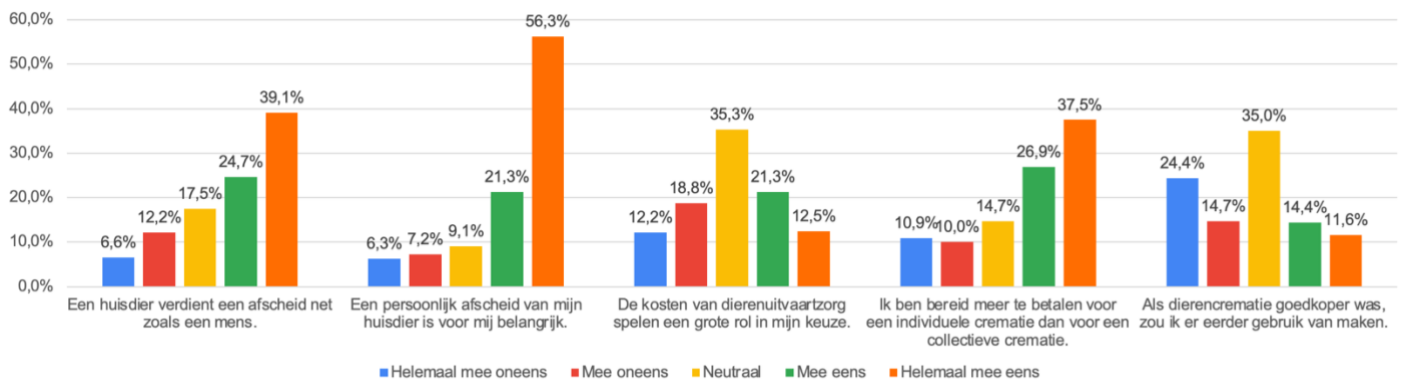
Ook meer persoonlijke elementen blijven van betekenis. Zo geven meerdere respondenten aan dat persoonlijke aandacht tijdens de dienstverlening voor hen zwaar weegt (10,5%). Daarnaast kan de locatie van het crematorium of begraafplaats invloed hebben (10,1%). Ervaringen en beoordelingen van anderen worden eveneens meegenomen in de afweging; 9,0% laat zich vooral hierdoor leiden. Voor anderen zit de waarde juist in de manier waarop de uitvaart persoonlijk gemaakt kan worden. Denk aan persoonlijke begeleiding en ondersteuning (8,9%) of het kunnen kiezen uit verschillende soorten uitvaarten (8,4%). Ook inspiratie voor tastbare herinneringen wordt als belangrijk gezien door een deel van de respondenten (8,3%).

De resultaten uit de stellingen geven een verdiepend inzicht in hoe honden- en katteneigenaren het afscheid en de rouw rond het huisdier ervaren (Figuur 4a en b). Merendeels van respondenten vindt dat het verlies van een huisdier nog onvoldoende serieus genomen wordt binnen de maatschappij en zijn het er (helemaal) mee eens dat dit verlies vaak wordt onderschat (75,7%). Bovendien blijkt er een significant verband te bestaan tussen de laatste opvatting en het wel of niet gebruikmaken van dierenuitvaartzorg ($X^2 = 9.914$, $vg = 4$, $p = 0.042$). Daarnaast blijkt dat persoonlijke betrokkenheid bij het afscheid belangrijk wordt gevonden (56,3%). Zo hecht een aanzienlijk deel van de respondenten waarde aan de mogelijkheid om het dier zelf naar het crematorium te brengen (35,0%). Ook de behoefte aan emotionele ondersteuning komt duidelijk naar voren: een vergelijkbaar percentage geeft aan het fijn te zouden vinden als iemand hen zou begeleiden bij het rouwproces (35,9%). Op het gebied van informatievoorziening is er ruimte voor verbetering. Veel honden- en katteneigenaren geven aan dat zij zich niet goed geïnformeerd voelen over de mogelijkheden van dierenuitvaartzorg (35,3%). Tot slot speelt ook de financiële toegankelijkheid een rol. Bijna een derde van de

respondenten geeft aan eerder gebruik te zouden maken van dierenuitvaartzorg als de kosten vergoed zouden worden via een verzekering (30,9%). Hoewel de emotionele ondersteuning duidelijk naar voren komt, geeft maar 25% aan een uitvaartverzorger voor dieren in te willen schakelen.

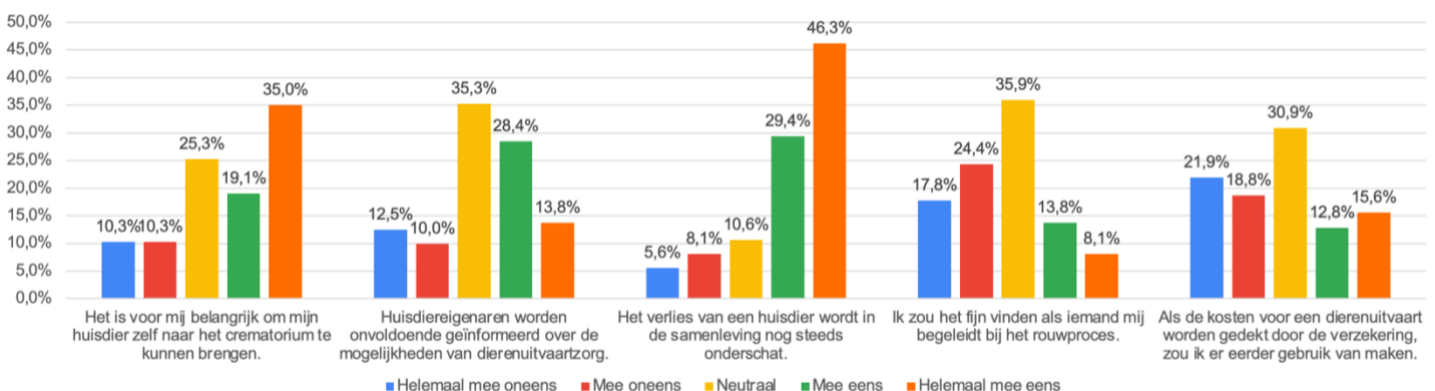
Figuur 4a

Stellingen (N=320)



Figuur 4b

Stellingen (N=320)



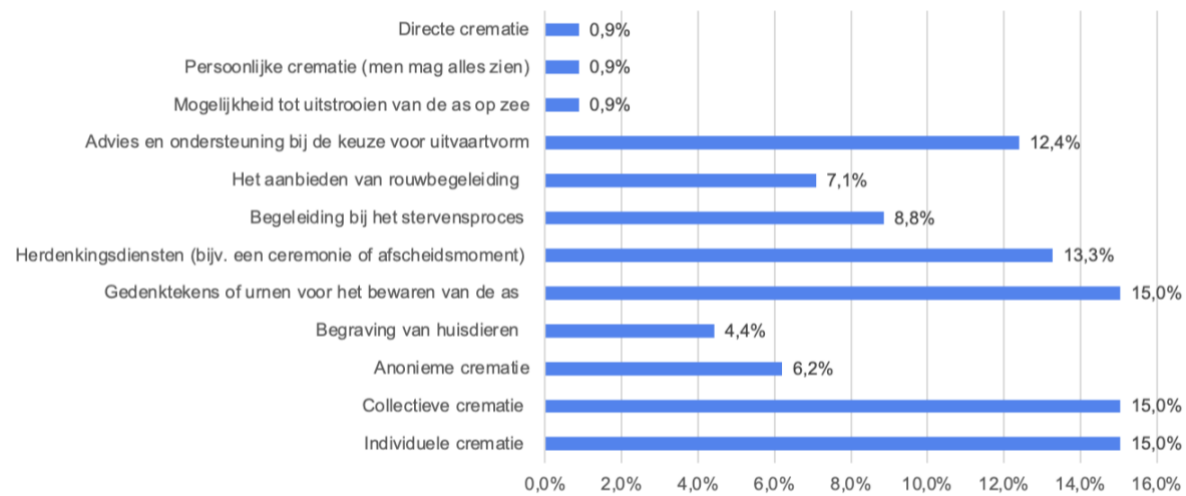
3.1.4 Huidige dienstenaanbod

Deze deelvraag gaat over de enquête uitgezet onder de bedrijven binnen de dierenuitvaartbranche. De vierde deelvraag geeft inzicht in het aanbod binnen de dierenuitvaartbranche zoals dat door de respondenten is aangegeven (Figuur 5). Uit de resultaten blijkt dat individuele crematie, collectieve crematie, gedenktekens en urnen het vaakst worden aangeboden (15,0%). Ook herdenkingsdiensten en advies bij het kiezen van een passende uitvaartvorm maken regelmatig deel uit van het aanbod (13,4% en 12,4%). Wanneer er gekeken wordt naar aanvullende diensten, valt op dat vooral de verkoop van urnen en handgemaakte herinneringen een prominente plaats inneemt binnen het aanbod (30,9%). Een rouwceremonie of viering wordt in mindere mate aangeboden (13,2%), en ook fotografie of videografie als herinnering aan het afscheid komt minder vaak voor (10,3%).

Op het gebied van logistieke ondersteuning blijkt dat veel aanbieders de mogelijkheid bieden om het overleden huisdier op te halen bij de dierenarts (25,3%). Ook het ophalen van het dier bij de eigenaar thuis of op een andere locatie gebeurt regelmatig (beide 24,1%). Daarnaast biedt een deel van de uitvaartbedrijven de optie voor eigenaren om hun huisdier zelf naar het crematorium te brengen (22,8%).

Figuur 5

Huidige diensten binnen de dierenuitvaartbranche (N=21)



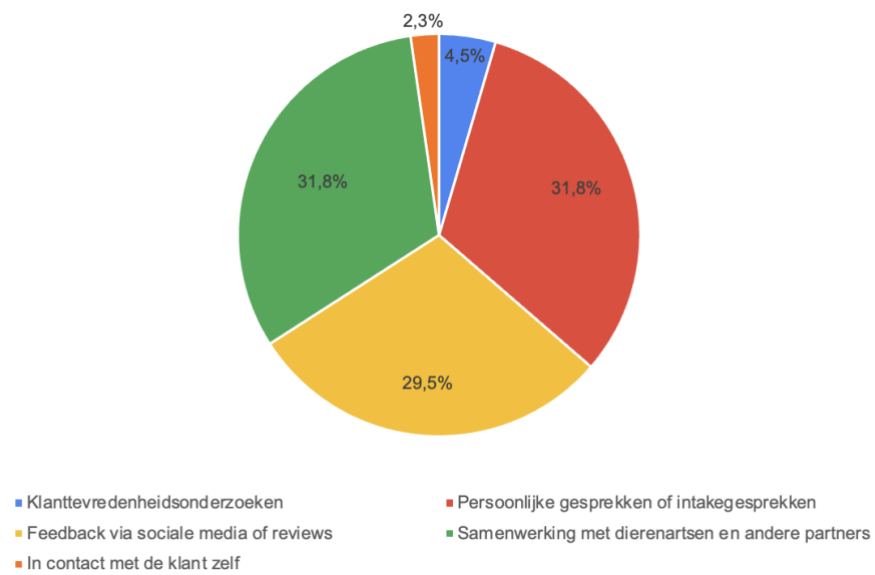
3.1.5 Afstemming op klantbehoeften

Deze deelvraag gaat over de enquête uitgezet onder de bedrijven binnen de dierenuitvaartbranche. De laatste deelvraag brengt in kaart op welke manier bedrijven inspelen op de behoeften van hun klanten. Om in contact te komen met klanten maken de meeste respondenten gebruik van hun website (17,1%), gevolgd door emailverkeer (16,3%) en telefonisch contact (15,4%). Ook sociale media worden ingezet als communicatiemiddel, waarbij Facebook het meest wordt genoemd (12,2), gevolgd door Instagram (6,5%). Daarnaast worden folders bij de dierenarts verspreid om klanten te informeren (16,3%) en vinden er persoonlijke gesprekken plaats om direct contact te leggen (11,4%).

Wanneer het gaat om het daadwerkelijk inspelen op klantbehoeften (Figuur 6), blijken vooral persoonlijke gesprekken of intakegesprekken belangrijk (31,8%). Ook samenwerking met dierenartsen of andere partners wordt veelvuldig ingezet om beter aan te sluiten bij de wensen van de klant (31,8%). Verder maakt een aanzienlijk deel van de respondenten gebruik van feedback die via sociale media of online reviews wordt verkregen (29,5%). Tot slot is gevraagd of bedrijven hun diensten hebben aangepast op basis van signalen uit de praktijk. Een groot deel van de respondenten geeft aan geen nieuwe diensten te hebben geïntroduceerd (42,9%).

Figuur 6

Manier van klantenfeedback (N=21)



4. Discussie

In dit hoofdstuk worden de bevindingen van het onderzoek besproken aan de hand de deelvragen. Hierbij wordt een kritische reflectie gegeven op de gebruikte onderzoeksmethode, worden de resultaten vergeleken met bestaande literatuur en wordt de reikwijdte van de resultaten beschreven.

Het doel van dit onderzoek is om te analyseren in hoeverre het huidige aanbod binnen de dierenuitvaartzorg aansluit bij de behoeften en verwachtingen van de huisdiereigenaren in Nederland. Door inzicht te krijgen in zowel het bestaande dienstenaanbod als de wensen van de eigenaren, kunnen eventuele verschillen worden ontdekt. Op deze informatie kan de huidige en toekomstige dierenuitvaartmarkt zich ontwikkelen om beter aan te sluiten bij de behoeften van potentiële klanten.

4.1 Discussie per deelvraag

4.1.1 Redenen voor keuze dierenuitvaartzorg

Deelvraag 1 ging over de redenen voor het kiezen van (een vorm van) dierenuitvaartzorg onder honden- en katteneigenaren. Uit de resultaten van enquête 1 blijkt dat een ruime meerderheid (66,3%) van de respondenten gebruikt maakt van dierenuitvaartzorg. Dit laat zien dat er ruime interesse is voor een afscheid voor huisdieren. De redenen om te kiezen voor (een vorm van) dierenuitvaartzorg zijn uiteenlopend. Zo vinden de meeste respondenten dat het huisdier bij het gezin hoort en daarom een respectvol afscheid verdiend. Dit benadrukt de diepe emotionele band die mensen opbouwen met huisdieren. Deze bevindingen sluiten aan bij wat er in de literatuur al beschreven staat over humanisering van huisdieren. Van der Waa et al. (2020) en Walsh (2009a) beschrijven dat huisdieren steeds vaker een vergelijkbare sociale rol innemen als menselijke gezinsleden. Dit kan leiden tot rouwreacties die vergelijkbaar zijn met het verlies van een persoon.

Het verlies van een huisdier kan intense emoties oproepen die vergelijkbaar zijn met het verlies van een persoon. Volgens Stroebe et al. (2010) is rouwverwerking essentieel om psychische en fysieke klachten te voorkomen. Bij dit onderzoek van Stroebe et al. wordt het belang van een gezonde balans tussen verliesgerichte en herstelgerichte coping benadrukt. Als mensen hierin onvoldoende ondersteund worden, bijvoorbeeld doordat de samenleving het verlies van een huisdier als ‘minder ernstig’ beschouwt, kunnen deze mensen vastlopen in het rouwproces. Dit benadrukt hoe belangrijk het is om ook het verlies van een dier serieus te nemen in rouwverwerking.

Daarentegen kiest een derde van de respondenten niet voor dierenuitvaartzorg. Deze respondenten kiezen liever voor een eigen, persoonlijke manier van afscheid nemen. Niet iedereen voelt de behoefte aan formele uitvaartzorg, dit hoeft echter niet te betekenen dat het dier van mindere betekenis was. Het begrip disenfranchised grief weergeeft het ontbreken van erkenning van verdriet om een huisdier in de maatschappij. Dit kan betekenen dat er minders snel gekozen wordt voor formele rouwrituelen of uitvaartdiensten (Spain et al., 2019). Een deel van de respondenten geeft aan nog niet over dierenuitvaartzorg nagedacht te hebben (25,1%). Wat ook opvalt is dat merendeels van de respondenten bekend is met de verschillende diensten binnen dierenuitvaartzorg. Aan het begin van het onderzoek werd verwacht dat een aanzienlijk deel van de respondenten niet bekend zou zijn met dierenuitvaartzorg. De veronderstelling was dat dit gebrek aan bekendheid een belemmering zou vormen voor het gebruik ervan. Uit de resultaten blijkt echter dat slechts een kleine 10% van de respondenten aangaf niet bekend te zijn met dierenuitvaartzorg. Een mogelijke reden voor dit verschil is dat bepaalde vormen van dierenuitvaartzorg veel bekender zijn dan andere opties. Dit sluit aan bij de bevindingen van Cooney, et al. (2021), die aantonen dat het merendeel van de huisdiereigenaren kiest voor een eenvoudige crematie of begrafenis via een vertrouwde aanbieder. Dit gebeurt vaak in samenwerking met de eigen dierenarts.

4.1.2 Oriëntatie op dierenuitvaartzorg

Deelvraag 2 ging over de manier waarop honden- en katteneigenaren zich oriënteren en inlezen op dierenuitvaartzorg. Websites (42,3%) en dierenartsen (41,3%) zijn momenteel de belangrijkste informatiekkanalen. De resultaten tonen aan dat er een duidelijk verschil bestaat tussen de huidige informatiebronnen over dierenuitvaartzorg en de voorkeuren van honden- en katteneigenaren. Toch wordt de dierenarts vooral passief ingezet, bijvoorbeeld door het aanbieden van folders, en minder vaak als actief adviseur of begeleider. Uit onderzoek van Cooney et al. (2021) blijkt dat hoewel eigenaren grote waarde hechten aan ondersteuning vanuit de dierenartspraktijk, deze ondersteuning vaak beperkt blijft tot medische zorg en praktische afhandeling. Denk hierbij aan euthanasie en het regelen van crematie. Er ligt hier dus een kans voor dierenartsen om een actievere rol te vervullen, door bijvoorbeeld informatie aan te bieden over uitvaartopties, door te verwijzen naar rouwbegeleiding of door ruimte te bieden voor een kort nagesprek na het inslapen. De wens om ervaringsverhalen van andere huisdiereigenaren te raadplegen (25,0%) laat zien dat mensen op zoek zijn naar herkenning, geruststelling en sociale bevestiging. Deze behoefte is momenteel onderbelicht in de praktijk. Dierenuitvaartbedrijven die actief zijn op sociale media kunnen hierin een rol vervullen. Het delen van blogs via de bedrijfswebsite, het plaatsen van korte video's op platforms zoals Facebook, Instagram of het verwerken van ervaringsverhalen in nieuwsbrieven draagt bij aan een persoonlijker en laagdrempeligere informatievoorziening. Met name platforms waarop visuele en ervaringsgerichte content effectief wordt gedeeld, bieden mogelijkheden om beter aan te sluiten bij wensen van de doelgroep en het vertrouwen in de dienstverlening te vergroten. Deze bevindingen sluiten aan bij het systematisch overzicht van Cleary et al. (2022). Hierin wordt benadrukt dat rouw om huisdieren vaak gepaard gaat met gevoelens van isolement en dat herkenbare ervaringen van andere eigenaren een belangrijke bron van ondersteuning vormen. Wellicht zou dit mensen kunnen trekken naar de websites en platforms van dierenuitvaartzorgondernemers, waardoor de bekendheid mogelijk stijgt.

Wat opvalt is dat het contact met het dierencrematorium nauwelijks plaatsvindt (0,6%) terwijl 18,1% aangeeft deze bron als voorkeur te hebben. Dit suggereert dat crematoria (en andere dierenuitvaartbedrijven) mogelijk onvoldoende zichtbaar of benaderbaar zijn voor honden- en katteneigenaren. Dat roept de vraag op: waarom vindt dit contact zo weinig plaats, ondanks duidelijke interesse? Een belangrijke verklaring ligt in de rol van de dierenarts. Fernandez-Mehler et al. (2013) ontdekten dat 91% van de eigenaren de dierenarts ziet als primaire informatiebron over de bestemming van het lichaam na euthanasie en 33% noemde de dierenarts als contact voor rouwondersteuning. Dit kan betekenen dat wanneer dierenartsen geen actieve informatie verstrekken over uitvaartopties of niet doorverwijzen naar gespecialiseerde bedrijven, veel eigenaren deze diensten mogelijk niet bereiken. Hetzelfde geldt voor sociale media (gebruikt door slechts 3,2%), terwijl dit in andere sectoren een belangrijker middel is geworden om emotionele betrokkenheid te creëren. De humane sector maakt steeds vaker gebruik van digitale marketingstrategieën, zoals sociale media, zoekmachineoptimalisatie (SEO), betaalde advertenties (PPC) en videomarketing om de zichtbaarheid te vergroten. Onderzoek van Nansen et al. (2017) laat zien dat sociale media een belangrijke rol spelen in het toegankelijk maken van rouwverwerking en in het promoten van uitvaartdiensten. Dit is wellicht ook een geschikt communicatiemiddel voor de dierenuitvaartzorg.

4.1.3 Belangrijke keuzefactoren

Deelvraag 3 ging over de belangrijkste factoren die meespelen bij het maken van de keuze voor dierenuitvaartzorg volgens honden- en katteneigenaren. Bij de beslissing om wel of geen gebruik te maken van dierenuitvaartzorg blijkt er geen sprake van een allesbepalende factor. Respondenten noemen meerdere elementen die meespelen in hun afweging. Een groot deel van de respondenten geeft aan dat de kostprijs van de uitvaart slechts een beperkte (37,8%) of zelfs geen (40,3%) rol speelt in de beslissing om wel of geen dierenuitvaart te regelen. Dit wijst erop dat emotionele factoren, zoals de behoefte aan een waardig afscheid, voor veel eigenaren zwaarder wegen dan financiële overwegingen. Tegelijkertijd wordt de kostprijs wél het vaakst genoemd als doorslaggevende factor bij respondenten die twifelen of zij gebruik willen maken van dierenuitvaartzorg (12,2%). Dit lijkt tegenstrijdig, maar laat zien dat prijs met name een rol speelt in situaties van twijfel of beperkte overtuiging. Voor de sector betekent dit dat het belangrijk is om de waarde van de dienstverlening beter zichtbaar te maken. Dit kan bijvoorbeeld door transparante communicatie over kosten in verhouding tot de geboden ondersteuning en emotionele meerwaarde. Andere genoemde doorslaggevende factoren, zoals professionaliteit, persoonlijke aandacht, locatie en de mogelijkheid tot persoonlijke invullingen, bevestigen dat het hier gaat om een totaalbeleving. Klanten zijn op zoek naar zorgvuldigheid, erkenning van hun gevoelens en flexibiliteit in de uitvoering van het afscheid. Onderzoek bij menselijke uitvaartdiensten toont aan dat families de professionaliteit en empathie van uitvaartverzorgers zeer waarderen. Aspecten zoals actieve luistervaardigheid, flexibiliteit en het oppikken van emotionele signalen zijn cruciaal voor een betekenisvol afscheid (Aoun et al., 2019).

Opvallend zijn ook de stellingen waarin respondenten aangeven dat het verlies van een huisdier vaak wordt onderschat en de rouw niet serieus wordt genomen (75,7%) en dat zij behoefte hebben aan begeleiding tijdens het rouwproces (35,9%). Ook de mogelijkheid om zelf het dier naar het crematorium te brengen wordt gewaardeerd (35,0%). Deze cijfers benadrukken de niet alleen de noodzaak om dierenrouw serieus te nemen en emotionele ondersteuning te bieden, maar ook om deze dienstverlening zichtbaar te maken. Daarentegen geeft ongeveer een kwart van de respondenten aan een uitvaartverzorger voor dieren te willen inschakelen ter ondersteuning. Dit suggereert dat er nog onduidelijkheid bestaat tussen de behoefte aan erkenning van dierenrouw en het daadwerkelijk betrekken van een professional. Wanneer uitvaartbedrijven hier expliciet aandacht aan besteden, vergroot dit de herkenning en erkenning van dierenrouw onder huisdiergeïnenaren. Een beter zichtbare en empathische benadering draagt bij aan het normaliseren van rouw om dieren en verstevigt tegelijkertijd de maatschappelijke positie van de dierenuitvaartsector. Deze ontwikkeling wordt ondersteund door het onderzoek van Behler et al. (2020), waarin wordt aangetoond dat veel mensen het huisdier als een volwaardig gezinslid beschouwen. Hierdoor kan het verlies ervan een vergelijkbaar rouwgevoel geven als het verlies van een menselijk familielid. De auteurs benadrukken dat deze rouw vaak onvoldoende wordt erkend door de omgeving. Dit kan leiden tot onzichtbare rouw die gevoelens van isolement, schuld en langdurige emotionele nood kan versterken. Onderzoek laat zien dat onerkende rouw, zowel bij dieren als bij mensen, geassocieerd is met een verhoogd risico op depressie, angst, trage rouwverwerking en zelfs lichamelijke klachten zoals slaapproblemen (Pihkala & Aaltola, 2025). Juist daarom is het belangrijk dat dierenuitvaartzorg niet alleen praktisch, maar ook emotioneel ondersteunend is.

Dit benadrukt tevens het belang van tijdige bewustwording. Sommige huisdiereigenaren denken al na over het afscheid terwijl het dier nog leeft en gezond is. Deze eigenaren willen weten wat er mogelijk is, wat hun wensen zijn en wat daarbij komt kijken. In de humane palliatieve zorg is uitgebreid beschreven dat anticiperende rouw en voorafgaande besluitvorming bijdragen aan meer regie, minder stress in de laatste levensfase en een beter rouwproces bij nabestaanden (Steinhauser et al., 2000). Een vergelijkbare benadering kan waardevol zijn binnen de dierenuitvaartzorg, waarbij openheid en vroegtijdige informatievoorziening eigenaren kan helpen om bewuster, rustiger en persoonlijker afscheid te nemen.

4.1.4 Huidige dienstenaanbod

Deelvraag 4 ging over het huidige dienstenaanbod onder bedrijven actief in de dierenuitvaartbranche. Uit het onderzoek blijkt dat bedrijven in de branche vooral basisdiensten leveren. Denk hierbij aan individuele en groepscrematie, urnen en ophalen van het dier. Hoewel dit aansluit op de praktische behoefte, blijkt uit de enquête onder honden- en katteneigenaren deze doelgroep ook waarde te hechten aan rituelen, emotionele ondersteuning en persoonlijke begeleiding.

Volgens Romanoff & Terenzio (1998) helpen rituelen bij het verwerken van verlies. Rituelen bieden structuur en betekenis. Het beperkte aanbod van emotionele ondersteuning suggereert dat bedrijven zich nog te weinig richten op de emotionele dimensie van het afscheid. Uit onderzoek blijkt echter dat een onvolledig rouwproces rond huisdieren, voornamelijk bij ongeaccepteerde rouw (disenfranchised grief), kan leiden tot langdurige emotionele stress, depressie en sociaal isolement (Park et al., 2023). Tegelijkertijd missen dierenuitvaartbedrijven hiermee een strategische kans: reclame en social media zijn juist effectiever wanneer ze emoties oproepen en klanten emotioneel raken. Door emotionele verhalen en steun expliciet zichtbaar te maken in de marketing, kunnen deze bedrijven zowel klanten ondersteunen in hun rouwproces als hun eigen zichtbaarheid vergroten (Bhargavi, 2024).

4.1.5 Afstemming op klantbehoeften

Deelvraag 5 ging over de manier van diensten afstemmen op de klantbehoeften bij de bedrijven actief binnen de dierenuitvaartbranche. In een eerdere deelvraag bleek al dat de communicatie tussen klant en aanbieder voornamelijk plaatsvindt via websites en dierenartsen. In deze paragraaf ligt de nadruk echter niet op de informatiedeling vooraf, maar op het actief betrekken van klanten na afloop van de dienstverlening. Uit het onderzoek blijkt dat dierenuitvaartondernemers vooral communiceren via folders bij dierenartsen, persoonlijke gesprekken en bedrijfswebsites. Sociale media worden daarbij opvallend weinig ingezet, terwijl dit in andere sectoren juist een belangrijk kanaal is om klanten te bereiken. Wat betreft het peilen van klantbehoeften gebeurt dit met name via persoonlijke gesprekken of via samenwerkingen met dierenartsen. Hoewel dit waardevolle contactmomenten kunnen zijn, ontbreekt het vaak aan een gestructureerde aanpak.

Slechts een enkeling gebruikt klanttevredenheidsonderzoeken of systemische evaluaties. Hierdoor is het risico groot dat signalen uit de praktijk niet worden vastgelegd of doorvertaald naar verbeteringen in de dienstverlening. Daarnaast geeft een groot deel van de bedrijven aan de afgelopen jaren geen nieuwe diensten te hebben ontwikkeld op basis van de klantbehoeften. Slechts enkele aanbieders noemen voorbeelden als het toevoegen van persoonlijke herinneringsproducten of het digitaliseren van het aanmeldproces. Dit is opvallend, zeker in een branche waarin maatwerk, persoonlijke aandacht en emotionele ondersteuning centraal staan. Het ontbreken van vernieuwing op basis van klantinput kan duiden op een gemiste kans om beter aan te sluiten bij veranderen de verwachtingen van huisdiereigenaren. Payne et al. (2008) stellen dat bedrijven die structureel klantfeedback verzamelen en verwerken, beter presteren op het gebied van klanttevredenheid, loyaliteit en innovatievermogen. Ook Macaulay (2018) benadrukt dat het actief luisteren naar klanten, via bijvoorbeeld enquêtes, reviews of evaluatiegesprekken, bijdraagt aan verbeterde dienstverlening, hogere klantloyaliteit en een sterker imago.

4.2 Reflectie methode

De gebruikte onderzoeksmethode, de enquêtes, waren over het algemeen een goede keus. Met deze methode is er op een efficiënte manier inzicht verkregen in de bekendheid, motieven, behoeften en keuzes van honden- en katteneigenaren rondom dierenuitvaartzorg. Door zowel gesloten als open vragen te gebruiken, kon er niet alleen kwantitatieve data worden verzameld maar ook kwalitatieve informatie over emoties en beweegredenen. Dit past goed bij het onderwerp, waarin zowel cijfers als persoonlijke beleving van belang zijn. Bovendien is een enquête laagdrempelig, waardoor het toegankelijk is voor een brede doelgroep (Baarda, 2013). Dit is voornamelijk terug te zien aan de hoeveelheid respondenten van enquête 1 en de resultaten. Er zijn echter enkele aandachtspunten naar voren gekomen. Om de resultaten beter te kunnen vergelijken met elkaar, zou in het vervolg de enquêtes beter op elkaar aan kunnen sluiten. Daarnaast kan overwogen worden om diepte interviews te gebruiken. Hierdoor wordt de 'waarom' nog duidelijker en wordt er een betere beantwoording verkregen. Verder konden de vragen uit de enquêtes betrouwbaarder en representatiever gemaakt worden door deze te baseren op een theoretisch model, zoals het SERVQUAL-model. Door de enquêtevragen te structureren rond dit model, zou er gericht inzicht verkregen zijn in de behoeften van honden- en katteneigenaren en waar mogelijk verbeterpunten liggen. Dit zou meer analytische diepgang hebben geboden dan de huidige opzet. Ook waren merendeels van de vragen gesloten vragen, hierdoor kan in dit onderzoek diepgang missen. Bij inzet van meer open vragen hadden vragen zoals waarom mensen een voorkeur hebben voor een bepaalde uitvaartvorm en welke factoren het zwaarst wegen meer inzicht gegeven. Een aantal vragen waren wel openvragen, deze waren lastiger te analyseren. Doordat respondenten zelf de vraag konden invullen, waren de antwoorden lastiger te interpreteren. Dit is opgelost door het gebruik van AI met de vraag om de antwoorden te clusteren.

Daarnaast is enquête 1 voornamelijk via sociale media gedeeld, waardoor vooral honden- en katteneigenaren die actief zijn op deze platforms werden bereikt. Dit kan invloed hebben gehad op de resultaten. Zo is het mogelijk dat mensen zonder sociale media, zoals bepaalde leeftijdsgroepen of minder digitaal vaardige huisdiereigenaren, ondervertegenwoordigd zijn. Ook kan het zijn dat eigenaren met een grotere betrokkenheid bij hun huisdier sneller geneigd waren om te reageren, waardoor de resultaten mogelijk een positiever of meer betrokken beeld geven dan gemiddeld. Hierdoor is er een kans dat de uitkomsten niet volledig representatief zijn voor de hele doelgroep. Verder was in enquête 1 bij één van de vragen technisch onjuist ingesteld. De respondenten konden bij de vraag over de bekendheid van de uitvaartoepies slechts één antwoord aanvinken, terwijl dit een meerkeuze vraag had moeten zijn. Hierdoor is mogelijk niet alle relevante informatie verzameld over welke opties respondenten daadwerkelijk kennen.

Ook in de tweede enquête zijn aandachtspunten gevonden. Na reflectie van deze enquête viel op dat de vragen en antwoordopties meer gericht zijn op dierencrematoria en resomatoria en minder op de dierenbegraafplaatsen. Hierdoor was het voor deze respondenten soms wat lastig om de enquête in te vullen. Ook werd gevraagd naar de omzet (in €) van de bedrijven. Dit had echter anders verwoord kunnen worden. Het direct vragen naar een exact bedrag kan als gevoelig of te direct worden ervaren, waardoor respondenten mogelijk afzien van het beantwoorden of bewust onnauwkeurige informatie geven. Dit vergroot het risico op sociaal wenselijke antwoorden of non-respons en kan leiden tot scheve of niet representatieve resultaten. Daarnaast is niet iedere respondent (bijvoorbeeld medewerkers of vrijwilligers) op de hoogte van de precieze omzet, waardoor onnauwkeurig of op basis van inschatting antwoord kan worden gegeven. Door bijvoorbeeld te vragen naar de hoeveelheid uitvaarten per jaar wordt er ook een beeld geschetst over de omzet van het bedrijf, maar met minder gevoelige informatie.

Daarnaast was bij de vraag over de capaciteit van het bedrijf niet duidelijk uitgelegd wat er met het woord capaciteit bedoeld werd. Na een tip van één van de respondenten werd duidelijk waarom het een onduidelijke vraag was. Er werd met capaciteit bedoeld of de bedrijven genoeg vraag krijgen en genoeg medewerkers hiervoor hebben. Maar capaciteit kan meer omvatten, bijvoorbeeld hoeveel ovens, hoeveel uitvaarten per dag of hoeveel medewerkers. Dit was niet duidelijk afgebakend. Verder kon de wijze van verspreiding van enquête 2 anders aangepakt worden. Tijdens dit onderzoek is er een mail verspreid onder de bedrijven, gevolgd door een herinneringsmail. Deze aanpak leverde echter een beperkte respons op. Mogelijk kwam dit doordat de mails niet persoonlijk genoeg waren, in spamfolders terechtkwamen of geen directe aanleiding boden om deel te nemen. Voor een effectievere respons had de verspreiding persoonlijker en gericht aangepakt kunnen worden. Dit had uitgevoerd kunnen worden via telefonisch contact of bestaande netwerken, zodat er meer respons gegenereerd zou zijn. Van ongeveer 10 bedrijven kon geen e-mailadres gevonden worden. Hierdoor is niet de volledige populatie bereikt. Aangezien het onduidelijk is of deze bedrijven een specifiek type dienst aanbiedt, kan dit de representativiteit van de resultaten beïnvloeden.

Om een betrouwbaarheidsniveau van 95% te hanteren, waren er voor enquête 2 idealiter 57 respondenten nodig. Uiteindelijk hebben 21 respondenten meegedaan aan dit gedeelte van het onderzoek. Het gewenste betrouwbaarheidsniveau is niet bereikt en dit houdt in dat het onderzoek minder representabel kan zijn voor de sector. Echter kan het toch waardevolle inzichten geven, mede doordat de respondenten een breed scala aan diesneten binnen de sector vertegenwoordigd. Er zijn bedrijven opgenomen die een crematorium, resomatorium, begraafplaats of een combinatie hiervan aanbieden. Dit zorgt ervoor dat de uitkomsten niet alleen relevant zijn voor één specifieke dienstvorm, maar een breder beeld geven van hoe verschillende onderdelen van de dierenuitvaartsector denken over de onderwerpen van de enquête. Tegelijkertijd moet erkend worden dat het beperkte aantal deelnemers invloed kan hebben op de generaliseerbaarheid van de resultaten. Er kunnen bijvoorbeeld meningen ontbreken van bedrijven die niet vertegenwoordigd zijn. Desondanks geven de resultaten wel richting aan trends en aandachtspunten binnen de sector.

4.3 Reikwijdte resultaten: wat kan de doelgroep ermee?

De resultaten van dit onderzoek bieden waardevolle inzichten voor bedrijven die actief zijn binnen de dierenuitvaartbranche. Met name komt naar voren dat honden- en katteneigenaren behoefte hebben aan meer persoonlijke begeleiding, duidelijke informatievoorziening voorafgaand aan het afscheid en ruimte voor eigen invulling van het uitvaartproces. Daarnaast blijkt dat veel eigenaren al nadenken over het afscheid terwijl het dier nog leeft en dat de prijs voor de meeste mensen pas een doorslaggevende rol speelt wanneer twijfel over het nut van een uitvaart aanwezig is. Ook is zichtbaar dat klantfeedback slechts beperkt wordt benut, terwijl dit juist een kans biedt om het aanbod beter af te stemmen op de wensen van de doelgroep. Zowel startende bedrijven als bestaande bedrijven kunnen deze inzichten gebruiken om hun dienstverlening klantgerichter, toegankelijker en betekenisvoller in te richten. Daarnaast kunnen de resultaten helpen bij het signaleren van knelpunten of kansen in de huidige dienstverlening. Zo blijkt dat communicatie nog voornamelijk via traditionele kanalen verloopt, terwijl veel klanten behoefte hebben aan toegankelijke en persoonlijke informatie, bijvoorbeeld via sociale media of ervaringsverhalen. Ook blijkt uit het onderzoek dat slechts een klein deel van de bedrijven klantfeedback structureel inzet om het aanbod te verbeteren, wat wijst op een gemiste kans om beter aan te sluiten bij klantbehoeften. Tegelijkertijd geven veel eigenaren aan waarde te hechten aan persoonlijke aandacht en flexibiliteit in het afscheid. Door op deze punten in te spelen, kunnen bedrijven zich onderscheiden van concurrenten en hun positionering in de markt versterken.

Naast deze bedrijven kunnen ook andere instanties profiteren van de resultaten van dit onderzoek. Denk hierbij bijvoorbeeld aan dierenartsenpraktijken, die hun rol als eerste aanspreekpunt bij het overlijden van een huisdier kunnen versterken door beter in te spelen op de behoeften van honden- en katteneigenaren rondom afscheid en rouw. Ook dierenuitvaartverzorgers kunnen de inzichten gebruiken om hun dienstverlening beter af te stemmen op klantverwachtingen door bijvoorbeeld meer aandacht te besteden aan zichtbaarheid op sociale media of emotionele ondersteuning. Iedereen die werkzaam is binnen de dierenbranche en honden- en katteneigenaren begeleidt of informeert over de mogelijkheden, kan de eerder besproken inzichten benutten om eigenaren beter te informeren en begeleiden bij het maken van keuzes rondom het afscheid van het huisdier. Door beter inzicht te krijgen in de wensen, verwachtingen en overwegingen van de honden- en katteneigenaren, kunnen deze professionals de advisering en dienstverlening hierop afstemmen.

5. Conclusie & aanbevelingen

In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag van dit onderzoek: 'Hoe sluiten het aanbod van dierenuitvaartzorg en de behoefte onder honden- en katteneigenaren op elkaar aan?'.

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden zijn de volgende deelvragen opgesteld:

1. Wat zijn de belangrijkste redenen om voor (een vorm van) dierenuitvaartzorg te kiezen?
2. Hoe oriënteren honden- en katteneigenaren zich op dierenuitvaartzorg?
3. Welke factoren vinden honden- en katteneigenaren het belangrijkste bij dierenuitvaartzorg?
4. Welke diensten worden momenteel aangeboden binnen de dierenuitvaartbranche?
5. Hoe stemmen bedrijven werkzaam in de dierenuitvaartbranche hun diensten af op de verschillende behoeften en voorkeuren van honden- en katteneigenaren?

Op basis van de resultaten en de literatuur wordt per deelvraag een conclusie geformuleerd. Vervolgens wordt een overkoepelend antwoord gegeven op de hoofdvraag.

5.1 Conclusies per deelvraag

5.1.1 Redenen voor keuze dierenuitvaartzorg

Het doel van de eerste deelvraag was om de belangrijkste redenen om voor (een vorm van) dierenuitvaartzorg te kiezen inzichtelijk te maken. Uit het onderzoek blijkt dat de belangrijkste motieven voor het gebruik van dierenuitvaartzorg voortkomen uit de emotionele verbondenheid. Respondenten noemen vooral de liefde voor het dier, het belang van een waardig afscheid en het recht doen aan de betekenis van het dier in hun leven. Het verlies wordt regelmatig vergeleken met dat van een menselijk familielid en het afscheid dient dan ook een symbolische en troostende functie. Ook speelt het bewaren van tastbare herinneringen, zoals de as of een aandenken, een belangrijke rol waarin de dierenuitvaartzorg kan voorzien. Bij respondenten die bewust afzien van dierenuitvaartzorg komt de keuze vooral voort uit de wens om het dier op een andere persoonlijke manier te herdenken. De meest genoemde reden hiervoor was het begraven van het dier in eigen tuin of herdenken op een andere manier. Daarnaast speelden praktische bezwaren zoals kosten of afstand, en een gebrek aan kennis over de beschikbare mogelijkheden een kleinere rol in de keuze om geen gebruik te maken van dierenuitvaartzorg.

5.1.2 Oriëntatie op dierenuitvaartzorg

Het doel van de tweede deelvraag was om inzicht te creëren in hoe honden- en katteneigenaren oriënteren op dierenuitvaartzorg. De oriëntatie op dierenuitvaartzorg gebeurt momenteel vooral via websites en informatie van dierenartsen. Hoewel deze kanalen effectief zijn in het aanbieden van praktische informatie, blijkt dat de gewenste vorm van communicatie verschilt. Respondenten spreken een duidelijke voorkeur uit voor toegankelijke, persoonlijke en herkenbare informatie, bijvoorbeeld in de vorm van ervaringsverhalen, informele gesprekken of via sociale media.

Deze behoefte laat zien dat het niet alleen gaat om het 'wat' van de informatie, maar ook om de 'hoe'. Respondenten willen zich begrepen voelen, erkenning ervaren en hun vragen laagdrempelig kunnen stellen. De wens tot betere informatievoorziening speelt ook in op het feit dat veel eigenaren al voor het overlijden nadenken over het afscheid. Tijdige communicatie is daarom essentieel. Contact met dierencrematoria en sociale media worden momenteel weinig gebruikt, ondanks dat deze bronnen wél als waardevol worden gezien en juist op de bovengenoemde factoren kunnen inspelen. Dit wijst op een afwijking tussen informatiebehoeften en informatieaanbod.

5.1.3 Belangrijke keuzefactoren

Het doel van de derde deelvraag was om de belangrijkste factoren volgens honden- en katteneigenaren bij dierenuitvaartzorg overzichtelijk te maken. Bij het maken van keuzes rondom de uitvaart blijken emotionele, praktische en contextuele factoren met elkaar verweven. Respondenten noemen als belangrijkste overwegingen de wens tot een persoonlijk en respectvol afscheid, de mogelijkheid om zelf keuzes te maken (zoals individuele crematie of het bijwonen van het afscheid) en de betrokkenheid van de uitvaartverzorger. Daarnaast hechten veel eigenaren waarde aan persoonlijke aandacht, de kwaliteit en professionaliteit van de dienstverlening en de mogelijkheid tot het bewaren van een tastbaar aandenken. Ondanks de nadruk op emotionele ondersteuning overweegt slechts een vierde van de respondenten om een uitvaartverzorger voor dieren in te schakelen. Secundaire factoren spelen een kleinere rol, zoals de locatie van het bedrijf, de uitstraling van de faciliteiten en het vertrouwen dat wordt gewekt in de communicatie. Hoewel de kostprijs door sommigen als belangrijk wordt ervaren, blijkt deze voor de meeste respondenten geen doorslaggevende rol te hebben. Pas wanneer twijfel ontstaat over het nut of de noodzaak van een uitvaart, wordt prijs een meer bepalende factor. Opvallend is dat veel honden- en katteneigenaren aangeven zich onvoldoende serieus genomen te voelen in de rouw om het verlies van een dier. Dit wijst op een maatschappelijk taboe en benadrukt het belang van erkenning en passende begeleiding.

5.1.4 Huidige dienstenaanbod

Het doel van de vierde deelvraag was om de huidige diensten binnen de dierenuitvaartbranche in kaart te brengen. De dierenuitvaartbranche biedt voornamelijk diensten aan op het gebied van crematie, waarbij individuele crematie het meest wordt gekozen. Daarnaast bieden veel bedrijven herdenkingsproducten aan zoals urnen, pootafdrukken of sieraden. Aanvullende diensten zoals handgemaakte herinneringen en herdenkingsmomenten zijn wel beschikbaar, maar worden minder vaak aangeboden. Rituele of ceremoniële diensten, zoals rouwbegeleiding of fotografie, zijn zelden onderdeel van het standaardaanbod. Meer persoonlijke en emotioneel ondersteunende diensten blijven relatief onderbelicht. Uit de resultaten blijkt echter dat hier wél een duidelijke behoefte aan is onder honden- en katteneigenaren. Consumenten geven aan waarde te hechten aan persoonlijke begeleiding, erkenning en ruimte voor eigen invulling van het afscheid. Het huidige aanbod sluit hierin slechts gedeeltelijk aan bij de wensen van de doelgroep. Opvallend is dat sommige ondernemers wel aangeven hierin stappen te willen zetten, maar dat deze mogelijkheden nog niet breed beschikbaar zijn.

5.1.5 Afstemming op klantbehoeften

Het doel van de vijfde deelvraag was om inzicht te krijgen in hoe bedrijven actief binnen de branche hun aanbod aanpassen aan de behoeften en voorkeuren van honden- en katteneigenaren. Het aanbod binnen de dierenuitvaartzorg sluit deels aan op de wensen en behoeften van eigenaren, vooral in praktische zin. Diensten als crematie, het ophalen van het dier en het aanbieden van herinneringsproducten worden over het algemeen positief gewaardeerd. Echter, op het gebied van emotionele ondersteuning, persoonlijke aandacht en zichtbaarheid in de voorbereidende fase blijven belangrijke behoeften onbenut. Bedrijven zetten verschillende communicatiemiddelen in, zoals websites, e-mail, telefoon en sociale media, en werken vaak samen met dierenartsen. Ook persoonlijke gesprekken spelen een belangrijke rol bij het afstemmen van de dienstverlening. Alle respondenten doen aan een vorm van klantfeedback. Toch blijkt dat veel bedrijven hun aanbod nog niet actief aanpassen op basis van klantfeedback of veranderende behoeften. Dit wijst op een verbeterpunt in klantgericht werken en het benutten van signalen uit de praktijk.

5.2 Conclusie hoofdvraag

Deze studie richtte zich op de vraag hoe het aanbod van dierenuitvaartzorg en de behoefte onder honden- en katteneigenaren op elkaar aansluiten. Uit dit onderzoek blijkt dat het aanbod van dierenuitvaartzorg grotendeels aansluit op de praktische behoeften van honden- en katteneigenaren, zoals het regelen van een crematie en het aanbieden van herinneringsproducten. Deze diensten worden op veel locaties professioneel en met zorg uitgevoerd. Toch laat het onderzoek zien dat de sector nog onvoldoende inspeelt op de meer persoonlijke, emotionele en informatieve behoeften van klanten. Eigenaren zoeken meer ruimte voor beleving, persoonlijke betrokkenheid en erkenning van hun verlies. Opvallend is dat slechts een klein deel van de respondenten aangeeft een dierenuitvaartverzorgster te willen inschakelen, terwijl deze rol wel gewaardeerd wordt vanwege de emotionele begeleiding. Hoewel uitvaartbedrijven wel inzetten op persoonlijke gesprekken en samenwerkingen met dierenartsen, wordt klantfeedback nog onvoldoende structureel gebruikt om het aanbod te verbeteren of vernieuwen. Ook laten veel bedrijven kansen liggen op het gebied van communicatie via ervaringsverhalen en proactieve voorlichting.

Om beter aan te sluiten op de behoeften van honden- en katteneigenaren, is het essentieel dat bedrijven in de dierenuitvaartzorg meer aandacht besteden aan persoonlijke communicatie, maatwerk, erkenning van dierenrouw, klantbetrokkenheid en toegankelijke informatie. Dit vraagt om een meer empathische, flexibele en toekomstgerichte benadering van dienstverlening. Niet alleen wordt hiermee beter aangesloten op de beleving van de klant, ook draagt dit bij aan de professionele ontwikkeling en maatschappelijke positionering van de dierenuitvaartzorg.

5.3 Aanbevelingen

5.3.1 Praktijk

Korte termijn

Op basis van de bevindingen is het raadzaam bedrijven in de dierenuitvaartbranche actiever inspelen op de behoeften van honden- en katteneigenaren. Dit geldt voor zowel kleine uitvaartondernemers als grotere dienstverleners met eigen crematoria, resomatoria of begraafplaatsen. Een eerste stap hierin is het structureel verzamelen en benutten van klantfeedback. Dit kan onder andere door het inzetten van klanttevredenheidsonderzoeken na afloop van de dienstverlening, het aanbieden van digitale evaluatieformulieren via de website of het voeren van evaluatiegesprekken na de uitvaart. Ook het actief verzamelen en analyseren van online reviews kan waardevolle inzichten opleveren. Op basis van deze informatie kunnen gerichte verbeteringen worden doorgevoerd in het aanbod, zoals uitbereiding van keuzemogelijkheid in herinneringsproducten, optimalisatie van informatievoorziening of verfijning van de klantbenadering tijdens het uitvaartproces. Extra aandacht voor zichtbaarheid en toegankelijkheid in de voorbereidende fase van het afscheid biedt aanvullende kansen voor verbetering.

Lange termijn

Bedrijven werkzaam binnen de dierenuitvaartbranche en dierenartsen kunnen investeren in een samenwerking voor toegankelijke en proactieve voorlichting over de afscheidsopties. Gezamenlijke inzet op toegankelijke voorlichting draagt bij aan betere ondersteuning. Dit kan gerealiseerd worden door middel van informatieve folders op centrale locaties, websites en sociale media. Daarnaast kan op organisatieniveau geïnvesteerd worden in deskundigheidbevordering op het gebied van rouwbegeleiding en communicatie, bijvoorbeeld via training van medewerkers. Door afscheid bespreekbaar te maken in een vroeg stadium, ontstaat meer ruimte voor voorbereiding, keuzevrijheid en een betekenisvol afscheid dat beter aansluit bij de wensen van de eigenaar. Aandacht voor timing en een empathische benadering zijn daarbij essentieel.

5.3.2 Vervolgonderzoek

Dit onderzoek had een brede doelgroep. Om meer diepte te krijgen in het onderzoek zou er bij vervolgonderzoek gekeken kunnen worden naar specificatie van de doelgroep, bijvoorbeeld alleen katteneigenaren of eigenaren die recent een huisdier hebben verloren. Hierdoor kunnen verschillen in behoeften, beleving en keuzes binnen de doelgroep beter worden begrepen. Een concreet vervolgonderzoek zou kunnen bestaan uit kwalitatieve diepte interviews met huisdiereigenaren die wel of juist niet voor dierenuitvaartzorg kiezen. Hiermee kan dieper worden ingegaan op de emotionele beleving, rouwverwerking en persoonlijke motieven, die in dit kwantitatieve onderzoek slechts globaal aan bod zijn gekomen. Dit sluit aan bij de bevinding dat de emotionele ondersteuning rondom het afscheid vaak ontbreekt, terwijl hier wel behoefte aan blijkt te zijn.

Een andere richting is het uitvoeren van een experimenteel onderzoek naar communicatievormen binnen de dierenuitvaartbranche. Dit kan bijvoorbeeld gedaan worden door een A/B test op sociale media, waarbij wordt onderzocht welke vorm van informatie het meest effectief is in het aanspreken van de doelgroep. Dit zou waardevol zijn voor dienstverleners, gezien de lage inzet van social media ondanks een aanwezige wens onder honden- en katteneigenaren om via dat kanaal geïnformeerd te worden.

Daarnaast zou een vervolgonderzoek zich kunnen richten op de rol van dierenartsen in het afscheidstraject. Dit kan bijvoorbeeld door enquêtes of interviews uitgevoerd worden om te onderzoeken in hoeverre zij betrokken zijn bij het informeren over uitvaartmogelijkheden en welke knelpunten of behoeften zij zelf ervaren.

Tot slot kan het nuttig zijn om een klanttevredenheidsonderzoek onder gebruikers van dierenuitvaartdiensten op te zetten. Hierin wordt specifiek gekeken naar elementen van dienstverlening zoals communicatie, empathie, nazorg en rituelen. Dit zou bij voorkeur gebaseerd kunnen worden op het SERVQUAL-model om gestructureerd inzicht te krijgen in sterke en zwakke punten binnen de sector.

Deze voorstellen bouwen voort op de bevindingen van dit onderzoek en dragen bij aan een betere aansluiting van dienstverlening op klantbehoeften en aan de verdere professionalisering en zichtbaarheid van de dierenuitvaartsector.

Bronnenlijst

- Agarwal, N., & Somaini, P. (2022). *Demand Analysis under latent Choice Constraints* (NBER Working Paper No. 29993). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w29993>
- Aoun, S. M., Lowe, J., Christian, K. M., & Rumbold, B. (2019). Is there a role for the funeral service provider in bereavement support within the context of compassionate communities?. *Death studies*, 43(10), 619–628. <https://doi.org/10.1080/07481187.2018.1506835>
- Baarda, B., Bakker, E., Julsing, M., Fischer, T., & van Vianen, R. (2021). *Basisboek Methoden en Technieken: Kwantitatief praktijkgericht onderzoek op wetenschappelijke basis* (7^e druk). Noordhoff Uitgevers.
- Behler, A. M. C., Green, J. D., & Joy-Gaba, J. (2020). “We lost a member of the family”: Predictors of the grief experience surrounding the loss of a pet. *Human-Animal Interaction Bulletin*, 8(1), Article hai.2020.0017. <https://doi.org/10.1079/hai.2020.0017>
- Bhargavi, L. M. (2024). The role of emotional appeal in modern advertising: A study on role of e-advertisement on consumer buying behaviour. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 5 (1), 141-153. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i1.2024.1697>
- CBS. (2024). *Huishoudens nu*. Geraadpleegd op 20 november 2024, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/woonsituatie/huishoudens-nu>
- Cleary, M., West, S., Thapa, D. K., Westman, M., Vesk, K., & Kornhaber, R. (2022). Grieving the loss of a pet: A qualitative systematic review. *Death studies*, 46(9), 2167–2178. <https://doi.org/10.1080/07481187.2021.1901799>
- Collombon, L. (2024). *Jan magazine: Het is tijd dat het taboe op rouw om (huis)dieren verdwijnt, vindt deze GZ-psycholoog*. Geraadpleegd op 1 februari 2025, van <https://www.jan-magazine.nl/psyche/a60278964/rouw-huisdieren/>
- Cooney, K. A., Kogan, L. R., Brooks, S. L., & Ellis, C. A. (2021). Pet owners’ expectations for pet end-of-life support and after-death body care: Expectations and practical applications. *Topics in Companion Animal Medicine*, 43(1), 10053. <https://doi.org/10.1016/j.tcam.2020.100503>
- Darling Ingredients. (2024). *About*. Geraadpleegd op 18 oktober 2024, van <https://www.darlingii.com/nl-nl/about>
- Darling Ingredients. (2024). *Rendac*. Geraadpleegd op 18 oktober 2024, van <https://www.darlingii.com/nl-NL/rendac>
- De laatste aai. (2025). *Herdenkingsproducten*. Geraadpleegd op 3 juni 2025, van <https://www.delatsteeai.nl/collections/memorial-beelden>
- DELA. (2019). *Plaatsing eerste elektrische crematieoven van Nederland*. Geraadpleegd op 27 januari 2025, van <https://www.dela.nl/over-dela/nieuws-en-media/20190213-plaatsing-eerste-elektrische-crematieoven-van-nederland>
- Dierenbegraafplaats Vennenberg. (2025). *Grafkist hond of kat bestellen*. Geraadpleegd op 3 juni 2025, van <https://vennenberg.nl/grafkist-hond-of-kat-bestellen/>

- Dierencrematoria Hestia. (z.d.). *Over ons*. Geraadpleegd op 27 januari 2025, van <https://www.dierencrematoriumhestia.be/over-ons>
- Dierenuitvaartcentrum Venlo. (z.d.). *Resomeren huisdier*. Geraadpleegd op 1 februari 2025, van <https://ducvenlo.nl/resomeren-huisdier/>
- Fernandez-Mehler, P., Gloor, P., Sager, E., Lewis, F. I., & Glaus, T. M. (2013). Veterinarians' role for pet owners facing pet loss. *The Veterinary record*, 172(21), 555. <https://doi.org/10.1136/vr.101154>
- Keijzer, E. E., Kok, H. J. G. (2011). TNO-rapport: *Milieueffecten van verschillende uitvaarttechnieken*. p. 53-54. Geraadpleegd op 28 januari 2025, van <https://publications.tno.nl/publication/34612319/wtbYt0/TNO-2014-R11303.pdf>
- Keijzer, E. (2016). The environmental impact of activities after life: life cycle assessment of funerals. *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 22, 719. <https://doi.org/10.1007/s11367-016-1183-9>
- Mota-Rojas, D., Mariti, C., Zdeinert, A., Riggio, G., Mora-Medina, P., del Mar Reyes, A., Gazzano, A., Domínguez-Oliva, A., Lezama-García, K., José-Pérez, N., Hernández-Ávalos, I. (2021). Anthropomorphism and Its Adverse Effects on the Distress and Welfare of Companion Animals. *Animals*, 11 (11), 3263 <https://doi.org/10.3390/ani11113263>
- Nansen, B., Kohn, T., Arnold, M., van Ryn, L., & Gibbs, M. (2017). *Social Media in the Funeral Industry: On the Digitization of Grief*, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61 (1), 73-89, <https://doi.org/10.1080/08838151.2016.1273925>
- Nederlandse Vereniging van Preparateurs. (2025). *Informatie*. Geraadpleegd op 18 oktober 2024, van <https://prepareren.nl/informatie/>
- NVG. (2024). *Bijna 9 op de 10 Nederlanders heeft een huisdier of ooit gehad*. Geraadpleegd op 20 november 2024, van <https://www.nvg-diervoeding.nl/nieuws/bijna-9-op-de-10-nederlanders-heeft-een-huisdier-of-ooit-gehad/>
- NVWA. (z.d.). *Wat moet u doen met dode gezelschapsdieren*. Geraadpleegd op 18 oktober 2024, van <https://www.nvwa.nl/onderwerpen/kadavers-verwijderen-van-dode-dieren/wat-moet-u-doen-met-dode-gezelschapsdieren>
- OHRA. (2022). *Klantonderzoek: 1 op de 3 vindt dat zorg voor hond of kat goede voorbereiding op kinderen*. Geraadpleegd op 16 januari 2025, van <https://www.ohra.nl/over-ohra/nieuws/1-op-de-3-vindt-zorg-voor-hond-of-kat-goede-voorbereiding-op-kinderen>
- Overheid.nl. (2012). *Regeling dierlijke bijproducten*. Geraadpleegd op 18 oktober 2024, van <https://wetten.overheid.nl/BWBR0032462/2023-10-01>
- Park, R. M., Royal, K. D., & Gruen, M. E. (2023). A Literature Review: Pet Bereavement and Coping Mechanisms. *Journal of applied animal welfare science : JAAWS*, 26(3), 285–299. <https://doi.org/10.1080/10888705.2021.1934839>

- Payne, A. F., Storbacka, K., & Frow, P. (2008). *Managing the co-creation of value*. Journal of the Academy of Marketing Science, 36(1), 83–96. <https://doi.org/10.1007/s11747-007-0070-0>
- Petfarewell. (z.d.). Geraadpleegd op 3 juni 2025, van <https://www.petfarewell.nl>
- Pihkala, P., & Aaltola, E. (2025). *Animal ethical mourning: Types of loss and grief in relation to non-human animals*. Frontiers in Veterinary Science, 12, Article 1526302. <https://doi.org/10.3389/fvets.2025.1526302>
- Robinson, G. M. (2021). Dying to Go Green: The Introduction of Resomation in the United Kingdom. *Religions* 12 (2), 5-6. <https://doi.org/10.3390/rel12020097>
- Romanoff, B. D. (1998). Rituals and the grieving process. *Death Studies*, 22(8), 697–711. <https://doi.org/10.1080/074811898201227>
- Spain, B., O'Dwyer, L., & Moston, S. (2019). Pet Loss: Understanding Disenfranchised Grief, Memorial Use, and Posttraumatic Growth. *Anthrozoös*, 32(4), 555–568. <https://doi.org/10.1080/08927936.2019.1621545>
- Steinhauser, K. E., Christakis, N. A., Clipp, E. C., McNeilly, M., McIntyre, L., & Tulsky, J. A. (2000). Factors considered important at the end of life by patients, family, physicians, and other care providers. *JAMA*, 284(19), 2476-2482. <https://doi.org/10.1001/jama.284.19.2476>
- Stroebe, M., & Schut, H. (2010). The Dual Process model of Coping with Bereavement: A Decade On. *OMEGA – Journal of Death and Dying*, 61(4), 273-289. <https://doi.org/10.2190/OM.61.4.b>
- Taylor, N. (2011). Anthropomorphism and the Animal Subject. In *Brill eBooks. Anthropocentrism: Human, Animals and Environment*. (pp. 266). Brill. <https://doi.org/aeres.idm.oclc.org/10.1163/ej.9789004187948.i-348.61>
- Tinley Academie. (z.d.). *Uitvaartverzorger voor dieren*. Geraadpleegd op 20 november 2024, van <https://www.tinleyacademie.nl/lesaanbod/uitvaartverzorger-voor-dieren>
- Universiteit Utrecht. (z.d.). *Dierdonorcodicil*. Geraadpleegd op 18 oktober 2024, van <https://www.uu.nl/organisatie/veterinaire-service-en-samenwerking/dierdonorcodicil>
- University of New England. (2025). *End of life pet doula*. Geraadpleegd op 17 januari 2025, van <https://online.une.edu/continuing-education/professional-certificates/end-of-life-pet-doula-certificate/>
- Van der Waa, E., Cappers, W., Cramwinckel, L., Endenburg, N., Fuchs, P., Henken, S., & Niessen, S. (2020). Levenseinde van huisdieren: Begeleiding, afscheid en rouw. **Diergeneeskundig Memorandum**, 67(1). ISSN 0417-4631.
- Verhoeven, N. (2020). *Wat is onderzoek? Praktijkboek voor methoden en technieken voor het hbo* (6^e druk). Boom Uitgevers.
- Volpe, S. (2023). Watercrematie, de zachte crematie van de toekomst. *Vedias beroepsinfo*, 2, 32-34.

- Voshaar, G. (2020). Nieuwe cijfers: meer dan 27 miljoen huisdieren in Nederland. *Dibevo vakblad*, 5, 28-29. Geraadpleegd op 17 januari 2025, van <https://edepot.wur.nl/542974>
- Walsh, F. (2009a). Human-Animal Bonds I: The Relational Significance of Companion Animals. *Family process*, 48 (4), 459-583. <https://doi-org.aeres.idm.oclc.org/10.1111/j.1545-5300.2009.01296.x>
- Walsh, F. (2009b). Human-Animal Bonds II: The Role of Pets in Family Systems and Family Therapy. *Family process*, 48 (4), 459-583. <https://doi-org.aeres.idm.oclc.org/10.1111/j.1545-5300.2009.01297.x>

Bijlagen

Bijlage A. Overzicht dierencrematoria, -resomatoria en -begraafplaatsen

Groningen:

Huisdierencrematorium Stadskanaal

Dierenbegraafplaats De Garst

Friesland:

Huisdieren Crematorium Noord Nederland

Dierenuitvaartcentrum Resoma

Dierencrematorium Domesticus

Dierenbegraafplaats Larixhof

Drenthe:

Dierenuitvaartcentrum Smilde

Dierenbegraafplaats Emmen

Dierenbegraafplaats de Marand

't Hunebed Dierenbegraafplaats

Overijssel:

Dierencrematorium Veenrust

Dieren/Paarden Crematorium Twente

Dierencrematorium Xuux

Dierenbegraafplaats Vennenberg

Dierenuitvaartcentrum Oost Nederland

Dierenbegraafplaats Zwolle

Flevoland:

Dierenuitvaartcentrum Flevoland

Dierenuitvaartcentrum Anubis

Gelderland:

Huisdierencrematorium de Engelenburg

Dierencrematorium Apeldoorn

Kolleweidenhof Dierencrematorium en
begraafplaats

Huisdierencrematorium Amadeus

Dierencrematorium Nijmegen-Arnhem

Dierencrematorium en begraafplaats

Grebbehof BV

Huisdierencrematorium Midden Nederland

Dierenbegraafplaats Klaverweiden

Dierenbegraafplaats 't Jagtveld

Dierenbegraafplaats Erve ten Holte

Dierenbegraafplaats Medenstein

Dierenbegraafplaats de Passage

Dierenbegraafplaats Brouwerskamp

Utrecht:

Dierenuitvaartcentrum IJsselstein

Noord-Holland:

Dierencrematorium Schagerbrug

Dierencrematorium Heerhugowaard

Dierencrematorium Westerhout

Dierencrematorium Amsterdam D.U.C.

Dierencrematorium Naarden

Dierenbegraafplaats De Stille Weiden

Dierencrematorium Zaanstad

Dierenuitvaarthuis Amsterdam-Zuid

Dierenbegraafplaats Zandvoort

Zuid-Holland:

Dierenbegraafplaats en Crematorium

Groenendijk

Haaglanden Huisdieren crematorium

Dierenuitvaartcentrum Nootdorp

Stichting het Uitvaartcentrum voor Huisdieren

Dierenuitvaartcentrum Rotterdam

Huisdieren Crematorium Drechtsteden

Huisdieren- en paardencrematorium Het

Hoeksche Hof

Dierenbegraafplaats Zevenhoven

Zeeland:

Dierencrematorium Zeeland

Dierenuitvaartcentrum Goes

Noord-Brabant:

Dierenuitvaartcentrum Roosendaal

Dierenbegraafplaats en crematorium Viviana

Dierencrematorium Cinta

Dierencrematorium Memoria

Dierencrematorium Midden Brabant

Natura Nova dierencrematorium

Dierencrematorium en begraafplaats Lieshout

Huisdieren begraaf en crematie centrum

Peelrust

Dierenuitvaartcentrum Uden

Dierencrematorium Novio

Dierenbegraafplaats de Wilgenhof

Limburg:

Dierenuitvaartcentrum Venray

Dierenuitvaartcentrum Venlo

Dierenuitvaartcentrum Roermond

Dierencrematorium Maas en Beek

Dierennatuurbegraafplaats de Aarde

Huisdieren Crematorium Parkstad

Bijlage B. Enquête 1

Beste honden- en/of katteneigenaar,

Hartelijk dank voor uw interesse in deze enquête. Mijn naam is Lilli van de Giessen en ik ben vierdejaars student Diergezondheid en Management aan de Aeres Hogeschool Dronten. Voor mijn afstudeeronderzoek doe ik onderzoek naar de vraag en aanbod binnen de dierenuitvaartbranche en of er ruimte is voor groei.

Deze enquête richt zich op uw behoeften aan dierenuitvaartzorg. Onder dierenuitvaartzorg vallen dierencrematorium, watercrematies, dierenbegrafplaatsen, afscheidsdiensten en herdenkingsmogelijkheden. Ook als u (nog) niet eerder gebruikt heeft gemaakt van dierenuitvaartzorg, kunt u deze enquête invullen. Uw antwoorden zullen waardevolle inzichten geven die bijdragen aan een beter beeld van de klantbehoeften aan dierenuitvaartzorg.

De enquête bestaat uit 20 vragen, en duurt ongeveer 10 minuten. Alle antwoorden zijn volledig anoniem en worden uitsluitend gebruikt voor dit onderzoek.

Alvast bedankt voor uw deelname!

Met vriendelijke groet,

Lilli van de Giessen
Aeres Hogeschool Dronten
Afstudeeronderzoek Diergezondheid en Management

Intro + redenen voor het kiezen van dierenuitvaartzorg (deelvraag 1)

Bent u bekend met dierenuitvaartzorg?

Onder dierenuitvaartzorg vallen onder andere dierencrematoria, dierenbegrafplaatsen, herdenkingsproducten, urnen, uitvaartdiensten.

Ja
Nee

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt het gelijk duidelijk of de respondenten al weet hebben van de dierenuitvaartzorg of dat ze juist nog niet zoveel ervan weten.

Heeft u wel eens gebruik gemaakt van dierenuitvaartzorg?

Ja
Nee

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt duidelijk hoeveel van de respondenten al ervaring hebben met dierenuitvaartzorg.

Waarom kiest u **wel** voor dierenuitvaartzorg? / Waarom heeft u in het verleden voor dierenuitvaartzorg gekozen?

Om mijn huisdier een respectvol afscheid te geven
Omdat mijn huisdier een belangrijk gezinslid was
Om zelf op een mooie manier afscheid te kunnen nemen
Vanwege de mogelijkheid om as of een aandenken te bewaren
Op advies van de dierenarts of andere professional
Anders, namelijk:

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt er een beeld gevormd in de factoren die invloed hebben op de keuzes van de huisdiereigenaar.

Waarom kiest u **niet** voor dierenuitvaartzorg? / Waarom heeft u in het verleden niet voor dierenuitvaartzorg gekozen

Ik vind dit niet nodig

Ik was niet op de hoogte van de mogelijkheden

Ik vond het te duur

Ik heb mijn huisdier op een andere manier begraven of herdacht

Ik heb hier nooit over nagedacht

Anders, namelijk:

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt er een beeld gevormd in de factoren die invloed hebben op de keuzes van de huisdiereigenaar.

Informatievoorziening (deelvraag 2)

Waar zou u als eerste informatie inwinnen over dierenuitvaartzorg?

Dierenarts/dierenkliniek

Sociale media (bijv. Facebook, Instagram)

Websites van dierencrematoria

Familie, vrienden of kennissen

Online forums of ervaringsverhalen

Anders, namelijk:

Onderbouwing: deze vraag maakt duidelijk waar de respondenten als eerste informatie zoeken, waar belanghebbenden weer op in kunnen spelen.

Hoe belangrijk vindt u het om vooraf informatie over dierenuitvaartzorg te verzamelen?

Heel belangrijk, ik wil goed voorbereid zijn

Belangrijk, maar ik zou het pas doen als het nodig is

Neutraal, ik heb er niet echt over nagedacht

Niet belangrijk, ik vertrouw op de dierenarts of andere instanties

Ik wil er nog niets over weten

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt duidelijk hoeveel waarde de respondenten hechten aan informatie vooraf over een dierenuitvaart. Uit de resultaten kan gekeken worden wanneer de respondenten behoefte hebben aan voorlichting.

Welke vorm van informatievoorziening spreekt u het meeste aan? Maak een top 3

Informatieve websites

Folders bij de dierenarts

Social media posts en advertenties

Vakbladen

Persoonlijk advies van een dierencrematorium

Ervaringsverhalen van andere huisdiereigenaren

Anders, namelijk:

Onderbouwing: met deze vraag wordt duidelijk op welke manier respondenten het liefst van informatie voorzien willen worden. Dit kunnen bedrijven gebruiken met het aanspreken van klanten.

Op welke momenten bent u gaan nadenken over een afscheid/uitvaart voor uw huisdier? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Tijdens de aanschaf van mijn huisdier

Toen mijn huisdier ouder werd

Toen mijn huisdier ziek werd

Na het overlijden van mijn huisdier

Nog niet over nagedacht

Anders, namelijk:

Onderbouwing: deze vraag maakt duidelijk wanneer de honden- of katteneigenaar is gaan nadenken over het afscheid van hun huisdier. En laat zien wanneer een bedrijf kan inspelen.

Factoren en invloeden deelvraag 3

Welke factoren vindt u het belangrijkste bij het kiezen van dierenuitvaartzorg voor uw huisdier?

Kies uw top 5

- Kosten van de uitvaart
- Locatie van het crematorium/begraafplaats
- Ervaringen en beoordelingen van anderen
- Persoonlijke begeleiding en ondersteuning
- Keuzevrijheid in soorten uitvaarten
- Duurzaamheid en milieuvriendelijke opties
- Emotionele begeleiding en nazorg (rouwbegeleiding)
- Mogelijkheid tot herdenkingsrituelen
- Persoonlijke aandacht en maatwerk in de dienstverlening
- Beschikbaarheid en bereikbaarheid van de dienstverlener
- Kwaliteit en professionaliteit van de uitvaartzorg
- Inspiratie voor herdenkingsproducten (sieraden, knuffels, foto in glas, etc.)
- Snelle en zorgvuldige afhandeling
- Anders, namelijk:

Onderbouwing: door deze vraag te stellen worden de beweegredenen van de honden- en katteneigenaar duidelijk bij het kiezen van een dierenuitvaartdienst. Dit is handig voor bedrijven in de sector om meer in te spelen op de behoeftes van de klanten.

Een uitvaartverzorger voor dieren (of dierenuitvaartverzorger) begeleidt eigenaren bij het volledige proces van afscheid nemen van hun huisdier. Dit kan vanaf het moment van overlijden, maar ook bij de euthanasie of het regelen van de crematie of begrafenis. Dit beroep wordt sinds 2022 opgeleid via de Tinley Academie. De opleiding richt zich op onderwerpen zoals rouwverwerking, professionele ondersteuning, en de organisatie van een respectvol afscheid. De uitvaartverzorger biedt niet alleen praktische hulp, maar geeft ook emotionele steun en advies over de uitvaart- en herdenkingsmogelijkheden. Het doel is om het afscheid zo waardevol mogelijk te maken voor alle betrokkenen.

Zou u gebruik maken van een uitvaartverzorger voor dieren? Waarom wel/niet?

Open vraag

Onderbouwing: deze vraag wordt gesteld om respondenten te introduceren aan dit relatief nieuwe beroep. Ook zet deze vraag respondenten aan tot nadenken over hulp bij lastige beslissingen over het afscheid van het huisdier.

Afscheid nemen van een huisdier kan op verschillende manieren:

- Begraven: dit kan in uw eigen tuin (onder bepaalde voorwaarden) of op een dierenbegraafplaats.
- Crematie (vuurcrematie): mogelijk als individuele crematie (waarbij de as wordt teruggegeven), collectieve (groeps) crematie of anonieme crematie.
- Resomeren (watercrematie): een nieuwe, milieuvriendelijke methode waarbij het lichaam in een water- en zoutoplossing wordt afgebroken. Individueel en collectief (groep) mogelijk.
- Destructie: dierlijk lichaam wordt verwerkt tot duurzame grondstoffen.
- Donatie aan wetenschap: via het Dierdonorcodicil kunnen bepaalde huisdieren worden ingezet voor onderwijs aan de Universiteit Utrecht.
- Prepareren: het opzetten van een huisdier.

Welke van de bovenstaande opties zijn nieuw voor u?

- Crematie
- Resomatie (watercrematie)
- Begraven
- Destructie
- Beschikbaar stellen voor de wetenschap
- Opzetten van het huisdier

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt er achterhaald met welke afscheidsopties de respondenten al bekend zijn en met welke nog niet.

Welke vorm van afscheid nemen van uw huisdier heeft uw voorkeur?

- Crematie
- Resomatie (watercrematie)
- Begraven
- Destructie
- Beschikbaar stellen voor de wetenschap
- Opzetten van het huisdier

Onderbouwing: door deze directe vraag te stellen wordt er een beeld gecreëerd van de voorkeur van de huisdiereigenaar. Dit geeft de behoefte van de eigenaar weer.

Hoe zou u het liefst afscheid nemen van uw huisdier?

- In een crematorium of begraafplaats met een afscheidsruimte
- Thuis, in een vertrouwde omgeving
- Bij de dierenarts
- Ik hoef geen afscheidsmoment, een eenvoudige crematie is voldoende
- Anders, namelijk:

Onderbouwing: deze vraag geeft de voorkeursplek van afscheid nemen weer van de respondenten.

Wat zou u bereid zijn te betalen voor een crematie?

- Hond, 25 kg, individuele crematie, met afscheidsdienst, as terug
- Kat, 4 kg, individuele crematie, met afscheidsdienst, as terug
- Hond, 25 kg, groepscrematie, geen as terug
- Kat, 4 kg, groepscrematie, geen as terug

Antwoordopties

- Minder dan €100
- €101 – €200
- €201 – €300
- Meer dan €300

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt er een beeld gevormd hoeveel geld de respondenten bereid zijn te betalen voor een afscheid van hun huisdier. Daarnaast kan dit antwoord later vergeleken worden met het aanbod.

Hoeveel invloed heeft de prijs op uw keuze voor een dierenuitvaart?

- Heel veel invloed, ik kies de voordeligste optie
- Enige invloed, ik wil een balans tussen prijs en kwaliteit
- Weinig invloed, ik kies op basis van wat ik het beste vind voor mijn huisdier
- Geen invloed, kosten spelen geen rol in mijn keuze

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt duidelijk of geld een doorslaggevende factor is in het kiezen van dierenuitvaartzorg.

Zou u bereid zijn extra te betalen voor bepaalde diensten, zoals een herdenkingsceremonie of rouwbegeleiding?

Ja, absoluut
Misschien, afhankelijk van de kosten
Nee, dat is voor mij niet nodig
Ik ben verzekerd voor dierenuitvaartzorg

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt de betalingsbereidheid van de respondenten in kaart gebracht. Daarnaast geeft deze vraag ook informatie over de mate waarin honden en katten verzekerd zijn voor dierenuitvaartzorg.

Zou u de as van uw dier terug willen hebben? Waarom wel/niet?

Open vraag

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt achterhaald welke factoren meespelen met het terugkrijgen van de as van het overleden huisdier.

Stellingen Likertschaal 1 (helemaal mee oneens) tot 5 (helemaal mee eens).

Een huisdier verdient een afscheid net zoals een mens.
Een persoonlijk afscheid van mijn huisdier is voor mij belangrijk.
De kosten van dierenuitvaartzorg spelen een grote rol in mijn keuze.
Ik ben bereid meer te betalen voor een individuele crematie dan voor een collectieve crematie.
Als dierencrematie goedkoper was, zou ik er eerder gebruik van maken.
Het is voor mij belangrijk om mijn huisdier zelf naar het crematorium te kunnen brengen.
Huisdiereigenaren worden onvoldoende geïnformeerd over de mogelijkheden van dierenuitvaartzorg.
Het verlies van een huisdier wordt in de samenleving nog steeds onderschat.
Ik zou het fijn vinden als iemand mij begeleidt bij het rouwproces.
Als de kosten voor een dierenuitvaart worden gedekt door de verzekering, zou ik er eerder gebruik van maken.

Onderbouwing: deze stellingen helpen inzicht te krijgen in de houding en voorkeuren van honden- en katteneigenaren met betrekking tot dierenuitvaartzorg. Hierdoor komen de klantbehoeften in beeld en kunnen deze worden afgestemd met de diensten binnen de dierenuitvaartbranche.

Zou u in de toekomst (opnieuw) gebruik maken van dierenuitvaartzorg?

Ja
Nee
Misschien

Onderbouwing: deze vraag laat potentiële nieuwe klanten zien onder de respondenten.

Heeft u nog vragen en/of opmerkingen?

Open vraag

Onderbouwing: door deze vraag te stellen krijgen de respondenten ruimte om feedback te geven over de enquête. Dit is vooral interessant voor tijdens het reflecteren op de onderzoeksmethode.

Bijlage C. Enquête 2

Geachte heer/mevrouw,

Hartelijk dank voor uw interesse in deze enquête. Mijn naam is Lilli van de Giessen en ik ben vierdejaars student Diergezondheid en Management aan de Aeres Hogeschool Dronten. Voor mijn afstudeeronderzoek doe ik onderzoek naar de vraag en aanbod binnen de dierenuitvaartbranche.

Deze enquête richt zich op uw aanbod binnen de dierenuitvaartbranche. Uw antwoorden zullen waardevolle inzichten geven die bijdragen aan een beter beeld van het aanbod binnen dierenuitvaartzorg en of er ruimte is voor groei. De enquête bestaat uit 20 vragen, en duurt 10 minuten. Alle antwoorden zijn volledig anoniem en worden uitsluitend gebruikt voor dit onderzoek.

Alvast bedankt voor uw deelname!

Met vriendelijke groet,

Lilli van de Giessen
Student Aeres Hogeschool Dronten
Afstudeeronderzoek Diergezondheid en Management

Diensten in de branche deelvraag 4

Tot welk type onderneming behoort uw bedrijf binnen de dierenuitvaartzorg?

- Crematorium
- Resomatorium
- Uitvaartcentrum
- Begraafplaats
- Anders, namelijk:

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt duidelijk welke soort bedrijven de enquête hebben ingevuld.

Welke van de volgende diensten biedt uw bedrijf aan? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Individuele crematie
- Collectieve crematie
- Anonieme crematie
- Begraving van huisdieren
- Gedenktekens of urnen voor het bewaren van de as
- Herdenkingsdiensten (bijv. een ceremonie of afscheidsmoment)
- Begeleiding bij het stervensproces
- Het aanbieden van rouwbegeleiding
- Advies en ondersteuning bij de keuze voor uitvaartvorm
- Anders, namelijk:

Onderbouwing: deze vraag geeft een overzicht van de aangeboden diensten en helpt trends of specialisaties binnen de sector te identificeren.

Wat kost een crematie bij u?

Indien u dit niet aanbiedt, kies dan voor 'niet van toepassing'.

- Hond, 25 kg, individuele crematie, as terug
- Kat, 4 kg, individuele crematie, as terug
- Hond, 25 kg, groepscrematie, geen as terug
- Kat, 4 kg, groepscrematie, geen as terug
- Antwoordopties

- Minder dan €100
- €101 – €200
- €201 – €300
- Meer dan €300
- Niet van toepassing

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt er een beeld gevormd hoeveel deze dienst kost en kan dit vergeleken worden met de antwoorden van de respondenten.

Biedt u extra afscheidsopties aan voor klanten, zoals: (meerdere antwoorden mogelijk)

- Fotografie of videografie van het afscheid
- Verkoop van urnen
- Persoonlijke rouwkaarten of afscheidsdocumenten
- Het maken van handgemaakte herinneringen (bijv. afdrukken van poten)
- Organisatie van een rouwceremonie of viering
- Anders, namelijk:

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt in kaart gebracht welke aanvullende diensten worden verleend om afscheid persoonlijker te maken en welke trends hierin zichtbaar zijn.

Waarom kiest u ervoor wel/niet extra afscheidsopties aan te bieden?

Open vraag

Onderbouwing: deze vraag geeft inzicht in de beweegredenen van bedrijven om wel of geen extra afscheidsopties te bieden. Bijvoorbeeld kosten, klantvraag, bedrijfsfilosofie.

Welke logistieke diensten biedt u aan voor het ophalen van het huisdier?

- Ophalen van het huisdier bij de klant thuis
- Ophalen van het huisdier bij dierenartspraktijken of klinieken
- Ophalen van het huisdier op een andere locatie (bijv. pension)
- Eigenaar brengt het dier zelf naar het crematorium

Onderbouwing: deze vraag schets een beeld van de vervoersmogelijkheden en laat zien of deze dienst wordt aangeboden.

Biedt u na de uitvaart rouwbegeleiding aan?

- Ja, we bieden zelf begeleiding
- Ja, we verwijzen door naar professionals
- Nee, we bieden geen rouwbegeleiding aan

Onderbouwing: deze vraag geeft de mate waarin rouwbegeleiding een rol speelt in de dierenuitvaartzorg weer en hoe gangbaar dit is.

Waarom biedt u wel/geen rouwbegeleiding aan?

Open vraag

Onderbouwing: deze vraag geeft inzicht in de overwegingen van bedrijven om rouwbegeleiding wel of niet aan te bieden.

Wat is de jaarlijkse omzet van uw bedrijf in de dierenuitvaartbranche?

Bij deze vraag wil ik nogmaals benadrukken dat de enquête volledig **anoniem** is en antwoorden niet herleid kunnen worden.

- Minder dan €49.999
- €50.000 - €99.999
- €100.000 - €249.999
- €250.000 - €499.999
- Meer dan €500.000

Zeg ik liever niet

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt er inzicht verkregen in de omzet van de bedrijven.
Dit kan relevant zijn voor nieuwe ondernemers die in deze branche willen gaan werken.

Hoe heeft uw omzet zich de afgelopen vijf jaar ontwikkeld?

- Gestegen
- Gelijk gebleven
- Gedaald
- Geen inzicht

Onderbouwing: door deze vraag te stellen kan er achterhaald worden of er over de jaren verschil zit in de vraag naar dierenuitvaartzorg.

Heeft uw bedrijf voldoende capaciteit om aan de huidige vraag te voldoen?

- Ja, we hebben voldoende capaciteit
- Ja, we hebben voldoende capaciteit maar kunnen meer aan
- Nee, we zitten vaak aan onze maximale capaciteit
- Nee, we hebben overcapaciteit

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt een beeld gevormd van de capaciteit van de bedrijven en dus hoe druk de vraag is bij de verschillende bedrijven.

Een uitvaartverzorgster voor dieren (of dierenuitvaartverzorgster) begeleidt eigenaren bij het volledige proces van afscheid nemen van hun huisdier. Dit kan vanaf het moment van overlijden, maar ook bij de euthanasie of het regelen van de crematie of begraving. Dit beroep wordt sinds 2022 opgeleid via de Tinley Academie. De opleiding richt zich op onderwerpen zoals rouwverwerking, professionele ondersteuning, en de organisatie van een respectvol afscheid. De uitvaartverzorgster biedt niet alleen praktische hulp, maar geeft ook emotionele steun en advies over de uitvaart- en herdenkingsmogelijkheden. Het doel is om het afscheid zo waardevol mogelijk te maken voor alle betrokkenen.

Bent u bekend met de opleiding Uitvaartverzorgster van dieren?

- Ja
- Nee

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt duidelijk hoe bekend de opleiding/cursus is.

Heeft u de indruk dat dit een waardevolle toevoeging kan zijn voor klanten?

- Ja, omdat
- Nee, omdat

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt duidelijk hoe de branche over de opleiding denkt en of zij de meerwaarde hiervan inzien.

Inspelen klantbehoeften deelvraag 5

Welke communicatiemiddelen gebruikt u om klanten te informeren over uw diensten? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Website
- Telefonische contact (klant zoekt contact)
- E-mail (klant zoekt contact)
- Facebook
- Instagram
- X/twitter
- TikTok
- Persoonlijke gesprekken of consulten
- Folder bij de dierenarts

Anders, namelijk:

Onderbouwing: deze vraag geeft inzicht in de gebruikte kanalen voor klantcommunicatie en hoe bedrijven hun dienstverlening presenteren.

Op welke manieren peilt u de wensen en behoeften van huisdiereigenaren? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Klanttevredenheidsonderzoeken
- Persoonlijke gesprekken of intakegesprekken
- Feedback via sociale media of reviews
- Samenwerking met dierenartsen en andere partners

Anders, namelijk:

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt er achterhaald hoe bedrijven inspelen op de klantbehoeften.

Welke factoren spelen een rol bij het aanpassen van uw diensten? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Type huisdier (bijv. hond, kat, konijn)
- Geloofsovertuigingen of rituelen van de eigenaar
- Budget van de klant
- Emotionele behoeften van de eigenaar

Anders, namelijk:

Onderbouwing: door deze vraag wordt duidelijk welke aspecten bepalend zijn voor de diensten.

Heeft u de afgelopen jaren nieuwe diensten geïntroduceerd op basis van klantbehoeften?

Ja, namelijk:

Nee

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt er inzicht verkregen in de innovatie en veranderende klantwens binnen de sector.

Zijn er specifieke uitdagingen die u ervaart bij het afstemmen van uw diensten op de wensen van huisdiereigenaren?

Open vraag

Onderbouwing: deze vraag geeft de knelpunten en obstakels weer binnen deze sector. Dit kan bijdragen aan verbetering van de diensten.

Heeft u suggesties voor verbeteringen of innovaties in de dierenuitvaartzorg?

Open vraag

Onderbouwing: door deze vraag te stellen wordt er een inventarisatie gedaan over verbeteringen binnen de sector.

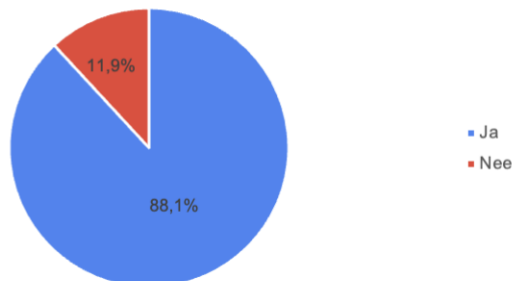
Heeft u nog vragen en/of opmerkingen?

Open vraag

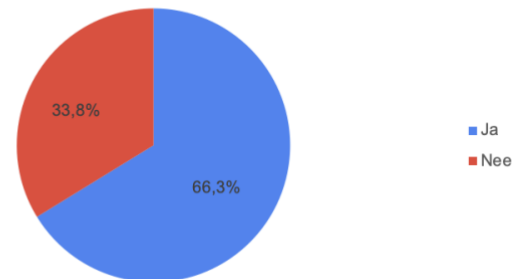
Onderbouwing: door deze vraag te stellen krijgen de respondenten ruimte om feedback te geven over de enquête. Dit is vooral interessant voor tijdens het reflecteren op de onderzoeksmethode.

Bijlage D. Resultaten enquête 1

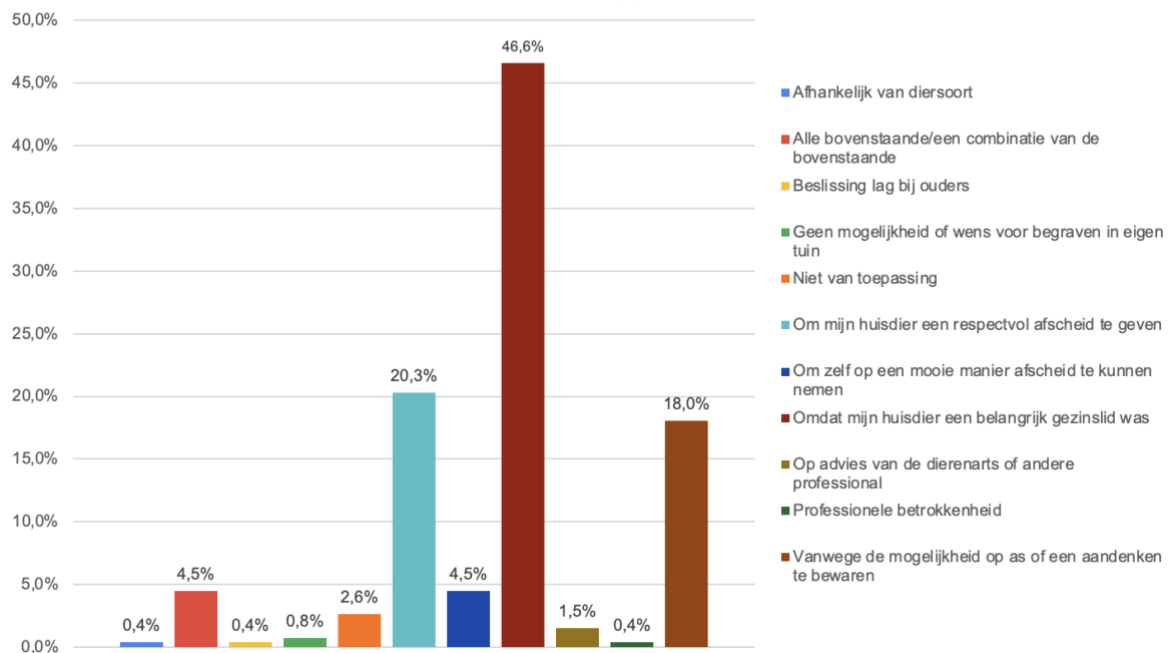
Bent u bekend met dierenuitvaartzorg?



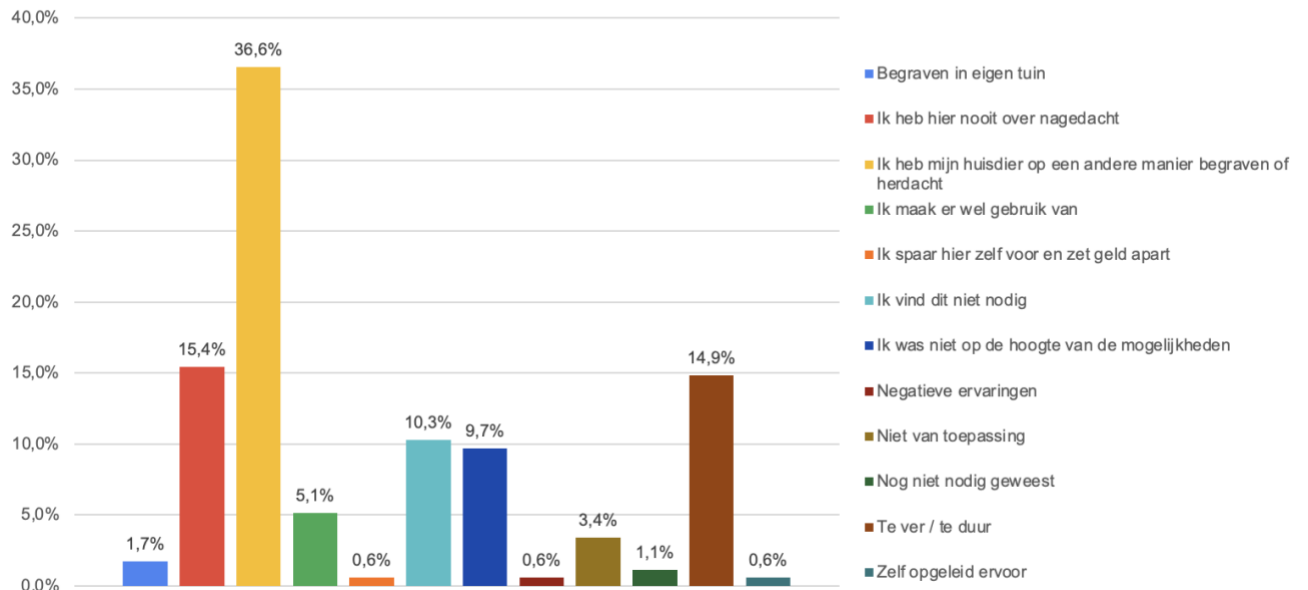
Heeft u wel eens gebruik gemaakt van dierenuitvaartzorg?



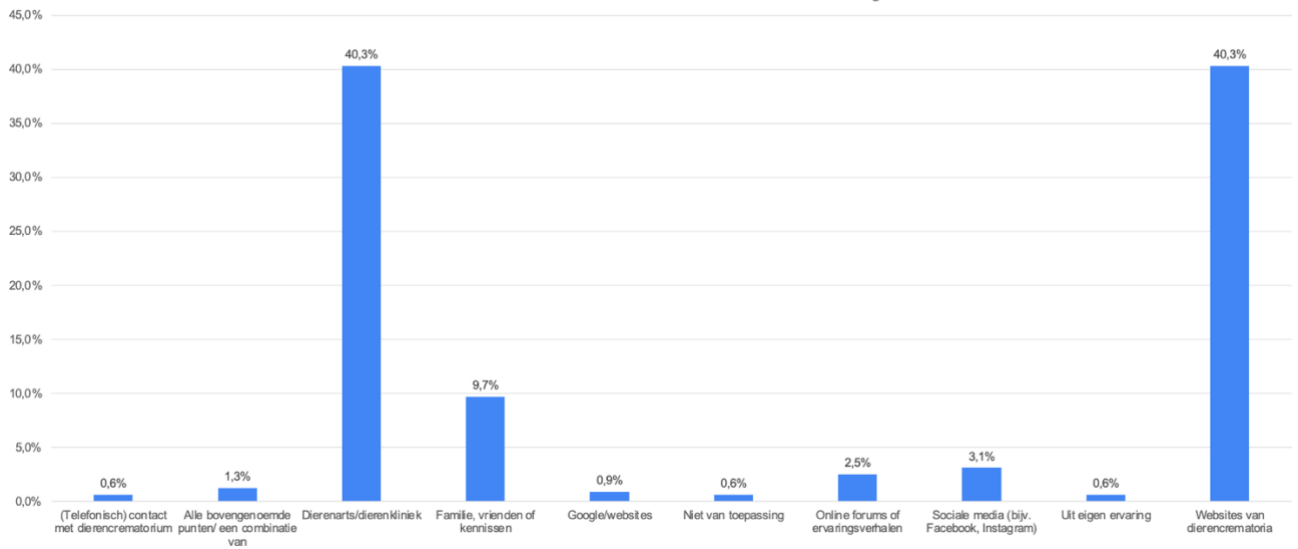
Waarom kiest u wel voor dierenuitvaartzorg? / Waarom heeft u in het verleden voor dierenuitvaartzorg gekozen?



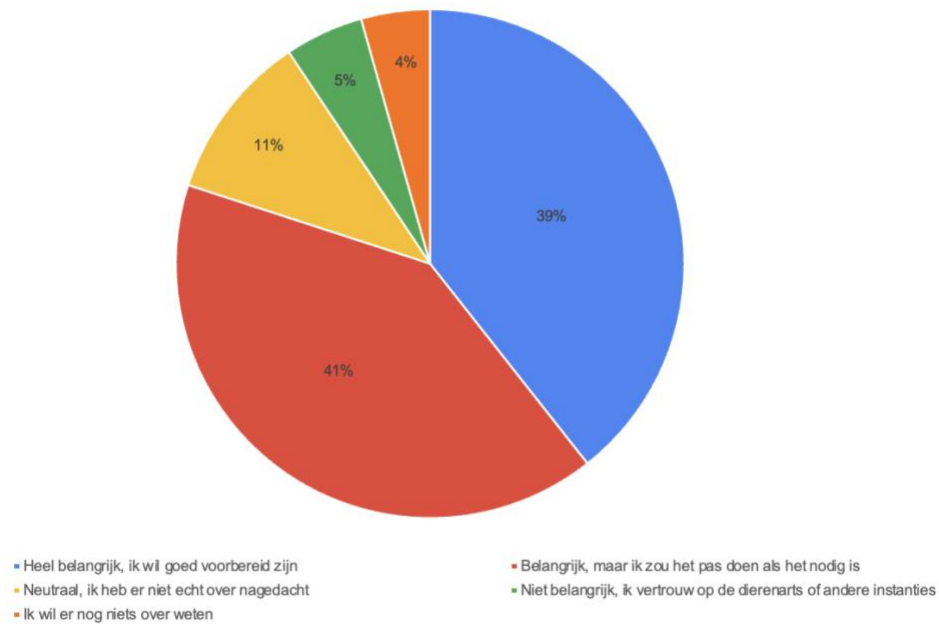
Waarom kiest u niet voor dierenuitvaartzorg? / Waarom heeft u in het verleden niet voor dierenuitvaartzorg gekozen?



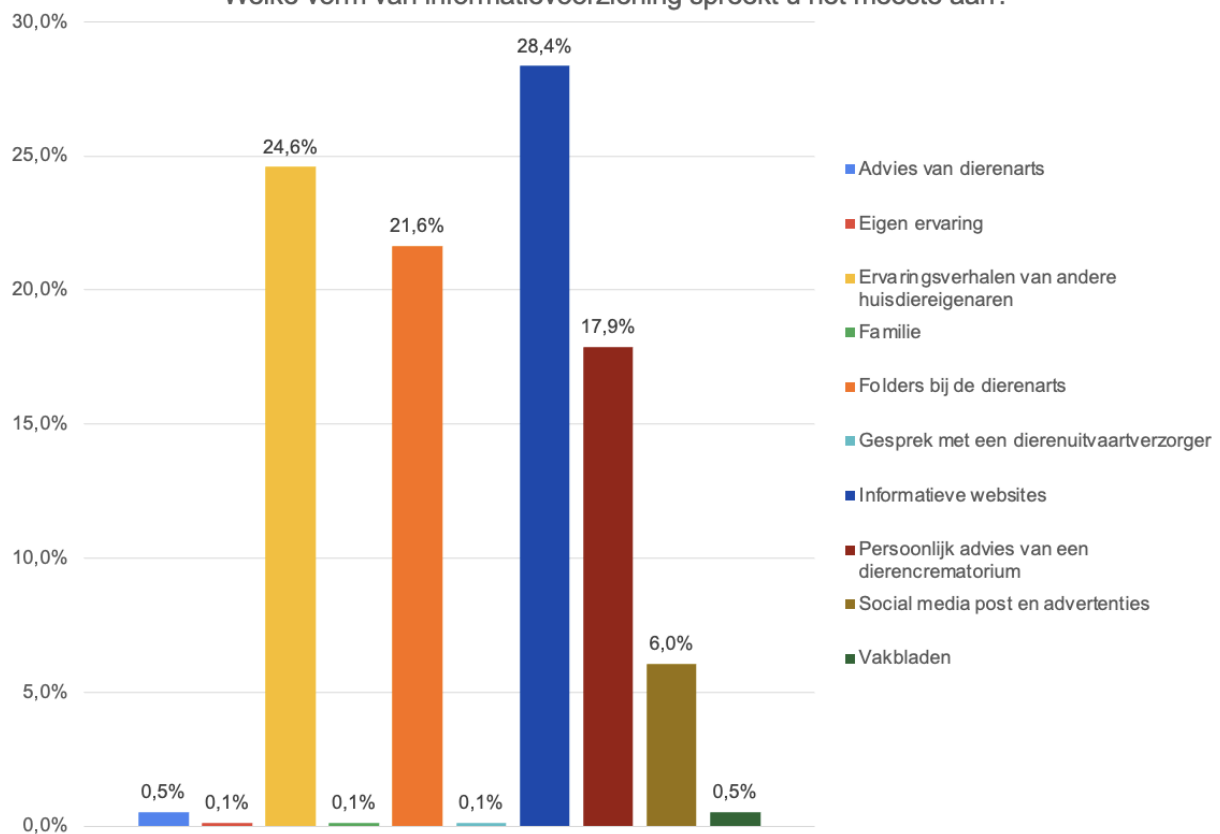
Waar zou u als eerste informatie inwinnen over dierenuitvaartzorg?



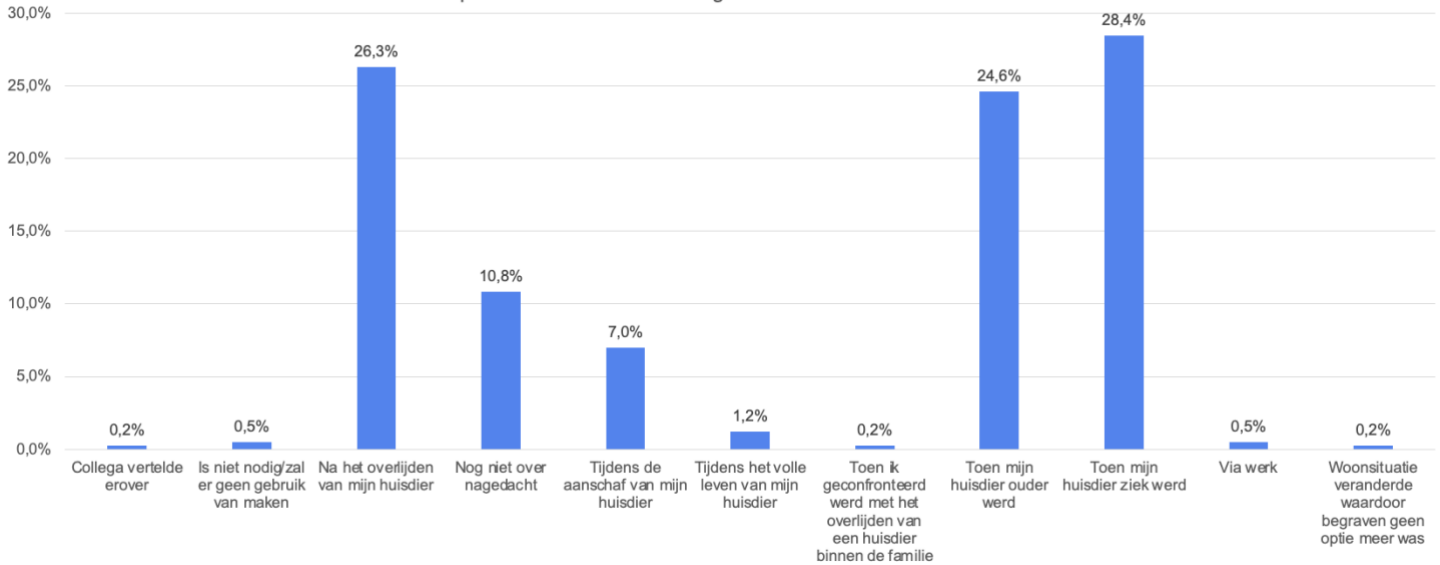
Hoe belangrijk vindt u het om vooraf informatie over dierenuitvaartzorg te verzamelen?



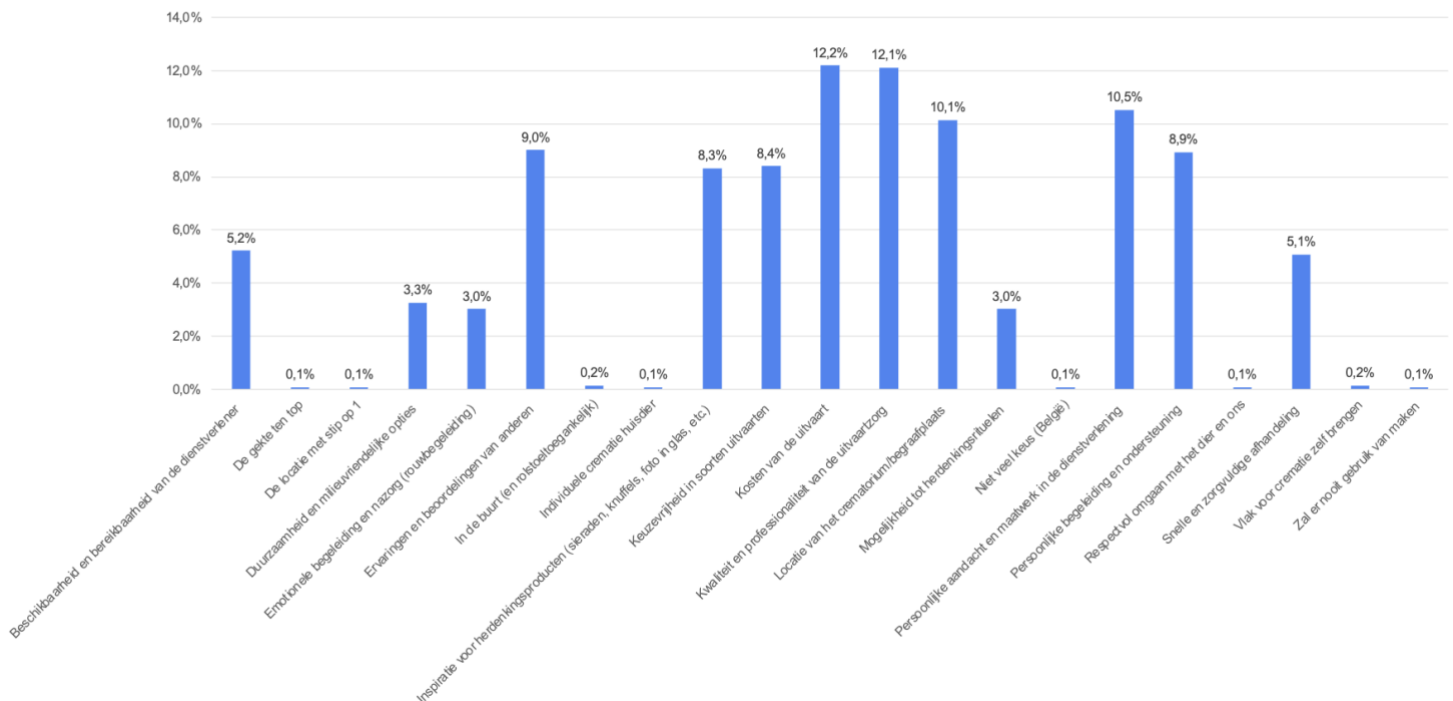
Welke vorm van informatievoorziening spreekt u het meeste aan?



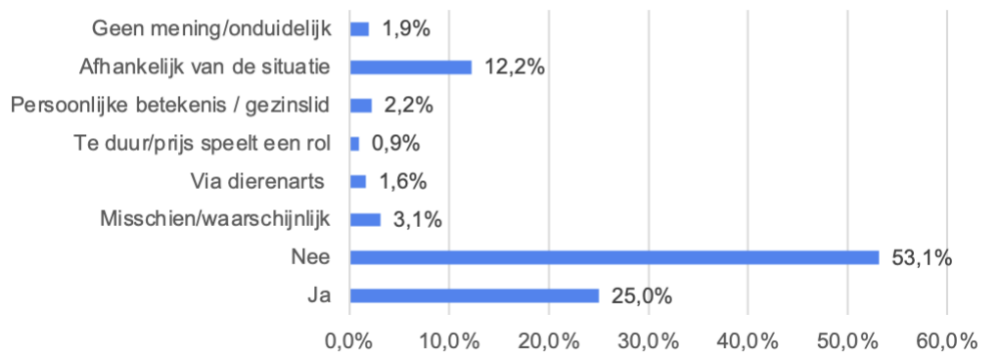
Op welke momenten bent u gaan nadenken over een afscheid/uitvaart voor uw huisdier?



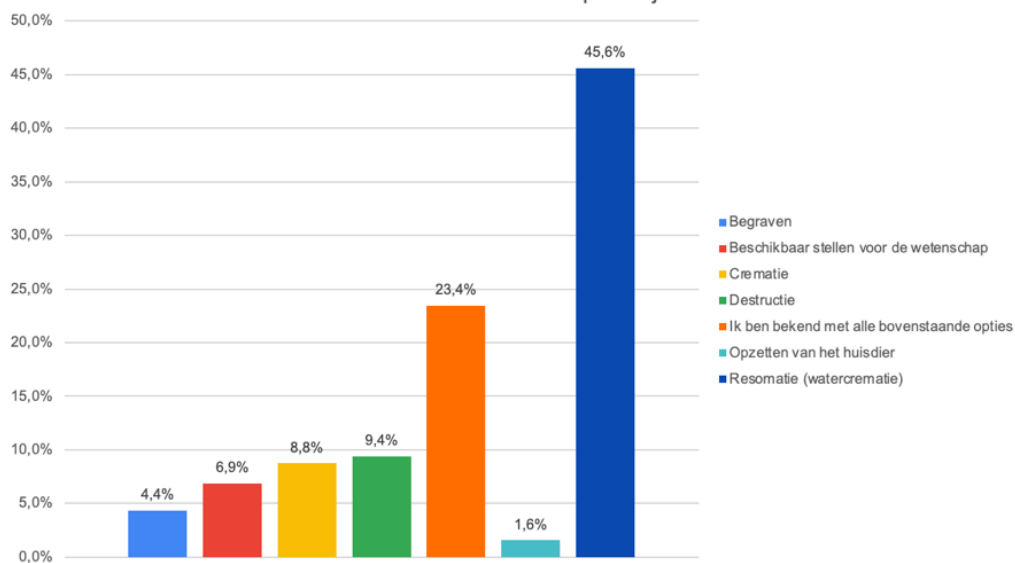
Welke factoren vindt u het belangrijkst bij het kiezen van dierenuitvaartzorg voor uw huisdier?



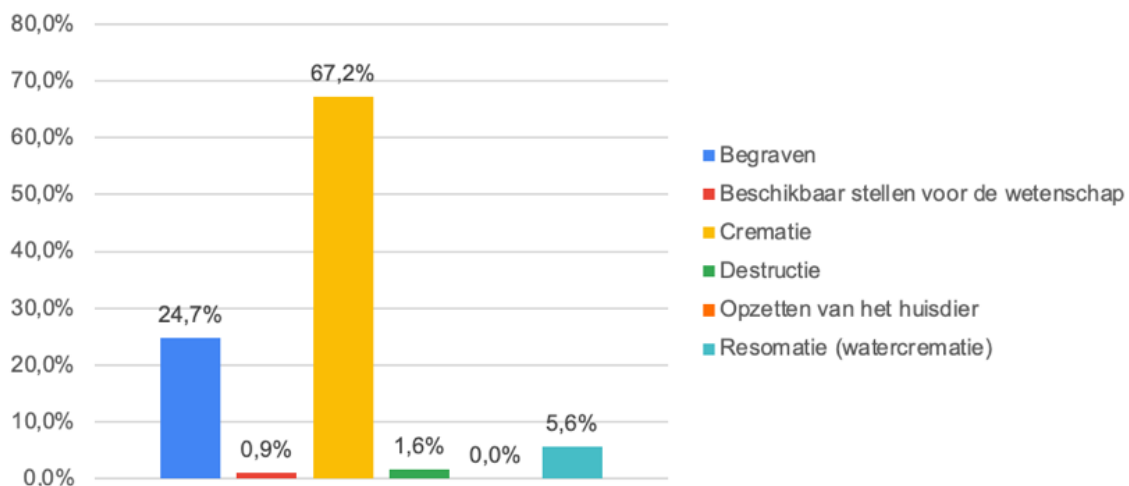
Zou u gebruik maken van een uitvaartverzorger voor dieren? Waarom wel of niet?



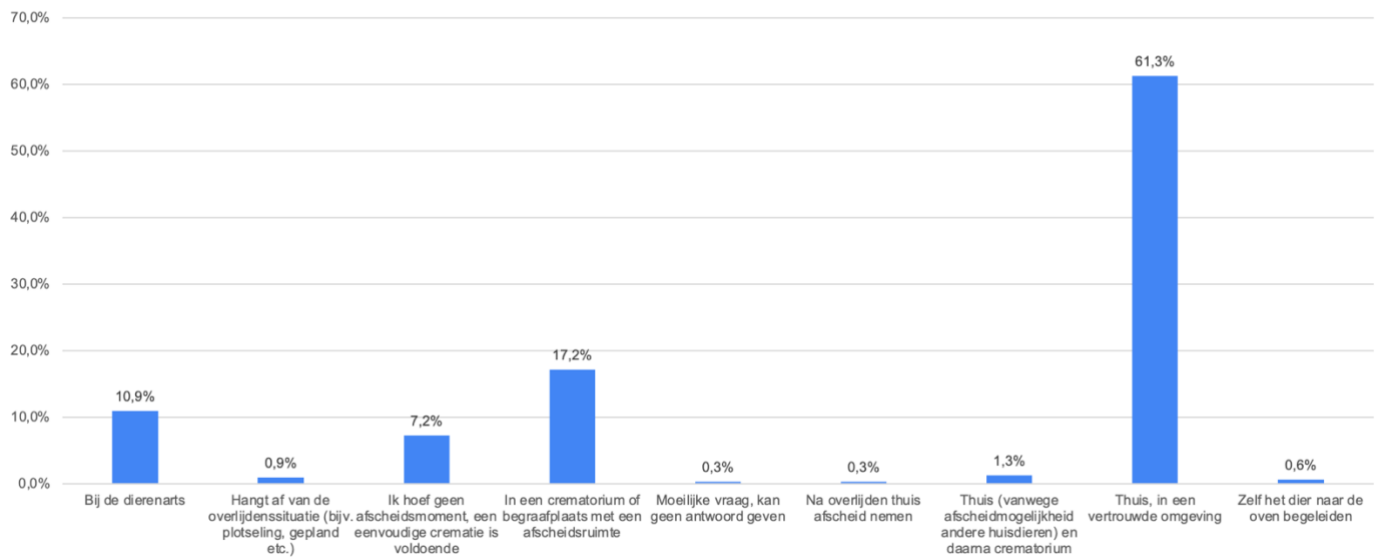
Welke van de onderstaande opties zijn nieuw voor u?



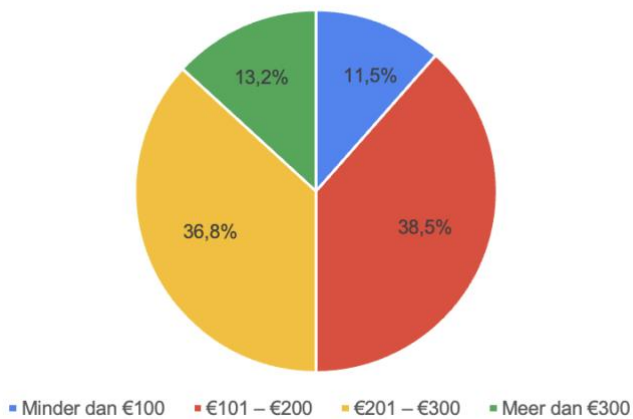
Welke vorm van afscheid nemen van uw huisdier heeft uw voorkeur?



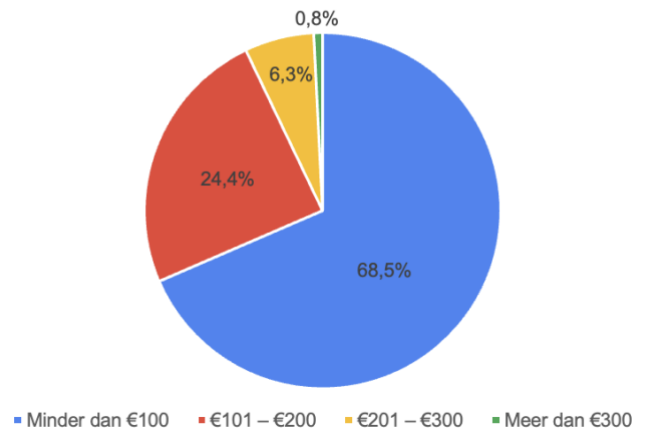
Hoe zou u het liefst afscheid nemen van uw huisdier?



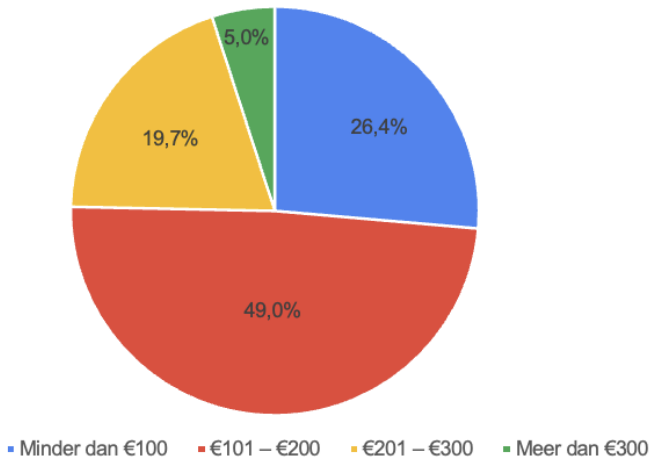
Wat bent u bereid te betalen voor een crematie? Hond, 25 kg, individuele crematie, met afscheidsdienst, as terug



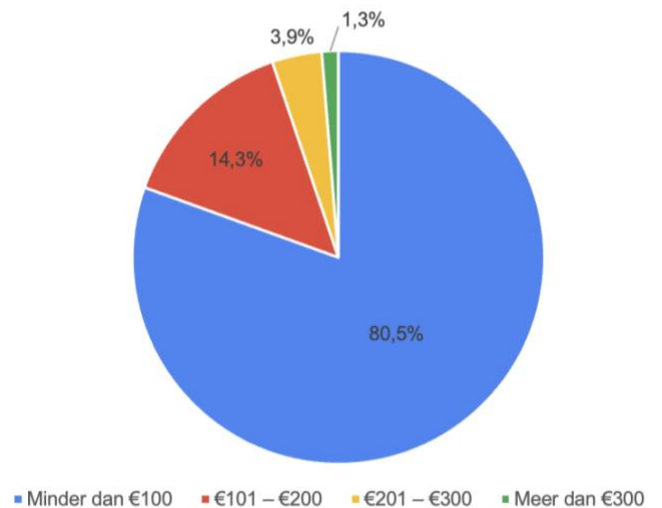
Wat bent u bereid te betalen voor een crematie? Hond, 25 kg, groepscrematie, geen as terug



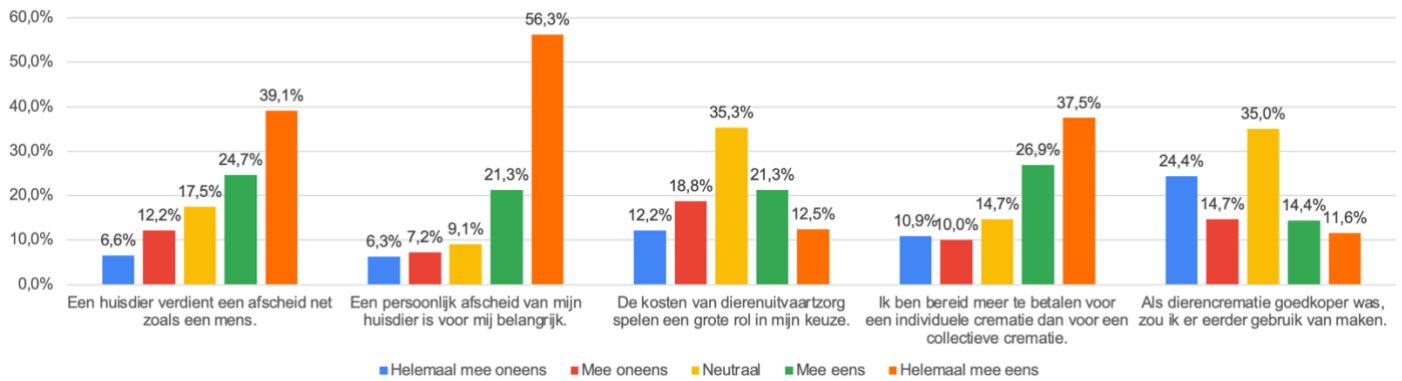
Wat bent u bereid te betalen voor een crematie? Kat, 4 kg, individuele crematie, met afscheidsdienst, as terug



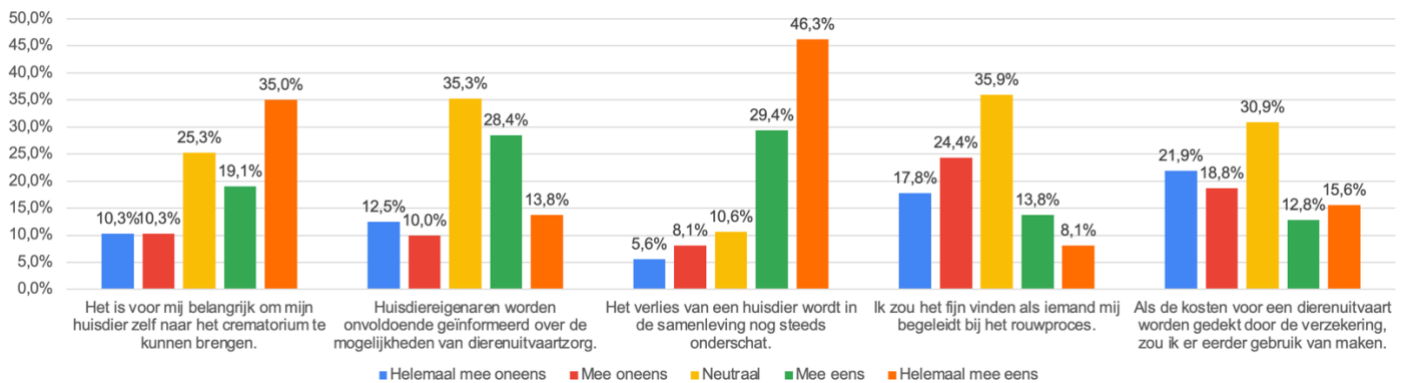
Wat bent u bereid te betalen voor een crematie? Kat, 4 kg, groepscrematie, geen as terug



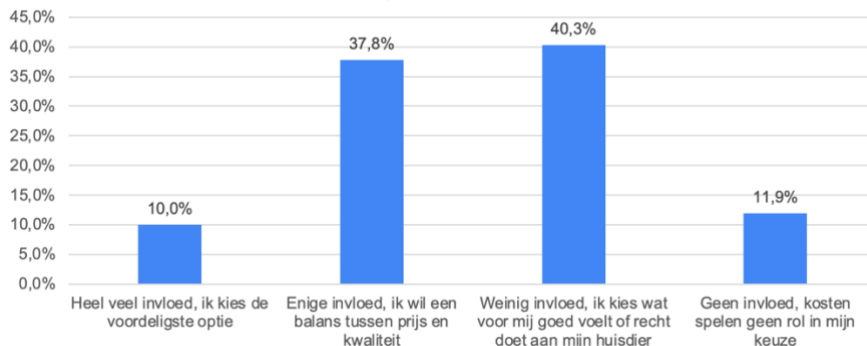
Geef aan of u het eens of oneens bent met de volgende stellingen.



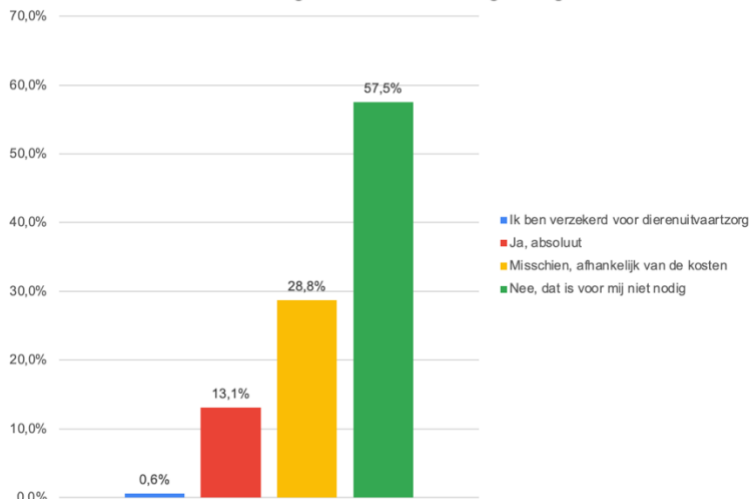
Geef aan of u het eens of oneens bent met de volgende stellingen.



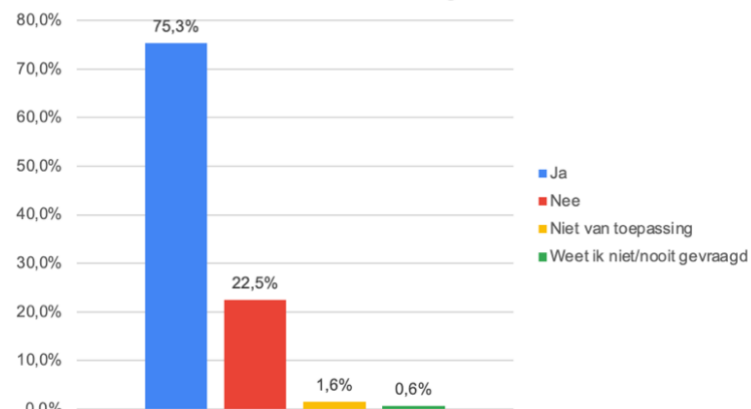
Hoeveel invloed heeft de prijs op uw keuze voor een dierenuitvaart?



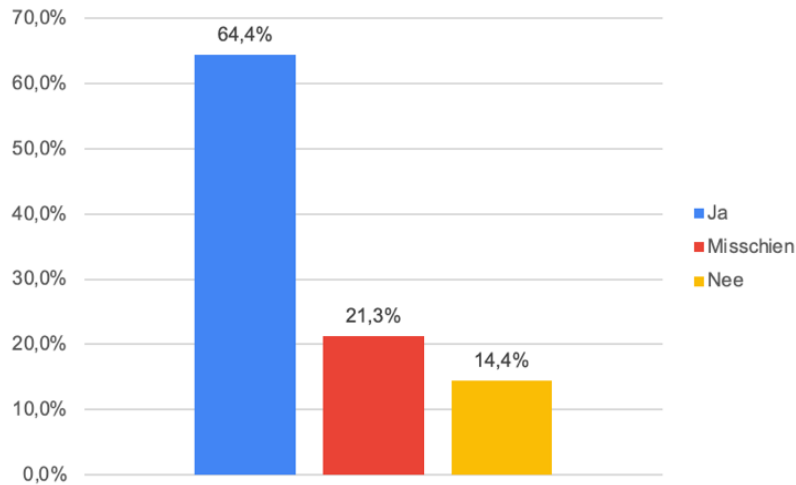
Zou u bereid zijn extra te betalen voor bepaalde diensten, zoals een herdenkingsceremonie of rouwbegeleiding?



Zou u de as van uw dier terug willen hebben?



Zou u in de toekomst (opnieuw) gebruik maken van dierenuitvaartzorg?



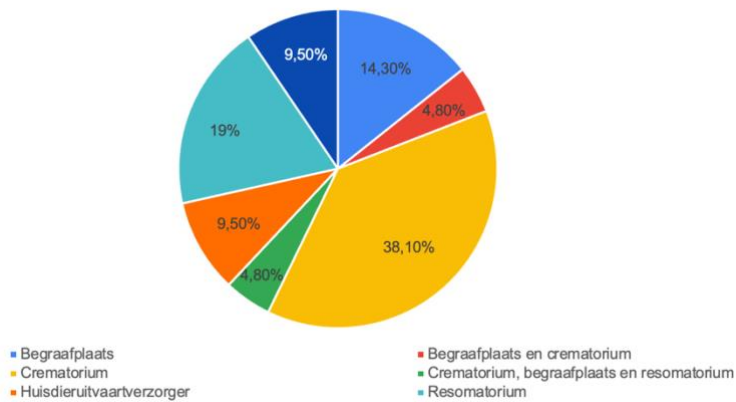
Heeft u nog vragen en/of opmerkingen?

Nvt
Steekt goed in elkaar, Lilli!
geen
goed dat dit onderwerp onderzocht wordt, is nog bij veel mensen onbekend
Sorry maar ik heb niks met uitvaart van mijn huisdier.
Nee
Bij de vraag over welke opties nieuw voor mij zijn kon ik maar 1 optie kiezen. Destructie en crematie zijn ook nieuw voor mij.
Zwaar overdreven. Het is een huisdier. Als hij oud of ziek is een spuitje
Succes met je afstuderen/ opleiding
Sommige vragen zijn lastig te beantwoorden als je je dier begraaft.
Nee
Super dat je dit checkt, ik vind dat er nog te weinig over bekend is.
Nee
Soms zou ik 2 antwoorden willen geven maar dat kon niet
De vorige katten zijn gewoon via de dierenarts naar een groepscrematie gegaan. Dat was een prima manier.
Nee
nee
Nee
Nv5
Nee
Neen
Nee
Nee
Nee
Nee
Nee
Nee
Ik zou willen dat er meer mogelijk is naast crematie en dat preperatie van een huisdier toegankelijk is
Nee
Nee
Alles is duidelijk
nee
Nee
Nee alles was duidelijk
Bij sommige vragen zou ik meerdere antwoorden willen kunnen kiezen
Niet echt
Waarom zijn alle kosten voor dierenverzorging of crematie zo duur?
Was leuk om in te vullen ondanks het onderwerp
Nee
Geen opmerkingen
Het is duur. En de vertrouwen hebben. En as moet je kopen bij de dierenarts en je krijg certificaat.
De stellingen vraag klopt niet! Dus mijn antwoorden kloppen ook niet bij deze vraag
Nee
Ik heb mijn kat paar wk geleden laten cremen, alles was keurig netjes geregeld!! Had ze alleen graag alleen willen laten cremen, maar vond ik te duur worden.

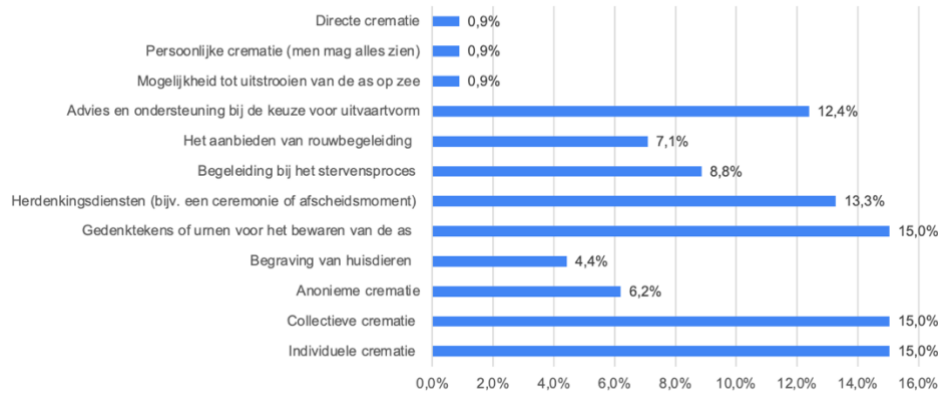
Geen
 Nee
 Nee
 Nee
 Novio Vlijmen een aanrader lieve aandacht en liefde voor elk dier
 Nee
 Nee
 Nee.
 Nee
 Nee
 Nee
 Nee
 Nee
 Nee
 Nee
 Nvt
 Nvt
 Nee
 Toen der tijd heeft de uitvaartzorg bij één edelsmid aangevraagd om een ratje voor mijn Pandora armband te smeden, hier zit de as van Nero de knuffelkont in. Erg mooi en persoonlijk aandenken, ook kreeg ik de tandjes terug + gedicht, bosbloemen en pootafdruk in klei.
 Heel mooi aereedeld allemaal
 Geen vragen meer. Goede vragen, succes met het onderzoek en de uitwerking.
 Ik mis de optie (of heb ik niet goed gelezen?) groepscrematie en crematorium strooit uit, voor mij belangrijk, uitstrooien over zee!
 ik heb wel vertrouwensissues bij cremieren. Ik kan niet achterhalen of mijn dier écht alleen gecremeerd is of dat ik gemixte as terugkrijg van andere dieren. Daar heb ik veel problemen mee.
 Nee
 Zelfs bijnde grote klinieken worst geen fatsoenlijk advies/info gegeven over deze optie. Ze hebben geen idee.
 Nee
 Super dat je dit onderzoekt!! Ik verneem graag de resultaten
 Niet van toepassing
 Opmerking, ik heb een vreselijke ervaring gehad bij dierencrematorium Apeldoorn. Er was vergeten een pootafdrukje te maken en haartjes. Ik kreeg daarom aangeboden dat ik een ashanger en umtje mocht uitzoeken. Heel verhaal, wil ik best eens toelichten evt. Er ging van alles fout en einde van het verhaal kreeg ik uiteindelijk een LEEG ashangertje terwijl gezegd werd 24 uur laten drogen dan kan deze gedragen worden, het "ashangertje" kon niet open, ik heb het bij een goudsmid na laten kijken en een gaatje in laten booren, er zat dus geen as in. Ongelovelijk..ik ben daar nog kapot van.
 Ik trek de band met katten gelijk aan de band die ik heb met mensen, een waardig afscheid van het lichaam vind ik troostend en logisch.
 Nee
 Nee succes met de opleiding
 Geen verdere vragen, goed dat er onderzoek naar wordt gedaan
 Fijn dat je dit onderzoekt!
 Lekker bezig lil!
 Nee hoor, succes met het onderzoek
 Zelf opgeleid tot dierenuitvaartverzorgster bij Tinley
 Nee
 Nee
 Veel suc6 met je opleiding :3
 Nee, geen vragen of opmerkingen
 Nee
 Succes! :)
 In het verleden heb ik een kat na inslapen bij de dierenarts achter gelaten en daar heb ik nog steeds spijt van
 Goed dat je dit onderzoekt!
 Nee
 Ik zal steeds kiezen voor individuele crematie maar een uitvaart of rouwbegeleiding hoeft niet.
 Nee
 Neen.
 Nee
 Nee
 Succes met je onderzoek
 Fijn dat je hier een afstudeerproject van hebt gemaakt. Dat verdient het ook. Veel succes met afstuderen!
 Toevallig ben ik nu aan het oriënteren ivm onze hond die ziek is
 Voor mij waren mijn dieren mijn familie
 Nee
 Zeker nuttig maar ik doe mijn ceremonie zelf, aangepast aan mijn noden.
 Nvt
 Nee
 Nee
 Nee..wel jammer dat er niet veel meerkeuzevragen zijn.
 Nee
 Nee
 Leuk dat er een opleiding voor in het leven is geroepen maar respectvol afscheid nemen doet de eigenaar zelf.
 Nee
 Er hangt veel van het prijskaartje af. Wat je zelf het liefste wil is niet altijd haalbaar qua geld tegenwoordig.
 Laat mensen toe bij de oven.

Bijlage E Resultaten enquête 2

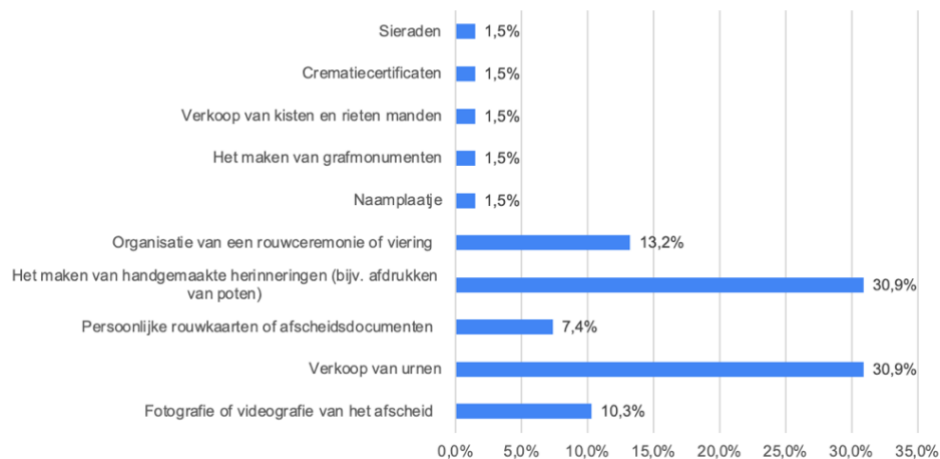
Tot welk type onderneming behoort uw bedrijf binnen de dierenuitvaartzorg?



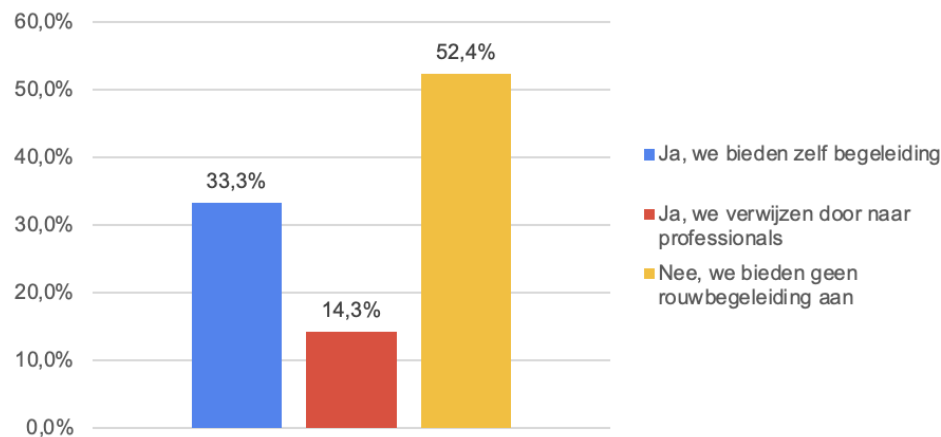
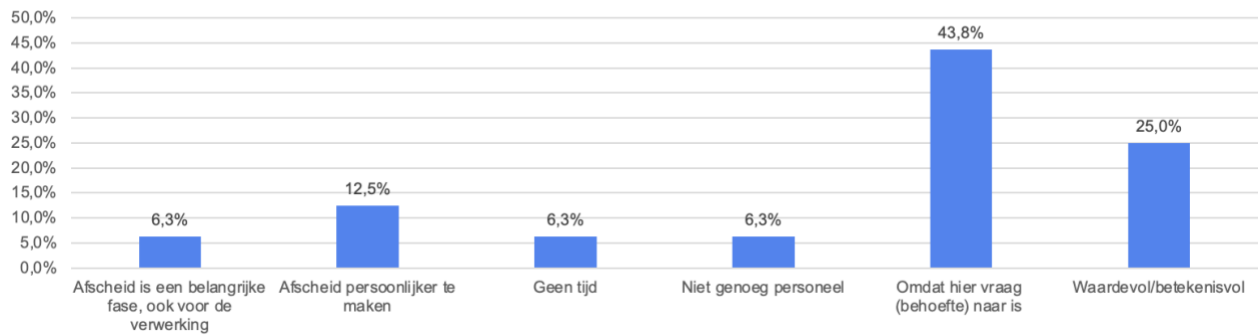
Welke van de volgende diensten biedt uw bedrijf aan?



Biedt u een van de volgende extra afscheidsopties aan voor klanten?



Kunt u toelichten waarom u ervoor kiest om extra afscheidsopties aan te bieden of juist niet?



Waarom biedt u wel of geen rouwbegeleiding aan?

Denk dat de mensen er de kosten niet voor over hebben.
Dat is een specialisme en dat laat ik over aan de specialist
géén tijd soms informeel.

Wij sturen daar wel in en geven tips voor hulp. En ik heb boeken te leen en werk samen met coaches

Bij de begrafenis of als de mensen een dier brengen voor crematie, proberen wij de mensen te begeleiden bij dit proces. De mensen krijgen bij ons een kop koffie of thee en dan krijgen wij vaak het hele levensverhaal van een overleden huisdier te horen.

Daar is bij ons weinig behoefte aan.

Is geen vraag naar

Zelf bieden we geen rouwbegeleiding aan, omdat we ons volledig willen richten op het verzorgen van een liefdevol en respectvol afscheid. We geloven dat onze kracht ligt in het bieden van rust, aandacht en medeleven op het moment dat een dier wordt gebracht of opgehaald. We nemen ruim de tijd voor elke familie, luisteren met oprechte interesse en zorgen dat het afscheid zo persoonlijk mogelijk is. Hoewel we geen gespecialiseerde rouwbegeleiding aanbieden, begrijpen we hoe intens het verlies van een huisdier kan zijn. Daarom verwijzen we – indien gewenst – graag door naar professionele rouwbegeleiders of therapeuten met wie we samenwerken of goede ervaringen hebben. Zo kunnen we eigenaren toch verder helpen in hun rouwproces, op een manier die bij hen past.

Voor meeste mensen is het geen alledaagse ding, wij helpen ze om juiste keuzes te maken

Dit zit er bij ons standaard in. Alleen als blijkt dat de klant er zelf niet doorheen komt, dan verwijzen we naar een professional.

zowel zelf als doorverwijzen, maar ik moest 1 antwoord kiezen. Ook omdat we zien dat hier behoefte aan is.

te kort contact met de eigenaar en daar zijn we ook niet in opgeleid

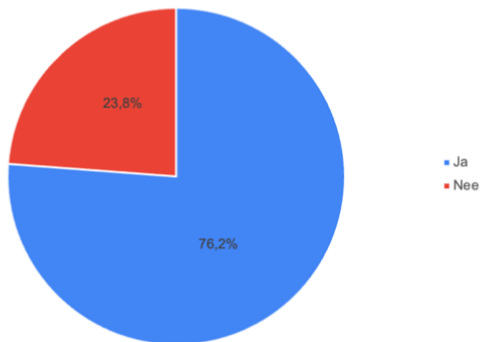
Omdat hier ook geen vraag naar is.

Die capaciteit hebben we nu niet.

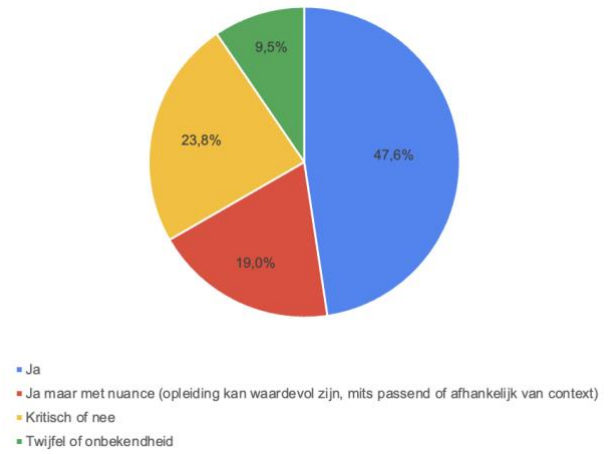
Wel rouwbegeleiding, iemand kunnen steunen/begeleiden tijdens diens rouwproces

Wens vd klant

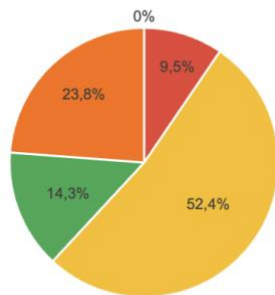
Bent u bekend met de opleiding Uitvaartverzorgers van dieren?



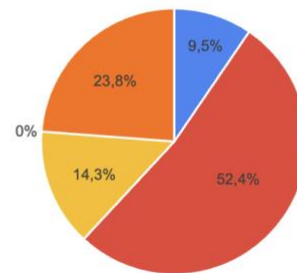
Heeft u de indruk dat dit een waardevolle toevoeging kan zijn voor klanten?



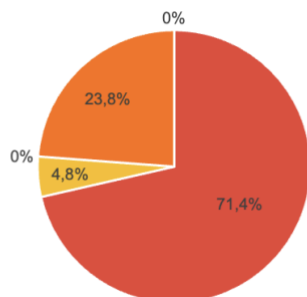
Wat kost een crematie bij u?
Hond, 25 kg, individuele crematie, as terug



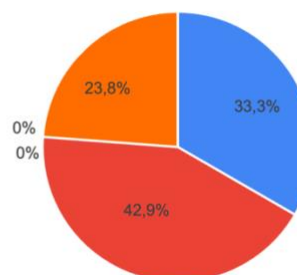
Wat kost een crematie bij u?
Hond, 25 kg, groepscrematie, geen as terug



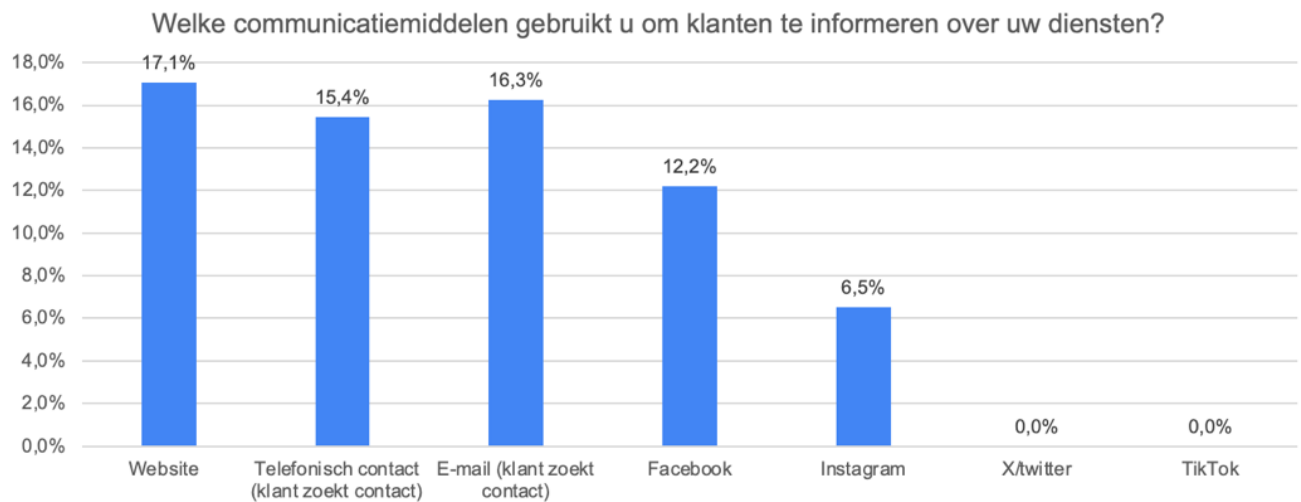
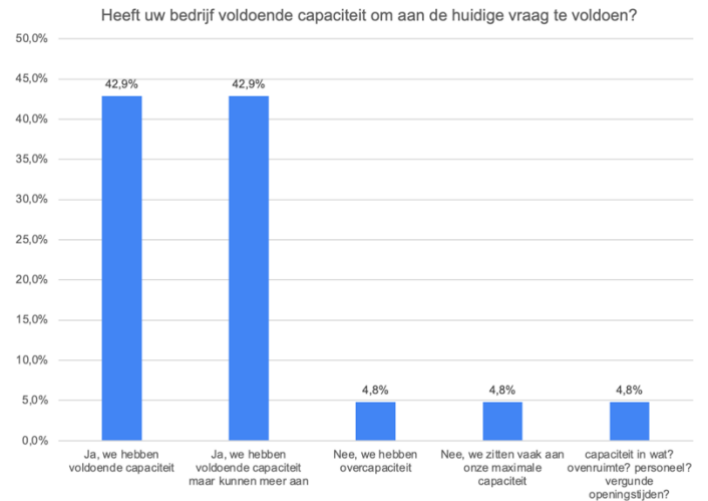
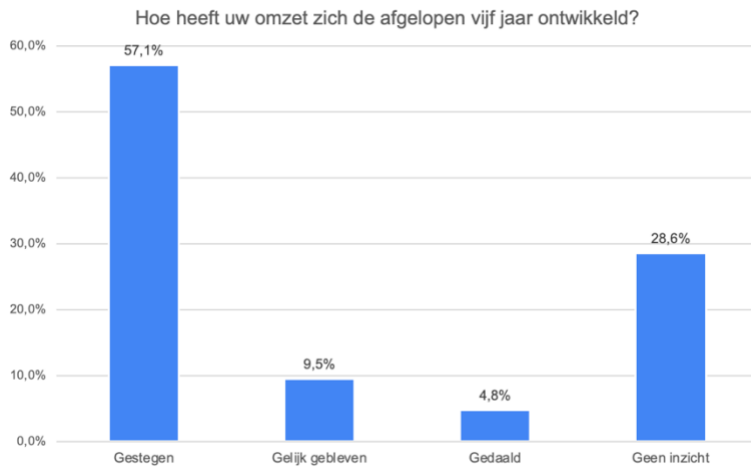
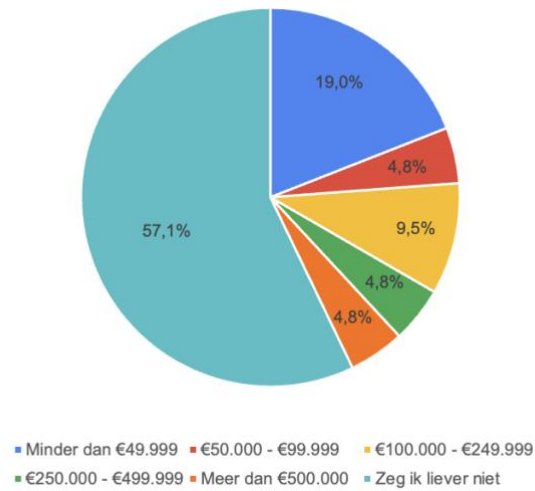
Wat kost een crematie bij u?
Kat, 4 kg, individuele crematie, as terug



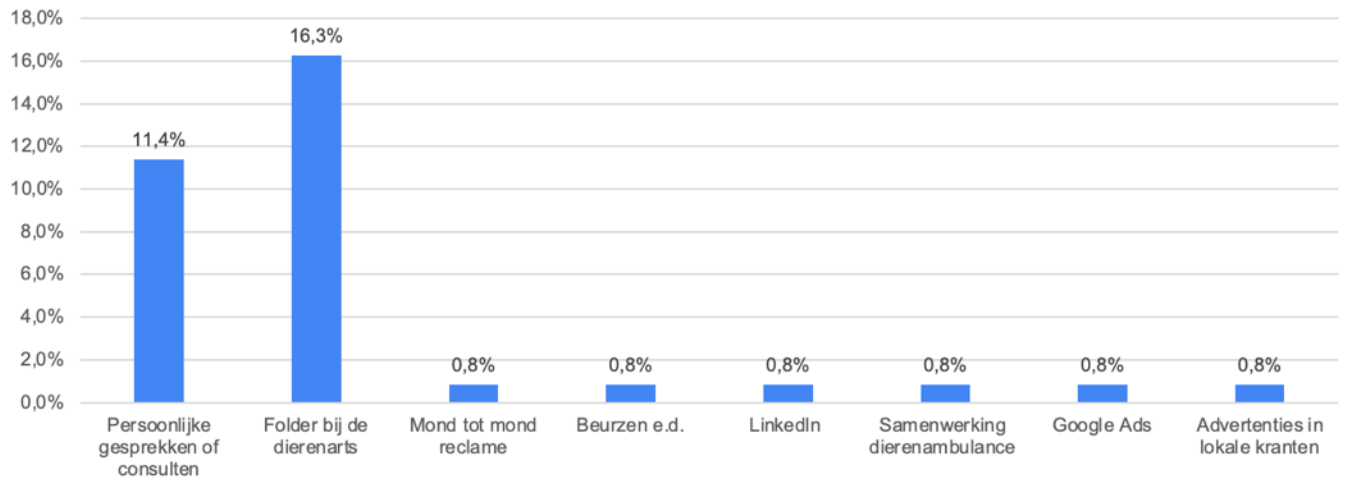
Wat kost een crematie bij u?
Kat, 4 kg, groepscrematie, geen as terug



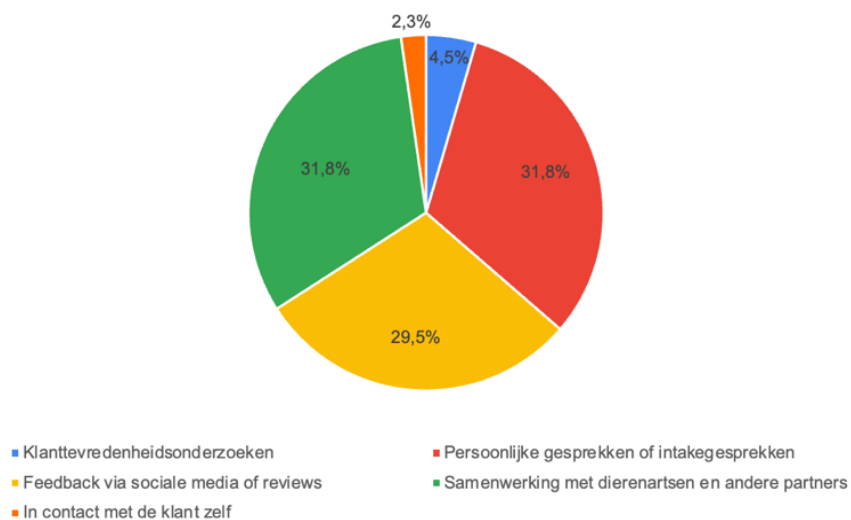
Wat is de jaarlijkse omzet van uw bedrijf in de dierenuitvaartbranche?



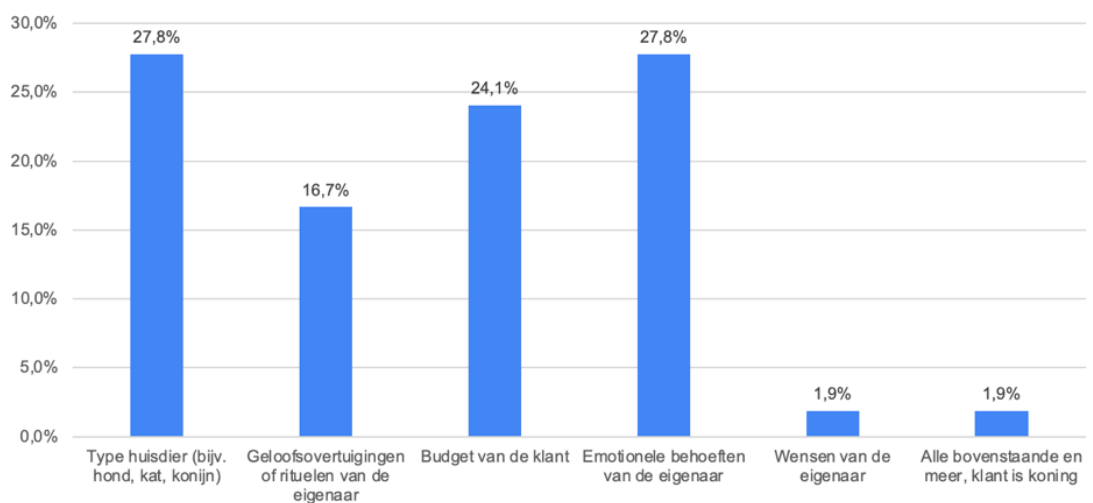
Welke communicatiemiddelen gebruikt u om klanten te informeren over uw diensten?



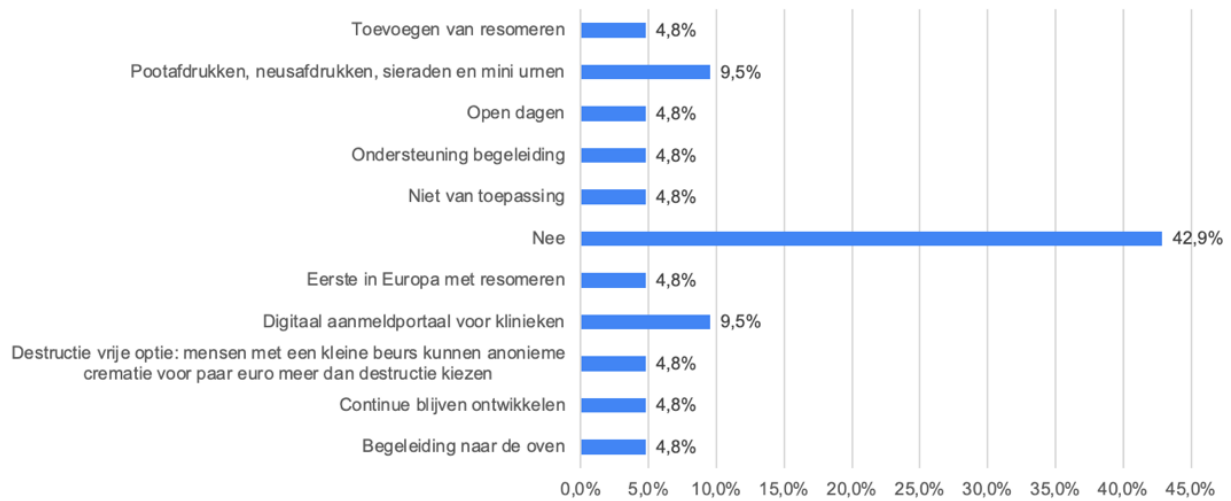
Op welke manieren peilt u de wensen en behoeften van huisdiereigenaren?



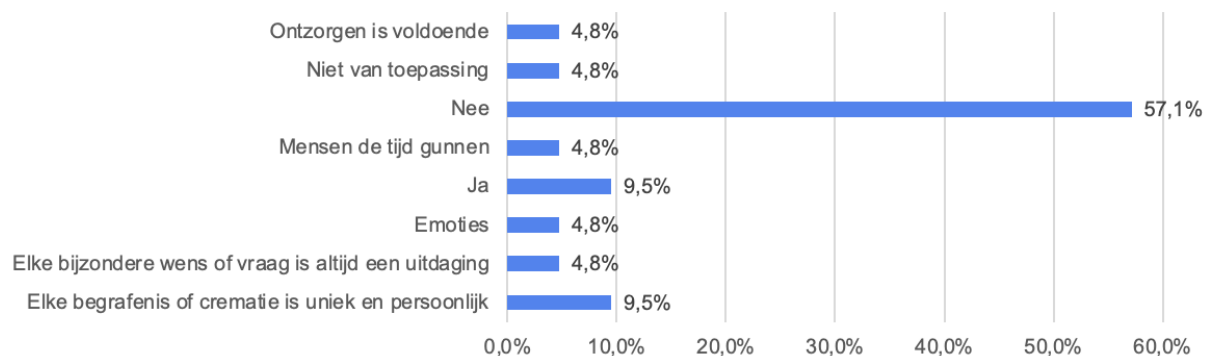
Welke factoren spelen een rol bij het aanpassen van uw diensten?



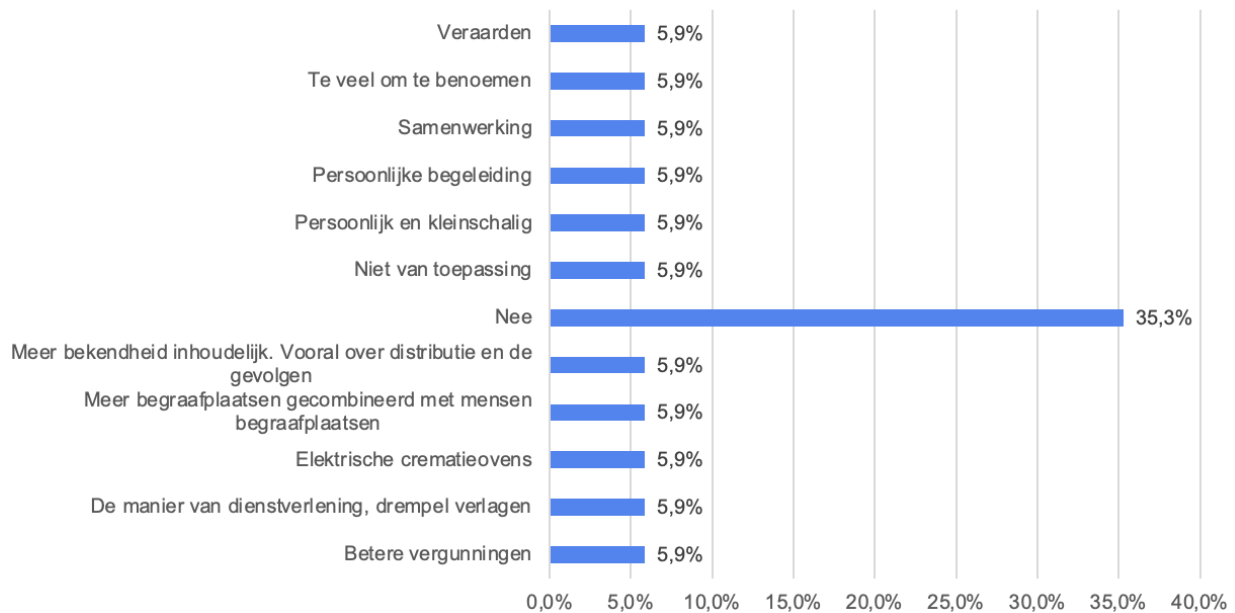
Heeft u de afgelopen jaren nieuwe diensten geïntroduceerd op basis van klantbehoeften?



Zijn er specifieke uitdagingen die u ervaart bij het afstemmen van uw diensten op de wensen van huisdiereigenaren?



Heeft u suggesties voor verbeteringen of innovaties in de dierenuitvaartzorg?



nee
 Nee
 nee

Wij zijn een dierenbegrafplaats en verzorgen de crematies van huisdieren (hebben zelf geen crematorium) (deze optie konden wij niet aanvinken in het keuzemenu)
 Ook niet. Succes met je onderzoek!
 nee

We vinden het mooi dat er aandacht is voor de ontwikkeling van dierenuitvaartzorg, en we denken graag mee vanuit onze eigen visie en werkwijze.
 Bij ons dierencrematorium kiezen we bewust voor een persoonlijke, warme aanpak die zich onderscheidt van de grotere ketens. Juist door dichtbij onszelf en onze klanten te blijven, kunnen we écht maatwerk leveren. Wat wij ons soms afvragen, is hoe we nog beter kunnen laten zien wat er allemaal mogelijk is tijdens een afscheid. Veel mensen weten niet dat ze bij ons muziek kunnen afspelen, beeld kunnen tonen of in alle rust afscheid kunnen nemen in een huiselijke omgeving. Dat persoonlijke karakter willen we graag verder uitdragen. Wij blijven trouw aan onze eigen stijl: betrokken, kleinschalig en met volle aandacht voor elk dier en elk baasje.

succes
 nee, succes, ben benieuwd naar je bevindingen!

nee

Nee

Succes met je opleiding.
 Nee

Bijlage F. Chi-kwadraattoets

Gebruik maken van dierenuitvaartzorg x verlies van een huisdier wordt onderschat (mee eens)
Kruistabellen

Heeft u wel eens gebruik gemaakt van dierenuitvaartzorg?	Geef aan of u het eens of oneens bent met de volgende stellingen. [Het verlies van een huisdier wordt in de samenleving nog steeds onderschat.]					Totaal
	Helemaal mee eens	Helemaal mee oneens	Mee eens	Mee oneens	Neutraal	
Ja	110	12	57	16	17	212
Nee	38	6	37	10	17	108
Totaal	148	18	94	26	34	320

Chi-kwadraat Toetsen

Waarde v g p			
X ²	9.914	4	0.042
N	320		