

Bobby's Love

Cattery & Oppasservice



Marlous Schotema & Tanja Vogels



Bobby's Love

*Een afstudeeronderzoek naar de haalbaarheid van het
winstgevend opzetten van cattery & kattenoppasservice
'Bobby's Love'.*

Marlous Schotema 860322001
Tanja Vogels 890413002

594000

Afstudeeropdracht Companion Animal Management
Een scriptie in het kader van Bobby's Love te Surhuizum

Hogeschool Van Hall Larenstein te Leeuwarden

Merijn Knibbe (Hogeschool Van Hall Larenstein)
Marije Nieuwenhuizen (Hogeschool Van Hall Larenstein)

Leeuwarden, februari 2012



Bobby's Love
Cattery & Kattenoppasservice

Foto cover: Schotema, M. (2010). *Qiara 2 maanden oud*,
Bobby's Love. Geraadpleegd op 15 september, 2011, www.bobbyslove.tk

Voorwoord

Voor u ligt het resultaat van een onderzoek naar de haalbaarheid van het opzetten van een cattery en een kattenopasservice in Friesland. Dit rapport is geschreven als afstudeeropdracht voor de opleiding Diermanagement in de richting van Companion Animal Management aan het Van Hall Larenstein te Leeuwarden, in opdracht van 'Bobby's Love'. Aan dit onderzoek zijn vele vooronderzoeken voorafgegaan en het was een uitdaging en een goede leerervaring voor ons om het tot een geheel te brengen.

In dit voorwoord willen we van de gelegenheid gebruik maken om de studenten te bedanken die onze proefkonijnen waren bij onze pilot. Als laatste maar niet als minste willen wij Van Hall Larenstein en afstudeerbegeleiders Marije Nieuwenhuizen en Merijn Knibbe bedanken voor de steun en begeleiding van ondergetekenden in dit onderzoek.

Marlous Schotema & Tanja Vogels

Leeuwarden, februari 2012

Summary

Pets are popular because they fulfil certain needs. Cats are popular pets because humans can communicate with them to a certain extent, which creates a strong bond between a cat and its owner. The Netherlands contain approximately 3.6 million cats, of which 5% is of a specific breed. Today cats are viewed as family members, their new status influences the way cats are treated. Specifically during the holidays cats are no longer just abandoned. They are well taken care of at home by family members or neighbours. When they are not available most cats spend their owner's holiday time at a pet hotel.

The idea of starting a cat care service is based on this information. The cat care service will visit cats in their homes while their owners are on vacation.

Another topic can be found within the cat fancier society. It entails the limited genetic biodiversity within cat breeds. As a result of this kittens are bred that are weak of health and have a uniform genetic composition. This genetic composition makes them more vulnerable to disease.

The idea of starting a cattery (cat breeding facility) is based on this information. The cattery will center around improving the genetic biodiversity of British Shorthair cats.

Next the plan was created to merge these two businesses into one company, named Bobby's Love. Starting a company isn't done in a day. Previous to actually starting the company extensive market research needs to be done, to give a clear result of the feasibility of the company.

This thesis entails the research that is done to find out all the information needed to start Bobby's Love as a professional and most of all profitable company. Profitable means that the company brings in enough money for the owner to be able to take an annual income of € 18.000,- out of it.

Acquiring results was done by handing out questionnaires to certain target groups that were defined. These target groups correspond with the two company branches. The questionnaire contained questions about demographic characteristics, desired aspects of the different company branches and the daily use of media, among others. Besides these questionnaires, information was acquired through literature study.

As said previously, a different questionnaire was created for both company branches. For the questionnaire about the cat care service visitors of several supermarkets were approached. This was done verbally, during the weeks before the Christmas of 2011. The result was 85 entered questionnaires, all of which were used during data analysis. The target group for the cat care service consists of people who own at least one cat, are resident of the county Achtkarspelen and who go on holiday at least once a year.

The results of the questionnaires were processed using SPSS.

The questionnaire about the cattery was meant for all inhabitants of The Netherlands who own at least one cat of an official breed or who consider buying an officially bred cat.

The questionnaire was put on the internet to be accessed through a hyperlink and the target group was approached verbally during a cat fancier show by the society Mundikat in Groningen. Both methods combined resulted in 153 entered questionnaires, which were processed using SPSS.

Regarding the cat care service, the target group is asked specifically what their needs are as to hiring a cat care service

Results show that the target group of the cat care service exists of women with an average age of 45 years who have completed community college and possess one or two cats.

The target group goes on holiday either never or once a year for a period between one and four weeks. Only 41% of the respondents stated to definitely or maybe hire a cat care service the next time they go on holiday. The combination of the groups which never or maybe hire a cat care service results in 93%.

Regarding the cattery, the target group is asked what their needs are concerning the appearance and character of a cat breed and the services of a cattery.

The results of the cattery showed that the target group consists mainly of women with an average age of 40 years who completed community college or a higher education. The target group wants a healthy, social and beautiful kitten without health problems and a low inbreeding coefficient. 38% of the target group owns at least one British Shorthair cat and 23% of the target group is considering buying a (second) British Shorthair cat. According to the correspondents, the British Shorthair is such a popular breed because of their character and round teddy bear-like appearance.

Regarding finances, the prices are calculated for the company branches of Bobby's Love which will be applied to make the company profitable. For the cat care service the price for a standard visit is set on € 8,50 and the price for a short visit is set on € 6,00. The cattery will sell kittens for € 575,- each.

In the first year Bobby's Love as a whole generates an operating result of a positive € 75,-. In the following year this will probably grow to € 845,- in 2013 and € 3.782,- in 2014.

Bobby's Love will be established as a sole proprietorship.

The cat care service distinguishes itself from competitors by the presence of qualified staff with extensive knowledge of cats. Unique Selling Points are the fact that the owner doesn't need to bring the cat to a pension but the cat can stay relaxed at home and the owner has the ability to compile the service package themselves.

The cattery is distinctive in the emphasis placed on the inbreeding coefficient and the fact that no hard demands are made on the living and working situation of the new owner of the kitten of Bobby's Love. At the cattery, the emphasis is on healthy kittens with a low inbreeding coefficient.

It appeared from the results of the survey that 89% and 92% of the respondents were women, in contrast to the men who were represented with only 8% and 11%. Perhaps this gives a distorted view of the results. The reliability of the results is low because the number of questionnaires obtained is low. For example, there are only 85 questionnaires obtained on a total of 20.000 county inhabitants.

In addition there was bad weather during the survey period which may have had a negative influence. Lastly, the financial calculations appear ambitious and there is a small chance that the results from this will truly be realized.

As a result of this thesis conclusions can be drawn for both company branches of Bobby's Love. The cat care service will unfortunately not be feasible within the county Achtkarspelen. The interest in such a cat care service is just too low.

The cattery on the other hand will be profitable, but this company branch will not bring in enough money to sustain the owner of the company.

In the event that the owner wishes to start Bobby's Love with both branches in tact it is advised that a different region is chosen for the cat care service. For instance the interest in a large city such as Leeuwarden or Drachten might be high enough to make this company branch successful. As for the cattery, the current queen should be taken to visit a stud with the result to get her pregnant and get the cattery started.

Samenvatting

Huisdieren zijn populair omdat ze in bepaalde behoeften voorzien. De kat is een populair huisdier omdat hiermee gecommuniceerd kan worden, wat zorgt voor een sterke band tussen de kat en de eigenaar. In Nederland worden 3,6 miljoen katten gehouden, hiervan is 5% raskat. De katten worden tegenwoordig steeds meer als volwaardig gezinslid gezien, wat invloed heeft op de algemene behandeling van het dier. Specifiek tijdens de vakantie van de eigenaar worden katten niet zomaar meer aan hun lot overgelaten. Vaak worden katten ondergebracht in dierenpensions of wordt er door familie of burens voor de kat gezorgd. Hierop is het idee gebaseerd om een kattenoppasservice op te starten die bezoeken aan huis brengt om voor de katten te zorgen wanneer de eigenaar op vakantie is.

Een ander onderwerp ligt in de raskattensector. Het betreft het probleem van een beperkte genetische diversiteit in raskatten. Hierdoor worden er kittens gefokt met een zwakke gezondheid en een uniforme genetische samenstelling. Door deze genetische samenstelling zijn zij minder weerbaar tegen ziektes. Hierop is het idee gebaseerd om een cattery op te starten die zich richt op het verbeteren van de genetische diversiteit binnen het ras Brits Korthaar.

Het plan ontstond om de kattenoppasservice en cattery samen te voegen in een bedrijf, genaamd Bobby's Love. Het opstarten van een bedrijf is niet in een handomdraai gedaan. Er moet voorafgaand aan de start uitgebreid marktonderzoek worden gedaan, voordat duidelijk is of het bedrijf kans van slagen heeft.

In dit afstudeeronderzoek is onderzocht wat er allemaal nodig is om Bobby's Love professioneel op te starten en of dit dan ook daadwerkelijk winstgevend zou zijn. Onder winstgevend wordt verstaan dat er vanaf het derde bestaansjaar een minimaal inkomen uit het bedrijf kon worden gehaald van € 18.000,-.

Om dit in kaart te brengen zijn er enquêtes afgenomen en is er gedefinieerd op welke doelgroep de beide takken van Bobby's Love zich kunnen richten. Onder deze doelgroep is vervolgens een enquête afgenomen en er is literatuuronderzoek gedaan. In de enquête is onder andere gevraagd naar demografische kenmerken, wensen betreffende de bepaalde bedrijfstak en dagelijks gebruik van communicatiemiddelen.

Voor beide bedrijfstakken is een aparte enquête opgesteld. De enquête voor de kattenoppasservice is buiten voor verschillende supermarkten afgenomen. Dit in de periode voor de kerstdagen 2011. Dit heeft 85 enquêtes opgeleverd, welke allen in dit onderzoek zijn verwerkt. De doelgroep van de oppasservice bestaat uit mensen met een kat, woonachtig in de gemeente Achtkarspelen die minstens eens in het jaar op vakantie gaan. Alle uitkomsten van de enquêtes zijn aan de hand van een codeboek verwerkt in SPSS.

Ook voor de doelgroep van de cattery is een enquête afgenomen. Hier is gericht op mensen uit heel Nederland die reeds in het bezit zijn van een raskat of overwegen een raskat aan te schaffen. De enquête is afgenomen via internet en tijdens een raskattenshow van Mundikat in Groningen. Uit deze afname zijn 153 bruikbare enquêtes gekomen en deze zijn verwerkt middels een codeboek in SPSS.

Betreffende de kattenoppasservice is specifiek gevraagd naar de wensen van de doelgroep met betrekking tot het inschakelen van een kattenoppasservice.

Uit de resultaten van de kattenoppasservice kwam naar voren dat de doelgroep van de kattenoppasservice bestaat uit vrouwen rond de 45 jaar met een afgeronde MBO-opleiding en die één tot twee katten bezitten. De doelgroep gaat nooit tot één keer per jaar op vakantie voor een periode tussen de 1 tot 4 weken. Slecht 41% van de geënquêteerden heeft aangegeven zeker of misschien een kattenoppasservice in te schakelen bij een volgende

vakantie. De combinatie van de groepen welke nooit of misschien een kattenoppasservice zouden inschakelen levert een percentage op van 93%.

Aan de doelgroep van de cattery is gevraagd wat de wensen zijn qua uiterlijk en innerlijk van een raskast en betreffende de dienstverlening van een cattery.

Uit de resultaten van de cattery kwam naar voren dat de doelgroep voornamelijk bestaat uit vrouwen met een gemiddelde leeftijd van 40 jaar, die een MBO- en HBO-opleiding hebben afgerond.

De doelgroep wil een gezonde, sociale en mooie kat zonder gezondheidsproblemen en een zo laag mogelijke inteeltcoëfficiënt. 38% van de doelgroep heeft één of meerdere Brits Korthaar katten in bezit en 23% van de doelgroep zou een (tweede) Brits Korthaar willen aanschaffen. De populariteit van het ras ligt volgens de doelgroep in het karakter en het bolle 'teddybeerachtige' uiterlijk.

Wat betreft financiën is berekend welke verkoopprijzen de beide takken van Bobby's Love moeten gaan hanteren om het bedrijf winstgevend te maken. Voor de kattenoppasservice kwam de verkoopprijs van een standaardbezoek op € 8,50 en de verkoopprijs van een flitsbezoek op € 6,00. De cattery gaat de kittens verkopen voor € 575,-.

In het eerste jaar genereert Bobby's Love als geheel hiermee een bedrijfsresultaat van een positieve € 75,-. In het jaar daarna groeit dit naar € 845,- en in 2014 naar € 3.782,-.

Bobby's Love wordt opgezet als een eenmanszaak. De kattenoppasservice onderscheidt zich van concurrenten door de aanwezigheid van gediplomeerd personeel, met uitvoerige kennis van katten. Speerpunten van de dienstverlening zijn het feit dat de eigenaar de kat niet naar een pension hoeft te brengen, maar deze met gemak thuis kan laten en de mogelijkheid om het servicepakket zelf samen te stellen.

De cattery is onderscheidend in de nadruk die wordt gelegd op de inteeltcoëfficiënt en het feit dat er geen harde eisen gesteld worden aan de woon- en werksituatie van de klant. Bij de cattery wordt de nadruk gelegd op gezonde kittens met een lage inteeltcoëfficiënt.

Er bleek uit de resultaten van de enquête dat de vrouwen tussen de 89% en 92% vertegenwoordigd waren onder de respondenten, in tegenstelling tot de mannen die maar voor 11% tot 8% aanwezig waren. Mogelijk geeft dit een vertekend beeld bij de resultaten.

De betrouwbaarheid van de resultaten is laag omdat het aantal verkregen enquêtes laag is. Bij de kattenoppasservice werden bijvoorbeeld 85 enquêtes verkregen op een totaal van ruim 20.000 inwoners. Daarnaast was het slechte weer tijdens het enqueteren een negatieve invloed. Ten slotte zijn de weergegeven financiële berekeningen ambitieus en is er een kleine kans dat de resultaten hieruit werkelijk gerealiseerd te worden.

Uit dit afstudeeronderzoek kon voor beide bedrijfstakken van Bobby's Love een verschillende conclusie worden getrokken.

Het is niet haalbaar de kattenoppasservice winstgevend op te zetten in de gemeente Achtkarspelen. Hiervoor is het animo onder de doelgroep in dit gebied te klein.

De cattery kan winstgevend worden opgezet, maar ook deze bedrijfstak brengt niet voldoende inkomsten met zich mee om een volledig inkomen voor de eigenaresse te verzorgen.

Indien zij Bobby's Love toch wil opzetten zal zij voor de kattenoppasservice een ander afzetgebied moeten zoeken en naast de cattery tijdelijk een andere baan in loondienst moeten nemen.

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	10
1.1	Probleembeschrijving	10
2.	SWOT-analyse	13
2.1.1	Randvoorwaarden	15
2.2	Doel van het onderzoek	16
2.3	Onderzoeksvragen	16
2.4	Begripsverklaring	18
3.	Materiaal en Methoden	19
3.1	Oppasservice	19
3.1.1	Type onderzoek	19
3.1.2	Onderzoekspopulatie	19
3.1.3	Dataverzamelingsmethoden	19
3.1.4	Verwerking en analysering	20
3.1.5	Beschrijving en verantwoording van de analysebeslissingen	20
3.2	Cattery	21
3.2.1	Type onderzoek	21
3.2.2	Onderzoekspopulatie	21
3.2.3	Dataverzamelingsmethoden	21
3.2.4	Verwerking en analysering	22
3.2.5	Beschrijving en verantwoording van de analysebeslissingen	22
4.	Resultaten	23
4.1	Oppasservice	23
4.1.1	Kenmerken van de doelgroep	23
4.1.2	Wensen van de doelgroep	24
4.1.3	De doelgroep en vakanties	27
4.2	Cattery	28
4.2.1	Kenmerken van de doelgroep	28
4.2.2	Wensen van de doelgroep	30
4.3	Promotie Bobby's Love	34
4.3.1	Doelgroep	34
4.3.2	Media gebruikt door de doelgroep	34
4.3.3	Marketingcommunicatieplan	36
4.3.4	Media	37
4.3.5	Huisstijl	38
4.3.6	Vormgeving promotiemiddelen	39
4.3.7	Activiteiten schema's Bobby's Love	43
4.4	Organisatie	45
4.4.1	Unique Selling Point	45

4.4.2	Rechtsvorm	46
4.4.3	Vergunningen	46
4.4.4	Belastingen	47
4.4.5	Risico's oppasservice	49
4.4.6	Risico's cattery	49
4.4.7	Verzekeringen	50
4.4.8	Praktische zaken m.b.t. start van Bobby's Love	52
4.5	Financieel	53
4.5.1	Vergunningen	53
4.5.2	Belasting	53
4.5.3	Verzekeringen	55
4.5.4	Kosten promotiecampagne Bobby's Love	57
4.5.5	Verkoopprijs oppasservice	58
4.5.6	Productiekosten & verkoopprijs kittens cattery	59
4.5.7	Financiële overzichten	62
5.	Discussie	68
5.1	Algemene resultaten	68
5.2	Resultaten Oppasservice	69
5.3	Resultaten Cattery	70
6.	Conclusie	71
7.	Aanbevelingen	74
	Literatuur	75
	Websites	75
	Boeken	79
	Links	79
	Bijlagen	I

1. Inleiding

In dit hoofdstuk zal worden ingegaan op de achtergrond van dit onderzoek. Allereerst wordt het probleem uitgelegd. Daarna komt het doel van het onderzoek aan de orde, met hieraan gekoppeld de onderzoeksvragen. Ten slotte worden de begrippen in de onderzoeksvragen nader uitgelegd.

1.1 Probleembeschrijving

Huisdieren zijn populair omdat ze in een bepaalde behoefte voorzien. Eigenaren projecteren gevoelens en gedachten op het huisdier, waar ze vervolgens in proberen te voorzien. Als dit voor hun gevoel lukt, voelen eigenaren zich beter over zichzelf. Het lucht op en geeft een vertrouwd gevoel om gedachten en gevoelens te kunnen vertellen aan een ander wezen, in dit geval een huisdier. 76% van de huisdiereigenaren praat tegen het huisdier en heeft daarbij het gevoel dat het huisdier hen begrijpt. Deze acties zorgen ervoor dat mensen een sterke band opbouwen met hun huisdier. Ruim 80% van de huisdierbezitters geeft aan het huisdier als een familielid te beschouwen. De sterkere band met het huisdier zorgt ervoor dat huisdieren steeds vaker als volwaardige leden van het gezin worden gezien, deze trend heet humanisering. (Animal Freedom, n.d.; DSZ Acuteel, 2011; MKBnet, 2005; Nu.nl; Psychologie Magazine, 2010)

Een andere trend is lifestylering, waarbij het huisdier een verlengstuk moet zijn van de levensstijl van het baasje. Hierop spelen bijvoorbeeld de luxeproducten en de kledinglijnen voor dieren in. Bij mensen is het normaal de beste voeding te willen eten voor een gezonde spijsvertering, de beste producten te willen gebruiken voor een mooi uiterlijk en de beste tandverzorging te kiezen om het gebit gezond te houden. Dergelijke dingen zijn nu ook beschikbaar voor dieren. Producenten van voeding en producten voor dieren maken van deze trend veelvuldig gebruik in hun reclame-uitingen. Bepaalde voeding claimt bijvoorbeeld het gebit van de kat gezond te houden of de vacht extra te doen glanzen. Steeds meer eigenaren vinden dit belangrijk, waardoor deze marketingtechnieken aanslaan.

(MKBnet, 2005)

Als het op het houden van huisdieren aankomt is één term belangrijk: respect. Daaruit voort komt het verantwoord houden van huisdieren. In de huidige maatschappij wordt van mensen verwacht dat er respectvol met huisdieren wordt omgegaan. Dieren bewust mishandelen of verwaarlozen wordt niet meer getolereerd. In de dichtbevolkte gebieden is er dan vrij snel een buurtbewoner met een hart voor dieren die er beklag over gaat doen, wat de mishandelaar of verwaarlozer een boete kan opleveren.

Met het verantwoord houden van huisdieren wordt bedoeld dat er voor alle diersoorten bepaalde minimale leveenseisen gelden, waaraan moet worden voldaan. Een dier moet dagelijks vers eten en water krijgen en voldoende ruimte om zich te bewegen. Veel huisdieren kunnen tegen de meest-voorkomende ziektes worden beschermd door een simpele jaarlijkse inenting en het regelmatig toedienen van middelen tegen parasieten en wormen. (Ministerie van LNV, 2001)

De kat is het meest populaire huisdier en laat de hond ver achter zich, met 1,5 miljoen honden in Nederland in 2010 (Feiten en Cijfers, 2011). Tussen kat en hond zitten de duiven en aquariumvissen als populaire huisdieren. Van de ± zeven miljoen huishoudens in Nederland houden 34% een kat, dit zijn ongeveer 2,9 miljoen katten. Deze huishoudens hebben gemiddeld twee of meer katten. (Feiten en Cijfers, 2011). Een kat is, terugblikkend op de bovengenoemde trends, een gewild huisdier om meerdere redenen. De kat past binnen de humaniseringstrend omdat er met een kat gecommuniceerd kan worden. Katten hebben variatie in lichaamshouding, mimiek en stemgeluid, waardoor de kat met de mens kan communiceren. Een kat is te knuffelen en te aaien, wat bijdraagt aan de sterke band tussen mens en kat. Door de ontstane grote variatie in rassen kan de kat een verlengstuk van de eigenaar worden. De eigenaar kan een kattenras kiezen dat bij diens levenswijze, karakter of zelfs interieur past. (Doetinchems Vizier, 2010; RNW, 2009)

Dat dieren met respect behandeld moeten worden komt niet alleen terug in de preventieve gezondheidszorg, maar ook in de behandeling van de kat wanneer de eigenaar op vakantie gaat.

Een voorbeeld van een kattenpension dat daarop inspringt is 'En Vacances', door te promoten met hun kattenvakanties. Speciaal ingerichte kamers voor de katten met een themaland zoals Griekenland, de Alpen of een lekkere strandvakanties zodat de katten ook een welverdiende vakantie hebben. (En Vacances, 2011)

Steeds meer aandacht wordt er gegeven aan de mogelijkheden van vakantieopvang voor de kat. Stichting Platform Verantwoord Huisdierenbezit (vanaf nu PVH) heeft voor verschillende huisdiersoorten normbladen gemaakt. Dit zijn verslagen die het publiek kan inzien en die informatie bevatten over diersoorten in het algemeen, erfelijke aandoeningen en andere onderwerpen. Voor de kat is er één gemaakt over de vakantieopvang voor katten. Het PVH schetst 5 mogelijkheden namelijk;

- de kat meenemen op vakantie,
- de kat onderbrengen in een pension,
- de kat laten logeren bij bekenden,
- een oppasservice inschakelen,
- buren of vrienden in je huis op de kat laten passen of buren of vrienden in de omgeving die 1-2 keer per dag langskomt om voor de kat te zorgen.

Erbij vermeldt staan de voor- en nadelen voor de kat en de eigenaar. (PVH, 2011)

Niet alleen het PVH houdt zich met het onderwerp bezig maar ook het Landelijk Informatie Centrum Gezelschapsdieren (vanaf nu LICG). Zij hebben een praktische gids samengesteld voor wanneer de kat niet of juist wel mee op vakantie gaat. Hierdoor komen de mensen die op vakantie willen en huisdieren hebben, beter te weten wat de mogelijkheden zijn. (LICG, 2011) Voor een overzicht van de voor- en nadelen van de vijf mogelijkheden betreffende kattenopvang zie Bijlage I: Normblad PVH, vakantieopvang kat

Van de 16,6 miljoen inwoners van Nederland in 2010 is er 81% in dat jaar op vakantie geweest. Dit komt neer op 12,7 miljoen vakantiegangers. Hieruit kan geconcludeerd worden dat van de 3,6 miljoen katten in 2010 er 2,7 miljoen katten op vakantie gaan en/of een oppas(adres) nodig hadden. De gemiddelde vakantieduur van lange vakanties was 9,7 dagen in Nederland en 12,9 dagen naar het buitenland. Korte vakanties duurden gemiddeld 3,2 dagen. (CBS, 2011)

In Nederland zijn 410 kattenpensions, 407 mogelijkheden tot thuisverzorging van de katten en 146 mogelijkheden tot thuisopvang volgens de site van Dierenplek. (Dierenplek, 2011). Volgens eigen onderzoek zouden er 27 pensions en dagopvangmogelijkheden zijn voor katten in Friesland. Dit komt overeen met de internetsite van Dierenplek. Over het onderwerp 'thuisverzorging van de katten' staan er op Marktplaats twee advertenties meer in vergelijking met de website van Dierenplek. In principe kan er vanuit gegaan worden dat de getelde hoeveelheid van pensions, dagopvang en thuisverzorging redelijk accuraat is.

Eerder is vermeld dat er in Nederland minstens 3,6 miljoen katten worden gehouden. Hiervan is naar schatting 5% raskat (PVH, 2009). Dit komt neer op zo'n 180.000 raskatten in Nederland. Veel van deze raskatten zijn in het bezit van eigenaren die ermee fokken. Bij de website Kittentekoop.nl staan 2610 Nederlandse catteries (raskattenfokkers) geregistreerd. Katten behorend tot een bepaald ras dienen aan de door de rasvereniging gestelde rasstandaard te voldoen. Hierin staan eisen en fouten betreffende het uiterlijk. Om katten te verkrijgen die beter voldoen aan die rasstandaard is het in de kattenfokkerij niet ongewoon familieleden met elkaar te kruisen. Bijvoorbeeld door vader en dochter een nest kittens te laten krijgen. Het levert echter tegelijkertijd katten op met een zwakkere gezondheid, als gevolg van een beperktere genetische diversiteit. Deze katten krijgen vaker ziektes die door een genetisch defect veroorzaakt worden, zoals PKD (Polycystic Kidney Disease) en HCM (Hypertrofe Cardiomyopathie).

De Brits Korthaar bijvoorbeeld, komt oorspronkelijk voort uit een kruising met de Pers en bij dat ras is PKD een veelvoorkomende ziekte.

Verschillende onderzoeken naar PKD bij Perzen laat een gemiddelde van 44,6% katten zien waarbij de ziekte geconstateerd is (Barr et al, 2001; Barrs et al, 2001; Barthez et al, 2003; Beck & Lavelle, 2001). Minder opvallende problemen binnen de raskattenfokkerij als gevolg van inteelt zijn de ontwikkelingen van kleinere nesten, meer kittens met opstartproblemen, trager groeiende kittens en hogere kittensterfte. (Gubbels, 2007) Deze kittens worden geregeld met de fles grootgebracht en met behulp van medicijnen door de eerste levensweken geholpen. Wanneer die kittens volwassen zijn is deze moeilijke opstartperiode vaak vergeten en wordt er met deze katten gefokt. Zwakkere individuen die het bij natuurlijke selectie niet gered zouden hebben, worden wel ingezet voor de fok waardoor het ras als geheel verzwakt.

Samenvattend kan worden gezegd dat het probleem binnen de raskattenfokkerij inhoudt dat er zwakkere katten ontstaan als gevolg van een beperktere genetische diversiteit door inteelt.

In bovenstaande tekst is de raskattenfokkerij in Nederland beschreven en het daarbinnen bestaande aantal catteries. Van het ras Brits Korthaar zijn momenteel 315 catteries in heel Nederland. Dit aantal maakt direct de sector uit waarbinnen cattery Bobby's Love zal opereren. De cattery wil namelijk katten gaan fokken van het ras Brits Korthaar, onder andere in de vachtkleur Black Silver Shaded. Binnen de sector zijn er 30 directe concurrenten die ook Brits Korthaar katten in de vachtkleur Shaded fokken. Samen bezitten zij 48 Silver Shaded poezen en 13 Silver Shaded katers.

Cattery Bobby's Love gaat zich tot doel stellen de inteelt binnen het ras aan te pakken. Door kittens te fokken met een lagere inteeltcoëfficiënt dan die van de moederpoes, moet de inteeltcoëfficiënt van alle kittens die de cattery fokt uiteindelijk op 0,00% of lager uitkomen.

Door het verlagen van de inteeltcoëfficiënt wordt de genetische diversiteit van de katten vergroot, wat hen weerbaarder maakt tegen ziektes en de kans op de aanwezigheid van erfelijke afwijkingen zal verkleinen. Daarnaast wil cattery Bobby's Love regels hanteren voor het gebruik van de kittens om verder te fokken. Kittens die met een zwakke gezondheid ter wereld komen mogen niet voor de fok worden gebruikt. Deze regel heeft tot doel de natuurlijke selectie in de raskattenfokkerij zo volledig mogelijk terug te brengen.

Voor de cattery kunnen drie doelgroepen worden onderscheiden:

- de cattery zelf
- andere fokkers
- liefhebbers

De cattery zelf behoort tot de doelgroep omdat Bobby's Love de kittens die geboren worden kan houden. Daarnaast kan er een kitten uit een nest van de eigen bloedlijn worden gekocht van een andere cattery. Dit is het geval wanneer Bobby's Love een kitten aan een andere cattery verkoopt en vervolgens een kitten koopt uit het nest dat die cattery ermee fokt.

De cattery fokt kittens met een lage inteeltcoëfficiënt. Indien deze kittens aan andere catteries worden verkocht en zij deze kittens voor de fok inzetten, wordt het effect van genetisch gevarieerdere katten uitgebreid. Daarnaast kan worden gesteld dat fokkers er het grootste belang bij hebben mooie en gezonde raskatten te hebben. Daarom zijn fokkers een belangrijke doelgroep. De cattery kan onder andere met andere fokkers in aanraking komen door met de katten te showen en via de website en andere promotiemiddelen.

Op deze shows komt de cattery tevens in aanraking met de potentiële afnemers die gedefinieerd kunnen worden als potentiële klanten. Dit zijn mensen die op zoek zijn naar een bijzondere kat als huisdier, maar verder geen intentie hebben om met dit dier te fokken.

2. SWOT-analyse

De probleembeschrijving van dit onderzoek is vertaald in een SWOT-analyse, zie Tabel 1. Allereerst zal de tabel voor de oppasservice besproken worden en vervolgens voor de cattery.

Oppasservice Bobby's Love heeft als sterke kant dat er de afgelopen drie jaar gewerkt is in de omgeving van Leeuwarden. Hierdoor zijn er bestaande klanten die een mening over Bobby's Love hebben en eventueel promotie maken via mond-tot-mondreclame. In het nieuwe afzetgebied bevindt zich momenteel geen kattenoppasservice en dus is er geen concurrentie. Dat Bobby's Love de eerste zal zijn in dit gebied geeft een sterke monopoliepositie.

De werkwijze van Bobby's Love levert een sterk punt op, omdat het de klant gemak oplevert. Bobby's Love komt aan huis, waardoor de eigenaar de kat niet meer naar een logeeradres hoeft te brengen. Er dient enkel uitwisseling van huissleutels plaats te vinden en de eigenaar kan met een gerust hart op vakantie.

Oppasservice Bobby's Love ziet mogelijkheden in de volledig nieuwe markt, eerder aangegeven als het gebied zonder concurrentie.

Dat deze markt volledig nieuw is kan tevens worden aangemerkt als een zwak punt. Het zal nog moeten blijken of een kattenoppasservice in dit gebied aan zal slaan. Net als bij de cattery heeft ook oppasservice Bobby's Love te kampen met de afwezigheid van naamsbekendheid. Dit kan als gevolg hebben dat mensen huiverig staan tegenover het inhuren van een compleet onbekend bedrijf.

De eigenaresse van Bobby's Love heeft bij de start van het bedrijf geen rijbewijs voor auto of scooter. Dit zorgt ervoor dat zij alles op de fiets zal moeten doen. Dit is een zwak punt, omdat deze manier van verplaatsen meer tijd kost dan gemotoriseerd vervoer. Oppasservice Bobby's Love zal hierdoor in hetzelfde aantal uren minder klanten kunnen bedienen, dan wanneer er een auto of scooter ter beschikking is. Door het vervoer per fiets heeft oppasservice Bobby's Love slechts beperkt de mogelijkheid een dier naar de dierenarts te vervoeren wanneer het dier tijdens de oppasperiode ziek wordt. Ook dit is een belangrijk zwak punt. Vanaf het moment dat er wel een rijbewijs behaald is en een auto of scooter aanwezig is, vallen deze beide zwakke punten weg.

Oppasservice Bobby's Love ervaart net als de cattery een bedreiging vanuit de slechte economie. Door de aankondiging van een tweede recessie is het mogelijk dat er een daling ontstaat in het aantal keer dat mensen op reis gaan. Doordat mensen meer thuis blijven is er in dat geval minder oppas nodig en is er dus minder werk voor de oppasservice. Of deze ontwikkeling zich inderdaad gaat voordoen moet echter nog blijken. Oppasservice Bobby's Love is werkzaam in verschillende dicht bij elkaar gelegen dorpen en steden.

Het risico is aanwezig dat in praktijk dit gebied te groot blijkt te zijn om te bewerken met uitsluitend fiets en openbaar vervoer. In dat geval zou Bobby's Love zich tot een kleiner gebied moeten beperken totdat het rijbewijs en het gemotoriseerde vervoer aanwezig zijn. Een laatste bedreiging kan bestaan in het feit dat om de dorpen heen veel boerenbedrijven gevestigd zijn. Het is mogelijk dat er wel veel mensen met katten in het gekozen werkgebied van Bobby's Love wonen, maar dat deze mensen geen kattenoppasservice in zullen schakelen.

Nu zal de SWOT-analyse voor de cattery worden besproken. Cattery Bobby's Love zal als sterk punt de import van bloedlijnen in rasvereniging Mundikat hebben. Cattery Bobby's Love wil nieuwe katten zoveel mogelijk aanschaffen bij fokkers die zijn aangesloten bij een andere rasvereniging dan Mundikat. Dit met het doel de variatie in bloedlijnen binnen het stamboek van Mundikat te vergroten. Cattery Bobby's Love zal deze variatie in bloedlijnen proberen te behouden door slechts één nest te fokken uit elke poes-kater-combinatie. Door de poes voor elk nieuw nest met een andere kater te combineren komen er meer kittens met gevarieerde genetische samenstelling ter wereld, dan wanneer de poes vaker met dezelfde

kater zou paren. Uiteraard dient wel elke poes-kater-combinatie ervoor te zorgen dat de kittens uit dat nest een lagere inteeltcoëfficiënt hebben dan de moederpoes.

Bobby's Love zal het beleid hebben dat natuurlijke selectie in acht moet worden genomen. Dat wil zeggen dat Bobby's Love kittens welke handmatig door de eerste levensweken geholpen moeten worden niet voor de fok zal inzetten. Deze kittens worden met fokbeperking verkocht.

Bobby's Love heeft ten opzichte van de klant een onderscheidend sterk punt, aangezien de cattery geen eisen stelt aan de woonsituatie van kopers. Nagenoeg alle fokkers hanteren de eis dat kopers de katten niet vrij op straat mogen laten lopen. Een reden die hiervoor vaak gegeven wordt is dat ze geen katten fokken om ze te laten doodrijden. Cattery Bobby's Love vindt dit de eigen verantwoordelijkheid van de nieuwe eigenaar en zal hier dus geen eisen aan stellen.

Cattery Bobby's Love ziet mogelijkheden in het toegenomen bewustzijn rondom gezond fokbeleid, juist omdat Bobby's Love zoveel aandacht heeft voor inteelt en genetische diversiteit. Met deze werkwijze kan cattery Bobby's Love volledig in deze ontwikkeling meegaan en hopelijk deze ontwikkeling verder stimuleren.

In de afgelopen jaren is de populariteit van het ras Brits Korthaar toegenomen. De kat met de grote ogen en het knuffelbeeruiterlijk is nog steeds populair. Door Brits Korthaar katten te fokken voldoet cattery Bobby's Love aan een klein gedeelte van de vraag naar dit ras.

Cattery Bobby's Love zal Brits Korthaar katten gaan fokken in verschillende bijzondere kleurvarianties. Door deze variatie in kleur sluit de kat aan bij de huidige trend lifestyling. Cattery Bobby's Love staat niet positief tegenover de trend om het huisdier te laten passen bij het interieur, maar kan zich wel vinden in de wens voor een bijzondere kat.

Cattery Bobby's Love is op dit moment startend, met één poes in bezit die medio 2012 haar eerste nest zal krijgen. Doordat Bobby's Love nog geen volledig jaar bestaat en nog geen enkel nest heeft verkocht is er momenteel geen naamsbekendheid. Dit is een zwakte van de cattery, maar hoort bij de opstartperiode. Bobby's Love is daarnaast niet de enige Brits Korthaar cattery in Nederland en ook niet de enige met Zilver Shaded vachtkleur. Er zijn een aantal catteries met grote naamsbekendheid in deze kleur, waarmee Bobby's Love zich uiteindelijk wil kunnen meten. Er is directe concurrentie van deze catteries met hetzelfde ras en dezelfde vachtkleur. Zij produceren namelijk een vergelijkbaar product. Er is daarnaast concurrentie van de Brits Korthaar fokkers voor andere vachtkleuren en er is concurrentie vanuit fokkers van andere rassen. Aangezien Bobby's Love nog geen naamsbekendheid heeft opgebouwd is de concurrentiepositie van de cattery momenteel ongunstig.

Ten slotte heeft Bobby's Love een blijvende zwakte die zit in de verkoopprijs van de kittens. Aangezien Bobby's Love bedrijfsmatig wil functioneren dient er op elk kitten winst te worden gemaakt. Dit drijft de prijs omhoog, waardoor Bobby's Love binnen het segment in de duurdere klasse valt. Prijsvechtende klanten zullen hierdoor eerder naar de concurrent gaan, kwaliteitvechtende mensen echter waarschijnlijk niet.

Het eerdergenoemde grote aantal concurrenten is (en blijft) een bedreiging voor cattery Bobby's Love. Er zijn veel verkooppunten van ongeveer hetzelfde product. Daarnaast zal Bobby's Love nadelige gevolgen ondervinden van de slechte economie, de tweede recessie en problemen binnen de Eurozone. Mensen worden mogelijk huiverig in het vrijelijk uitgeven van geld en de aanschaf van een raskitten voor enkele honderden euro's behoort dan niet tot prioriteit.

Tabel 1 SWOT- analyse Bobby's Love

Cattery	Oppasservice	Cattery	Oppasservice
<i>Strenghts</i>		<i>Weaknesses</i>	
- Import bloedlijnen - 1 nest per poes x kater combinatie - geen eisen woonsituati kopers - natuurlijk selectie van de kittens	- ervaring met klantenbestand - geen concurrentie in afzetgebied - katten hoeven niet te reizen door oppas aan huis	- duur - weinig naamsbekendheid - vergelijkbaar product bij concurrent	- onbekende markt - weinig naamsbekendheid - geen rijbewijs scooter/auto - geen vervoer naar dierenarts
Cattery	Oppasservice	Cattery	Oppasservice
<i>Opportunities</i>		<i>Threats</i>	
- toename bewustzijn fokbeleid - populariteit brits Korthaar - lifestyleling	- nieuwe markt	- slechte economie - veel concurrentie	- slechte economie - (te) groot gebied voor fiets/OV - mogelijk voornamelijk boerderijen in afzetmarkt

2.1.1 Randvoorwaarden

Dit afstudeeronderzoek richt zich op de realisatie van cattery & kattenoppasservice Bobby's Love. Dit bedrijf zal zowel in de kattenoppasbranche als in de catterybranche actief zijn.

Kattenoppasservice Bobby's Love zal op katten passen bij de mensen thuis, waardoor de kat niet meer hoeft te reizen. Bij een bezoek van 20 minuten wordt de kattenbak schoongemaakt, de kat gevoerd en krijgt de kat aandacht, wordt de post opgeruimd, de planten water gegeven en wat de cliënt nog meer verlangt zoals het verzorgen van andere dieren in huis. Dit zijn standaard activiteiten die een oppasservice aanbiedt. (Voilà, 2011, Dieren oppas centrale Drachten, 2011)

De doelgroep van kattenoppasservice Bobby's Love bestaat uit alle mensen die gedurende een korte termijn niet voor hun kat(ten) kunnen zorgen en hiervoor een oppas willen inhuren. Dit kunnen werkende mensen zijn van jong tot oud, mensen die op vakantie gaan en waarbij het teveel stress geeft aan het dier om naar iemand of een opvangadres te gaan en mensen die (even) in het ziekenhuis liggen.

De student Marlous Schotema heeft een beginontwerp voor het starten van Bobby's Love. De vraag is nu of Bobby's Love succesvol gerealiseerd kan worden in de omgeving Surhuizum. Het doel van dit onderzoek is het verzamelen van gegevens over het inrichten van Bobby's Love en de mogelijkheid tot winstgevendheid vanaf het derde bestaansjaar.

Het bedrijf moet aan een paar eisen voldoen wil het slagen.

Uit het gehele bedrijf moet een minimaal netto omzet van €18.000,- per jaar gehaald kunnen worden waar Marlous van kan leven. De doelstelling is om dit binnen drie bestaansjaren te verwezenlijken. Het is een eenmansbedrijf wat inhoudt dat Marlous niet meer cliënten aan kan nemen dan waar zij tijd voor heeft. Marlous zal parttime bezig zijn met het bedrijf. Naar verwachting steekt ze hier ongeveer 3 dagen (20 uur) in de week in. Marlous zal in het begin van het bedrijf een parttime baan ernaast hebben om voldoende inkomen te verkrijgen.

Uiteindelijk is het de bedoeling dat Marlous fulltime met Bobby's Love bezig zal zijn.

Het startkapitaal bedraagt ongeveer € 1.500,-. Dit houdt in; aankoop van een fokpoes, kattenkrabmeubel, waterrbakken, kattenbakken, een warmtemat, een kitten-red-pakket, een bench als werpkist en een prullenbak voor het kattengrind. Aan vlottende activa moet kattenvoer, kattengrind, vlees, vis en preventieve medicatie worden ingekocht. Verder is er gekeken naar de investering in een auto en een autorijbewijs, om zo de verschillende dorpen makkelijker bereikbaar te maken.

Het startkapitaal zal verkregen worden middels de parttime baan van de eigenaresse.

Bobby's Love gaat zich richten op de dorpen Surhuizum, Surhuisterveen, Buitenpost, Drogeham, Harkema en Augustinusga. Er wordt op bovenstaande dorpen gericht omdat Marlous en haar bedrijf zijn verhuisd naar Surhuizum per 23 oktober 2011.

Het opleidingsniveau van Marlous is HBO en ze beschikt over de volgende diploma's:

- MBO paraveterinair
- Honden- en Kattenbesluit '99
- HBO Diermanagement (verwachtte diplomering 2012)

Het voordeel van het zijn van paraveterinair is dat Marlous beschikt over de kennis en het kunnen toepassen van medische verzorging bij dieren die dit nodig hebben. Zo kan Marlous bijvoorbeeld katten met diabetes verzorgen.

2.2 Doel van het onderzoek

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in de haalbaarheid van het winstgevend opzetten van de onderneming Bobby's Love. Bobby's Love zal bestaan uit twee onderdelen: een Brits Korthaar cattery en een oppasservice voor katten.

2.3 Onderzoeksvragen

Op welke manier moet Bobby's Love ingericht worden in de omgeving Surhuizum om vanaf het derde bestaansjaar een minimaal inkomen van € 18.000,- te behalen?

Onderzoeksvragen oppasservice

Wat zijn de kenmerken van de doelgroep?

- Wat zijn de sociale kenmerken van de doelgroep?
- Hoe is de doelgroep over het gekozen afzetgebied verspreid?
- Hoeveel katten bezitten de huishoudens binnen de doelgroep?

Wat zijn de wensen van de doelgroep?

- In welke mate is er interesse in een kattenopasservice?
- Welke basiswerkzaamheden verwacht de doelgroep van de kattenopasservice?
- Welke extra werkzaamheden verwacht de doelgroep dat de oppasservice biedt?
- Welke kwaliteitseisen wenst de doelgroep van de kattenopasservice?

Hoe gaat de doelgroep om met vakanties?

- Hoe vaak gaan leden van de doelgroep op vakantie in een jaar?
- Wat is de duur van deze vakanties?
- Wie zorgt er tijdens vakanties voor de katten

Onderzoeksvragen cattery

Wat zijn de kenmerken van de doelgroep?

- Wat zijn de sociale kenmerken van de doelgroep?
- Hoe is de doelgroep over het gekozen afzetgebied verspreid?

Wat zijn de wensen van de doelgroep?

- Hoe groot is de doelgroep die interesse heeft in een Brits Korthaar? Wat vindt de doelgroep belangrijk aan het uiterlijk van een raskat?
- Wat vindt de doelgroep belangrijk aan het innerlijk van een raskat?
- In welke mate speelt de fokker mee in de keuze van een kitten?
- Welke kwaliteitseisen wenst de doelgroep van de cattery?

Promotie Bobby's Love

Hoe zal de promotiecampagne van Bobby's Love eruit gaan zien?

- Hoe zal het marketingsplan van Bobby's Love eruit gaan zien?
- Welke media (promotiemiddelen) kan Bobby's Love het beste inzetten?
- Wat wordt de huisstijl van Bobby's Love?
- Hoe zal het activiteitschema van Bobby's Love eruit gaan zien?

Organisatie Bobby's Love

Hoe moet Bobby's Love worden georganiseerd?

- Welke risico's loopt Bobby's Love en hoe kan het bedrijf zich daarvoor indekken?
- Hoe kan Bobby's Love zich onderscheiden van de concurrent? (USP)
- Onder welke ondernemingsvorm wordt Bobby's Love opgezet?
- Welke vergunningen moeten worden aangevraagd?
- Welke belastingen moeten worden afgedragen?
- Welke praktische zaken moeten er geregeld worden voor het starten van Bobby's Love?

Financiën Bobby's Love

Hoe gaat de financiële kant van Bobby's Love eruit zien?

- Hoe zal het startkapitaal bij elkaar worden gebracht?
- Wat kosten de vergunningen?
- Wat kosten de verzekeringen?
- Wat zijn de kosten van de promotiecampagne?
- Wat wordt de verkoopprijs voor de oppasservice?
- Wat wordt de verkoopprijs voor de kittens van de cattery?
- Wat zijn de productiekosten voor de oppasservice (afschrijvingen, benzinekosten, tijd, etc.)?
- Wat zijn de productiekosten voor de cattery? (afschrijvingen, benzinekosten, tijd, etc.)
- Hoe zien de balans en resultatenrekening eruit voor de eerste drie bestaansjaren?

2.4 Begripsverklaring

Cattery: Een cattery is een bedrijf dat katten fokt en de kittens verkoopt. In dit geval gaat het om het Britse Korthaar ras.

Dienst: Hiermee wordt de kattenoppasservice bedoeld.

Humanisering: het vermensen van dieren, zoals het projecteren van emoties, gevoelens en gedachten.

Multiple choice vragen: Bij een multiple choice vraag zijn er meerdere antwoordmogelijkheden opgegeven waarvan er maar één aangevinkt mag worden.

Multiple dichotome vragen: Bij een multiple dichotome vraag zijn er meerdere antwoordmogelijkheden opgegeven en mogen er meerdere aangevinkt worden.

Oppasservice: In dit onderzoek wordt uitgegaan van een thuisoppas voor dieren. Marlous komt thuis bij de cliënten om voor de aanwezige dieren te zorgen en om aan eventuele andere wensen van de cliënten te voldoen.

Product: Met product wordt in dit geval de kittens bedoeld die bij de cattery verkocht worden.

Rasstandaard: overzicht van karakteristieken voor het uiterlijk van een bepaald ras, waaraan dieren behorend tot dit ras moeten voldoen.

Stamboom: een overzicht van de voorouders van een bepaald individu.

Winstgevend: Hiermee wordt een minimaal jaarinkomen van netto € 18.000,- bedoeld. Dit inkomen zal vanaf het derde bestaansjaar behaald worden.

3. Materiaal en Methoden

In dit hoofdstuk wordt de opzet van dit onderzoek nader beschreven. Wat was de populatie/steekproef, hoe is het onderzoek aangepakt en hoe zijn de resultaten verwerkt. Deze informatie is opgedeeld in de twee bedrijfsdelen van Bobby's Love.

3.1 Oppasservice

In onderstaande paragrafen wordt er besproken wat voor soort onderzoek er gedaan is, naar welke onderwerpen en personen en hoe het onderzoek is verlopen en verwerkt.

3.1.1 Type onderzoek

Het onderzoek is een kwantitatief beschrijvend onderzoek. Het is beschrijvend omdat de houding, wensen en mening van de geënquêteerden betreffende een kattenoppasservice in het algemeen in kaart is gebracht met behulp van open frequentievragen, gesloten vragen en multiple dichotome vragen. Hierbij was er geen sprake van vooraf gestelde hypothesen en theorieën. Het was bij dit onderzoek belangrijk dat er een beeld werd geschetst van een grote populatie in tegenstelling tot een duidelijk beeld van een kleinere populatie aangezien een van de doelen van dit onderzoek was te achterhalen hoe de populatie tegenover een kattenoppasservice staat. Door de afgenomen interviews tijdens het vooronderzoek zijn er gerichte enquêtevragen opgesteld die zorgden voor een duidelijk beeld van de houding, mening en wensen van de onderzoekspopulatie. (Baarda & de Goede, 2006)

3.1.2 Onderzoekspopulatie

De onderzoekspopulatie waarbinnen onderzoek is gedaan bestond uit volwassenen uit de omgeving van de dorpen Surhuizum, Surhuisterveen, Buitenpost, Drogeham, Harkema en Augustinusga. In totaal zijn er 72 bruikbare enquêtes uit de dataverzameling gekomen. Er is gefocust op mensen die in het bezit zijn van een kat. De onderzoekspopulatie was een steekproef van alle katteneigenaren woonachtig in het afnamegebied.

Er is een betrouwbaarheidsmarge van 65% bij een onderzoekspopulatie van 20.000 waarbij de steekproefmarge staat op 5%, aangezien er 85 enquêtes afgenomen zijn. (allesovermarktonderzoek, 2009)

3.1.3 Dataverzamelingsmethoden

Er zijn 200 enquêtes (zie Bijlage II: De enquête oppasservice) verdeeld over zeven bedrijven in het afzetgebied, te weten:

- Dierenartsenpraktijk Kollum-Buitenpost, Dependance te Buitenpost
- Dierenwinkel Boekhof Diervoeding te Augustinusga
- Dierenwinkel Pet's Place te Surhuisterveen
- Dierenartsenpraktijk Tuseken Diken en Feanen te Drogeham
- Dierenartsenpraktijk Tusken Diken en Feanen, Dependance te Surhuisterveen
- Dierenwinkel de Diske te Harkema

Deze enquêtes zijn op bovenstaande bedrijven gebleven van 07.12.2011 t/m 22.12.2011.

Er zijn 9 ingevulde enquêtes teruggekomen uit de dierenwinkel te Augustinusga en de dierenartsenpraktijk te Drogeham/Surhuisterveen samen en 4 enquêtes van de dierenwinkel te Surhuisterveen wat het totaal brengt op 85 enquêtes die allemaal bruikbaar zijn bevonden.

In onderstaande Tabel 2 staan de data waarop de studenten enquêtes hebben afgenomen onder de doelgroep.

Tabel 2 Data-afnamemomenten oppasservice

13.12.2011	In het centrum, voor supermarkten Aldi en Coop te Buitenpost Voor de supermarkt Aldi en in de Dierenwinkel Jumper in de Formido te Surhuisterveen	Van 9.00u tot 16.00u
14.12.2011	Voor de supermarkt Aldi en in de Dierenwinkel Jumper in de Formido te Surhuisterveen	Van 9.00u tot 16.00u
21.12.2011	Voor de supermarkt Poiesz te Harkema en voor de supermarkt Aldi te Surhuisterveen	Van 9.00u tot 15.00u

In de enquête stonden twee open vragen, twee open frequentievragen, negen multiple choice vragen en zeven multiple dichotome vragen wat het totaal brengt op 20 enquêtevragen.

Onder deze vragen vielen o.a. vragen naar verschillende sociaal-demografische kenmerken zoals de leeftijd, de woonplaats en het opleidingsniveau.

De enquête is eerder als steekproef afgenomen onder tien bezoekers van twee dierenwinkels te Leeuwarden. Op grond van deze pilot zijn enkele vragen veranderd en is de tijd nodig voor het invullen gemeten ($\pm$ vijf minuten) en vervolgens op de definitieve enquête aangekondigd. Het doel van de enquête is van te voren toegelicht op papier. Daarnaast werd het mondeling uitgelegd wanneer mensen de enquête wilden invullen.

3.1.4 Verwerking en analysering

De data zijn onderverdeeld in twee groepen, namelijk de antwoorden op de enquête die met het verwerkingsprogramma SPSS 20.0 zijn verwerkt en de antwoorden op de open vragen. Deze antwoorden zijn verwerkt met het programma Word. Verder zijn de enquêtes vertrouwelijk behandeld en verwerkt.

Ten slotte is het programma Excel gebruikt om de figuren en diagrammen grafisch weer te geven. Dit omdat het programma Excel mooiere figuren weergeeft i.v.m. de figuren van het programma SPSS.

3.1.5 Beschrijving en verantwoording van de analysebeslissingen

De antwoorden op de multiple dichotome enquêtevragen zijn gekoppeld aan de bijbehorende enquêtevragen met de toets Multiple Responce Sets. Met de toets 'custom tables' zijn de vragen met de gekoppelde antwoorden in een overzichtelijke tabel gezet.

Alle andere antwoorden van de enquête die in SPSS zijn verwerkt, zijn verwerkt met de toets 'Frequencies' en 'Descriptives'. Hierdoor zijn de aantal geënuquêteerden die een bepaald antwoord hebben gegeven duidelijk weergegeven.

3.2 Cattery

In onderstaande paragrafen wordt er besproken wat voor soort onderzoek er gedaan is, naar welke onderwerpen en personen en hoe het onderzoek is verlopen en verwerkt.

3.2.1 Type onderzoek

Het onderzoek was een kwantitatief beschrijvend onderzoek. Het was beschrijvend omdat de houding, wensen en meningen van de geënquêteerden betreffende een cattery in het algemeen in kaart zijn gebracht met behulp van open frequentievragen, open vragen, multiple choice vragen en multiple dichotome vragen. Hierbij was er geen sprake van vooraf gestelde hypothesen en theorieën. Het was bij dit onderzoek belangrijk dat er een beeld werd geschetst van een grote populatie in tegenstelling tot een duidelijk beeld van een kleinere populatie aangezien een van de doelen van dit onderzoek was te achterhalen hoe de populatie tegenover een cattery staat. Door de afgenomen interviews tijdens het vooronderzoek zijn er gerichte enquêtevragen opgesteld die zorgden voor een duidelijk beeld van de houding, mening en wensen van de onderzoekspopulatie. (Baarda & de Goede, 2006)

3.2.2 Onderzoekspopulatie

De onderzoekspopulatie van de cattery kon verdeeld worden in twee groepen namelijk: de catteryhouders (fokkers) en de liefhebbers van de Brits Korthaar (mensen die er niet mee fokken).

Onder catteryhouders worden alle mensen verstaan die één of enkele raskatten hebben of willen aanschaffen om daar specifiek mee te (gaan) fokken. Hieronder vallen ook concurrerende catteries die met de kittens van Bobby's Love door zouden willen fokken.

Onder de liefhebbers wordt de groep mensen verstaan die een raskat als 'gewoon' huisdier wil, zonder ermee te willen fokken.

Er is een betrouwbaarheidsmarge van 79% bij een onderzoekspopulatie van 20000 waarbij de steekproefmarge is komen op 5% aangezien er 153 enquêtes afgenomen zijn. (allesovermarktonderzoek, 2009)

3.2.3 Dataverzamelmethode

Middels een internetenquête en het afnemen van de enquête tijdens een kattenshow is data verzameld.

De link naar de internetenquête en de toelichting van het onderzoek zijn geplaatst op de volgende kattenforumsites: Kattenplaza, Poezenpraatjes, de Kattenforumsite, Kattenpraat en Kattenforum.nl. De enquête heeft van 02.12.2011 tot 02.01.2012 op internet gestaan. Dit heeft 59 bruikbare enquêtes opgeleverd (zie Bijlage III: De enquête cattery). Daarnaast zijn de studenten op 18.12.2011 naar de Mundikat Kattenshow in Groningen geweest om daar te enquêteren. Als hulpmiddel bij vraag 17 is er gebruik gemaakt van een vachtkleurenboekje (zie Bijlage IV: Het vachtkleurenboekje). In Groningen zijn 94 bruikbare enquêtes verzameld, wat het totaal brengt op 153 enquêtes.

In de enquête stonden twee open vragen, één open frequentievraag, acht multiple choice vragen en zeven multiple dichotome vragen wat het totaal brengt op 20 enquêtevragen.

Onder deze vragen vielen onder andere vragen naar verschillende sociaal-demografische kenmerken zoals de leeftijd, de woonplaats en het opleidingsniveau.

De enquête is eerder als steekproef afgenomen onder negen bezoekers van de kattenforumsites en diermanagementstudenten. Op grond van de pilot zijn enkele vragen veranderd en is de tijd nodig voor het invullen gemeten (± 5 minuten) en vervolgens op de definitieve enquête aangekondigd. Het doel van de enquête is van te voren toegelicht op papier. Daarnaast werd het mondeling uitgelegd wanneer mensen de enquête wilden invullen.

3.2.4 Verwerking en analyse

De data zijn onderverdeeld in twee groepen, namelijk de antwoorden op de enquête die met het verwerkingsprogramma SPSS 20.0 zijn verwerkt en open vragen. Deze antwoorden zijn verwerkt met het programma Word. Verder zijn de enquêtes vertrouwelijk behandeld en verwerkt.

Ten slotte is het programma Excel gebruikt om de figuren en diagrammen grafisch weer te geven.

3.2.5 Beschrijving en verantwoording van de analysebeslissingen

De antwoorden op de multiple dichotome enquêtevragen zijn gekoppeld aan de bijbehorende enquêtevraag met de toets 'Multiple Response Sets'. Met 'custom tables' zijn de vragen van de gekoppelde antwoorden in een tabel gezet waardoor niet elke antwoord van dezelfde vraag ingevoegd hoefde te worden.

Alle andere antwoorden van de enquête die in SPSS verwerkt zijn, zijn verwerkt met de toetsen 'Frequencies' en 'Descriptives'. Hierdoor zijn het aantal geënquêteerden die een bepaald antwoord hebben gegeven duidelijk weergegeven.

4. Resultaten

De resultaten worden besproken op basis van de volgorde van de onderzoeksvragen. Eerst worden de vragen betreffende de oppasservice besproken, daarna de vragen aangaande de cattery met daarop volgend promotie, organisatie en tot slot het financiële gedeelte van Bobby's Love. Sommige onderzoeksvragen worden beantwoord middels de afgenomen enquêtes waarnaast anderen volstaan met literatuuronderzoek.

4.1 Oppasservice

Deze paragraaf is verdeeld in de kenmerken van de doelgroep, de wensen en de vakanties van de doelgroep.

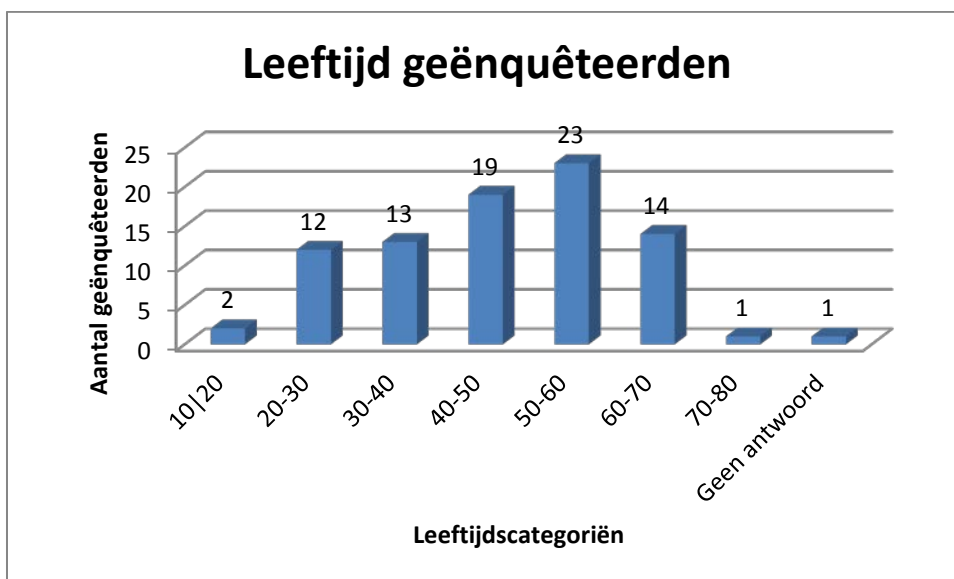
4.1.1 Kenmerken van de doelgroep

Om een goed beeld te krijgen van de doelgroep zijn geënquêteerden gevraagd naar een aantal demografische gegevens zoals geslacht, leeftijd, woonplaats en opleidingsniveau.

Demografische kenmerken

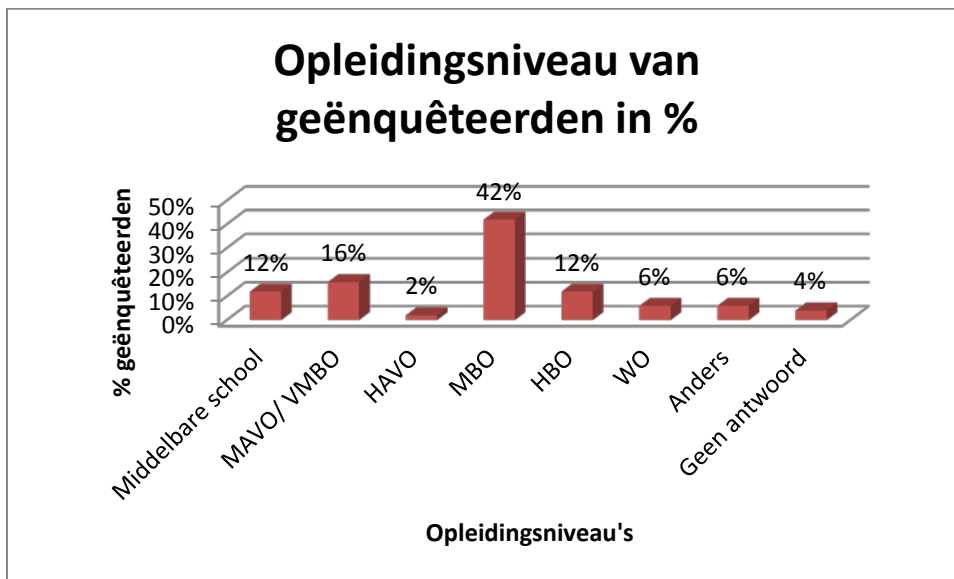
De verdeling man/vrouw onder de totaal 85 geënquêteerden is als volgt; er waren zes mannen en 78 vrouwen. Dit omgerekend in percentages betekent dat 92% van de geënquêteerden vrouwen waren. Hierbij was er één persoon die geen geslacht heeft ingevuld.

De gemiddelde leeftijd van de geënquêteerden is 45 jaar. De meeste geënquêteerden konden worden ingedeeld in de leeftijdsgroep 50 tot 60 jaar. In deze groep behoren 23 geënquêteerden, zie Figuur 1.



Figuur 1 Leeftijd geënquêteerden per 10 jaar. (N=85)

Ongeveer de helft van de geënquêteerden heeft een MBO opleiding gevolgd (42%). Slechts 18% van de geënquêteerden heeft een HBO of WO opleiding afgerond. Daarentegen zijn er ten opzichte van hogere opleidingsniveau meer mensen met een middelbare school en een MAVO/VMBO opleiding. Zie Figuur 2.



Figuur 2 Opleidingsniveau van geënquêteerden in percentage. (N=85)

De doelgroep van het onderzoek werd gevormd door inwoners van de dorpen Surhuizum, Surhuisterveen, Drogeham, Buitenpost, Harkema en Augustinusga. De meeste geënquêteerden waren echter afkomstig uit andere omliggende dorpen (38%). Van de genoemde dorpen kwamen de meeste geënquêteerden uit Surhuisterveen (20%), gevolgd door Buitenpost (15%) en Harkema (13%).

De meeste geënquêteerden hebben 1 kat (47%) of 2 katten (38%). Minder mensen hebben 3 katten of meer (1% tot 8%), (N=85). Dit is belangrijk om te weten omdat er een beeld geschetst kan worden van het aantal katten waarvoor gezorgd moet worden in de vakanties.

4.1.2 Wensen van de doelgroep

Werkzaamheden

Om goed aan te kunnen sluiten bij de wensen van de doelgroep zijn een aantal vragen gesteld over de eisen en waarden van een oppasservice zodat Bobby's Love daarop kan inspelen. 61 geënquêteerden hebben hier antwoord op gegeven.

De voorkeur voor de basiswerkzaamheden die Bobby's Love kan aanbieden gaat uit naar het voeren van de kat (97%), de kattenbak verschonen (80%) en aandacht geven aan de kat (70%). Door de geënquêteerden werd het uit het zicht leggen van post ook als belangrijke dienstverlening gekenmerkt (43%).

Wanneer er werd gevraagd naar de wensen met betrekking tot extra werkzaamheden gaven 42 geënquêteerden aan graag te hebben dat de containers aan de weg worden gezet (60%), dat de planten water krijgen (50%) en dat de andere huisdieren gevoerd en verzorgd worden (43%), zie Figuur 3.



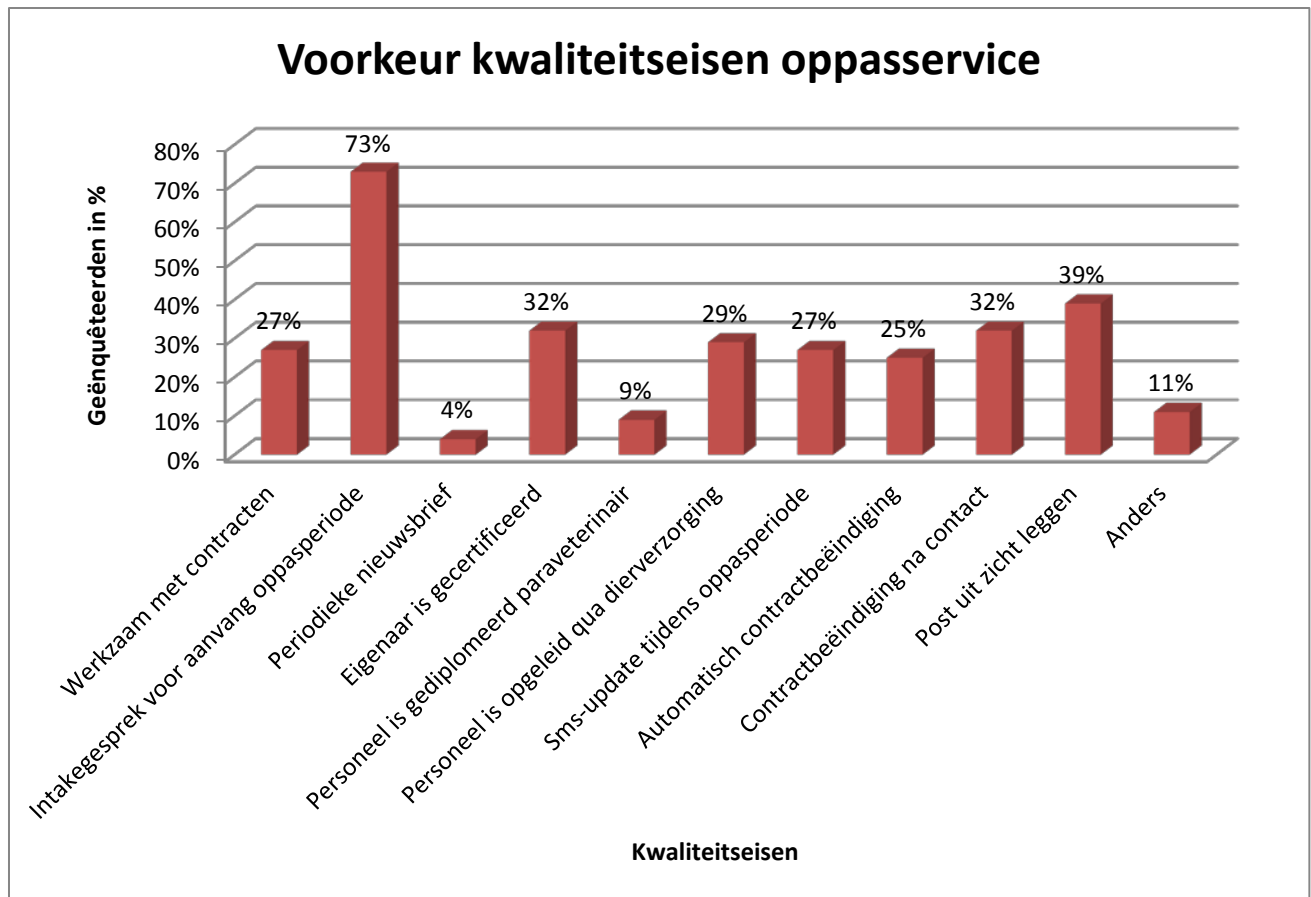
Figuur 3 Voorkeur extrawerkzaamheden in percentage. (N=42)

Kwaliteitseisen

Om goed in te kunnen spelen op de wensen van de doelgroep m.b.t. kwaliteitseisen van een kattenoppasservice, is deze vraag gesteld in de enquête en beantwoord door 56 geënquêteerden.

73% van de mensen wil een intakegesprek voor aanvang van de oppasperiode om kennis te kunnen maken met de persoon en om de werkzaamheden te bespreken. Daarnaast wil 27% van de geënquêteerden dat een oppasservice met contracten werkt.

32% van de doelgroep wil dat de eigenaar gecertificeerd is om een oppasservice te runnen en 29% van de geënquêteerden wil dat het personeel ook geschoold is. Bij de vraag of de geënquêteerden een sms-update willen tijdens de oppasperiode geeft 27% aan dat ze dit te wensen. Bij de extrawerkzaamheden wilden 43% van de geënquêteerden dat de post aan de kant werd gelegd. Bij de standaardwerkzaamheden is dit 39%. (zie Figuur 4)



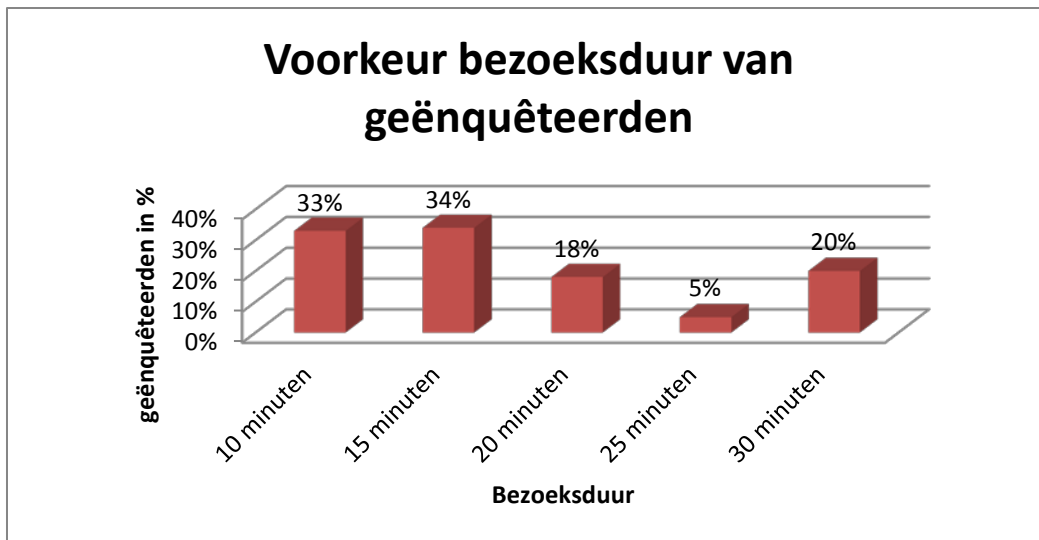
Figuur 4 Voorkeur van geënquêteerden betreffende kwaliteitseisen van een cattery, in percentage. (N=56)

Contact

Een service die Bobby's Love eventueel wil aanbieden is het contacteren van de klanten op het einde van de oppasperiode als afsluiting van het contract. De geënquêteerden kregen de mogelijkheid om aan te geven of hun voorkeur hier naar uit ging of niet. Wanneer ze hier geen voorkeur voor hadden hoefden ze niets in te vullen. 32% van de geënquêteerden gaf aan wel graag contact te hebben voordat de oppasperiode wordt afgerond. 25% van de geënquêteerden wilde geen contact wanneer de oppasperiode ten einde liep. In totaal gaf 4,5% van de geënquêteerden geen voorkeur aan bij de antwoordmogelijkheden.

Duur en hoeveelheid bezoeken

Het personeel van Bobby's Love komt tijdens de afwezigheid van de eigenaren in het huis om voor de kat(ten) te zorgen. De enquête bevatte een vraag waarbij geënquêteerden konden aangeven hoelang ze iemand in hun huis willen hebben om de taken uit te voeren die ze graag uitgevoerd zien. Hieruit kwam naar voren dat van de 61 geënquêteerden 67% bezoeken wil tussen de 10 en 15 minuten. Een kleiner aantal (43%) wil bezoeken tussen de 20 en 30 minuten. zie Figuur 5.



Figuur 5 Voorkeur geënquêteerden bezoekduur in percentage. (N=61)

Geënquêteerden lieten bij de frequentie van het aantal dagelijkse bezoeken i.v.m. de duur van de bezoeken eenzelfde verdeelde voorkeur zien.

Van de 61 geënquêteerden gaf 94% aan dat één tot twee bezoeken per dag voldoende is. 48% aan dat één bezoek per dag voldoende is tegen 46% van de geënquêteerden die aangaf dat twee bezoeken per dag voldoende is. Slechts 6% van de geënquêteerden had graag drie bezoeken per dag gewild.

Servicepakket

Wanneer katteneigenaren kattenoppasservice Bobby's Love zouden inschakelen krijgen ze de mogelijkheid om een servicepakket samen te stellen. Hierbij hebben ze de mogelijkheid om voor meerdere bezoeken per dag te kiezen van een bepaald aantal minuten en in zekere mate zelf aan te geven welke taken zij onderdeel willen laten zijn van de dienstverlening. Uit de enquête is gebleken dat van de 61 geënquêteerden de meeste geënquêteerden kozen voor één standaardbezoek van 20 minuten per dag (34%). 20% van de geënquêteerden koos voor één flitsbezoek, 16% koos voor één standaard + één flitsbezoek, 10% koos voor twee standaard bezoeken en 16% van de geënquêteerden koos voor twee flits bezoeken. De opties twee standaardbezoeken + één flitsbezoek, één standaardbezoek + twee flitsbezoeken, twee standaardbezoeken + twee flitsbezoeken en de optie 'anders, namelijk...' werden slechts door 3% en 5% van de geënquêteerden aangekruist.

Inschakelen kattenoppasservice

Het merendeel van de geënquêteerden (59%) heeft aangegeven geen kattenoppasservice in te zullen schakelen. De belangrijkste reden hiervoor is dat ze al mensen hebben die nu voor de kat(ten) zorgen en dat dit goed bevalt. Deze reden hebben 49 geënquêteerden genoemd van de 61 geënquêteerden die hebben geantwoord. 34% van de geënquêteerden geeft aan misschien een kattenoppasservice in te schakelen, indien familieleden en burens niet beschikbaar zijn. Ten slotte gaf slechts 7% van de geënquêteerden aan mogelijk wel een kattenoppasservice in te willen schakelen.

4.1.3 De doelgroep en vakanties

Hoeveelheid en lengte vakantie

Het merendeel van de geënquêteerden gaat één keer per jaar op vakantie (46%). 25% zegt nooit op vakantie te gaan met daarop volgende 20% van de mensen die twee keer per jaar op vakantie gaan. De optie 3,4 en 5 keer per jaar op vakantie of meer is in totaal door maar 9 % aangegeven. Bij deze vraag hebben 85 geënquêteerden geantwoord.

Van de 70 geënquêteerden gaan de meeste geënquêteerden een periode van zeven aaneengesloten dagen op vakantie (31%).

Daarnaast is acht keer bij de antwoordmogelijkheid 'anders, namelijk...' aangegeven dat de geënquêteerden tussen de twee tot vier weken op vakantie gaan en/of meerdere vakanties per jaar (17%).

Vakantiegangers hebben over het algemeen twee opties wanneer het op de verzorging van de kat neerkomt: de kat meenemen op vakantie of er iemand voor laten zorgen.

Met de enquête is onderzocht welk deel van de mensen ervoor kiest de kat door iemand anders te laten verzorgen, omdat hier de mogelijke markt voor Bobby's Love ligt.

Uit de enquêtes is gebleken dat van de 67 geënquêteerden die hebben geantwoord 55% de familie inschakelt en 42% de burens om voor de kat te zorgen. Geënquêteerden die een antwoord invulden bij de optie "anders, namelijk..." gaven zes keer aan dat kennissen en vrienden voor de kat(ten) zorgen. Niemand gaf aan dat ze de kat(ten) naar het dierenpension brachten of dat niemand er op lette.

4.2 Cattery

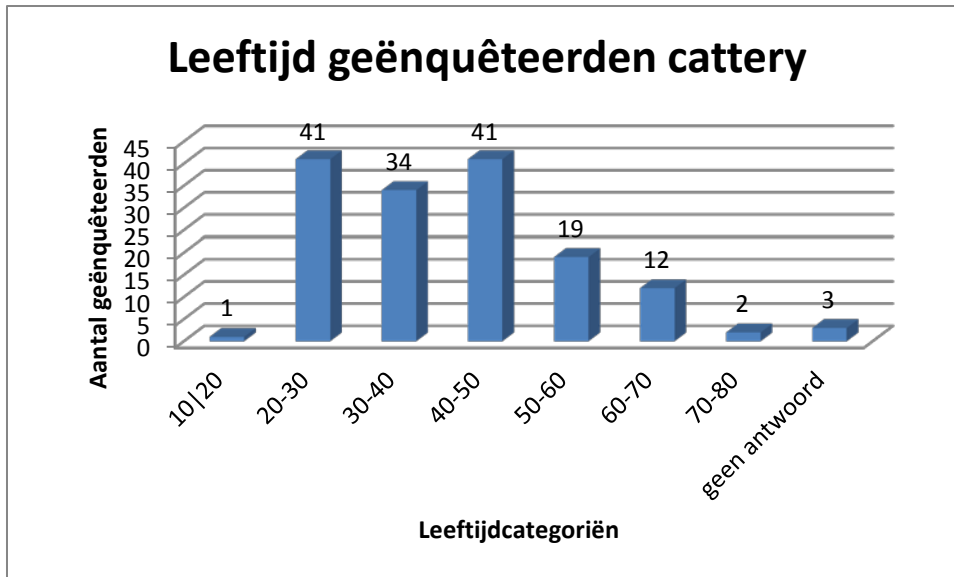
Deze paragraaf is verdeeld in de kenmerken en de wensen van de doelgroep. De wensen van de doelgroep zijn weer onderverdeeld in de wensen over respectievelijk het innerlijk en uiterlijk van een raskat, de gezondheidsproblemen die kunnen voorkomen en de mate van inteelt. Daarnaast zijn er vragen gesteld over de kwaliteitseisen vanuit de eigenaar aan de cattery, de voorkeur qua Brits Korthaar en of de fokker meespeelt bij de keuze van een kitten.

4.2.1 Kenmerken van de doelgroep

Om een beeld te krijgen van een gemiddelde catteryklant, zijn geënquêteerden allereerst gevraagd naar een aantal demografische basisgegevens. Dit waren: geslacht, leeftijd, woonplaats, opleidingsniveau en of zij zelf raskattenfokker waren.

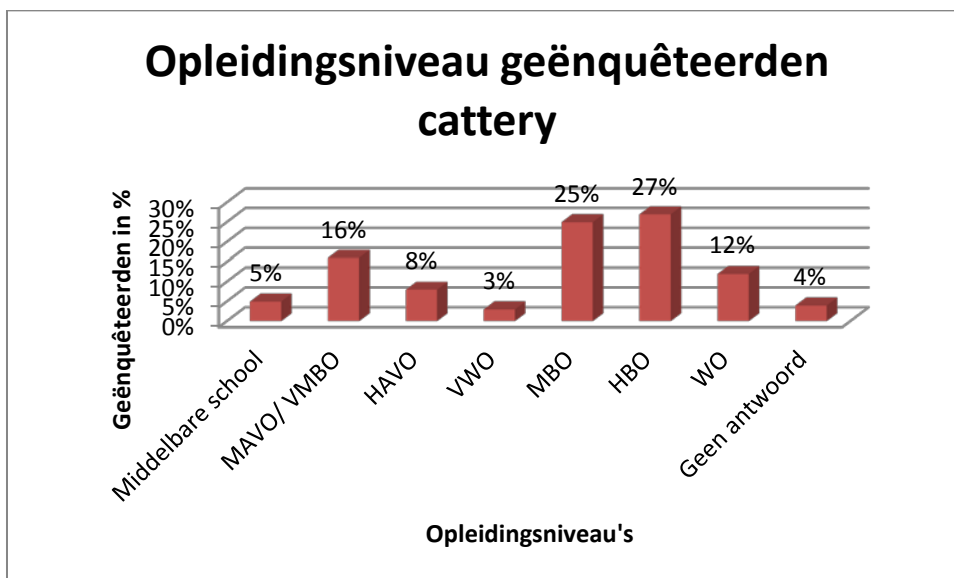
Demografische kenmerken

Het merendeel van de geënquêteerden was vrouw (89%) en slechts 11 % man. De gemiddelde leeftijd van alle geënquêteerden ligt rond de 40 jaar. De meeste geënquêteerden konden worden ingedeeld in de leeftijdsgroepen 20-30 jaar (41 mensen), 40-50 jaar (41 mensen) en 30-40 jaar (34 mensen). Slechts 31 geënquêteerden behoorden in de leeftijdscategorieën 50-60 jaar en 60-70 jaar. Zie Figuur 6



Figuur 6 Leeftijd geënquêteerden cattery per 10 jaar. (N=153)

Ongeveer de helft van de geënquêteerden heeft een MBO- (25%) of HBO-opleiding (27%) afgerond. Slecht 12% van de geënquêteerden heeft een WO opleiding gevolgd en in totaal is 32% van de geënquêteerden niet hoger gekomen dan de middelbare school of het voortgezet onderwijs. Zie Figuur 7.



Figuur 7 Opleidingsniveau geënquêteerden cattery in percentage. (N=153)

Leeftijd en opleidingsniveau zijn, samen met het geslacht, onderzocht om een beeld te kunnen vormen van de persoon die klant zou kunnen zijn van een cattery. Van deze informatie kan bij het ontwikkelen van promotiemiddelen gebruik worden gemaakt.

De woonplaats van de geënquêteerden is onderzocht om erachter te komen hoe de doelgroep over het afzetgebied van de cattery verdeeld is. Het afzetgebied beslaat heel Nederland. In de enquête waren de provinciën Groningen (22%), Drenthe (15%), Zuid-Holland (13%) en Friesland (12%) het hoogst vertegenwoordigd. De overige geënquêteerden waren met tussen de 3% en 8% per provincie vergelijkbaar vertegenwoordigd.

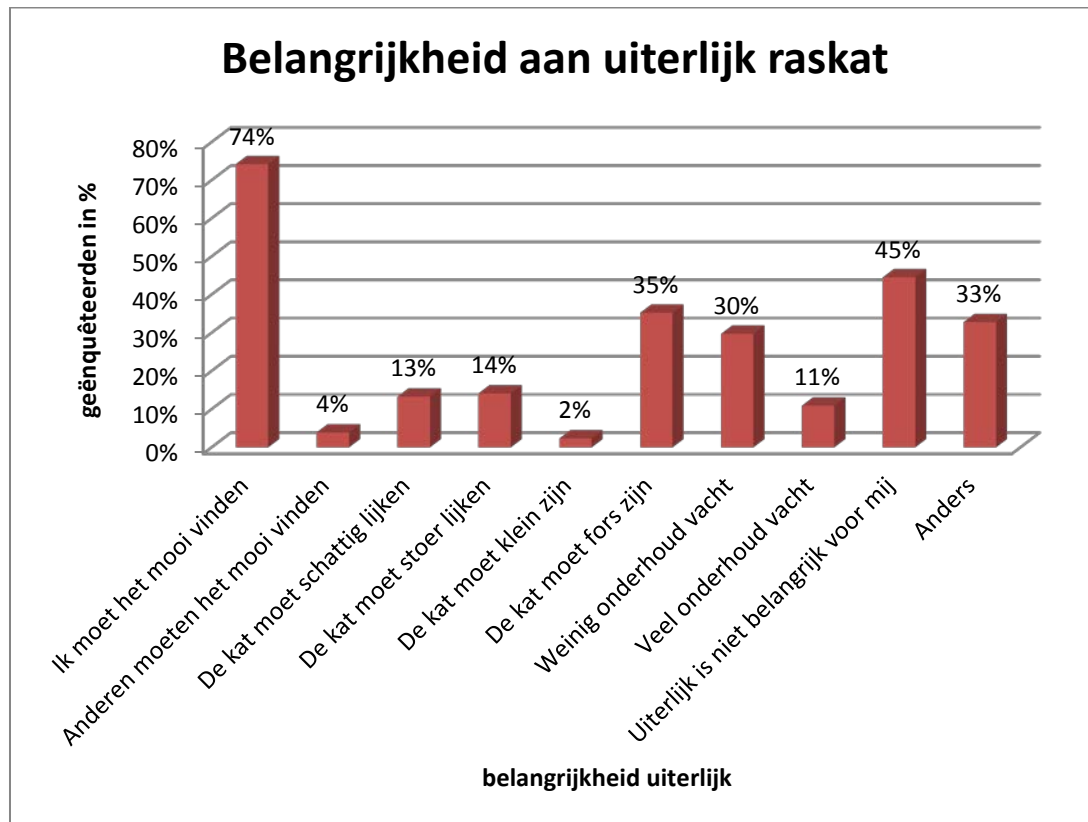
Ten slotte is onderzocht of leden van de doelgroep fokker of liefhebber zijn. Fokkers stellen namelijk andere eisen aan een kittens dan liefhebbers dat doen. Van de 153 geënquêteerden zaten er 63 fokkers tussen wat uitkomt op 41%. Het percentage geënquêteerden die geen fokker is kwam op 56%. Maar 4 geënquêteerden (3%) hebben op deze vraag geen antwoord gegeven.

4.2.2 Wensen van de doelgroep

Uiterlijk raskat

Raskateigenaren staan erom bekend dat ze bepaalde eisen stellen en waarden hechten aan uiterlijke en innerlijke eigenschappen van de raskatten. Met dit onderzoek is geprobeerd in kaart te brengen wat deze eisen en waarden zijn.

Allereerst is onderzocht welke eisen geënquêteerden stelden aan het uiterlijk van een raskat. het merendeel, 74.2% van de in totaal 128 geënquêteerden, gaf als reden op dat vooral zichzelf het uiterlijk van de raskat mooi moeten vinden. Een tweede redelijk belangrijke eis was dat de kat fors moet zijn. Fors is in de enquête aangegeven als een kat van meer dan 3,5 kg. Waar hier aan gedacht kan worden is een Maine Coon of een Noorse Boskat. 33% van de geënquêteerden had een antwoord ingevuld bij de optie 'anders, namelijk...'. Veel van hen gaven hier een innerlijk element aan. Het karakter, de 'klik' met de kat en de algehele gezondheid van het dier werden het meest genoemd. Zie Figuur 8.



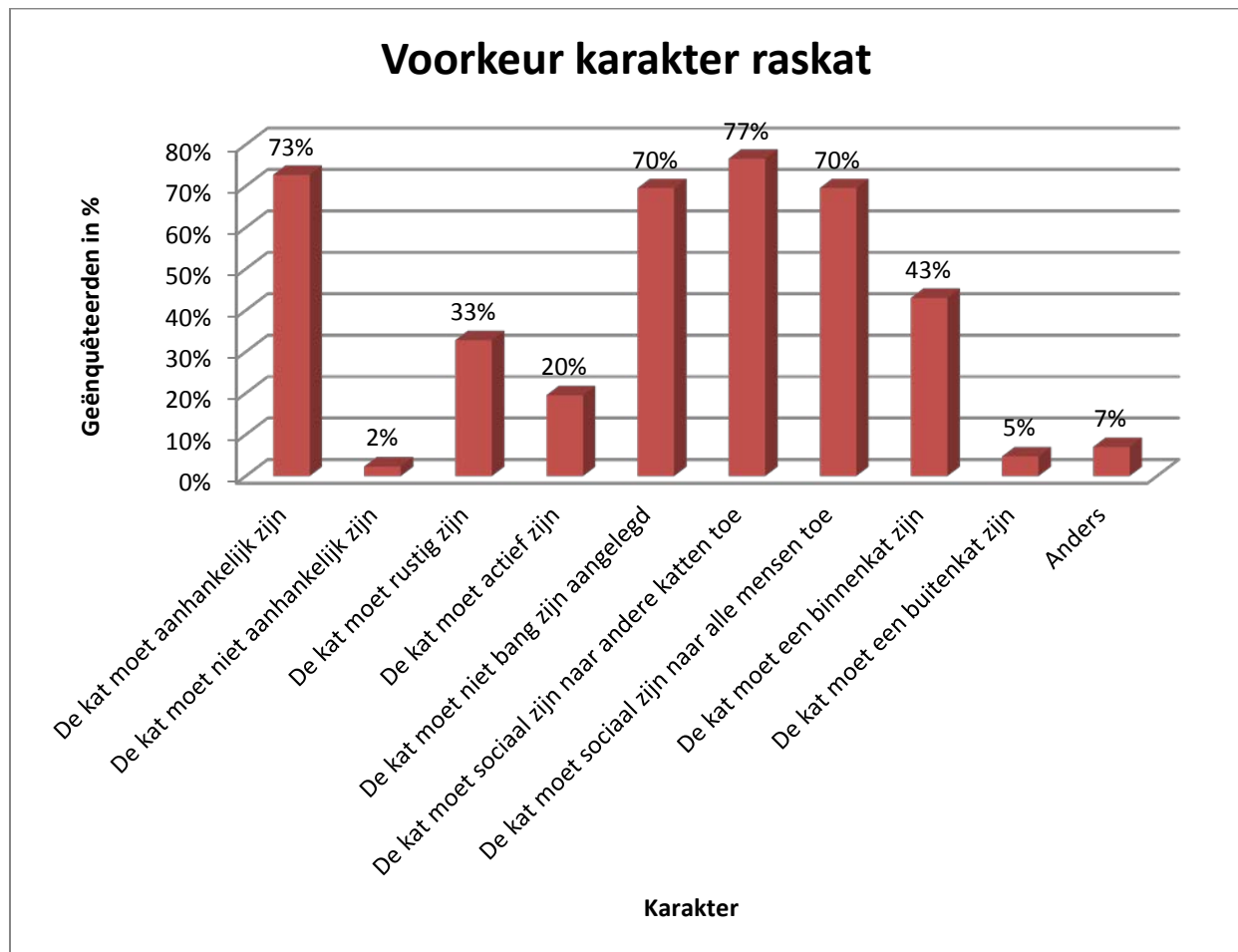
Figuur 8 Overzicht wat geënquêteerden belangrijk vinden aan uiterlijk kat, in percentage. (N=128)

Uiterlijk raskat vs. gezondheidsproblemen

In de enquête was een vraag opgenomen die gericht was op de mening van de geënquêteerden wat betreft de link tussen het uiterlijk van de kat en gezondheidsproblemen. 97% van de 129 geënquêteerden gaf bij die vraag aan dat uiterlijke kenmerken van de kat niet voor gezondheidsproblemen mogen zorgen. De rest van de antwoorden vallen in het niets bij de 97%, zoals dat uiterlijk niet belangrijk is voor de geënquêteerde (7%), uiterlijk voor gezondheidsproblemen mag zorgen (1%), of iets anders (2%).

Innerlijk raskat

Wanneer er door werd gevraagd naar de gewenste karaktereigenschappen van een raskat, kwam 'sociaal naar andere katten toe' als meest gegeven antwoord naar voren (77%). Een goede tweede werd 'aanhankelijkheid' (73%). De antwoorden 'niet bang zijn aangelegd' en 'sociaal zijn naar mensen toe' delen de derde plaats van meest gegeven antwoorden, met elk 70%. Dat de kat rustig moet zijn kwam niet veel hoger (33%) dan de voorkeur voor een kat die actief moet zijn (20%). Wat de geënquêteerden zeker niet wilden was dat de kat een buitenkat is (5%), dat katten niet aanhankelijk zijn (2%), of iets anders (7%). Zie Figuur 9.



Figuur 9 Overzicht van voorkeur geënquêteerden betreffende het karakter van een raskat. (N=128)

Inteelt bij katten

Een gezond innerlijk van een raskat wordt deels veroorzaakt door de mate van inteelt. Een hogere inteeltcoëfficiënt betekent meer dezelfde genen, waardoor er een grotere kans bestaat op het aanwezig zijn van ziektes welke veroorzaakt worden door een combinatie van recessieve genen. Bovendien zorgt een minder gevarieerde genetische samenstelling voor een mogelijke mindere weerstand tegen externe ziekteverwekkers. 90% van de 134 geënquêteerde gaf aan bij de aanschaf van een kitten te letten op de mate van inteelt. Wanneer hen werd gevraagd hoe belangrijk zij een kitten zonder inteelt vonden gaf 58% aan dit heel belangrijk te vinden en 31% zei 'belangrijk'. Slechts 3% gaf aan inteelt niet belangrijk te vinden.

Brits Korthaar

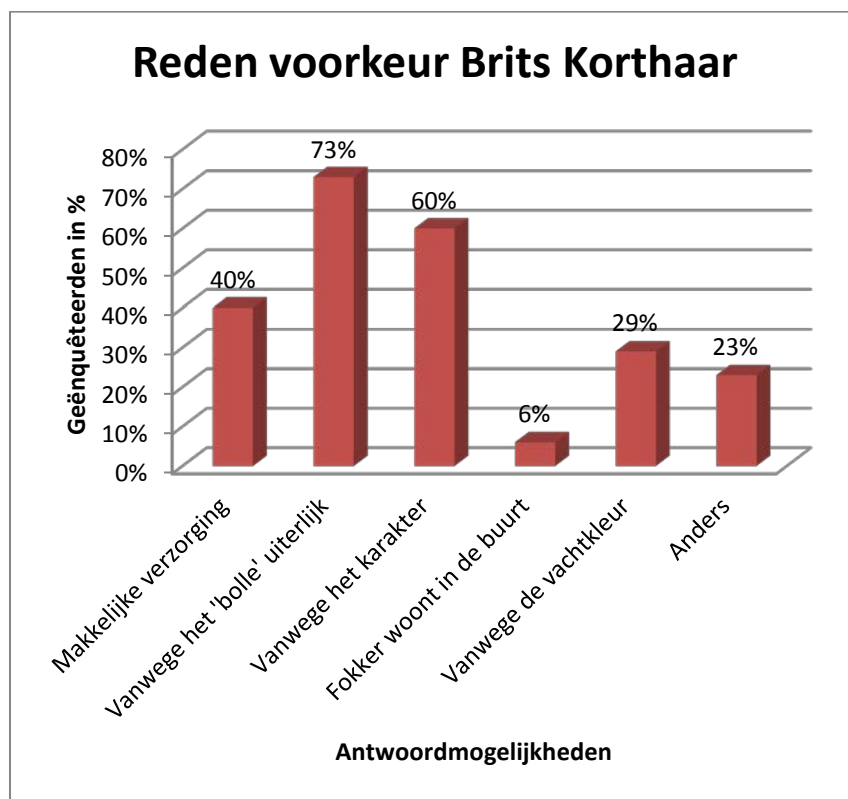
Aangezien cattery Bobby's Love katten van het ras Brits Korthaar wil gaan fokken was het vooral belangrijk de onderzoeksvraag te beantwoorden of de doelgroep interesse had in een

kat van dat ras. Dit werd onderzocht door te bepalen van welk ras de katten waren die mensen op dat moment al bezaten en naar welk ras de interesse uitging wanneer zij overwogen om (nog) een kat aan te schaffen.

Uit de resultaten komt naar voren dat de meeste geënquêteerden op dit moment één of meerdere Brits Korthaar katten bezitten, namelijk 38%. Andere populaire rassen zijn de Main Coon (14%), de Heilige Birmaan (11%) en de Noorse Boskat (4%).

Wanneer geënquêteerden werd gevraagd of zij overwogen (nog) een raskat aan te schaffen, beantwoordden van de 153 geënquêteerden ruim de helft, 53%, deze vraag positief. Van deze mensen gaf 23% de voorkeur aan een Brits Korthaar, op de voet gevolgd door de Main Coon (21%). Andere populaire rassen zijn de Noorse Boskat (17,1%) en de Sphynx (11,4%).

Hierop volgde de vraag waarom de geënquêteerden met een of meerdere Brits Korthaar katten heeft gekozen voor dit ras. Geënquêteerden hadden de mogelijkheid meerdere antwoorden te geven op deze vraag. Van de 48 geënquêteerden gaven 73% van hen het bolle teddybeerachtige uiterlijk van de Brits Korthaar als reden voor de keuze. 60% gaf het karakter op. Een makkelijke verzorging was een derde belangrijke reden, 40% van de geënquêteerden gaf deze reden op. Het maakte voor de geënquêteerden niet uit of de fokker in de buurt woont (6%) en maar 29% van de geënquêteerden gaf aan dat het kwam vanwege de vachtkleur van de kat. Zie Figuur 10.



Figuur 10 Redenen van geënquêteerden voor voorkeur Brits Korthaarkat. (N=48)

Voorkeur vachtkleur Brits Korthaar

Interessant voor Bobby's Love was het ook om uit te zoeken naar welke vachtkleur de voorkeur uitgaat bij bezitters van een Brits Korthaar. Nog steeds is de oorspronkelijke blauwe kleur van het ras het populairst. Met deze kleur werd de kat bekend (onder andere uit de Sheba-reclame). Van de 49 geënquêteerden gaf 39% aan deze kleur nog steeds mooi te vinden. Een gedeelte tweede plek wordt ingenomen door de kleuren Black Silver Tabby Blotched en de Black Silver Shaded (27%). De zwartzilveren kleur met het Blotched-vachtpatroon is net als de blauwe kleur populair geworden als gevolg van een reclame voor kattenvoer, in dit geval Whiskas. De zwartzilveren kleur met Shaded-patroon is een vrij nieuwe variant binnen het ras en populair vanwege het afwijkende. De kleur geeft de Brits Korthaar een extra statisch, koninklijk uiterlijk. Daarna gevolgd met 25% is de kleur lilac. Met elk 20% van de voorkeursstemmen van geënquêteerden volgen op bovengenoemde vier kleuren de volgende vachtkleuren; Black Golden Shaded, Chocolate en Crème.

Kwaliteitseisen cattery

Mensen hebben niet alleen eisen, wensen en waarden omtrent de raskat, er worden ook eisen gesteld aan de cattery zelf. Om te onderzoeken welke dit zijn, is de geënquêteerden gevraagd welke kwaliteitseisen zij aan een cattery stellen. Alle antwoordmogelijkheden gaven opties die nu al behoren tot de standaardservice van bijna alle catteries zoals gesocialiseerde en gezonde katten en het krijgen van een paspoort en stamboom. Deze vraag is gesteld om te achterhalen of deze kwaliteitseisen daadwerkelijk wel gewaardeerd worden en of er andere dingen aan het licht kwamen die mensen belangrijk vinden.

Gezonde kittens is met 96% absoluut een veel gestelde eis binnen de raskattenfokkerij. Gesocialiseerde kittens vormt een goede tweede met 90%. Verder willen geënquêteerden zien dat kittens gechipt, ontwormd en ontvlooid worden (81%), een dierenpaspoort meekrijgen (75%) en dat de stamboom wordt afgegeven (71%). Ook deze vraag had een optie "anders, namelijk..." en hierbij werden een aantal interessante antwoorden genoemd (27%). Elf geënquêteerden gaf aan dat het belangrijk wordt gevonden dat de ouderdieren van een nest kittens op alle erfelijke ziekten getest zijn die voor dat ras bekend zijn, uiteraard moeten de uitslagen van deze testen negatief zijn. Negen geënquêteerden vonden het daarnaast belangrijk dat de cattery schoon en netjes is en dat de katten en kittens in een diervriendelijke omgeving wonen. Het contact en de klik met de fokker werd bij deze antwoordmogelijkheid ties keer genoemd. In totaal hebben 129 geënquêteerden deze vraag beantwoord.

Fokker als persoon

Als hierop wordt doorgevraagd geeft 80% aan dat de fokker als persoon een belangrijke rol speelt bij de aanschaf van een kitten. De belangrijkste reden hiervoor is simpelweg dat veel mensen een klik willen hebben met de fokker als persoon. Niet onbelangrijk is dan het antwoord dat de fokker vertrouwen moet uitstralen. Veel geënquêteerden gaven aan dat uit de persoonlijkheid van de fokker veel kan worden afgeleid over het beleid van de cattery. Uit de houding van de fokker komt naar voren of er sprake is van dierenliefde, iets wat door veel geënquêteerden als belangrijke waarde wordt opgegeven. Ten slotte moet het contact met de fokker als persoon goed zijn omdat veel mensen na de aankoop van een kitten graag met de fokker in contact blijven, zodat ze eventueel met vragen terecht kunnen.

Geënquêteerden die aangeven de fokker als persoon niet belangrijk te vinden (20%) gaven hiervoor de reden dat het in essentie om de katten gaat, die nemen zij mee naar huis en niet de fokker.

4.3 Promotie Bobby's Love

In deze paragraaf wordt een uitleg gegeven over het op te zetten marketingcommunicatieplan van Bobby's Love. Daarnaast wordt weergegeven welke communicatiemiddelen de doelgroep gebruikt. Mede gebaseerd op deze informatie worden de media besproken die Bobby's Love zou kunnen inzetten. Allereerst wordt besproken op welke doelgroep Bobby's Love zich gaat richten.

4.3.1 Doelgroep

Oppasservice

De doelgroep van kattenoppasservice Bobby's Love bestaat uit mensen die op vakantie gaan en verzorging zoeken voor hun kat(ten). Nu hebben mensen de mogelijkheid de kat(ten) naar familie, vrienden, burens te brengen of naar een pension. Daarnaast is er de mogelijkheid de kat(ten) thuis te laten en ze te laten verzorgen door burens of familie. De kat meenemen op vakantie is een mogelijkheid die door een enkeling op dit moment wordt benut. Bobby's Love wil de mensen overhalen om de kat thuis te laten, waarna uiteraard Bobby's Love langskomt om de kat te verzorgen.

Cattery

De doelgroep van cattery Bobby's Love bestaat uit mensen die een Brits Korthaar raskat willen kopen. De voorkeur gaat uit naar mensen die niet willen fokken met de kittens, maar Bobby's Love is wel bereid kittens aan andere catteries te verkopen. Alleen na toestemming van en overleg met de eigenaresse van Bobby's Love zou er gefokt mogen worden met een kitten van Bobby's Love.

4.3.2 Media gebruikt door de doelgroep

Oppasservice

Om te weten welke communicatiemiddelen ingezet moeten worden om de doelgroep het effectiefst te kunnen bereiken, is aan de geënquêteerden gevraagd welke communicatiemiddelen ze in het dagelijks leven gebruiken. Hierbij was het mogelijk om meerdere antwoorden te geven.

De top vijf van meest gebruikte communicatiemiddelen wordt gevormd door TV (91%), Google of een andere zoekmachine (69%), de regionale krant (65%), websites (59%) en folders (56%).

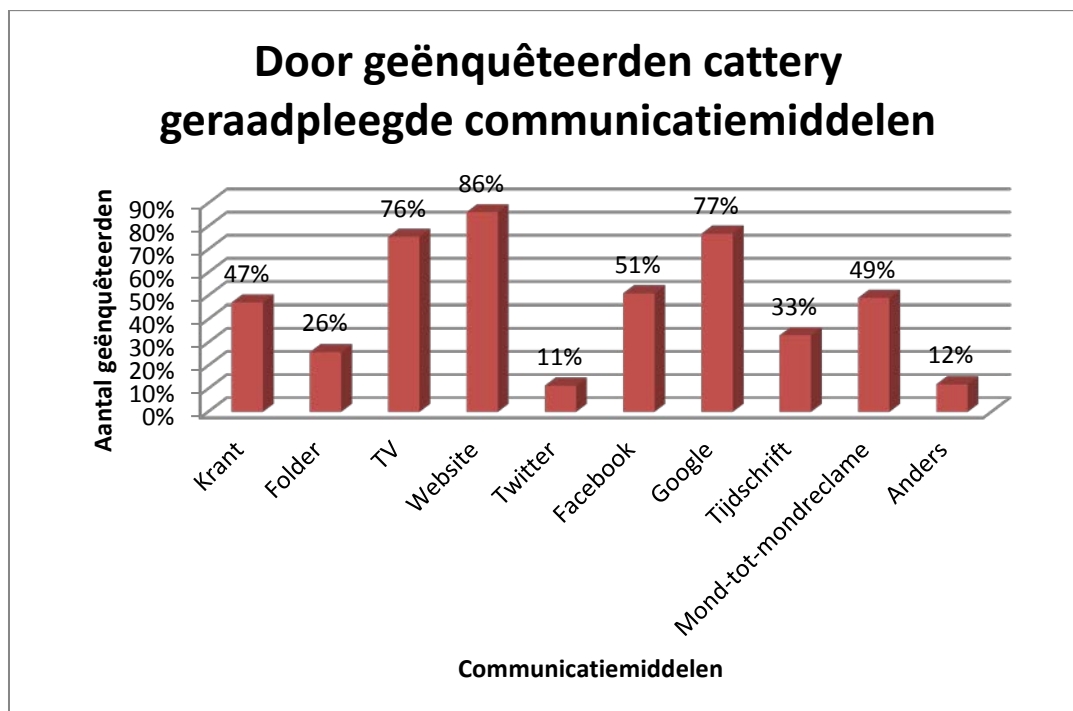
De andere communicatiemiddelen welke als antwoord gegeven konden worden scoren elk tussen de 11% en de 39% (zie Figuur 11). Bij de antwoordmogelijkheid 'anders, namelijk...' is het communicatiemiddel telefoon negen keer door geënquêteerden genoemd.



Figuur 11 Gebruikte communicatiemiddelen door geënquêteerden oppasservice, in percentage. (N=85)

Cattery

Eenzelfde uitspraken kunnen worden gedaan over het gebruik van communicatiemiddelen onder de geënquêteerden voor de cattery. Ook bij deze vraag was het mogelijk meerdere antwoorden te geven. Het meest gebruikte communicatiemiddel is bij deze groep niet de televisie, maar het internet (86%). Televisie komt op de derde plaats, na Google of een andere zoekmachine (76%). Ruim de helft van de geënquêteerden gebruikt Facebook (51%) en 49% verkrijgt informatie via mond-tot-mondreclame. De tijdschriften, folders, kranten, Twitter en andere mogelijkheden zitten tussen de 12% en de 49%. Zie Figuur 12.



Figuur 12 Gebruikte communicatiemiddelen door geënquêteerden cattery, in percentage. (N=151)

4.3.3 Marketingcommunicatieplan

Om de gestelde doelstellingen van Bobby's Love te kunnen bereiken moet er een marketingcommunicatieplan worden opgesteld. De goederen (kittens) en diensten (oppasservice) moeten worden gepromoot om de juiste waarde ervan over te brengen naar mogelijke en bestaande klanten.

Een marketingplan bevat marketingdoelstellingen die meestal in vier categorieën worden verdeeld; de vier P's. Dit zijn product, prijs, plaats (distributie) en promotie (marketingcommunicatie). In deze paragraaf wordt ingegaan op de toepassing van promotie, voor een volledige bespreking van de vier P's wordt verwezen naar Bijlage X: Uitleg promotie.

Marketingcommunicatie

Onder het marketinggedeelte promotie vallen de volgende onderdelen;

- reclame
- public relations
- sponsoring
- verkooppromotie
- direct marketing
- winkelcommunicatie
- persoonlijke verkoop
- exposities en vakbeurzen
- internet

(Bergh, v.d. 2005)

Het los inzetten van marketingcommunicatiemiddelen is in de 21e eeuw niet heel gebruikelijk meer. Veel vaker is er sprake van geïntegreerde marketingcommunicatie. Hierbij wordt de algehele boodschap van het bedrijf in stukken verdeeld over verschillende communicatiemiddelen. Op deze manier hoeft niet de gehele boodschap via elk communicatiemiddel te worden overgebracht, maar komt als geheel wel de complete boodschap over. De redenen van het integreren van marketingcommunicatiemiddelen worden aan de orde gesteld in Bijlage X: Uitleg promotie. (Bergh, v.d. 2005)

Bobby's Love wil apart reclame maken voor de oppasservice en de cattery. Dit vanwege de verschillen in doelgroep, aan te bieden product/dienst en piekmomenten in de dienstverlening en het afzetgebied.

Oppasservice

De piekmomenten van de dienstverlening van kattenoppasservice Bobby's Love zijn naar alle waarschijnlijkheid te vinden rond de schoolvakanties. Hiermee worden de volgende vakanties bedoeld; de voorjaarsvakantie (eind februari), de zomervakantie (juli, augustus) en de kerstvakantie (december/januari). Deze verdeling betekent dat Bobby's Love er waarschijnlijk op uitkomt reclame te maken via een concentratierooster.

Reclame maken in de periode dat mensen al op vakantie zijn heeft natuurlijk geen zin. Kattenoppasservice Bobby's Love zal reclame moeten maken in de maanden voorafgaand aan de grote vakanties. Dit zouden dan zijn: februari, april, mei, juni en december.

De doelgroep van de kattenoppasservice bestaat voornamelijk uit vrouwen, met een gemiddelde leeftijd van 45 jaar en een MBO-opleiding als hoogst genoten opleiding. Zij zijn woonachtig in de gemeente Achtkarspelen en hebben minstens één kat als huisdier.

Regionale kranten bereiken met name mensen met een MBO-opleiding (wat de hoogst genoten opleiding is onder het merendeel van de doelgroep). Gezien het regionale karakter van kattenoppasservice Bobby's Love zou adverteren in een regionale krant een goede reclameoptie zijn. Ter herkenning is het slim deze advertentie het logo van Bobby's Love te

laten bevatten. Om de aandacht te trekken kan bovenaan de advertentie groot de vraag staan of men een kattenoppas nodig heeft. Onder het logo moeten het telefoonnummer, website-, e-mail-, Twitter- en Facebookadres van Bobby's Love worden vermeld, zodat geïnteresseerden contact met de kattenoppasservice kunnen opnemen.

Een voorbeeld kan genomen worden aan Kattenoppascentrale Voilà uit Leeuwarden.

Deze kattenoppasservice maakt reclame door uitgebreide visitekaartjes neer te leggen bij alle bedrijven die iets te maken hebben met kleine huisdieren en uiteraard katten. (Kattenoppascentrale Voilà).

Kattenoppasservice Bobby's Love zou deze techniek kunnen uitproberen door visitekaartjes neer te gaan leggen bij de dierenwinkels en mogelijk dierenartsen in de dorpen waarin Bobby's Love wil gaan werken. Deze visitekaartjes zouden dan het logo van Bobby's Love bevatten, alsmede de vermelding van het werkgebied, telefoonnummers, e-mail-, website-, Twitter- en Facebookadres.

Uiteraard zal de website van Bobby's Love en daarmee ook de kattenoppasservice, het gehele jaar online en bereikbaar zijn voor mogelijke en bestaande klanten.

Cattery

De website van Bobby's Love, respectievelijk het catterygedeelte, zal het gehele jaar online en bereikbaar zijn. Cattery Bobby's Love zou extra actief reclame kunnen gaan maken op het moment dat er kittens aanwezig zijn en/of wanneer er een poes drachtig is.

Omdat Bobby's Love raskatten fokt zal er met zekerheid worden geadverteerd in de bladen van de twee grote Nederlandse rasverenigingen; Mundikat en Felikat.

Via internet gaat cattery Bobby's Love, naast de bestaande website, advertenties plaatsen op een aantal gratis websites. Deze websites zijn bedoeld om door catteries en rasverenigingen op geadverteerd te worden wanneer er katten of kittens te koop zijn. De drie websites die Bobby's Love hiervoor zou kunnen benutten zijn; katgezocht.com, kittenlink.nl en kittentekoop.nl. De eerstgenoemde is actief op Twitter, via dit medium zal cattery Bobby's Love ook zeer actief zijn, alsmede op Facebook. Via beide sociale media brengt de cattery in de toekomst updates, nieuws en foto's naar buiten.

Bobby's Love zou eventueel verspreid over Nederland in een aantal dierenspeciaalzaken of dierenartspraktijken visitekaartjes van de cattery neer kunnen leggen. Op deze manier wordt tevens gewerkt aan de landelijke naamsbekendheid. De kosten worden berekend in Tabel 4.

Cattery Bobby's Love zou ook kunnen adverteren in tijdschriften die landelijk verkrijgbaar zijn. Het zal hier gaan om tijdschriften met het thema dieren of specifiek katten. Mogelijkheden hiervoor zijn het Hart voor Dieren magazine en het Lief Dier Magazine van de Pet's Place. Deze laatstgenoemde winkelketen zit verspreid door heel Nederland. Zie Tabel 4.

4.3.4 Media

Website

Waar moet een website aan voldoen om het toegankelijk voor iedereen te maken.

- Gebruik duidelijke en eenvoudige taal die past bij de inhoud van de site.
- Zorg voor voldoende contrast tussen voorgrond- en achtergrondkleur zodat ze te zien zijn door mensen met een zwart-wit beeldscherm en mensen met een visuele beperking.
- Verdeel grote blokken informatie in kleine en duidelijke stukjes.
- Wanneer de bezoeker persoonlijke gegevens moet invullen, laat dan weten wat er met deze gegevens wordt gedaan. Bijvoorbeeld in de vorm van een privacyverklaring.
- Indien er gebruik gemaakt wordt van een invulformulier houdt deze dan zo kort mogelijk en beperkt het verplicht invullen van veldjes. Voorzie in alternatieve contactinformatie zoals adresgegevens, telefoonnummers of e-mailadressen indien deze beschikbaar zijn.

- Stuur de bezoeker na het invullen en versturen van een formulier een bevestiging dat zijn bericht is aangekomen bij de ontvangen middels autoreply.
- Voeg geen herstel (reset) knoppen toe aan een formulier. Wanneer de verstuur- en de herstelknop naast elkaar geplaatst zijn kan iemand zich vergissen waardoor het ingevulde formulier gewist wordt waardoor de bezoeker het formulier opnieuw moet invullen.
- Gebruik voor lettervergrotingsopties de volgende conventie: "A A A" met de alt-teksten 'normaal', 'groot' en 'extra groot'. Hierdoor kunnen slechtziende mensen de tekst groter maken indien nodig.
- Houdt een vaste indeling van de website aan zodat bezoekers makkelijk een bepaald onderdeel kunnen bereiken. Het gaat dan bijvoorbeeld om de zoekfunctie en lettervergrotingsopties (rechts)bovenin en contactinfo rechts bovenin en/of onderaan. (Drempelvrij, 2011)
- Voorzie afbeeldingen op een website van een functionele beschrijving (dus niet: 'plaatje' maar 'plaatje van een slapende kat') in de 'alt'-tekst en gebruik geen Javascript. (Leren, 2011)
- Gebruik speciale muisaanwijzers zodat mensen zien wanneer ze ergens op staan waar ze op kunnen klikken. De muis verandert dan wanneer deze op een link of sneltoets staat.
- Zorg dat wanneer iets geselecteerd wordt, dit in een andere kleur gebeurt met een goed kleurcontrast zodat het duidelijk is wat er geselecteerd wordt (Web Accessibility initiative, 2011)

4.3.5 Huisstijl

Een huisstijl is hét kenmerk van een bedrijf of organisatie. De huisstijl kan worden gezien als de visuele identiteit van het bedrijf of de organisatie. Hieronder vallen onder andere;

- De naam (merknaam)
- Het logo (beeldmerk)
- De kleur
- Het lettertype
- Vorm en taal (stramien/vlakken/curves/opmaak)
- Fotografiestijl
- Vaste opmaak van drukwerk
- etcetera

(Ondernemen & internet, 2012)

Bovenstaande onderdelen van de huisstijl kunnen gebruikt worden in presentaties, op briefpapier, op offertes, visitekaartjes, facturen, website, e-mails, enzovoort.

Ook bewegwijzering en stands op tentoonstellingen kunnen volgens de huisstijl van een bedrijf worden ontwikkeld.

Een huisstijl kan een logo zijn, een merknaam of een combinatie van beide, genaamd een woordbeeldmerk. Door dit te gebruiken is het bedrijf of de organisatie snel herkenbaar en makkelijk te onthouden. (Ondernemen & internet, 2012)

De visuele identiteit is een middel om het bedrijf of de organisatie te positioneren in de markt. De huisstijl draagt bij aan het vertrouwen van de klant in een dienst of product.

Bekende huisstijlen zijn bijvoorbeeld die van oliemaatschappij Shell, luchtvaartmaatschappij KLM en Philips.

Bij de visuele identiteit is het belangrijk om niet te vaak van weergave te veranderen. Hierdoor kunnen klanten in de war raken omdat de herkenbaarheid is veranderd.

Het te vaak veranderen van een huisstijl kan een negatieve invloed hebben om de naamsbekendheid en de identiteit van het bedrijf. (Digi-profs, 2012)

Daarnaast is het constant houden van de huisstijl kostenbesparend. Wanneer er sprake is van een fusie, reorganisatie of er wordt een moderner imago nagestreefd, dan is het wel gebruikelijk om een nieuwe huisstijl te creëren. (Ondernemen & internet, 2012)

Er moet een keuze worden gemaakt tussen een merknaam, beeldmerk of woordbeeldmerk. Het lettertype is belangrijk omdat het een bepaald gevoel overbrengt. Zo is er het nette en strenge lettertype Times new Roman of het vlotte lettertype Lucinda Sans. De kleur van het geheel mag niet worden vergeten. (Ondernemen & internet, 2012)

Een warme uitstraling wordt bereikt met de kleuren rood, oranje, geel of roze. Een koele uitstraling juist met blauw, groen of paars. De kleuren bruin, grijs, wit en zwart worden als neutraal gezien. Elke kleur heeft een eigen betekenis. Zo staat blauw voor rust, veiligheid, vertrouwen en orde. (smedingconcepts.nl, 2009) Daarnaast is blauw een goede kleur om te gebruiken om mensen die kleurenblindheid tegemoet te komen. (Kleurenblindheid, 2011, Wikipedia, 2011) Voor details over kleurenblindheid wordt verwezen naar Bijlage IX: Uitleg kleurenblind

4.3.6 Vormgeving promotiemiddelen

Huisstijl Bobby's Love

Merknaam Bobby's Love

Het bedrijf Bobby's Love komt aan de naam omdat de eigenaresse Marlous Schotema in het verleden een konijn heeft gehad die Bobby heette (zie Figuur 13). Inmiddels is het konijn overleden maar haar naam leeft voort in het bedrijf.



Figuur 13 Konijn Bobby

Kleur & lettertype Bobby's Love

Volgens communicatieonderzoek kunnen lettertypes effect hebben op de stemming en houding van de lezer en kunnen ze een toon geven aan de tekst. Een stuk tekst moet zo worden weergegeven dat het de juiste stemming weet over te brengen, waarmee het doel en de doelgroep worden bereikt. (Surl, 2006)

De keuze voor een lettertype is van invloed op het overbrengen van de boodschap (InfoNu, 2010). Er bestaan 100.000 digitale lettertypen waarvan 'Monotype Corsiva' er één is (Windows, 2012). Dit lettertype valt volgens het onderzoek van Surl in dezelfde categorie als onder andere 'Gigi', 'Kristen', en 'Comic Sans'. De categorie waartoe zij behoren is de cursieve en grappige lettertypes. Zij worden gekenmerkt als jeugdig, happy, creatief, opstandig, vrouwelijk, casual en knuffelig. Monotype Corsiva wordt gekenmerkt als netjes, formeel en vrouwelijk wat precies de kenmerken zijn die Bobby's Love wil uitstralen. (Surl, 2006).

Zoals eerder besproken is de kleur blauw een rustige, vertrouwelijke en zakelijke kleur welke goed te zien is door mensen met een vorm van kleurenblindheid. Met name het zakelijke aspect wil Bobby's Love uitbeelden.

Logo Bobby's Love

Op het donkerblauwe tekstvlak zijn witte letters duidelijk te onderscheiden en goed leesbaar. Het lettertype 'Monotype Corsiva' is in verschillende groottes en diktes gebruikt om variatie te geven aan het logo van Bobby's Love en tegelijkertijd een rustig geheel te behouden.

Een toevoeging hieraan is een door de eigenaresse getekende kat (zie Figuur 14).

Het is een uniek logo, omdat de kat zelf getekend is en het logo zelf is samengesteld door de eigenaresse. Er is naar gestreefd het logo op een manier vorm te geven waardoor deze zich onderscheidt van de concurrentie, waardoor de kans op verwarring klein is. Tevens wordt hierdoor de herkenningsnelheid van het logo als zijnde dat van Bobby's Love positief beïnvloed.



Figuur 14 Woordbeeldmerk Bobby's Love

Website

Dezelfde opmaak als van het logo is gebruikt bij de ontwikkeling van de website van Bobby's Love.

De homepage van de website is zo opgebouwd dat er eerst gekozen moet worden tussen de twee gedeeltes van de site: cattery en kattenoppasservice. Hierdoor hoeven bezoekers geen informatie te lezen waarin zij niet geïnteresseerd zijn.

Het catterygedeelte is zo opgebouwd dat er gekozen kan worden tussen de volgende onderwerpen in het menu;

- Nieuws
- Persoonlijk
- Werkwijze
- Poezen
- Kittens
- Contact

De site opent op de pagina 'Nieuws', zo worden de bezoekers van de website gelijk op de hoogte gebracht van nieuwe ontwikkelingen. De pagina 'Poezen' beschrijft het aantal poezen van de cattery met daarbij een aantal foto's, waardoor de bezoekers een goed beeld krijgen van de poezen.

Op de pagina 'Kittens' zal besproken worden of er een nestje aanwezig of in aantocht is en ook welke kittens nog te koop zijn. Daarbij worden er foto's getoond van de kittens.

Op de pagina 'Werkwijze' legt de eigenaresse van Bobby's Love haar werkwijze uit. Resultaten van de enquête gaven weer dat 16 geënquêteerden expliciet aangeven dat ze het eens moeten zijn met de werkwijze van de cattery, alvorens ze daar een kitten zouden willen kopen. Hier kan al een eerste scheidingsproces beginnen tussen bezoekers die achter de werkwijze van de cattery staan en een kitten willen kopen en tussen de mensen die hier niet veel om geven en naar andere kittens gaan zoeken.

Op de pagina 'Persoonlijk' vertelt de eigenaresse wie ze is. 80% van de geënquêteerden heeft aangegeven de fokker als persoon belangrijk te vinden wanneer ze een kitten willen kopen. Met deze pagina kunnen de bezoekers hun mening vormen en als gevolg daarvan besluiten of ze contact opnemen voor een kitten.

De bezoekers vinden de contactgegevens op de pagina 'Contact'. Via het balkje 'Home' komt de bezoeker weer terug op de homepage, de pagina waar de bezoeker de keuze heeft tussen het gedeelte voor de cattery of dat van de kattenoppasservice.

Wanneer op de homepage op het balkje 'Oppasservice' is geklikt komt de bezoeker op de pagina 'Nieuws', waar de nieuwste ontwikkelingen gemeld worden.

Ernaast op de pagina 'Werkwijze' wordt verteld hoe de kattenoppasservice te werk gaat en hier worden tevens de prijzen vermeld. Op de pagina 'Persoonlijk' omschrijft de eigenaresse zichzelf en haar dieren. De contactgegevens zijn te vinden op de pagina 'Contact'. Met de knop 'Home' komt de bezoeker weer op de homepage.

De website is zo opgebouwd dat er een duidelijk contrast is tussen het voor- en achtergrondkleur. Er is duidelijke en eenvoudige taal gebruikt die past bij de inhoud van de site en het opleidingsniveau van de doelgroep, voornamelijk MBO en er zijn geen grote lappen tekst op de site geplaatst.

Vooralsnog staan er geen formulieren op de site welke door bezoekers kunnen worden ingevuld of gedownload, maar deze zouden er in de toekomst aan kunnen worden toegevoegd. Een daarvan is bijvoorbeeld het document Algemene Voorwaarden.

Er is geen gebruik gemaakt van lettervergrotingsopties, maar in plaats daarvan zijn alle teksten standaard geschreven in een iets groter lettertype, namelijk grootte 13,5.

Zoals aangeraden werd in paragraaf 4.3.2. is het duidelijk gemaakt wanneer er een tekst wordt geselecteerd. De originele tekst is donkerblauw van kleur op een witte achtergrond en wanneer deze wordt geselecteerd is er sprake van een witte tekst in een licht blauw vlak. Ook dan is er sprake van een duidelijk contrast.

Wanneer de muisaanwijzer op een link of op een sneltoets staat veranderd de weergave van de muis van een pijltje in een handje. Dit geeft goed weer dat er op de link of sneltoets geklikt kan worden.

Marktplaats

Momenteel staat er een advertentie op Marktplaats waarin reclame wordt gemaakt voor de kattenoppasservice van Bobby's Love. De eigenaresse van Bobby's Love richt zich op de lezer waarbij ze een persoonlijke schrijfstijl hanteert. Er wordt eerst in korte regels omschreven wie ze is met daarop volgend de dienst die ze aanbiedt, namelijk het passen op katten. Ze zorgt voor binding met de klant door te vermelden dat ze zelf drie katten heeft. Hieruit kan de lezer opmaken dat de eigenaresse voldoende kennis heeft met betrekking tot het verzorgen van katten en dat zij affectie voor dieren voelt. Aan de advertentie is een foto toegevoegd van één van de eigenaresse haar eigen katten.

Tenslotte staat in de advertentie vermeld welke dieren Marlous verzorgd (katten en kleine huisdieren) en in welk gebied zij werkzaam is.

Als reactie op de advertentie staan twee positieve recensies van een tevreden klant, die de lezer positief kunnen beïnvloeden om Marlous in te schakelen.

De advertentie is gratis en hierdoor wordt de advertentie pas getoond na alle anderen. Uiteraard komt de advertentie wel duidelijk naar voren wanneer een bezoeker van Marktplaats kernwoorden uit de advertentie intikt of op de juiste regio zoekt. Wanneer de eigenaresse van Bobby's Love meer met deze advertentie wil promoten kan er betaald worden voor een topadvertentie op Marktplaats. Een topadvertentie wordt een week lang bovenaan de resultatenlijst geplaatst en valt zo meer op. Omdat de topadvertentie €15,- per week kost zal er naar alle waarschijnlijkheid voor worden gekozen de advertentie één week per maand bovenaan te laten plaatsen. Dit zou dan zijn in de maanden voorafgaand aan de schoolvakanties van de noordelijke provincies. De prijs weergegeven voor een topadvertentie geldt per provincie. Indien de eigenaresse van Bobby's Love wil dat de advertentie voor zoekresultaten in meerdere provincies bovenaan komt te staan dient er per provincie € 15,- per week te worden betaald. (Marktplaats, 2012)

Visitekaartjes

Veel bedrijven, werkgevers en werknemers delen visitekaartjes uit. Het voordeel van een visitekaartje is dat mensen het klein en handzaam is. Het is daardoor makkelijk mee te

nemen. Een visitekaartje dient als herinnering aan een gesprek met de betreffende persoon en als bron van contactgegevens.

Op een visitekaartje komt standaard het volgende te staan:

- Bedrijfsnaam
- Naam van de persoon
- Telefoonnummer(s)
- E-mail-, website-, twitter- en facebookadres
- Logo

De visitekaartjes worden waarschijnlijk verspreid onder dierenartsenpraktijken en dierenwinkels in de gemeente Achtkarspelen. Dit om klanten voor de kattenoppasservice en mogelijk de cattery te interesseren. Het is daarnaast mogelijk de visitekaartjes bij dierenwinkels of andere diergerelateerde bedrijven door heel Nederland te verspreiden om zo mogelijke klanten te trekken voor de cattery. De visitekaartjes dienen verder om mee te geven aan potentiële klanten wanneer de eigenaresse geïnteresseerden tegenkomt.

De visitekaartjes kunnen zelf ontworpen worden middels de website van Vistaprint waarbij op de ene zijde de gegevens geplaatst worden en op de andere zijde het logo van Bobby's Love.

Poster

De eigenaresse van Bobby's Love heeft een poster ontworpen om te verspreiden onder bedrijven, zie Bijlage XI: Poster oppasservice. De poster hangt momenteel al bij verschillende supermarkten in de omliggende dorpen en op het raam boven de brievenbus in het huis van de eigenaresse zelf.

De poster is zo opgebouwd dat de huisstijl van Bobby's Love er duidelijk in terug komt.

Dit houdt in:

- Witte letters op een donkerblauwe achtergrond in het logo
- Donkerblauwe letters op een witte achtergrond bij alle andere tekst
- Lettertype 'Monotype Corsiva'
- Het logo van Bobby's Love

Om de aandacht te trekken staat bovenaan de advertentie in het groot de vraag 'Kattenoppas nodig?'. Het logo van Bobby's Love staat helemaal onderaan de pagina, met direct daarboven de contactgegevens met de verschillende webadressen. Deze worden vermeld zodat geïnteresseerden contact met de kattenoppasservice op kunnen nemen.

De kern van de tekst bestaat uit het vermelden van de unique selling points, zoals dat er sprake is van gediplomeerd personeel en dat er al twee jaar ervaring is in Leeuwarden. Daarnaast wordt er gepromoot met een oppaspakket op maat en dat er een intakegesprek plaatsvindt en dat overige dieren ook verzorgd kunnen worden.

De finishing touch zou nog aan deze poster kunnen worden gelegd door de poster officieel te laten afdrukken en plastificeren via Vistaprint.

4.3.7 Activiteiten schema's Bobby's Love

In onderstaande activiteitenchema's is een overzicht gemaakt van welke promotiemiddelen er in 2012 ingezet zullen worden. De promotieschema's zijn in detail besproken in paragraaf 4.3.3 en paragraaf 4.3.6.

Tabel 3 Activiteitenschema Oppasservice over 2012

Communicatie-moment	Communicatiemiddelen en/of actie	Planning	Kosten com. Mid. (euro)	Doelgroepen
Updates posten	Twitter	Gehele jaar	€ 0,00	Volgers van Bobby's Love
Adverteren voor start schoolvakanties	Weekkrant Actief Advertentie 1/8 pagina 130 x 96 mm Oplage van 68.000	Mei 2012 Juni 2012 Juli 2012 Augustus 2012 December 2012	Totaal € 250,-	Inwoners gemeentes Tytserkeradeel Achterkarspelen Smallingerland Dantumadiel Ferwerder adiel Kollumerland Boansterhim Opsterland
Topadvertentie 1 week per maand voor start schoolvakanties	Topadvertentie Marktplaats	Mei 2012 Juni 2012 Juli 2012 Augustus 2012 December 2012	€15,- per week. Totaal € 75,-	Bezoekers Marktplaats die een oppasservice zoeken, regio Friesland
Advertentie Marktplaats	Internet advertentie	Gehele jaar	€ 0,00	Bezoekers Marktplaats die een oppasservice zoeken regio Friesland
Visitekaartjes ontwerpen & afdrukken	www.vistaprint.nl	Maart 2012	250 stuks vanaf €13,99	
Visitekaartjes leggen bij dierenartsenpraktijken	Visitekaartjes	Maart 2012	€ 0,00	Klanten dierenartsenpraktijk gemeente Achterkarspelen
Posters ontwerpen & afdrukken	www.vistaprint.nl 286mm x 439mm 1969 x 3028 pixels	Maart 2012	20 stuks € 44,99	
Posters ophangen bij bedrijven	Posters	Maart 2012	€ 0,00	Klanten bedrijven gemeente Achterkarspelen
Totaal			€384,-	

Tabel 4 Activiteitschema Cattery over 2012

Communicatie-moment	Communicatiemiddelen en/of actie	Planning	Kosten com. Mid.	Doelgroepen
Promotie Bobby's Love	Bobby's Love website	Gehele jaar	€ 0,00	Doelgroep cattery Bobby's Love
Updates posten	Twitter	Gehele jaar	€ 0,00	Volgers van Bobby's Love
Advertentie Marktplaats	Marktplaats	Gehele jaar	€ 0,00	Bezoekers Marktplaats die een kitten zoeken
0-4 weken leeftijd kittens	Katgezocht.com website&twitter	3 maanden	€ 0,00	Bezoekers katgezocht.com
4-8 weken leeftijd kittens	Kittentekoop.nl	?	€ 0,00	Bezoekers
8-12 weken leeftijd kittens	Kittenlink.nl	?	€ 0,00	Bezoekers
0-4 weken leeftijd	Mundikat	2 advertenties van 2 maanden	€ 20,00	Lezers Mundikatblad
0-4 weken leeftijd	Felikat	1 advertentie van 2,5 maand	€ 80,00	Lezers Felikat lezers
Kattenshow Mundikat	Poezen, visitekaartjes, mondelinge presentatie	Eens per jaar	€ 30,- inschrijfgeld per kat, plus ongeveer € 70,- onkosten per show	Bezoekers van de show, keurmeesters, medefokkers
Totaal			€170,-	

4.4 Organisatie

In dit hoofdstuk worden alle organisatorische aspecten van cattery & kattenoppasservice Bobby's Love besproken. De invulling van het bedrijf wordt duidelijk wanneer de Unique Selling Points (USP's) worden uitgelegd. Onder welke rechtsvorm het bedrijf wordt opgezet wordt uitgelegd, alsmede welke vergunning nodig zijn voor het runnen van het bedrijf en welke belastingen zullen moeten worden afgedragen. Aan het starten en runnen van een bedrijf zijn risico's verbonden, welke kunnen worden ingedekt met de juiste verzekeringen. Deze paragraaf sluit af met de benoeming van enkele praktische organisatorische zaken die geregeld zullen moeten worden alvorens Bobby's Love kan starten.

4.4.1 Unique Selling Point

De unieke punten waarin Bobby's Love zich onderscheid worden hieronder per bedrijfstak uitgewerkt.

Kattenoppasservice

Bobby's Love onderscheidt zich van kattenpensions doordat het een oppasdienst met bezoeken aan huis is. De kat blijft in de eigen omgeving tijdens de oppasperiode.

Deze handelswijze levert de eigenaren gemak op, er hoeft immers alleen voldoende materiaal (kattengrind, voer, stofzuiger) klaargezet te worden. Daarnaast voorkomt het stress bij de kat, omdat katten met name gehecht zijn aan een territorium, meer dan aan mensen en zij dit territorium niet hoeven te verlaten.

Bobby's Love biedt klanten de mogelijkheid het dienstenpakket grotendeels zelf samen te stellen. Bobby's Love zal een simpel basispakket aan gaan bieden, waarop de klant desgewenst aanvullingen kan boeken. Deze vrijheid van keuzemogelijkheden maakt Bobby's Love waarschijnlijk aantrekkelijk.

Verder onderscheidt Bobby's Love zich door de diploma's die de eigenaresse heeft. Zij is gediplomeerd dierenartsassistent (paraveterinair), is in het bezit van het Honden- & Kattenbesluit en heeft de HBO-opleiding Diermanagement (bijna) afgerond. Daarnaast houdt zij haar vakkennis up-to-date met het bezoeken van nascholingsdagen, zoals die van Stichting Felcan (www.felcan.nl).

Cattery

Bobby's Love onderscheidt zich van de concurrentie door de nadrukkelijke aandacht voor inteelt. Bij het uitzoeken van te combineren katers en poezen let Bobby's Love niet op 3 of 4 generaties terug, zoals gebruikelijk is. Dit aantal wordt gehanteerd omdat er op een standaardstamboom vier generaties vermeld staan. Bobby's Love houdt met minstens 6 generaties terug rekening bij het uitkiezen van een goede combinatie tussen poes en kater en streeft naar het achterhalen van voorouders tot acht generaties terug. De inteeltcoëfficiënt van het geplande nest kittens moet lager zijn dan dat van de poes beoogd voor de combinatie poes x kater.

Uiteindelijk wil Bobby's Love uitsluitend katten fokken met een inteeltcoëfficiënt van 0,00% of lager, iets waarmee de cattery zich duidelijk onderscheidt van de concurrentie. In de raskattenfokkerij komt het voor dat katten die familie van elkaar zijn worden gecombineerd om zo de raskenmerken beter tot uiting te laten komen. Dit heeft een verhoging van de inteeltcoëfficiënt tot gevolg.

Bobby's Love onderscheidt zich op een derde punt en dat is het gebruik van door de cattery gefokte kittens om verder mee te fokken. Bobby's Love wil kittens met een zwakke gezondheid en/of ernstige opstartproblemen niet verder voor de fok inzetten. Dit beperkt mogelijk de afzetmarkt van de cattery, hoewel uit de interviews met de twee catteries (cattery De Haber en cattery Katti Kissa) bleek dat kittens voornamelijk aan liefhebbers worden verkocht, welke geen intentie hebben om met de kat te fokken.

Bobby's Love verkoopt katers niet per definitie met fokbeperking. Katerkittens in een nest worden verkocht aan liefhebbers (in dat geval wel met fokbeperking) of andere fokkers

kunnen een optie nemen. Veel huidige dekkatereigenaren hanteren een extra bedrag dat betaald dient te worden wanneer katers uit een nest wel als dekkater worden ingezet.

Bobby's Love wil in overleg met de katereigenaar deze regels openbreken. Indien een klant interesse toont in een katerkitten om hem als dekkater te gebruiken wil Bobby's Love in gesprek gaan met de katereigenaar. Het eventuele extra bedrag dat door de katereigenaar in rekening wordt gebracht, zal Bobby's Love de klant in rekening brengen.

Bobby's Love valt ten slotte op door geen eisen te stellen aan de woon- en werkwijze van klanten. Menig cattery eist dat het kitten alleen buiten komt in een afgeschermd tuin en dat er gedurende minstens een dagdeel iemand thuis is of dat de kat een speelkameraad krijgt. Bobby's Love stelt deze eisen niet, maar zal wel proberen de toekomstig eigenaar te laten inzien dat sommige vormen van huisvesting (in afgeschermd tuin, met soortgenoot) beter zijn voor de gezondheid van de kat dan andere huisvestingsvormen.

4.4.2 Rechtsvorm

Bobby's Love zal opgezet worden als eenmanszaak. De keuze voor deze rechtsvorm komt voornamelijk voort uit het feit dat er geen €18.000,- startkapitaal aanwezig is, benodigd om een besloten vennootschap op te starten. Voor het starten van een eenmanszaak is geen startkapitaal nodig. Andere voordelen zijn te vinden in het feit dat er geen akte bij een notaris hoeft te worden opgesteld en dat er geen andere partijen betrokken hoeven te worden bij het nemen van belangrijke beslissingen. Hieruit vloeit het nadeel voort dat de eigenaar/ondernemer alle verantwoordelijkheid zelf draagt en tevens hiervoor aansprakelijk is, zowel met zakelijk als privévermogen. (Kamer van Koophandel, 2011¹)

Bobby's Love verwacht in de eerste twee jaar nog geen winst te draaien en de winst die vanaf het derde jaar beoogd wordt valt waarschijnlijk te classificeren als lage winst. Dit maakt het oprichten van een eenmanszaak fiscaal het voordeligst ten opzichte van de andere mogelijke rechtsvormen. (Kamer van Koophandel, 2011¹)

Aan het oprichten van een eenmanszaak kleefte alleen de voorwaarde van het inschrijven bij de Kamer van Koophandel. Het laagdrempelige van het opstarten van een eenmanszaak is het laatste argument voor deze keuze, aangezien Bobby's Love zal worden opgestart door een recent afgestudeerde HBO-er. (Kamer van Koophandel, 2011²)

4.4.3 Vergunningen

VAR verklaring

Iedere zelfstandig ondernemer heeft een VAR verklaring nodig. Dit is een Verklaring Arbeidsrelatie, waarin wordt aangegeven door de Belastingdienst dat de ondernemer daadwerkelijk een zelfstandige is. Hieruit kan de conclusie worden getrokken dat de ondernemer zelf inkomstenbelasting betaalt en de opdrachtgever geen loonbelasting hoeft te betalen (zoals verplicht is bij een werknemer in loondienst). De VAR verklaring biedt zekerheid voor beide partijen. (Kamer van Koophandel, 2011⁶)

Er zijn vier soorten VAR verklaringen te onderscheiden:

- VAR-wuo: winst uit onderneming. De Belastingdienst ziet de ondernemer als volledige zelfstandige
- VAR-dga: winst uit werkzaamheden voor een vennootschap. De Belastingdienst ziet de ondernemer als volledige zelfstandige, werkzaam in een vennootschap
- VAR-row: resultaat uit overige werkzaamheden. Opgesteld voor ondernemers die af en toe een opdracht hebben. In dit geval is het aan de opdrachtgever en ondernemer zelf om per situatie te beoordelen of het om een dienstverband gaat. De Belastingdienst kan deze beslissing achteraf alsnog overstemmen.
- VAR-loon: grote kans op inkomsten uit een dienstbetrekking. Opgesteld voor ondernemers die niet alle beslissingen volledig zelf mogen nemen of doorbetaald krijgen tijdens hun vakantie. Het is ook hier aan de opdrachtgever en ondernemer om per situatie te beoordelen of het om een dienstverband gaat. De kans is groot dat de Belastingdienst achteraf deze klussen als dienstverband aanmerkt.

Met een VAR-wuo of een VAR-dga wordt een opdrachtgever de grootste zekerheid gegeven dat hij/zij met een zelfstandig ondernemer te maken heeft. (Kamer van Koophandel, 2011⁷) Wanneer de eigenaresse van Bobby's Love door de belasting wordt gezien als ondernemer voor de inkomstenbelasting is het bijna zeker dat zij een VAR-wuo verklaring toegewezen zal krijgen. De eigenaresse is ten slotte volledig zelf verantwoordelijk voor het nemen van alle beslissingen, heeft meerdere opdrachtgevers en draagt alle risico's zelf.

KvK nummer

Een ondernemer dient zijn/haar bedrijf te registreren in het handelsregister van de Kamer van Koophandel. Hierdoor wordt direct vastgelegd welke rechtsvorm de onderneming heeft, aangezien in het handelsregister geen personen kunnen worden geregistreerd, maar uitsluitend bedrijven. Een registratie bij de Kamer van Koophandel wordt direct doorgegeven aan de Belastingdienst, welke vervolgens laat weten wat het BTW-nummer van het bedrijf is en of de ondernemer wordt gezien als 'ondernemer voor de inkomstenbelasting'. Het KvK nummer is direct beschikbaar. (Kamer van Koophandel, 2011⁸; Kamer van Koophandel, 2011⁹; Kamer van Koophandel, 2011¹⁰)

Bedrijf aan huis

Bobby's Love zal een zogenoemd 'bedrijf aan huis' zijn. Dit doordat het kantoor van Bobby's Love zich in het woonhuis van de eigenaresse bevindt en ook de katten van de cattery hier wonen. De woning staat in het dorp Surhuizum, onderdeel van de gemeente Achtkarspelen. Volgens het bestemmingsplan van deze gemeente heeft het gebied waarin de woning ligt de bestemming 'wonen & tuin' gekregen. Hierbij wordt de mogelijkheid geboden voor een aan-huis-gebonden beroep of bedrijf. (Gemeente Achtkarspelen, 2011) Om Bobby's Love te starten vanuit de woning in Surhuizum is dus toestemming nodig van de gemeente Achtkarspelen.

Er is gecontroleerd of Bobby's Love een omgevingsvergunning nodig heeft. Om de raskatten goed te huisvesten zal er een kattenren van hout & gaas of aluminium gebouwd worden in een gedeelte van de achtertuin, aansluitend op het huis. Via het Omgevingsloket Online is gecheckt of voor deze werkzaamheid een omgevingsvergunning nodig zal zijn, hetgeen niet het geval is. (Omgevingsloket Online, 2011; Kamer van Koophandel, 2011¹¹)

4.4.4 Belastingen

In het geval van een eenmanszaak dient over de inkomsten van het bedrijf inkomstenbelasting te worden betaald. De inkomstenbelasting is voor ondernemers wat de loonbelasting voor werknemers inhoudt. (Kamer van Koophandel, 2011⁵)

Dit is uitsluitend zo wanneer de eigenaar van het bedrijf door de Belastingdienst wordt gezien als ondernemer voor de inkomstenbelasting. Om deze benaming te krijgen dient de eigenaar aan een aantal eisen te voldoen:

- Zelfstandigheid: de eigenaar dient volledig verantwoordelijk te zijn voor alle belangrijke beslissingen die binnen het bedrijf worden genomen
- Winst: het bedrijf moet met winstoogmerk worden gerund
- Tijd: de eigenaar moet minimaal 1225 uur per jaar voor het bedrijf werkzaam zijn
- Kapitaal: er moet voldoende kapitaal aanwezig zijn om het bedrijf op te starten en een tijd draaiende te houden
- Klanten: het bedrijf moet meerdere klanten hebben
- Promotie: de onderneming moet zich met een eigen huisstijl en promotiemiddelen naar de buitenwereld presenteren
- Risico: de eigenaar draagt het risico voor de dingen die mis kunnen gaan
- Aansprakelijkheid: de eigenaar is volledig aansprakelijk voor schulden van het bedrijf

Deze regels zijn niet zwart-wit. De beslissing van de Belastingdienst om een eigenaar aan te merken als ondernemer wordt gemaakt per persoonlijke situatie. (Kamer van Koophandel, 2011²; Kamer van Koophandel, 2011³)

Bobby's Love is volledig zelfstandig, de eigenaresse neemt alle beslissingen en draagt hierover het volledige risico.

De eigenaresse is tevens degene die aansprakelijk is in geval van schuld. Bobby's Love wordt gestart met het doel er vanaf het derde bestaansjaar winst mee te draaien, dus ook aan deze eis wordt voldaan. Bobby's Love maakt met een eigen logo en huisstijl via verschillende media promotie voor de diensten die het bedrijf aanbiedt, om op deze manier meerdere klanten aan het klantenbestand toe te voegen. De eigenaresse van Bobby's Love werkt 16-24 uur per week in loondienst en zal daarnaast minstens 24 uur per week in de opbouw van het bedrijf investeren. Dit levert een werkweek van 40-48 uur op, iets waar de eigenaresse van op de hoogte is en bewust voor kiest. Zij stelt zich erop in per maart 2012 zes dagen in de week aan het werk te zijn.

De enige eis waarmee de eigenaresse op dit moment worstelt is die van het kapitaal. De eigenaresse heeft bij de start van Bobby's Love nauwelijks kapitaal en investeringen zullen worden gedaan aan de hand van geld dat binnenkomt uit het werk in loondienst en de inkomsten uit Bobby's Love zelf. Startkapitaal zal geleend moeten worden van een bank of afkomstig zijn van een investeerder.

Als ondernemer voor de Belastingdienst heeft een ondernemer recht op verschillende aftrekposten. Deze aftrekposten berekenen bedragen die van de winst kunnen worden afgetrokken alvorens de inkomstenbelasting wordt berekend, waardoor er minder belasting hoeft te worden betaald. Deze aftrekposten zijn;

- Zelfstandigenaftrek: voor ondernemers die volledig zelfstandig werken en voldoen aan de urennorm (minimaal 1225 uur)
- Startersaftrek: voor ondernemers die recht hebben op zelfstandigenaftrek en in de afgelopen vijf jaar minstens één jaar geen eigen bedrijf hebben gehad
- Meewerkaftrek: wanneer de partner van de ondernemer onbetaald een aantal uur meewerkt in het bedrijf
- Fiscale Oudedagvoorziening: een bedrag tot maximaal 12% van de winst dat de ondernemer apart mag zetten als pensioenvoorziening zonder dat over dit bedrag belasting hoeft te worden betaald
- Willekeurige afschrijving: op producten die voor de bedrijfsuitoefening worden aangeschaft. Geldt voor ondernemers met een eenmanszaak, BV of VOF die recht hebben op Startersaftrek
- MKB-vrijstelling: waarbij over 12% van de winst geen belasting hoeft te worden betaald. Deze 12% wordt berekend over het bedrag aan winst dat resteert na de aftrek van alle andere posten

(Kamer van Koophandel, 2011⁴)

Indien de eigenaresse van Bobby's Love door de Belastingdienst wordt aangemerkt als ondernemer heeft zij recht op alle aftrekposten, vanaf het moment dat Bobby's Love winst maakt.

De inkomstenbelasting wordt elk jaar als voorschot betaald aan de Belastingdienst. Een ondernemer maakt op basis van verwachtingen en resultaten uit het verleden een schatting van de verwachte inkomsten voor het komende jaar. Hierop berekent de Belastingdienst de inkomstenbelasting die de ondernemer verschuldigd zal zijn en deze wordt vooruit via maandelijkse termijnen voldaan. Aan het eind van elk jaar stelt de Belastingdienst een afrekening op en dient de ondernemer geld te betalen wat hij/zij nog verschuldigd is of krijgt het te veel betaalde voorschot terug. (Kamer van Koophandel, 2011⁵)

4.4.5 Risico's oppasservice

Uit het interview dat met de eigenaresse van oppasservice Voor de Poes is gehouden kwam naar voren dat het grootste risico zit in het aansprakelijk gesteld worden. Tijdens de oppasperiode is het mogelijk dat de kat komt te overlijden en de oppas zou hiervoor aansprakelijk gesteld kunnen worden. Hetzelfde geldt wanneer de oppas per ongeluk iets breekt in het huis van de klant.

De ondernemer zelf loopt het risico door een ongeval of ziekte (tijdelijk) zijn/haar werk niet meer uit te kunnen voeren. Dit heeft tot gevolg dat er geen inkomsten kunnen worden gegenereerd. Een risico dat in het verlengde ligt van (tijdelijk) arbeidsongeschikt raken is in het ergste geval het overlijden van de ondernemer. In dat geval loopt het bedrijf het risico om op te houden te bestaan.

De onderneming loopt het risico om aangeklaagd te worden of zelfs bij een rechtszaak betrokken te raken indien een kwaadwillende partij de onderneming voor de rechter daagt.

Het is mogelijk dat een andere ondernemer of een ander bedrijf het logo of de merknaam van een onderneming kopieert. Dit is het risico op plagiaat.

De ondernemer loopt niet alleen het risico om schade te berokkenen aan goederen van de klant, het is ook mogelijk dat per ongeluk in het bedrijf iets stuk gaat. Voor zowel het bedrijfspand als het huis van de klant bestaan er verder de risico's dat er brand uitbreekt of dat er ingebroken wordt.

In het geval dat de ondernemer een ziek dier naar de dierenarts moet vervoeren loopt het dier risico op letsel tijdens dit vervoer.

(Ondernemen & Internet, n.d.)

4.4.6 Risico's cattery

Uit de interviews met cattery De Haber en cattery Katti Kissa is gebleken dat het grootste risico gevormd wordt door de besmettelijke ziektes die de katten kunnen krijgen. Dit zijn ziektes als (ring)worm, schurft, kattenziekte, niesziekte en vlooiënbesmetting.

De katten komen hier mogelijk mee in aanraking doordat micro-organismen van deze ziektes worden meegebracht door bezoekers of de cattery-eigenaar zelf.

Besmettelijke ziektes zijn naast een risico voor de gezondheid van de katten een risico voor de financiële gezondheid van het bedrijf, omdat het behandelen van deze ziektes een grote extra kostenpost is.

De financiële gezondheid van het bedrijf werd door de geïnterviewde catteries als tweede risico aangemerkt. Het fokken van raskatten is geen bedrijfstak die grote hoeveelheden winst oplevert. Zeker wanneer er complicaties optreden, zoals een noodzakelijke keizersnede of een nauwelijks levensvatbaar kitten, moet er geld op worden toegelegd en is winst maken nagenoeg onmogelijk. Het risico van verlies draaien is terdege aanwezig.

Een cattery verkoopt raskatten, die door de wet worden gezien als een product. De cattery loopt daardoor het risico een 'slecht product' af te leveren. Dit kan zo zijn wanneer het kitten een (erfelijke) ziekte blijkt te hebben of kort na aankoop komt te overlijden (zonder dat daarvan de oorzaak bij de klant ligt).

Voor de cattery gelden verder in grote lijnen dezelfde risico's als voor de oppasservice.

De risico's op arbeidsongeschiktheid, overlijden van de ondernemer, brand, inbraak, aangeklaagd worden en plagiaat zijn ook op de cattery van toepassing. Aangezien de klanten naar de cattery toekomen om een product te bekijken of te kopen is het veroorzaken van schade aan gebouwen of goederen van de klant geen risico. Wel bestaat het risico dat de klant schade toebrengt aan het gebouw of goederen van de cattery.

(Ondernemen & Internet, n.d.)

4.4.7 Verzekeringen

Aansprakelijkheidsverzekering

Deze verzekering vergoedt schade door de ondernemer, het personeel of de bedrijfsuitvoering toegebracht aan andere personen of eigendommen van deze personen. De eerdergenoemde risico's van het berokkenen van schade aan eigendommen of huizen van de oppasklanten of eigendommen/behuizing van Bobby's Love zijn hiermee gedekt. Het genoemde risico waarbij de klant van de cattery schade berokkent aan eigendommen van Bobby's Love valt niet onder deze aansprakelijkheidsverzekering maar wordt vermeld in de algemene voorwaarden van de cattery. Dit risico wordt gedekt door de aansprakelijkheidsverzekering van de klant, indien hij/zij deze heeft afgesloten. Inzittenden van een auto (dus ook de kat) zijn verzekerd binnen de aansprakelijkheidsverzekering. (Interpolis, 2011¹; Interpolis, 2011⁷; Rabobank, 2011¹)

Arbeidsongeschiktheidsverzekering

Als deze verzekering is afgesloten wordt er door de verzekeraar een inkomen uitgekeerd indien de ondernemer tijdelijk of blijvend arbeidsongeschikt raakt. In dat geval blijft de continuïteit van de onderneming gewaarborgd. Het risico op geen inkomen door arbeidsongeschiktheid van de ondernemer is met deze verzekering gedekt. (Interpolis, 2011²; Rabobank, 2011²)

Overlijdensrisicoverzekering

Onprettig om aan te denken, maar wel mogelijk is het dat de eigenaresse van Bobby's Love komt te overlijden. Omdat Bobby's Love in eerste instantie met voornamelijk geleend geld gefinancierd gaat worden is het noodzakelijk dat er een overlijdensverzekering wordt opgesteld. Op deze manier zijn het afbetalen van de leningen en later het uitkeren van winst of inkomen uit verkoop van Bobby's Love geregeld. Deze taken komen dan niet voor rekening van nabestaanden. (Rabobank, 2011³)

Rechtsbijstandsverzekering

In het geval dat Bobby's Love bij een rechtszaak betrokken zou raken biedt een rechtsbijstandsverzekering uitkomst. Deze verzekering vergoedt rechtshulp bij geschillen over onder andere het bedrijfspand, vergunningen, sociale regelgevingen, inkoop & verkoop. Productaansprakelijkheid valt hier niet onder. (Interpolis, 2011³; Rabobank, 2011⁴)

Gebouwen & Inventaris

Deze beide belangrijke onderdelen van Bobby's Love lopen het risico op schade door bijvoorbeeld brand en inbraak. Er dient een verzekering te worden afgesloten die schade aan het gebouw en de inventaris verzekert. Bobby's Love zal gevestigd zijn in een huurpand, wat gevolgen heeft voor de verzekering. Het bedrijf blijft verzekerd tegen schade door onder andere brand, inbraak en water. Volgens de verzekering van Interpolis in het gedeelte 'huurdersbelang' kunnen ook aanpassingen die gedaan zijn binnen de woning worden meeverzekerd. (Interpolis, 2011⁴+ Interpolis, 2011⁵; Rabobank, 2011⁵)

De inventaris van het bedrijf dient verzekerd te worden tegen brand, inbraak en waterschade. Onderdelen van wat onder inventaris wordt verstaan die voor Bobby's Love van toepassing zijn: elektronische apparaten, eindproducten en kasgeld. Tot een bepaald bedrag wordt diefstal van kasgeld vergoed, ook wanneer het onderweg was naar de bank. (Interpolis, 2011⁶; Rabobank, 2011⁶)

Productaansprakelijkheid

Een producent is aansprakelijk voor de schade veroorzaakt door zijn product. Deze productaansprakelijkheid kan een vorm zijn van schuldaansprakelijkheid, maar ook een vorm van risicoaansprakelijkheid. Bij schuldaansprakelijkheid heeft de producent bewust iets aan het product toegevoegd waardoor het gebrekkig is. Bijvoorbeeld wanneer Bobby's Love tegenover de klant verzwijgt dat een kitten een bepaalde aandoening heeft. Daarnaast is de

producent verantwoordelijk voor alle risico's omtrent het product. Een voorbeeld hiervan is het risico dat een kitten op latere leeftijd toch HCM blijkt te hebben (een ziekte waarop op jonge leeftijd niet kan worden getest).

Onder product wordt volgens de definitie van de wet verstaan, een roerende zaak, ook wanneer dit onderdeel is geworden van een andere roerende zaak. Een roerende zaak is alles wat niet rechtstreeks met de grond verbonden is, zoals een zak diervoeding, een hok, maar ook het (huis)dier zelf wordt als product gezien.

Om de risico's te dekken omtrent het afleveren van een gebrekkig product (dus het kitten) moet Bobby's Love een productaansprakelijkheidsverzekering afsluiten.

Dit geldt uiteraard niet voor de kattenoppasservice. (Nationale Nederlanden, n.d.; Rijksoverheid, 2011)

Daarnaast dekt Bobby's Love zich in door middel van het contract wat opgesteld is in Bijlage XVI: Contract cattery.

Registratie merknaam & logo

Het registreren van een merknaam en bijbehorend logo binnen de Benelux is om meerdere redenen belangrijk. Allereerst omdat het ervoor zorgt dat er geen misbruik van gemaakt kan worden door concurrenten. Zij kunnen bijvoorbeeld niet ongestraft de geregistreerde merknaam of het logo gebruiken. Bobby's Love verkrijgt exclusiviteit over het ontworpen logo en de bedachte merknaam en voorkomt zo het risico op plagiaat. Verder zorgt het registreren van een merknaam voor een waardevermeerdering, wat een hogere prijs oplevert wanneer het bedrijf verkocht zou worden. (Brandmerk.nl, n.d.; Centertone Consultancy, 2010)

Preventieve gezondheidszorg katten

Een uitbraak van de eerdergenoemde besmettelijke kattenziektes kan nooit geheel worden voorkomen. Wel kunnen er maatregelen worden genomen om de kans hierop te verkleinen.

Zo kunnen alle katten het beste worden ingeënt tegen Kattenziekte en Niesziekte. Dit gebeurt vanaf de eerste vaccinaties van een kitten (op 9 en 12 weken leeftijd) en door deze boost van het immuunsysteem jaarlijks met een vaccinatie tegen Niesziekte en tweejaarlijks met een vaccinatie tegen Kattenziekte up to date te houden. Een vaccin bevat dode of verzwakte ziekteverwekkers van de ziekte waartegen wordt ingeënt. Het immuunsysteem van het dier pakt deze ziekteverwekkers aan door er antistoffen tegen te ontwikkelen. Deze antistoffen komen bij een mogelijke volgende besmetting met ziekteverwekkers op volledige sterkte direct in actie, waardoor de kat niet of nauwelijks ziek wordt. (DAP Noord-West Friesland, n.d.¹; DAP Tusken Diken & Feanen, 2005)

Voor de preventieve behandeling tegen vlooien en teken zijn verschillende middelen op de markt. Bobby's Love zal kiezen voor het eens in de 5 weken behandelen met Stronghold en eens in de 3 maanden toedienen van Milbemax. Stronghold is een pipet met vloeistof, die op de huid, in de nek wordt aangebracht. Stronghold werkt tegen vlooien, luizen, oormijten, hartwormen, spoelwormen en haakwormen. Stronghold is echter niet geschikt voor het behandelen van kittens jonger dan 6 weken oud. Het is mogelijk om deze kittens met Frontline spray te behandelen en pas vanaf 6 weken leeftijd met Stronghold. Milbemax is een merk ontwormingstabletten werkzaam tegen hart-, spoel-, haak- en lintwormen.

Het toedienen van Milbemax kan het best worden gedaan door de tabletten direct in de bek in te geven. Een andere optie is de tabletten te verpulveren en door wat eten te mengen.

De werkzaamheid van Milbemax overlapt de werkzaamheid van Stronghold deels, omdat beide middelen werken tegen hart-, spoel- en haakwormen. Dit levert geen problemen op. (DAP Noord-West Friesland, n.d.²; Dierenapotheek.net, n.d.¹; Dierenapotheek.net, n.d.²; Dierenapotheek.net, n.d.³)

Het risico op een besmetting met schurft kan niet 100% worden weggenomen. Wel verkleinen een schone omgeving en algehele goede gezondheid van de kat het risico op besmetting met de mijten die schurft veroorzaken. (Het Woud, n.d.)

4.4.8 Praktische zaken m.b.t. start van Bobby's Love

Contract Bobby's Love

Een contract is een schriftelijke overeenkomst tussen twee partijen. In dit geval Bobby's Love en de klant. Een contract geeft de rechten en plichten weer van beide partijen.

In een contract staat onder andere:

- de beschrijving van het product of de dienst
- de prijs van het product of de dienst
- de aanvaardig door de klant
- duur van het contract
- opzegtermijn
- levering
- gevolgen bij het niet nakomen van verplichtingen
- betaling- en incassotermijn
- garantie
- aansprakelijkheid
- voorwaarden voor beëindigen contract
- algemene voorwaarden

Het doel van het contract is Bobby's Love en de klant in te dekken bij mogelijke gebeurtenissen en beide partijen bewust maken van de rechten en plichten. In het contract staat duidelijk de gang van zaken vermeld wanneer de klant de oppasservice inhuurt of een kitten koopt van de cattery.

De contracten van de oppasservice en de cattery zijn verschillend. Dit komt omdat op beide verschillende takken van het bedrijf andere algemene voorwaarden van toepassing zijn.

Oppasservice Bobby's Love

27% van de geënquêteerden geeft aan graag te werken met contracten. 73% van de geënquêteerden heeft aangegeven een intakegesprek te willen voorafgaand aan de oppasperiode. Daarnaast wilde 39% van de geënquêteerden dat de post uit het zicht werd gelegd. Deze voorkeuren zijn meegenomen in de algemene voorwaarden van de kattenoppasservice.

Voor de oppasservice is er een aparte prijslijst gemaakt die aan de algemene voorwaarden is toegevoegd. Zo hebben klanten een duidelijk overzicht van de regels en de kosten.

Naast de algemene voorwaarden is er een aanmeldingsformulier ontwikkeld. Wanneer de eigenaresse naar een toekomstige klant gaat voor het intakegesprek kan het aanmeldingsformulier meegenomen worden. De algemene voorwaarden inclusief de prijslijst, het aanmeldingsformulier en het contract kunnen gevonden worden in Bijlage XII: Algemene voorwaarden oppasservice, Bijlage XIII: Aanmeldingsformulier oppasservice en Bijlage XIV: Contract oppasservice.

Cattery Bobby's Love

De klanten van de cattery kopen een kitten om daar verder mee te fokken of gewoon als huisdier te houden. In de algemene voorwaarden van cattery 'Bobby's Love' staat onder andere de verdeling van de verantwoordelijkheid vermeld.

Voorafgaand aan de verkoop van een kitten vindt er altijd een kennismakingsgesprek plaats tussen een medewerker van 'Bobby's Love' en de klant. Tijdens dit gesprek worden de algemene voorwaarden met de klant besproken en wordt aangegeven wat het kitten zal kosten. Indien beide partijen akkoord gaan wordt er een contract ondertekend, wat de klant eraan bindt het kitten van Bobby's Love af te nemen. Het is ook mogelijk voor de klant om een optie te nemen op een kitten. Dit vereist een aanbetaling van 50% van de verkoopprijs.

De algemene voorwaarden en het contract kunnen gevonden worden in Bijlage XV: Algemene voorwaarden cattery en Bijlage XVI: Contract cattery.

4.5 Financieel

In deze paragraaf worden de kosten van de organisatorische onderwerpen van paragraaf 4.4 besproken.

4.5.1 Vergunningen

Var-verklaring

De VAR-verklaring die aangeeft dat de eigenaresse van Bobby's Love een zelfstandig ondernemer is, is gratis aan te vragen bij de Belastingdienst. Een formulier kan gedownload worden van de site en meestal reageert de Belastingdienst binnen twee tot drie weken op de aanvraag. De VAR-verklaring is momenteel geldig voor een kalenderjaar. Om een VAR-verklaring aan te kunnen vragen moet een ondernemer eerst geregistreerd staan bij de Kamer van Koophandel (KvK).

KvK nummer

Bobby's Love zal zich inschrijven bij de Kamer van Koophandel om zo geregistreerd te staan als (nieuwe) onderneming. Bobby's Love krijgt dan het benodigde KvK-nummer toegewezen, maar registratie is niet zonder kosten. De Kamer van Koophandel vraagt hiervoor een jaarlijkse bijdrage die afhangt van het bedrijf.

Bobby's Love is een eenmanszaak gevestigd in Noord-Nederland. Bij het uitrekenen van de jaarlijkse bijdrage wordt een bedrijf in één van drie categorieën ingedeeld; een bedrijf in uitsluitend landbouw/visserij, een pensioen- en stamrechtonderneming of geen van beiden. Bobby's Love valt in de laatste categorie.

Hierdoor kom de jaarlijkse bijdrage op €41,03. Dit bedrag is opgebouwd uit de volgende punten:

- Registratie handelsregister: €12,04
- Voorlichting en informeren: €12,88
- Bijdrage stimuleren regio Noord- Nederland €14,06
- Sociaal Economische Raad (SER)- opslag: € 2,05

(KvK¹⁰, 2012)

4.5.2 Belasting

Aftrekposten

Hoeveel de aftrekposten, genoemd in paragraaf 4.4, per jaar zullen zijn is afhankelijk van de inkomsten gewonnen in het betreffende jaar.

Wat wel van te voren vast staat is de zelfstandigenaftrek. Deze bedraagt per 1 januari 2012 € 7.280,- per jaar. Bobby's Love heeft recht op zelfstandigenaftrek, eventueel verhoogd met een extra aftrek van € 2.123,- voor starters.

Het bijhouden van een urenadministratie betreffende de hoeveelheid uren dat de eigenaar heeft gewerkt en de gedane werkzaamheden is belangrijk. Dit omdat de eigenaar minimaal 1225 uur op jaarbasis in het bedrijf werkzaam moet zijn om aanspraak te maken op de beide aftrekposten.

Andere noodzakelijke (administratieve) werkzaamheden zijn: offertes opstellen, klantbezoeken, reistijd, acquisitie, de website onderhouden en administratie bijwerken.

(KvK⁴, 2012)

Vanaf het derde bestaansjaar van Bobby's Love verwacht de onderneming winst te gaan maken. Een gedeelte daarvan mag weggezet worden voor de oudedagsvoorziening, dit is genaamd fiscale oudedagsreserve (FOR). In 2012 mag maximaal €9.382,- aan FOR weggezet worden. De FOR is niet van toepassing zolang er nog geen winst wordt gemaakt. (Belastingdienst, 2012)

BTW-vrijstelling

Wanneer een bedrijf in een jaar minder dan €1.883 BTW moet afdragen aan de belastingdienst dan komt het bedrijf in aanmerking voor belastingvermindering of hoeft helemaal geen BTW af te dragen. In dat geval kan het bedrijf gebruik maken van de Kleineondernemersregeling. (Belastingdienst¹, 2012)

Kleineondernemersregeling

Hier zijn drie voorwaarden aan verbonden:

- Het bedrijf is een eenmanszaak, een maatschap of een vennootschap onder firma.
- Het bedrijf moet na aftrek van de voorbelasting minder dan €1.883 BTW afdragen in een jaar.
- Het bedrijf voldoet aan de administratieve verplichtingen voor de BTW.

Om te bepalen hoe hoog de vermindering is en hoeveel BTW het bedrijf moet afdragen wordt de volgende berekening gemaakt:

Te betalen BTW (%BTW x € inkomsten) - Voorbelasting¹ = BTW-bedrag vóór vermindering.
Of het bedrijf de vermindering krijgt ligt aan de hoogte van het BTW-bedrag vóór vermindering (zie Tabel 5)

Tabel 5 overzicht btw vermindering kleine onderneming

Vermindering voor kleine ondernemers	
Hoeveel btw zou per jaar betaald moeten worden	Hoeveel vermindering is mogelijk
€1.883 of meer	Geen vermindering
Meer dan €1.345 maar minder dan €1.883	2,5 x (€1.883 – BTW bedrag)
€1.345 of minder	Er hoeft geen BTW betaald te worden maar er moet wel belastingaangifte worden gedaan.

Wanneer het BTW bedrag tussen de €1.345 en €1.883 ligt dan wordt deze verminderd door 2,5 x (€1.883 – bedrag voor BTW-betaling). Het resultaat is het uiteindelijk te betalen BTW bedrag.

Indien er minder dan €1.345 opgegeven wordt als BTW-bedrag vóór vermindering dan hoeft er geen BTW betaald te worden maar moet er wel aangifte gedaan worden.

Indien het bedrijf verwacht de komende jaren minder dan €1.345 BTW te moeten afdragen kan een ontheffing worden aangevraagd van administratieve verplichtingen. (Belastingdienst², 2012) Deze ontheffing heeft zowel voor- als nadelen.

De voordelen van deze ontheffing zijn;

- Alleen inkoopfacturen hoeven bewaard te worden
- Er hoeven geen facturen gestuurd worden en er mag geen BTW in rekening gebracht worden
- Er hoeft geen boekhouding meer bijgehouden te worden voor de BTW.
- Er hoeft geen BTW aangifte meer gedaan te worden.

Er zitten echter ook nadelen aan deze ontheffing;

- Er mogen geen facturen gestuurd worden met BTW als andere ondernemers (klanten) daarom vragen. Wordt dit wel gedaan dan vervalt de ontheffing.
- Wanneer er meer BTW afgetrokken kan worden dan over de omzet betaald moet worden, kan het verschil niet teruggevraagd worden.

¹ voorbelasting houdt in het opgetelde bedrag aan BTW wat u in het jaar hebt betaald tijdens inkopen.

- Er wordt jaarlijks opnieuw bekeken of de onderneming nog onder de ontheffingsregeling valt.
- Meestal moet voor de inkomstenbelasting toch een boekhouding bijgehouden worden. (Belastingdienst², 2012)

4.5.3 Verzekeringen

De eigenaresse van Bobby's Love wil de verzekeringen van het bedrijf afsluiten bij de Rabobank aangezien daar alle rekeningen lopen.

De Rabobank werkt samen met verzekeringsbedrijf Interpolis. Er bestaat een verzekeringspakket speciaal voor startende ondernemers genaamd Interpolis ZekerVanJeZaak®.

Met dit pakket zijn de eigenaar en het bedrijf voor de volgende dingen verzekerd:

- Aansprakelijkheid
- Arbeidsongeschiktheid
- Bedrijfsstagnatie
- Gebouwen
- Inventaris en voorraad
- Rechtsbijstand
- Verkeer

De kosten van dit pakket hangen af van de samenstelling die door het bedrijf zelf kan worden bepaald. De hoogte van het eigen risico is niet aan verandering onderhevig, dit bedrag is vastgesteld op € 250,- per schadegeval. Het eigen risico kan verhoogd worden, wat het premievoordeel zal veranderen.

Startende ondernemers krijgen de eerste twee jaar 20% premiekorting op aansprakelijkheid. Daarnaast ontvangen startende ondernemers op de arbeidsongeschiktheid 30% premiekorting in het eerste jaar, 20% korting in het tweede jaar en 10% korting in het derde jaar.

Wanneer de eigenaresse van Bobby's Love een auto zal rijden krijgt ze een hoge bonus-maluskorting (=noclaimkorting). De eigenaresse krijgt 50% bonus-maluskorting op de jaarlijkse premie bij schadevrije jaren.

Voor de accurate kortingen op de verzekeringen moet de Rabobank bezocht worden. (Rabobank⁷, 2012)

De overlijdensrisicoverzekering en de productaansprakelijkheidverzekering vallen niet onder het eerder genoemde verzekeringspakket en zullen apart moeten worden afgesloten.

Overlijdensrisicoverzekering

De eigenaresse van Bobby's Love wil een overlijdensrisicoverzekering afsluiten zodat, wanneer zij komt te overlijden, het geleende geld kan worden afbetaald en het uitkeren van winst uit de verkoop van Bobby's Love automatisch geregeld is.

Bij een overlijdensrisicoverzekering van Interpolis is de verzekerde niet verzekerd voor de uitvaartkosten. Hiervoor zou nog een aparte Uitvaartverzekering moeten worden afgesloten. Voor de overlijdensverzekering wordt maandelijks een premie betaald. De hoogte van de premie wordt bepaald door onderstaande factoren:

- Leeftijd en geslacht van de verzekerde
- Het bedrag dat de verzekerde wil verzekeren
- Het verloop van het verzekerde kapitaal (gelijkblijvend of dalend)
- Het rookgedrag van de verzekerde
- De gezondheid van de verzekerde op het moment van afsluiten

De hoogte van de premie kan pas bepaald worden wanneer de verzekerde een (telefonische) afspraak gemaakt heeft met Interpolis.

Om toch een indicatie te krijgen van de hoogte van een dergelijke premie, is de premie berekend voor de Kruitvat overlijdensrisicoverzekering.

Voor een verzekering van 15 jaar waarbij er €30.000,- zou worden uitbetaald komt de hoogte van de premie op €4,58 per maand, zie hiervoor Figuur 15. (Aegon, 2012)

Ditzelfde werd ingevuld in de Dela overlijdensrisicoverzekering en hier kwam een maandelijkse premie uit van €2,59. Zie hiervoor Figuur 16. Dit is een verschil van €1,99 euro per maand. (Dela, 2012)

Figuur 15 Hoogte premie overlijdensrisicoverzekering Kruitvat

Verzekerde	Geboortedatum	Geslacht	Laatste twee jaar gerookt?
Uzelf	22-03-1986	Vrouw	Nee

Wilt u iemand anders dan uw partner toevoegen? Neemt u dan contact met ons op via ons contactformulier of bel onze klantenservice via tel. 040 160 16 36.

Figuur 16 Hoogte premie overlijdensrisicoverzekering Dela

Productaansprakelijkheidsverzekering

De Productaansprakelijkheidsverzekering van de Rabobank is alleen internationaal georiënteerd, vandaar dat er een andere verzekeringsmaatschappij uitgekozen moet worden om deze verzekering bij af te sluiten.

Onder de aansprakelijkheidverzekering van de Nationale Nederlanden valt de productaansprakelijkheidsverzekering die schade dekt veroorzaakt door producten die door het bedrijf worden gefabriceerd, behandeld, bewerkt, geïmporteerd, geëxporteerd of verkocht.

Deze aansprakelijkheidsverzekering is inclusief de volgende verzekeringen:

- Algemene aansprakelijkheid, dekt de aansprakelijkheid voor schade aan derden toegebracht
- Werkgeversaansprakelijkheid, dekt schade geleden door werknemers als gevolg van bedrijfsongevallen of beroepsziekten of zaakschade aan bezittingen van die personen.

- Milieuaansprakelijkheid, dekt schade door een plotselinge heftige milieuomstandigheden, voor zover er sprake is van schade aan personen of schade aan zaken. Schade aan bodem en water en de daaruit voortvloeiende zaakschade valt niet binnen de dekking. (Nationale Nederlanden², 2012)

Deze aansprakelijkheidsverzekering vult de Rabobank ZekerVanJeZaak® verzekering aan.

Registratie merknaam & logo

De eigenaresse heeft al een bedrijfsnaam en logo ontworpen. Deze zouden beschermd worden tegen plagiaat. Uiteraard alleen wanneer het geregistreerd wordt. In het geval van Bobby's Love zou het een registratiecombinatie zijn van een logo en een beeldmerk, genaamd woordbeeldmerk. In paragraaf 4.4 is aangegeven dat de eigenaresse dit in de Benelux geregistreerd wil hebben.

Depot Online is een bedrijf die hiervoor kan zorgen. De volgende procedure dient te worden doorlopen:

Het controleren en volledig op maat maken van de benodigde classificatie.

- Controle van gegevens bij de Kamer Van Koophandel voor bedrijven
- Het indienen van de merkaanvraag en betaling van de belastingen
- Het agenderen van alle gestelde termijnen
- Het verzorgen van de benodigde prints bij (woord)beeldmerken
- Het verder afhandelen van de registratieprocedure
- Het doorsturen van het registratiecertificaat
- Opname van het merk in de vernieuwingsdatabase van Depot Online

De prijs van deze procedure is €580,- exclusief BTW. Het merk is dan voor 10 jaar geregistreerd. (Depot online, 2012)

Een goedkopere mogelijkheid is het merk te laten registreren bij Merkenbureau Weender. Zij bieden een merkenregistratie in de Benelux voor €333,- exclusief 19% BTW. Hierbij is het merk of logo voor de komende 10 jaar geregistreerd.

Merkenbureau Weender deponeert de aanvraag bij de nationale instantie (Benelux Bureau voor de Intellectuele Eigendom) en hierdoor worden de handelsmerkrechten van het bedrijf geregistreerd. Weender verricht een gratis identiek merknaamonderzoek om te onderzoeken of er al vergelijkbare merknamen bestaan. Wanneer hier een positief advies uitkomt en na een inschrijving mag er een '®' rechtsboven bij het naam/logo geplaatst worden. (Weender, 2012)

4.5.4 Kosten promotiecampagne Bobby's Love

Kosten huisstijl

Er zitten voorlopig geen kosten aan de huidige huisstijl. Deze is reeds nog vernieuwd naar aanleiding van de informatie verschaft in paragraaf 4.3.

Kosten promotiemiddelen

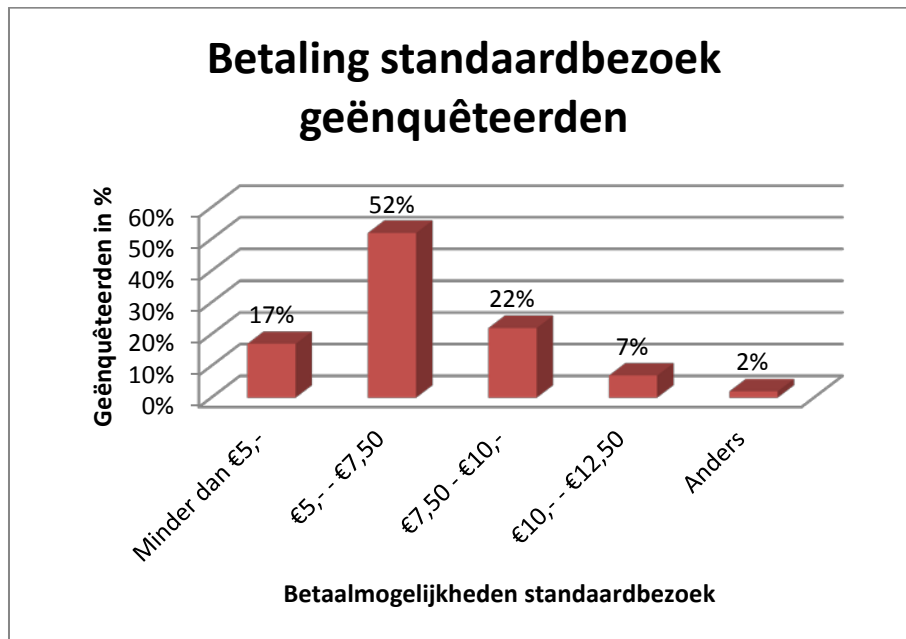
De kosten van de promotiemiddelen voor de oppasservice komen voor 2012 uit op € 384,-.

De kosten van de promotiemiddelen voor de cattery komen voor 2012 uit op € 230,-.

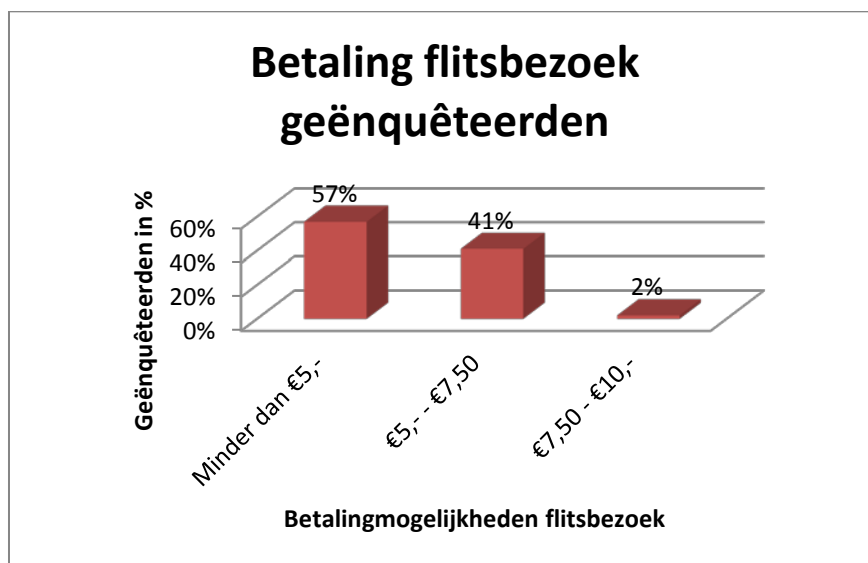
Voor de berekening en de gekozen promotiemiddelen kunnen Tabel 3 en Tabel 4 in paragraaf 4.3 nagekeken worden.

4.5.5 Verkoopprijs oppasservice

Een onderdeel van de enquête was de bereidheid van geënquêteerden om een bepaald bedrag te betalen voor de diensten van de oppasservice. Zie Figuur 15 en Figuur 16.



Figuur 17 Overzicht betaling standaardbezoek geënquêteerden, in percentage. (N=58)



Figuur 18 Overzicht betaling flitsbezoek geënquêteerden, in percentage (N=58)

Duidelijk werd hieruit dat de meerderheid bereid is tot het betalen van een bedrag tussen de € 5,- en € 7,50 voor een standaardbezoek (52%) en minder dan € 5,- voor een flitsbezoek (57%).

Voor kattenoppasservice Bobby's Love is berekend wat de verkoopprijzen voor de beide soorten bezoeken moeten worden om kostendekkend en winstgevend te zijn.

Er is vanuit gegaan dat er 2,5 bezoeken per uur kunnen worden uitgevoerd door de eigenaresse van Bobby's Love. Van personeel is in de eerste jaren nog geen sprake.

Een bruto-uurloon van € 10,- is reëel bevonden (Loonwijzer.nl). Doorgerekend naar kostprijs per klant levert dit een basis op van $(10/2,5) = € 4,-$.

Aangezien Bobby's Love zal functioneren binnen de gemeente waarin de eigenaresse zelf woonachtig is, is het gebruik van een auto niet noodzakelijk. De eigenaresse is bij de start van Bobby's Love niet in het bezit van een rijbewijs of een auto, dus hiervoor hoeven geen kosten te worden doorberekend aan de klant. Er worden wel reiskosten in rekening gebracht, omdat de eigenaresse in de toekomst wel een auto voor de kattenoppasservice in wil zetten. Om te voorkomen dat klanten over een jaar voor een grote prijsstijgingen worden gezet, zijn de reiskosten voor de auto nu al in de verkoopprijs opgenomen.

Kattenoppasservice Bobby's Love rekent een winstpercentage van 40% en hanteert een BTW-tarief van 19%.

De prijs voor een standaardbezoek komt hiermee op € 8,33. Dit bedrag wordt voor de verkoopprijs afgerond naar € 8,50.

Een flitsbezoek duurt 10 minuten, de basisprijs berekend vanuit het loon voor de eigenaresse is in dat geval $(10/3,5=)$ € 2,86. De winst- en BTW-percentages blijven hetzelfde. De prijs voor een flitsbezoek komt hiermee op € 5,95 Dit bedrag wordt voor de verkoopprijs afgerond naar € 6,00.

Details van deze berekeningen zijn te vinden in onderstaande tabel.

Tabel 6 Berekening verkoopprijs kattenoppasservice

Element	Bedrag	Standaardbezoek	Flitsbezoek
Uurloon	€ 10,00	€ 4,00	€ 2,86
Vervoerskosten	€ 4,60	€ 1,00	€ 0,71
		€ 5,00	€ 3,57
Winst	25%	€ 2,00	€ 1,43
Prijs incl winstopslag		€ 7,00	€ 5,00
BTW	19%	€ 1,33	€ 0,95
Prijs incl. BTW & winst		€ 8,33	€ 5,95
Afgeronde verkoopprijzen		€ 8,50	€ 6,00

4.5.6 Productiekosten & verkoopprijs kittens cattery

De verkoopprijs van een kitten is opgebouwd uit de kosten die gemaakt worden tijdens de dracht en de periode dat het kitten in de cattery verblijft. Tijdens de dracht worden de kosten gerekend die gemaakt worden om de poes te eten te geven. Ze gaat van brokjes voor volwassen katten over op brokjes voor kittens en krijgt hiervan de dubbele hoeveelheid. Dit komt neer op 100 gram per dag. Dit zullen brokjes zijn van het merk Pro Plan. Gedurende de dracht en de lactatie blijft dit constant, wat neerkomt op in totaal 15.500 kg kittenbrokjes.

Vanaf de leeftijd van 7 weken krijgen de kittens dezelfde brokjes voorgezet. Bij een nest van drie kittens, uitgaande van verkoop op een leeftijd van 12 of 13 weken, wordt er nog eens 6.300 kg aan kittenbrokjes gegeten. Dit brengt het totaal voor één nest op 21.800 kg. Kittenbrokjes van Pro Plan worden verkocht in zakken van 15 kg, wat betekent dat er voor één nest twee zakken gekocht dienen te worden. Deze zak kan echter voor de helft weer bij een ander nest gebruikt worden, vandaar dat wordt gerekend met anderhalve zak. Eén zak van 15 kg kost afgerond €75,-, per nest komt dit uit op $(75*1,5=)$ € 112,50.

Alle volwassen katten binnen cattery Bobby's Love krijgen elke week gebakken/gekookte koolvis om hun dieet mee te bereiken. Per kat wordt er 50 gram geserveerd. Tijdens de dracht- en lactatieperiode krijgt de poes $(20*50=)$ 1.000 gram koolvis. Kittens krijgen vanaf een leeftijd van 8 weken eenzelfde hoeveelheid koolvis voorgezet, hierdoor dient er nog eens $(3*5*50=)$ 750 gram koolvis te worden ingekocht. Totaal komt dit neer op 1.750 gram koolvis. Supermarkten bieden koolvis aan in verpakkingen van 400 gram, per € 2,-. Dit betekent dat er voor één nest $(1.750/400*2=)$ € 8.75.

Naast koolvis krijgen de volwassen katten eens in de twee weken vlees. Dit zal waarschijnlijk rundvlees zijn en is te koop voor €12,- per kg bij de supermarkt. Elke kat krijgt 50 gram per keer, wat voor de poes neerkomt op $(2*5*50=)$ 500 gram. De kittens krijgen vanaf een leeftijd

van acht weken ook eens in de twee weken vlees te eten. Voor hen moet een totaal van $(2 \times 50 \times 3 =)$ 300 gram vlees worden ingekocht. Totaal is er 800 gram vlees per nest nodig. Per nest komen de kosten neer op $(800/1000 \times 12 =)$ €9.60.

Kittens worden de eerste vier levensweken uitsluitend door de moeder gezoogd, maar moeten daarna langzamerhand over op vast voedsel. Daarom geeft de cattery hen gedurende levensweek 5 t/m 7 a/d van Hill's te eten. a/d Is een paté rijk aan vitaminen, mineralen en licht verteerbaar. Ideaal om kittens aan andere voeding dan moedermelk te wennen. In levensweek 5 krijgen kittens elk 20 gram a/d, in levensweek 6 elk 30 gram en in levensweek 7 elk 39 gram. Vanaf die laatstgenoemde week worden ook kittenbrokjes aangeboden, zoals eerder vermeld. Totaal komt de benodigde hoeveelheid a/d per nest op $(7 \times 3 \times 20 + 7 \times 3 \times 30 + 7 \times 3 \times 39 =)$ 1869 gram. a/d Is te koop in blikjes van 156 gram, wat betekent dat er $(1869/156 =)$ 12 blikjes a/d per nest gekocht moeten worden. a/d Kost per blik € 2,50 en dat maakt totaal $(2.50 \times 12 =)$ € 30,-. (Hill's, 2011)

Per twee katten zal de cattery één kattenbak neerzetten. Deze kattenbak wordt elke anderhalve dag van een nieuwe laag kattengrind voorzien. Hier is één liter kattengrind voor nodig. Gedurende de twee maanden dat de poes drachtig is loopt zij nog rond in de cattery. In deze periode is dus $((2 \times 31/1.5) \times 1 = 21/2 =)$ 20.5 liter kattengrind nodig. Zodra de poes haar nest gaat werpen zal zij met een eigen kattenbak haar intrek nemen in een werpkist. Ook deze kattenbak wordt elke anderhalve dag van nieuw grind voorzien. Tijdens de totale zoogperiode is er $((3 \times 31)/1.5 \times 1 =)$ 62 liter kattengrind nodig. Totaal komt dit op 82.5 liter kattengrind voor de hele periode dat de cattery een nest produceert. Cattery Bobby's Love gebruikt kattengrind van het merk Catsan Hygiene Plus, wat wordt verkocht in verpakkingen van 20 liter voor € 12,-. Een nest kittens kost aan kattengrind $(82.5/20 \times 12 =)$ € 49,50.

Om te zorgen dat de cattery gezonde kittens aflevert neemt Bobby's Love een scala aan preventieve gezondheidszorgmaatregelen. Te beginnen met bezoeken aan de dierenarts.

De poes wordt voor elke dekking gecontroleerd door de dierenarts. Als alles goed gaat ziet de dierenarts de poes en de kittens pas weer wanneer de kittens negen weken oud zijn en voor de eerste controle en enting naar de praktijk komen. Alle kittens worden met 12 weken leeftijd voor de tweede keer geënt en moeten dus dan weer naar de dierenarts. In totaal levert dit drie consulten bij de dierenarts op. De dierenartspraktijk Tusken Diken en Feanen, waar Bobby's Love met de catterykatten naartoe zal gaan, hanteert een consultprijs van € 32,-, wat het totaal brengt op € 96,-.

De entingen werden zojuist al genoemd. De moederpoes wordt voorafgaand aan een dekking geënt tegen kattenziekte en niesziekte. De kittens krijgen en elk twee keer een enting. Dit brengt het totale aantal entingen op zeven stuks. Elke enting kost € 12,-, waardoor Bobby's Love $(7 \times 12 =)$ € 84,- kwijt is aan entingen.

Om parasieten zoals vlooien, luizen en wormen tegen te gaan worden de kittens hier preventief tegen behandeld. Bij de geboorte worden alle kittens eenmalig met Frontline bespoten om besmetting met vlooien te voorkomen. Niet dat er in de cattery vlooien aanwezig zijn, maar er hoeft maar één verstekeling op het kitten te springen en de gevolgen kunnen aanzienlijk zijn. Met hetzelfde middel worden de kittens op een leeftijd van vier weken nogmaals ingespoten. Per kitten wordt hier naar schatting 2 ml voor gebruikt. Een flacon Frontline bevat 250ml en kost € 40,-. Per nest komen de kosten hiervoor neer op $(2/40 \times (2 \times 6)) =$ € 0.60. Wanneer de kittens ouder zijn dan zes weken mogen zij met Stronghold Kitten behandeld worden. Dit middel werkt tegen vlooien en een aantal wormen, alsmede tegen luizen en mijten. Op de leeftijd van 8 en 12 weken krijgen alle kittens een pipet van Stronghold Kitten in de nek. Deze pipetjes worden verkocht in dozen met daarin zes stuks, tegen een bedrag van € 40,-. Per nest heeft Bobby's Love precies zes van deze pipets nodig, dus zijn de kosten aan Stronghold Kitten per nest € 40,-.

De poes wordt ten alle tijde met Stronghold behandeld. Dit gebeurt één keer voordat ze gedekt wordt, een keer voordat de kittens geboren worden en elke keer als de kittens worden ontvlood. Hierdoor zijn er vijf van deze pipets per nest nodig. Stronghold voor

volwassen katten wordt net als Stronghold Kitten verkocht in doosjes per zes stuks tegen een bedrag van €40,-. Per nest wordt er dus $(40/6 \times 5 =)$ € 33,50 aan Stronghold uitgegeven. Naast preventieve behandeling tegen vlooien dient er preventieve behandeling tegen wormen plaats te vinden. Kittens worden daarom ontwormt op een leeftijd van 4, 6, 8 en 12 weken.

De eerste drie keer ontwormt Bobby's Love de kittens met Flubenol. Dit is een ontwormingspasta die twee dagen achtereenvolgens gegeven dient te worden. Per kitten moet er 0.25 ml worden toegediend. Dit brengt het totaal benodigde aantal ml Flubenol per nest op $((0.25 \times 3 \times 2) \times 3 =)$ 4,5 ml. Flubenol wordt verkocht in een doos met daarin vijf tubes van elk 7,5 ml voor een bedrag van € 40,-. Per nest brengt dit de kosten voor Flubenol op $(4.5 / (5 \times 7.5) \times 40 =)$ € 4,80. Wanneer de kittens op een leeftijd van 12 weken nog een keer worden ontwormt, gebeurt dit met Milbemax Kleine Kat. Deze ontwormingstabletten pakken een iets ander spectrum aan wormen aan dan Flubenol doet. Per kitten wordt er 0.5 tablet gegeven, waardoor er 1,5 tablet nodig is per nest. Milbemax Kleine Kat kan via internet worden verkregen in een doos met daarin 20 stuks voor € 38,50. Per nest brengt dit de kosten op $(1.5 / 20 \times 38.50 =)$ € 2,90.

Ook de poes wordt ontwormt. Dit gebeurt gedurende de gehele periode met Milbemax Grote Kat. Per keer krijgt ze een half tablet en ze wordt vier keer ontwormt. Milbemax Grote Kat kan per doosje van 10 stuks via internet worden aangeschaft tegen een bedrag van € 48,-. Per nest komen de kosten hiermee op $(1.5 / 10 \times 48 =)$ € 7,20.

Voordat kittens naar de nieuwe eigenaar gaan worden ze gechipt. Chippen kost bij de dierenartspraktijk Tusken Diken en Feanen € 11,- per chip. Dit brengt de kosten voor een heel nest op € 33,-. Verder krijgen nieuwe eigenaren een kittenpakket mee als extra service. Dit kittenpakket zal een waarde hebben van € 30,-. Vermenigvuldigd met drie (kittens) kost dit € 90,- per nest.

Voordat een poes gedekt kan worden moet zij een SNAP-test hebben gehad bij de dierenarts en de uitslag hiervan moet negatief zijn. Een SNAP-test test de kat op twee besmettelijke kattenziektes FIV (kattenaids) en FeLV (kattenleukemie). Een dergelijke test wordt door dierenarts uitgevoerd en kost € 40,-.

Een nest kittens ontstaat uiteraard pas nadat de poes door een kater is gedekt. Een dekking kost gemiddeld € 300,-.

Alle bedragen zijn geordend in onderstaande Tabel 8.

Tabel 7 Berekening verkoopprijs cattery

Element	Kosten
Kittenbrokjes	€ 112,50
Koolvis	€ 8.75
Vlees	€ 9.60
Hill's a/d	€ 30.00
Kattengrind	€ 49.50
Consult dierenarts	€ 96.00
Entingen	€ 84.00
Frontline	€ 0.60
Stronghold Kitten	€ 40.00
Stronghold	€ 33.50
Flubenol	€ 4.80
Milbemax Kleine Kat	€ 2.90
Milbemax Grote Kat	€ 7.20
Chippen	€ 33.00
Kittenpakket	€ 90.00
SNAP-test	€ 40.00
Dekking	€ 300.00
Totaal	€ 942.35

Totaal kost een nest kittens dus € 942.35, wat de vaste kosten per kitten op afgerond € 315,- brengt.

Cattery Bobby's Love gaat voor de berekening van andere prijsonderdelen uit van drie nesten kittens per jaar, waarbij elk nest uit drie kittens bestaat.

Het eerste jaar schaft cattery Bobby's Love voor € 392.88 aan inventaris aan om het bedrijf te kunnen runnen. Deze inventaris wordt grotendeels in 10 jaar afgeschreven, uitgezonderd het kittenredpakket. Voor de veiligheidsmarge wordt er vanuit gegaan dat dit elke twee jaar dient te worden vervangen.

Het totaal per jaar af te schrijven bedrag komt hiermee op € 72,19.

Dit brengt de prijs per kitten voor het eerste jaar op $(314 + + (227.32/9)) = € 340.26$.

Dit is het bedrag aan afschrijvingen waarmee rekening moet worden gehouden bij bestaansjaar 5. Voor de huidige prognoses is het voldoende met dit bedrag te rekenen.

Bobby's Love wil uit de inkomsten van elk nest een gedeelte kunnen investeren in de groei van de cattery. Daarom moet er in de verkoopprijs rekening gehouden worden met de aanschaf van een nieuwe poes voor de fok. Elke poes gaat gemiddeld vijf jaar mee in de cattery. De € 600,- die voor de aanschaf van een poes wordt betaald, moet in die vijf jaar worden afgeschreven. Dit komt neer op een afschrijvingsbedrag van € 120,-, per poes, per jaar. Uitgaande van een gemiddelde van drie nesten per jaar, bij een aanwezigheid van zes fokpoezen, komt dit neer op een bedrag van $((6*120)/(3*3)) = € 80$ per kitten.

Dit brengt de verkoopprijs op $(340.26+80) = € 420.26$.

De cattery wil winstgevend kunnen functioneren, daarom wordt er een winstpercentage van 15% in de verkoopprijs opgenomen. De verkoopprijs van een kitten wordt hiermee $(420.26*1.15) = € 483.30$.

Aangezien de kittens een product zijn dat door Bobby's Love wordt geproduceerd en verkocht, dient er BTW gerekend te worden. Cattery Bobby's Love valt onder het 19%-tarief. De BTW brengt de verkoopprijs van een kitten op € 575.13, dit wordt afgerond naar het ronde bedrag van € 575,-.

De verkoopprijs die cattery Bobby's Love gaat hanteren is aan de gemiddelde kant, getuige de prijzen van een aantal andere catteries, zie hiervoor Tabel 9. Cattery Bobby's Love denkt deze prijs te kunnen rechtvaardigen door de vele speerpunten van het catterybeleid. Hierdoor moet het voor zowel liefhebbers als medefokkers aantrekkelijk worden om kittens bij cattery Bobby's Love te kopen.

Tabel 8 Verkoopprijzen catteries

Cattery	Prijs
Van de Duinwijk	€ 700
Van het Blauwe Mandje	€ 600
Bobby's Love	€ 575
Kafidim	€ 575
Van de X-files	€ 550
Glosters'	€ 550
Het Huys van Lajois	€ 500

4.5.7 Financiële overzichten

Wanneer Bobby's Love gestart wordt dienen er een aantal zaken aanwezig te zijn om de bedrijfsuitvoering mogelijk te maken.

In de kattenopasservice dient vooraf niets te worden geïnvesteerd. Vlottende activa die aangeschaft zouden kunnen worden voor deze tak van dienstverlening zouden bijvoorbeeld de antivlomiddelen zijn. Dit omdat kattenopasservice Bobby's Love als extra dienst het ontvlooien van de katten aanbiedt. Er is echter op dit moment niets concreets te zeggen over het gebruik van deze extra dienstverlening door klanten. Daarom worden deze vlottende activa niet in de financiële overzichten meegenomen. Aan vaste activa wordt bij de start van de kattenopasservice niets uitgegeven, dus ook deze post blijft € 0,-.

In de cattery moet wel geïnvesteerd worden voordat dit kan draaien. In Tabel 10 is te zien waarin geïnvesteerd gaat worden. De poes die de cattery nu bezit is oorspronkelijk aangeschaft met privé-geld, maar wordt nu wel als investering meegenomen in de begroting. In totaal wordt er voor € 1.042,- aan vaste activa geïnvesteerd in cattery Bobby's Love.

Voor de dagelijkse werkwijze is een aantal artikelen nodig die vallen onder de vlottende activa. Hierbij kan gedacht worden aan kattenvoer, kattengrind en preventieve medicatie, allen noodzakelijk voor het eerste nest (Tabel 10).

De totaalwaarde van deze artikelen is € 599,-.

De investeringen worden deels met eigen vermogen en deels met vreemd vermogen gefinancierd. De eigenaresse van Bobby's Love zal zelf €1.050,- in het bedrijf investeren en de rest van het benodigde geld middels vreemd vermogen bij elkaar brengen. Dit laat de beginbalans 2012 van Bobby's Love eruit zien als in Tabel 9. De afkorting OS staat voor Oppasservice en de afkorting C voor cattery.

Tabel 9 Investeringsbegroting 2012

	<i>Materiaal</i>	<i>Financiering</i>
Poes	€ 650	Eigen vermogen € 1.050
Kattenmeubel	€ 100	
Voerbakken	€ 20	Vreemd vermogen
Waterbakken	€ 9	Lening € 591
Kattenbakken	€ 8	
Warmtemat	€ 50	
Kittenredpakket	€ 80	
Werpkiest	€ 80	
Prullenbak	€ 45	
Vaste activa	€ 1.042	
Afvalzakken	€ 1	
Kattenvoer Kitten	€ 150	
Koolvis	€ 10	
Vlees	€ 12	
Hill's a/d	€ 30	
Kattengrind	€ 60	
Frontline	€ 40	
Stronghold Kitten	€ 40	
Stronghold	€ 40	
Flubenol	€ 40	
Milbemax Kleine Kat	€ 39	
Milbemax Grote Kat	€ 48	
Kittenpakket	€ 90	
	€ 599	
<i>Totaal</i>	€ 1.641	€ 1.641

Tabel 10 Beginbalans 2012

	Debet	Credit	
<i>Vaste activa</i>		<i>Eigen vermogen</i>	
OS	€ -		€ 1.050
C	€ 1.042		
<i>Vlottende activa</i>		<i>Vreemd vermogen</i>	
OS	€ -	Lening	€ 591
C	€ 599		
Kas/bank	€ -		
	€ 1.641		€ 1.641

Gedurende het kalenderjaar 2012 verwacht Bobby's Love geld te verdienen en uit te geven van/aan verschillende onderdelen. Een gedetailleerd overzicht hiervan is te vinden in het liquiditeitsoverzicht in Tabel 11.

In het eerste jaar zullen klanten worden bezocht per fiets, omdat de eigenaresse bezig is haar autorijbewijs te halen. Deze fiets heeft een onderhoudsbeurt nodig om dit grote aantal kilometers aan te kunnen. Hiervoor is een uitgavepost van € 200,- in het liquiditeitsoverzicht opgenomen.

Uit de bedrijfsuitvoering van de kattenoppasservice komt naar schatting € 4.010,- binnen.

Bij deze berekening is uitgegaan van een verkoopprijs van € 8,70 voor een standaardbezoek en € 6,20 voor een flitsbezoek. Om een aantal klanten te berekenen is gebruik gemaakt van de uit de enquête verkregen aantallen mensen die 'ja' en 'misschien' als antwoord gaven bij het inschakelen van een kattenoppasservice. Dit aantal is vermenigvuldigd met de percentages horend bij de antwoordmogelijkheden van de vragen over vakantieduur, vakantiefrequentie en het aantal katten. Er wordt vanuit gegaan dat Bobby's Love in het eerste jaar een kwart van de markt aan potentiële klanten weet te bereiken.

Cattery Bobby's Love geeft in 2012 geld uit aan de aanschaf van een nieuwe poes (kitten) om in de toekomst mee te fokken. In datzelfde jaar wordt het eerste nest gefokt, wat waarschijnlijk gaat leiden tot de verkoop van drie kittens, elk tegen een bedrag van € 575,-.

De inkomsten en uitgaven tegen over elkaar gesteld levert over heel 2012 een kastoename op van € 812,-.

Tabel 11 Liquiditeitsoverzicht 2012

	<i>Kasverlagend</i>	<i>Kasverhogend</i>	
Inkoop vaste activa cattery	€ 600	€ 1.725	Verkoop producten cattery
Inkoop vlottende activa cattery	€ -	€ 4.010	Verkoop diensten oppasservice
Inkoop vaste activa oppasservice	€ -		
Inkoop vlottende activa oppasservice	€ -		
Reparatie & controle fiets	€ 200		
Aflossen lening	€ 75		
Loon eigenaresse	€ 1.846		
Benzinekosten oppasservice	€ 849		
Promotiekosten oppasservice	€ 384		
BTW afdracht	€ 968		
<i>Eindsaldo</i>	€ 812		
<i>Resultaat</i>	€ 5.735	€ 5.735	

In 2012 worden er kosten gemaakt welke geen uitgaven zijn, deze worden opgenomen in de resultatenrekening (Tabel 12). Per kitten wordt er € 315,- aan basiskosten gemaakt, wat neerkomt op € 945,- voor 2012.

De kostprijs voor de oppasservice wordt gevormd uit het uurloon en de kosten voor vervoer. Aangezien Bobby's Love geen auto ter beschikking heeft in 2012, zal er in dat jaar indien noodzakelijk van het openbaar vervoer in de gemeente gebruik gemaakt worden. Het totaal aantal kosten voor alle oppasservicewerkzaamheden in 2012 is € 2.696,-.

De verkoopkosten bestaan uit alle kosten die gemaakt worden om de producten en diensten van Bobby's Love verkocht te krijgen, met andere woorden dit zijn de promotiekosten.

In 2012 wordt het activiteitschema aangehouden zoals dat te vinden is in paragraaf 4.3.7. Een uitzondering hierop is dat Bobby's Love nog niet gaat adverteren in het blad Actief.

Dit is voor promotie in het eerste bestaansjaar te prijzig.

Cattery Bobby's Love gaat in december 2012 met twee poezen naar de Mundikatshow, waardoor er aan promotiekosten voor die show € 130,- gemaakt worden.

Op de ingekochte inventaris van de cattery wordt jaarlijks een bedrag van € 227,- afgeschreven. Elke poes gaat gemiddeld vijf jaar mee, wat neerkomt op een afschrijving van € 120,- per kat per jaar. Na aftrekking van de BTW komt het resultaat na belasting op € 75,-.

Tabel 12 Resultatenrekening 2012

Netto-omzet cattery	€	1.725
netto-omzet oppasservice	€	4.010
<i>Totaal</i>	€	5.735
Kostprijs omzet cattery	€	945
Kostprijs omzet oppasservice	€	2.696
<i>Bruto omzetresultaat</i>	€	2.094
Reparatie fiets	€	200
Verkoopkosten	€	384
Som der kosten	€	584
<i>Bedrijfsresultaat</i>	€	1.510
Afschrijvingen inventaris	€	227
Afschrijvingen poes	€	240
<i>Resultaat voor belasting</i>	€	1.043
Belasting over resultaat 19%	€	968
Resultaat na belasting	€	75

Het resultaat na belasting is in dit geval een toename van het eigen vermogen.

De vaste activa nemen toe met de waarde van de gedane investeringen, maar nemen tegelijkertijd af met het bedrag aan afschrijvingen. Hiermee komt de waarde van de vaste activa van de cattery op € 1.175,-.

De oppasservice begon met een lege kas. Er wordt € 75,- op de lening afgelost, evenveel als dat er aan winst binnenkomt over dit jaar. Hierdoor eindigt Bobby's Love wederom met een kas/bank saldo van € 0,-.

Tabel 13 Eindbalans 2012

	Debet	Credit
<i>Vaste activa</i>		<i>Eigen vermogen</i>
OS	€ -	€ 658
C	€ 1.175	
<i>Vlottende activa</i>		<i>Vreemd vermogen</i>
OS		Lening € 516
C	€ -	
Kas/bank	€ (0)	
	€ 1.174	€ 1.174

Voor de jaren 2013 en 2014 zullen alleen de begin- en eindbalans worden besproken. Voor het liquiditeitsoverzicht en de resultatenrekening van die jaren wordt verwezen naar Bijlage XVII: Liquiditeitsoverzicht 2013, Bijlage XVIII: Resultatenrekening 2013, Bijlage XIX: Liquiditeitsoverzicht 2014 en Bijlage XX: Resultatenrekening 2014.

De beginbalans 2013 ziet er hetzelfde uit als de eindbalans van 2012.

Bobby's Love investeert in dit jaar voor € 920,- aan vaste activa in de cattery. Een deel daarvan is de aanschaf van een nieuwe poes (kitten) voor de fok. Tegelijkertijd wordt er op de reeds aanwezige activa en op de in de cattery al aanwezige poezen afgeschreven, een totaal van € 467,-. De waarde eind 2013 van de vaste activa van de cattery komt hiermee op € 1.628,-.

Het is de bedoeling dat de eigenaresse in 2012 haar autorijbewijs zal halen en in januari 2013 voor Bobby's Love een auto aanschaft. Hierin is de eigenaresse van plan € 1.500,- te investeren. Omdat de auto gedurende heel 2013 al wordt gebruikt, wordt er direct op de auto afgeschreven. Het zal een tweedehands auto zijn, waarvan de levensduur op vijf jaar wordt geschat. Het aankoopbedrag van de auto wordt in even zovele jaren lineair afgeschreven met € 300,- per jaar. De waarde van de vaste activa voor de oppasservice is eind 2013 gegroeid naar € 1.200,-.

Aan vlottende activa wordt voor de cattery begin 2013 € 725,- ingekocht. Deze hoeveelheid wordt gedurende dat jaar opgemaakt, waardoor de balanswaarden voor vlottende activa voor heel Bobby's Love aan het eind van 2013 weer op € 0,- staan.

Naar alle waarschijnlijkheid maakt Bobby's Love in 2013 groei door. Voor deze berekeningen wordt er vanuit gegaan dat de kattenoppasservice in dat jaar 50% van de beschikbare markt aan potentiële klanten weet te bereiken. Dit maakt dat de inkomsten uit de kattenoppasservice naar schatting € 7.997,- zullen zijn.

De cattery groeit wel, maar het aantal gefokte kittens groeit nog niet. De in 2012 aangeschafte poes wordt in 2013 wel gedekt, maar waarschijnlijk zullen haar kittens pas in januari 2014 groot genoeg zijn om te worden verkocht. Daarmee komen de opbrengsten van dat nest voor rekening van 2014. De opbrengst uit de cattery blijft in 2013 dus gelijk aan die uit 2012, namelijk € 1.725,-.

Samengevat komt de eindbalans voor 2013 er als volgt uit te zien:

Tabel 14 Eindbalans 2013

	Eindbalans 2013	
	Debet	Credit
<i>Vaste activa</i>		<i>Eigen vermogen</i>
OS	€ 1.200	€ 3.157
C	€ 1.628	
<i>Vlottende activa</i>		<i>Vreemd vermogen</i>
OS		Lening € 0
C	€ -	
Kas/bank	€ 329	
	€ 3.157	€ 3.157

Kalenderjaar 2014 start met de beginbalans zoals de eindbalans uit 2013 eruit ziet.

In de cattery wordt in 2014 € 1.315,- aan vaste activa geïnvesteerd. Het grootste gedeelte hiervan wordt gevormd door de aanschaf van twee nieuwe poezen (kittens) om mee te fokken. Tegelijkertijd wordt er op de bestaande aanwezige inventaris en de aanwezige poezen afgeschreven met een bedrag van € 827,-. Beide transacties doen de waarde van de vaste activa bij de cattery stijgen naar € 2.116,- aan het eind van 2014.

In de vaste activa voor de kattenoppasservice wordt niet geïnvesteerd, alleen afgeschreven op de auto. Daardoor daalt de waarde van die vaste activa naar € 900,- aan het eind van 2014.

Het bedrijfsresultaat van Bobby's Love laat in 2014 een zeer positief beeld zien. Het jaar boekt een resultaat na belasting van € 3.782,-, wat het eigen vermogen doet toenemen tot € 7.127,-. Het vreemd vermogen is eind 2013 helemaal afgelost, dus hier zijn over 2014 geen kosten aan verbonden.

De eindbalans voor 2014 ziet er als volgt uit:

Tabel 15 Eindbalans 2014

Debet		Credit	
<i>Vaste activa</i>		<i>Eigen vermogen</i>	
OS	€ 900		€ 7.127
C	€ 2.116		
<i>Vlottende activa</i>		<i>Vreemd vermogen</i>	
OS	€ -	Lening	€ -
C	€ -		
<i>Kas/bank</i>	€ 4.111		
	€ 7.127		€ 7.127

Bobby's Love groeit naar verwachting in 2014 verder, waardoor 100% van de markt aan potentiële klanten voor de kattenoppasservice wordt bereikt. De volledige 41% van de mensen die op de enquête 'ja' en 'misschien' geantwoord hebben zouden in dat geval (eens) klant zijn van Bobby's Love. Dit betekent een hoeveelheid inkomsten van € 26.056,-. Hiervan is € 17.517,- gemaakte kosten, te verdelen in € 11.998,- loonkosten en € 5.519,- brandstofkosten voor de auto. Kattenoppasservice Bobby's Love had in de verkoopprijs een BTW-percentage en een winstpercentage opgenomen. Wanneer deze bedragen voor 2014 worden uitgerekend wordt duidelijk dat aan de eigenaresse, bovenop de kleine €12.000,- aan loon ook nog eens € 4.379,- aan winst kan worden uitgekeerd.

Haar inkomen uit de cattery gerekend over heel 2014 komt hiermee op € 16.377,-.

Cattery Bobby's Love groeit ook. In 2014 worden twee nesten gefokt en verkocht, wat de inkomsten hieruit op € 3.450,- brengt. € 315,- hiervan zijn kosten. Uit de verkoopprijs van een kitten wordt verder een gedeelte van de afschrijvingen betaald, er wordt BTW afgedragen en er is met een winstpercentage rekening gehouden. Dit winstpercentage was 15%, waarmee de winst uit de cattery komt op € 518,- voor heel 2014.

Dit brengt de totale winst uit de onderneming in dat jaar op € 16.895,-.

5. Discussie

In dit hoofdstuk worden de onduidelijkheden in de resultaten en werkwijze besproken. Ze worden zo mogelijk weerlegd of uitgelegd.

5.1 Algemene resultaten

Het grootste discussiepunt van dit onderzoek is de betrouwbaarheid van de resultaten als gevolg van het kleine aantal bruikbare enquêtes van de oppasservice (87). Er is sprake van een betrouwbaarheidsmarge van 65%, waardoor de gevonden antwoorden niet 100% representatief zijn voor de gehele populatie in het afzetgebied.

Van de cattery enquête kwamen 153 bruikbare enquêtes terug, wat leidt tot een betrouwbaarheidsmarge van 79%. Ook bij deze resultaten kunnen dus vraagtekens worden gezet over de representativiteit voor de gehele populatie in het afzetgebied. Daarentegen is de respons op de catteryenquête beduidend hoger dan de respons op de oppasservice enquête.

Voor het onderzoek naar de wensen betreffende de kattenoppasservice is vier dagen buiten geënuquêteerd. De meeste locaties waren voor supermarkten en er is anderhalve dag in een bouwmarkt/dierenwinkel gestaan. Tijdens de periode waarin geënuquêteerd werd was het koud en regenachtig. Was het niet voor de komende kerstdagen dan waren er waarschijnlijk nog minder mensen op straat geweest. Door deze omstandigheden kan worden gesteld dat er waarschijnlijk minder enquêtes zijn binnengehaald dan wanneer het zonnig en gemiddeld warm zou zijn geweest.

Er was een naar één kant neigende verdeling in respondenten van de oppasservice enquête, namelijk 92% van hen was vrouw en slechts 8% man. Uit onderzoek is gebleken dat vrouwen meestal de boodschappen doen (familie kenniscentrum, 2011). Aangezien er vooral geënuquêteerd is bij supermarkten kan hier de oorzaak voor de verdeling liggen. Er zouden meer mannen op de enquête hebben kunnen reageren toen er in de bouwmarkt geënuquêteerd werd. Dit was echter niet het geval, doordat hier vooral mannen kwamen die geen kat bezaten of de kat enkel als muizenvanger zagen.

Uit een onderzoek van Discovery Channel kwam juist naar voren dat bij samenwonende stellen in driekwart van de gevallen de man 's avonds de boodschappen doet (Passie voor food, 2012). De studentes hebben 's avonds niet geënuquêteerd. Afgaand op de resultaten van het onderzoek van Discovery Channel had dat misschien meer mannen onder de respondenten opgeleverd. Een andere mogelijkheid om meer mannelijke respondenten te krijgen had gelegen in het enquêteren bij een elektronicazaak.

Het percentage vrouw onder de geënuquêteerden van de cattery enquête was 89%. Dit hoge aantal kan worden veroorzaakt doordat de relatie tussen vrouwen en katten over het algemeen sterker is dan tussen mannen en katten. Zij hechten mogelijk meer waarde aan het bezitten van een prachtige raskat. Uit onderzoek gedaan door onderzoekers van de Universiteit van Wenen is gebleken dat vrouwen en katten een soort van moeder-kind-relatie hebben. De vrouw heeft meer interactie met een kat in vergelijking tot een man, ongeacht het geslacht van de kat. Met bovenstaand onderzoek is tevens verklaard waarom veel alleenwonende vrouwen katten houden. (Relatie.blog.nl, 2011) Dit verband kan niet bewezen worden met het onderzoek dat gedaan is voor dit afstudeerproject. Het kan daarom zijn dat de meeste vrouwen een kat hadden en bereid waren de enquête in te vullen.

Bij het uploaden van de eerste versie van de cattery enquête op internet is achteraf gebleken dat de provincie Gelderland niet in de antwoordmogelijkheden stond bij de vraag 'woonplaats'.

23 geënquêteerden hebben deze versie van de enquête ingevuld. Doordat ze geen 'Gelderland' als keuzemogelijkheid hebben gehad en verplicht waren een andere provincie in te vullen, kunnen de eerste 23 resultaten een verkeerde weergave van provincie geven. In de tweede versie van de internetenquête is de provincie Gelderland wel toegevoegd maar was er geen 'anders namelijk...' invulmogelijkheid bij de vraag 'Kunt u aangeven hoe u denkt over gezondheidsproblemen als gevolg van het uiterlijk van de kat?'. Deze versie is door 33 mensen ingevuld. De eerste totaal 56 geënquêteerden hebben geen gebruik kunnen maken van deze invulmogelijkheid. Daarentegen heeft maar één geënquêteerde (nr. 57) gebruik gemaakt van deze invulmogelijkheid nadat deze wel was toegevoegd. Vanaf versie drie zaten er geen fouten meer in de enquête.

De link naar de cattery enquête werd geplaatst in topics op verschillende kattenfora. Een topic zakt omlaag in de lijst wanneer er niet veel op gereageerd wordt. Wanneer er tijdens de enquêteperiode vaker door de studenten een opmerking geplaatst zou zijn als reactie op het topic was het topic vaker bovenaan komen staan en hadden misschien meer mensen via deze weg de enquête ingevuld. Hierdoor zou er sprake zijn van een hogere betrouwbaarheidsmarge.

Wat betreft de financiële kant van de onderneming kunnen er een aantal kanttekeningen worden geplaatst.

De belangrijkste is dat er voor de berekeningen van de inkomsten uit de kattenoppasservice ambitieuze sprongen zijn gemaakt. 41% van de geënquêteerden gaf aan mogelijk interesse te hebben in de kattenoppasservice en behoren daarmee tot de groep potentiële klanten.

Voor de berekeningen is er vanuit gegaan dat Bobby's Love in het eerste jaar een kwart van deze groep tot de klantenkring mag rekenen. In het tweede jaar groeit dit naar 50% en in het derde jaar wordt de gehele groep bereikt. Deze sprongen zijn gemaakt om te kunnen berekenen wat het inkomen van de eigenaresse zou zijn in het gunstige geval.

Voor conclusies die aan de hand van deze resultaten zijn getrokken wordt verwezen naar hoofdstuk 6 Conclusie.

De gemaakte berekeningen zijn waarschijnlijk erg optimistisch voor drie bestaansjaren van een kleine kattenoppasservice. Helemaal als bekeken wordt in welke regio deze kattenoppasservice zich wil vestigen. Dit is een regio waar katteneigenaren veelvuldig beroep doen op familie en burens om kosteloos op de kat te passen.

De kosten van de verzekeringen zijn nog onduidelijk, omdat dit afhankelijk is van een op maat gemaakt pakket. Er heeft nog geen afspraak plaats gevonden met een verzekeringsadviseur om meer inzicht te krijgen in welk pakket voor Bobby's Love geschikt zou zijn. Dit is pas mogelijk wanneer Bobby's Love is ingeschreven bij de Kamer van Koophandel

5.2 Resultaten Oppasservice

Bij de enquêtevraag over de voorkeur van standaardwerkzaamheden van een kattenoppasservice heeft 39% van de geënquêteerden aangegeven dat ze willen dat een oppasservice de post uit het zicht legt. Bij de vraag die hierna kwam over welke extra werkzaamheden men belangrijk vond, gaf 43% aan dat ze willen dat de post uit het zicht wordt gelegd. Weergegeven in aantallen respondenten hebben vier mensen minder de optie post aangekruist bij de extra werkzaamhedenoptie dan bij de standaardwerkzaamhedenoptie. De percentages ontlopen elkaar nauwelijks, waardoor conclusies kunnen worden getrokken over of de post bij de standaardwerkzaamheden moet horen of als keuzemogelijkheid moet worden aangeboden. Bij het aanmeldingsformulier dat door de eigenaresse van de kattenoppasservice wordt ingevuld tijdens het intakegesprek staat nu de optie of de klanten willen dat de post uit het zicht wordt gelegd en zij kruist dit dan veentueel aan. Aan dit onderdeel van de dienstverlening zijn geen kosten verbonden.

De geënquêteerden konden aangeven hoeveel minuten ze willen dat er iemand van een kattenopasservice in hun huis aanwezig is om voor de dieren te zorgen. 33% van de mensen gaf aan dat ze dit graag maar 10 minuten hadden en 34% wilde graag 15 minuten. Daarentegen wordt in de enquêtevraag over het samenstellen van een servicepakket weergegeven dat 34% van de geënquêteerden dit 20 minuten wil. Dit is ook meteen het antwoord dat uit de antwoordmogelijkheden voor deze vraag het meest gegeven werd.

Het verschil werd waarschijnlijk veroorzaakt door de aanwezigheid van een inleidende tekst bij de vraag over de servicepakketten, waarin werd vermeld dat een standaardbezoek 20 minuten duurt en een flitsbezoek 10 minuten.

Van de geënquêteerden gaf 0% aan de katten momenteel naar een dierenpension te brengen of thuis achter te laten zonder dat er iemand is die ervoor zorgt. Dit kan komen omdat er weinig tot geen dierenpension in de buurt zijn en omdat de geënquêteerden familie en vrienden in de buurt hebben die (gratis) voor de dieren willen zorgen. Het feit dat op dit moment niemand de kat naar een dierenpension brengt getuigt ervan dat er geen gebruik wordt gemaakt van oppasmogelijkheden buiten de eigen familie- en vriendenkring. Voor een kattenopasservice kan het daardoor zeer moeilijk worden om in deze regio voet aan de grond te krijgen.

5.3 Resultaten Cattery

De catteryenquête werd deels afgenomen op de Mundikat Kattenshow in Groningen op 18 december jl. Hierdoor zijn de noordelijke provincies (Friesland, Groningen en Drenthe) goed vertegenwoordigd in de enquête. Bijzondere uitschieter daarnaast was Zuid-Holland. Of dit is geënquêteerd tijdens de Mundikat Kattenshow in Groningen of dat dit via de internetenquête is gekomen is onduidelijk.

Om een evenredige vertegenwoordiging van alle provincieën te verkrijgen had er nog geënquêteerd kunnen worden op een kattenshow in het zuidoosten van Nederland. Dit was binnen de onderzoeksperiode echter niet mogelijk. Enquêteerden op nog een kattenshow elders in Nederland had in ieder geval meer betrouwbaarheid gegeven over de verdeling van raskatliefhebbers over Nederland.

Een opvallend resultaat van de enquête had betrekking op het uiterlijk van een raskat. Daarin gaf een kleine 75% aan het uiterlijk van de raskat vooral zelf mooi te moeten vinden. Daarentegen gaf 43% aan het uiterlijk van een raskat niet belangrijk te vinden. De oorzaak voor de discrepantie tussen deze twee resultaten is niet gevonden.

De enquête bevatte een vraag over of het uiterlijk van een raskat voor gezondheidsproblemen mag zorgen. Zeker 97% van de respondenten antwoordde hier negatief op. Dit aantal kan echter in twijfel worden getrokken omdat de vraag uitnodigt tot een sociaal wenselijk antwoord. Het is mogelijk dat in werkelijkheid meer geënquêteerden de grenzen van de gezondheidsrisico's verleggen voor mooie katten dan ze in de enquête hebben durven toegeven.

6. Conclusie

In dit hoofdstuk worden de conclusies voor de beide bedrijfstakken getrokken.

Oppasservice

De doelgroep van de kattenoppasservice bestaat uit vrouwen rond de 45 jaar met een afgeronde MBO-opleiding, woonachtig in de omliggende dorpen rond Surhuizum. Dit zijn voornamelijk Surhuisterveen, Drogeham, Buitenpost, Harkema en Augustinusga.

De doelgroep heeft één tot twee katten. Gaat nooit tot één keer per jaar op vakantie voor een periode tussen de zeven dagen tot twee à vier weken. Tijdens deze vakanties zorgen familieleden, vrienden of burens voor de kat(ten) die thuis blijven.

Indien de doelgroep toch een kattenoppas zou inschakelen dan wenst men één tot twee oppasbezoeken per dag van tussen de 10 en 20 minuten per keer. Wanneer de kattenoppasservice bij de doelgroep thuis komt is de wens qua basiswerkzaamheden dat de kat gevoerd wordt, de kattenbak verschoond wordt en dat de kat aandacht krijgt. Wanneer het gaat om de extra werkzaamheden wil de doelgroep dat de containers buiten worden gezet, de planten water krijgen en dat andere dieren in huis verzorgd worden. Een extra gratis mogelijkheid is de post van de klant uit het zicht leggen.

De doelgroep laat duidelijk zien dat ze waarde hechten aan een intakegesprek voor aanvang van de oppasperiode. Hierdoor wordt het voor de klant en voor de kattenoppasservice duidelijk wat er van beide kanten verwacht kan worden tijdens de oppasperiode.

59% van de geënquêteerden geeft aan geen kattenoppasservice in te willen schakelen. Van de geënquêteerden geeft 34% aan misschien een kattenoppasservice in te willen schakelen bij volgende vakanties.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat vanuit de doelgroep weinig animo is voor het inschakelen van een kattenoppasservice.

Cattery

De doelgroep van de cattery bestaat uit vrouwen van gemiddeld 40 jaar met een afgeronde MBO of HBO opleiding en woonachtig in heel Nederland.

De doelgroep vindt het belangrijk dat ze de kat bij aanschaf zelf mooi vinden, maar het uiterlijk is niet voor iedereen even belangrijk. De doelgroep wil vooral een kat met een goed karakter, die gezond is met het liefst geen gezondheidsproblemen als gevolg van inteelt bij het fokken. Gewenst in het karakter zijn onder andere aanhankelijkheid en het sociaal zijn tegenover andere katten en mensen.

De doelgroep wil niet alleen met de kat een klik hebben maar ook met de fokker. De doelgroep wil dat de fokker een goed en sociaal persoon is die weet waarover hij/zij praat en die contact houdt met de klant na aankoop. De cattery moet netjes en schoon zijn.

Naast gezonde en gesocialiseerde kittens verwacht de doelgroep van de cattery dat kittens gechipt worden, ontvloed zijn en een stamboom en dierenpaspoort meegeleverd krijgen.

Uit de enquête is gekomen dat 38% van de doelgroep al één of meerdere Brits Korthaar katten heeft en 53% van de doelgroep geeft aan te overwegen (nog) een raskat aan te schaffen. Hiervan geeft 23% de voorkeur aan een Brits Korthaar.

De doelgroep geeft de voorkeur aan een Brits Korthaar omdat ze een bol uiterlijk hebben en vanwege het karakter. Qua vachtkleuren gaat de voorkeur uit naar; blauw, lilac, black silver tabby blotched en black silver shaded.

Er is zeker markt voor een cattery als Bobby's Love aangezien er nog steeds veel vraag naar raskatten is. Bobby's Love doet er goed aan het fokbeleid op inteelt te spitsen, aangezien de doelgroep gezondheid van het kitten en een lage inteeltcoëfficiënt belangrijk vindt.

De kleur van de fokpoes die nu onderdeel uitmaakt van Bobby's Love is Black Silver Shaded. Dit is een goede kleur om mee verder te fokken, omdat deze populair is onder de doelgroep.

Promotie

De doelgroep van de kattenoppasservice gebruikt in het dagelijkse leven het meeste de televisie (91%), Google (69%), regionale krant (65%) en websites (59%) als communicatiemiddelen.

Uit de catteryenquête is gebleken dat 86% van de geënquêteerden in het dagelijks leven gebruik maakt van websites. 77% gebruikt google en 51% gebruikt Facebook.

De conclusie kan worden getrokken dat Bobby's Love de doelgroep het beste via elektronische communicatie kan bereiken. Bobby's Love heeft al een website en een Facebookpagina waar veel gepromoot mee kan worden. Hiermee wordt op een goede manier ingespeeld op het mediagebruik van de doelgroep.

Promotie voor de beide takken van Bobby's Love ondervindt enige overlapping. De huisstijl beschreven in paragraaf 4.3 wordt voor beide gedeeltes gebruikt, net zoals de website, Facebook- en Twitterpagina. De visitekaartjes die voor Bobby's Love zullen worden gedrukt gaan contactinformatie voor het gehele bedrijf bevatten.

Met deze overlapping worden klanten van de ene tak van Bobby's Love attent gemaakt op de andere tak, zodat mogelijk beide takken van het bedrijf elkaar kunnen stimuleren.

Organisatie

Bobby's Love zal worden opgezet als eenmanszaak. Via verschillende promotiemiddelen, zoals de website en Facebookpagina zullen de USP's van het bedrijf onder de aandacht worden gebracht.

Financieel

Cattery Bobby's Love zal de kittens gaan verkopen tegen een verkoopprijs van 575,-. Hierin is rekening gehouden met productiekosten, afschrijvingen, winstmarge en BTW.

De cattery kan een financieel gezonde tak van het bedrijf worden met een gehanteerd winstpercentage van 11%. Mogelijkheden tot het halen van een minimuminkomen uit deze bedrijfstak zijn er echter niet.

Kattenoppasservice Bobby's Love gaat voor standaardbezoeken een prijs van € 8.50 hanteren en voor flitsbezoeken zal € 6,- gerekend worden. De kattenoppasservice kan financieel wel winstgevend zijn, maar bij lange na niet voldoende omzet genereren om een minimum inkomen voor de eigenaresse op te leveren.

Eindconclusie Bobby's Love

Gebaseerd op de bereidheid van de doelgroep om een kattenoppasservice in te schakelen, de algehele gesprekken met geënquêteerden en hun reacties op het onderzoek is geconcludeerd dat een kattenoppasservice in de gemeente Achtkarspelen waarschijnlijk geen succesvol bestaan zal leiden. In deze conclusie speelt het financiële resultaat een hele grote rol, aangezien er geen volledig inkomen gehaald kan worden uit de werkzaamheden voor de onderneming, zelfs al wordt de gehele groep potentiële klanten bereikt.

De kattenoppasservice in de gemeente Achtkarspelen zal daarom niet actief gestart worden. Er zal niet actief reclame worden gemaakt in de gemeente.

Bobby's Love gaat de cattery definitief starten. De verkoopprijs kan winstgevend worden opgebouwd, wanneer er alleen rekening wordt gehouden met de kosten die gemaakt worden gedurende de vijf maanden dat er aan een nest kittens wordt gewerkt. Dit betreft van het moment van dekking tot het moment van verkoop van de kittens. Als de poezen de rest van het jaar als huisdieren worden gezien en niet als productiedieren, is de cattery vanaf de start waarschijnlijk winstgevend.

Worden alle kosten voor alle katten gedurende het gehele kalenderjaar meegenomen in de berekeningen dan maakt de cattery ook winst, zij het niet in alle bestaansjaren. Vanwege

investeringen wordt dan in het eerste en het derde bestaansjaar verlies gedraaid. In het tweede, vierde en vijfde bestaansjaar maakt de cattery winst.

Bobby's Love streeft ernaar om vier nestjes per jaar te fokken. Een gemiddeld nest bevat 3 kittens, wat het aantal op 12 kittens per jaar brengt. In Nederland worden naar schatting 180.000 raskatten als huisdier gehouden. Er vanuit gaande dat een raskat gemiddeld 10 jaar oud wordt, dan kunnen er jaarlijks 18.000 katten aan de markt worden toegevoegd, indien het aantal raskatten niet groeit. Zou Bobby's Love 1% van dit aantal katten als marktaandeel verwerven dan kan de cattery in een jaar tijd 18 kittens verkopen.

Dit aantal is hoger dan het werkelijke aantal kittens dat Bobby's Love aan de raskattenwereld wil toevoegen, wat de kansen om alle kittens verkocht te krijgen er positief uit laten zien.

Het is niet mogelijk Bobby's Love winstgevend op te zetten in de omgeving van Surhuizum om er zodoende een minimaal inkomen van € 18.000,- aan te verdienen.

7. Aanbevelingen

Oppasservice

De eigenaresse wil de kattenoppasservice wel een kans van slagen geven, zij het in een andere regio. De mogelijkheden hiervoor zijn Drachten en Leeuwarden. Van deze steden is niet bekend hoeveel mensen er katten hebben. Van de inwoners van Drachten is tevens niet bekend hoeveel er interesse in een kattenoppasservice zouden hebben.

Dat er in Leeuwarden animo voor is, is gebleken uit de succesvolle bestaande kattenoppascentrale Voilà die reeds werkzaam is in deze stad. Drachten bezit voor zover bekend geen kattenoppasservice volgens de opzet zoals Bobby's Love die aanhoudt. Wel is er veel indirecte concurrentie in de omgeving afkomstig van dierenpensions (Drachtstercompagnie, Rottevalle).

De kattenoppasservice in de gemeente Achtkarspelen wordt dus niet actief gestart, wel zal er serieus gekeken gaan worden naar de mogelijkheden en cijfers voor Drachten en Leeuwarden, om de kattenoppasservice in een van deze steden te beginnen en na verloop van tijd mogelijk uit te breiden naar de andere.

Er wordt de eigenaresse als gevolg van dit afstudeeronderzoek aangeraden gegevens over het aanwezige aantal katten, het aantal huishoudens in een stad en de animo voor een kattenoppasservice te onderzoeken voor de steden Leeuwarden en Drachten. Wanneer deze cijfers bekend zijn kan hiermee financiële berekeningen gemaakt worden over de te verwachten inkomsten uit deze steden. Vervolgens kan er besloten worden in de meest winstgevend lijkende stad de kattenoppasservice alsnog op te zetten.

Cattery

Cattery Bobby's Love bezit op dit moment een Black Silver Shaded poes genaamd Qiara. Om met haar te kunnen fokken zal zij een bezoek moeten brengen aan een kater. Op basis van genetische berekeningen wordt de kater Abenberg Rockafella van cattery Van de Duinwijk als goede match aangeraden. Door Qiara met hem te combineren zullen de kittens uit het nest een lagere inteeltcoëfficiënt hebben dan Qiara en komt Bobby's Love een stap dichterbij het doel: het fokken van kittens met een inteeltcoëfficiënt van 0,00%.

Wanneer Qiara weer krols is dient zij naar cattery Van de Duinwijk te worden gebracht om te worden gedekt.

Wat betreft toekomstige uitbreiding van de cattery is het aan te raden te letten op populaire kleuren binnen de branche. Uit de enquête kwam naar voren dat Blauw, Lilac en Black Silver Tabby Blotched, naast Black Silver Shaded populaire kleuren zijn. Om voldoende vraag naar de kittens te verzekeren is het aan te raden dat Bobby's Love in de toekomst fokpoezen met deze vachtkleuren aanschaft.

Algemene aanbevelingen

De eigenaresse van Bobby's Love dient een bezoek te brengen aan de Kamer van Koophandel om zich in te schrijven in het Handelsregister.

Wanneer het KvK-nummer en BTW-nummer bekend zijn en de eigenaresse haar VAR-verklaring van de Belastingdienst heeft ontvangen, dient zij een afspraak te maken bij een verzekeringsadviseur. Aangezien de eigenaresse privérekeningen heeft lopen bij de Rabobank is het aan te raden de zakelijke rekening ook bij deze bank te openen. Hierna kan via de Rabobank bij Interpolis een zakelijke verzekering worden afgesloten om aansprakelijkheid en dergelijke te regelen.

Bobby's Love dient de berichtgeving via Twitter en Facebook up-to-date te houden, omdat dit krachtige media zijn om contact te krijgen met de doelgroep.

Literatuur

Onderverdeeld in boeken, websites en andere bronnen.

Websites

Aegon (2012). *Kruitvat Overlijdensrisicoverzekering, bereken uw premie*. Geraadpleegd op 28 januari 2012, www.aegon.nl

Alles over marktonderzoek (2009). *Steekproefcalculator*. Geraadpleegd op 13 januari 2012, www.allesovermarktonderzoek.nl

Belastingdienst (2012) ¹. *Kleine ondernemersregeling*. Geraadpleegd op 27 januari 2012, www.belastingdienst.nl

Belastingdienst (2012) ². *PDF De kleine ondernemingsregeling*. Geraadpleegd op 27 januari 2012, www.belastingdienst.nl

Brandmerk.nl (n.d.). *Registreren is vooruitzien*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.brandmerk.nl

Centertone Consultancy (2010). *Merken Benelux*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.merkenregistratie.nl

Communicatie centrum (2010). *Communicatieplan als basis voor effectieve communicatie*. Geraadpleegd op 13 februari 2012, www.communicatie-centrum.nl

DAP Noord-West Friesland (n.d.)¹. *Vaccinaties*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.dapnoordwestfriesland.nl

DAP Noord-West Friesland (n.d.)². *Ontwormen*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.dapnoordwestfriesland.nl

DAP Tusken Diken & Feanen (2005). *Vragen over katten*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.tuskendikenenfeanen.nl

Dela (2012). *Overlijdensrisicoverzekering, bereken uw premie*. Geraadpleegd op 28 januari 2012, www.dela.nl

Depot Online (2012) *Merkbescherming*. Geraadpleegd op 29 januari 2012, www.depot-online.nl

Dierenapotheek.net (n.d.)¹. *Stronghold blauw (kat 2,6-7,5 kg) 6 pipetten*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.dierenapotheek.net

Dierenapotheek.net (n.d.)². *Vitaminthe ontwormpasta 25 ml*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.dierenapotheek.net

Dierenapotheek.net (n.d.)³. *Frontline spray 100 ml*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.dierenapotheek.net

Digitale professionals (2012). *Veranderen van huisstijl, beter niet te vaak!* Geraadpleegd op 7 februari 2012, www.digi-profs.nl

Doetinchems Vizeer (2010). *Trends 2010*. Geraadpleegd op 31 januari 2012, www.deweekkrant.nl

Drempelvrij (2011), *Het waarmerk*. Geraadpleegd op 9 december 2011, www.drempelvrij.nl

Familie kenniscentrum (2011). *Vrouwen doen boodschappen, mannen aankopen*. Geraadpleegd op 3 februari 2012, www.familiekenniscentrum.nl

Gemeente Achtkarspelen (2011). *Surhuizum - ontwerpbestemmingsplan*. Geraadpleegd op 23 november 2011, www.achtkarspelen.nl

Goed gevoel (2001), *Psychologische kleuren*. Geraadpleegd op 9 december 2011, www.goedgevoel.be

Het Woud: veterinaire parasitologisch laboratorium (n.d.). *Schurftinfecties bij uw kat*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.wormbestrijding.nl

Hill's (2011). *Prescription diet a/d Canine/Feline*. Geraadpleegd op 2 februari 2012, www.hillspet.nl

InfoNu (2010). *Pc en internet, Gebruik en betekenis van lettertypen*. Geraadpleegd op 7 februari 2012, www.pc-en-internet.info

Interpolis (2011)¹. *Aansprakelijkheid voor starter, ZZP'er of kleine ondernemer*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.interpolis.nl

Interpolis (2011)². *Arbeidsongeschiktheid voor starter, ZZP'er of kleine ondernemer*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.interpolis.nl

Interpolis (2011)³. *Rechtsbijstand voor starter, ZZP'er of kleine ondernemer*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.interpolis.nl

Interpolis (2011)⁴. *Gebouwen*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.interpolis.nl

Interpolis (2011)⁵. *Verzekeringsvoorwaarden: huurdersbelang inclusief ruitbreuk*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.rabobank.nl

Interpolis (2011)⁶. *Inventaris en voorraadverzekering voor start, ZZP'er en kleine ondernemer*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.interpolis.nl

Interpolis (2011)⁷. *Verkeersdekking voor starter, ZZP'er of kleine ondernemer*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.interpolis.nl

Kamer van Koophandel (2011)¹. *BV of eenmanszaak?* Geraadpleegd op 20 november 2011, www.kvk.nl

Kamer van Koophandel (2011)¹⁰. *Inschrijven bij de Kamer van Koophandel*. Geraadpleegd op 23 november 2011, www.kvk.nl

Kamer van Koophandel (2011)¹¹. *Vergunningen*. Geraadpleegd op 23 november 2011, www.kvk.nl

Kamer van Koophandel (2011)². *Brochure rechtsvormen: Eenmanszaak*. Geraadpleegd op 20 november 2011, www.kvk.nl

Kamer van Koophandel (2011)³. *Criteria voor de inkomstenbelasting*. Geraadpleegd op 20 november 2011, www.kvk.nl

Kamer van Koophandel (2011)⁴. *Aftrekposten*. Geraadpleegd op 20 november 2011, www.kvk.nl

Kamer van Koophandel (2011)⁵. *Inkomstenbelasting betalen*. Geraadpleegd op 20 november 2011, www.kvk.nl

Kamer van koophandel (2011)⁶. *De VAR: onmisbaar voor freelancers en ZZP'ers*. Geraadpleegd op 23 november 2011, www.kvk.nl

Kamer van Koophandel (2011)⁷. *Welke varianten zijn er van de VAR?* Geraadpleegd op 23 november 2011, www.kvk.nl

Kamer van Koophandel (2011)⁸. *Wat moet u regelen?* Geraadpleegd op 23 november 2011, www.kvk.nl

Kamer van Koophandel (2011)⁹. *Uw bedrijf inschrijven*. Geraadpleegd op 23 november 2011, www.kvk.nl

Kamer van Koophandel (2012)¹². *Wat kost inschrijving?* Geraadpleegd op 17 januari 2012, www.kvk.nl

Kattenoppascentrale Voilà (2012). Geraadpleegd op 29 januari 2012, www.kattenoppascentrale.nl

Kleurenblindheid (2011). *Start*. Geraadpleegd op 9 december 2011, www.kleurenblindheid.nl

Leren (2011). *Tips voor de communicatie met een blinde of slechtziende*. Geraadpleegd op 9 december 2011, www.leren.nl

Loonwijzer.nl (2012). *Salarischeck dierverzorger*. Geraadpleegd op 2 februari 2012, www.loonwijzer.nl

Marktplaats (2012). *Wat is een topadvertentie*. Geraadpleegd op 31 januari 2012, www.marktplaats.nl

Nationale Nederlanden¹ (2011). *Aansprakelijkheid voor bedrijven*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.nn.nl

Nationale Nederlanden² (2012). *Aansprakelijkheidsverzekering*. Geraadpleegd op 29 januari 2012, www.nn.nl

Omgevingsloket Online (2011). *Vergunningcheck*. Geraadpleegd op 23 november 2011, www.omgevingsloket.nl

Ondernemen & internet (2012). *Nieuwe huisstijl*. Geraadpleegd op 30 januari 2012, www.ondernemeneninternet.nl

Ondernemen & Internet (n.d.). *Verzekeringen voor ondernemers*. Geraadpleegd op 25 november 2011, www.ondernemeneninternet.nl

Passie voor food (2012). *Mannen doen graag boodschappen*. Geraadpleegd op 3 februari 2012, www.passievoorfood.nl

PVH: Stichting Platform Verantwoord Huisdierenbezit (2009). *Normbladen PVH, toepassingsgebied katten*. Geraadpleegd op 20 januari 2012, www.huisdieren.nu

Rabobank (2011)¹. *Interpolis: ZekerVanJeZaak Aansprakelijkheid*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.rabobank.nl

Rabobank (2011)². *Arbeidsongeschiktheidverzekering: InkomensZekerPlan*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.rabobank.nl

Rabobank (2011)³. *Overlijdensrisico voor ondernemers*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.rabobank.nl

Rabobank (2011)⁴. *Interpolis ZekerVanJeZaak Rechtsbijstand*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.rabobank.nl

Rabobank (2011)⁵. *Interpolis ZekerVanJeZaak Gebouwen*. Geraadpleegd op 29 november 2011, www.rabobank.nl

Rabobank (2011)⁶. *Interpolis ZekerVanJeZaak Inventaris en voorraad*. www.rabobank.nl

Rabobank (2012)⁷. *Zekervanjezaak*. Geraadpleegd op 27 januari 2012, www.rabobank.nl

Reformatorisch Dagblad (2010). *Kleurenblindheid belemmert contacten*. Geraadpleegd op 9 december 2012, www.refdag.nl

Relatie.blog (2011). *Vrouwen hebben met katten moeder-kind relatie*. Geraadpleegd op 7 februari 2012, www.relatie.blog.nl

Rijksoverheid (2011). *Regeling Diervoeders*. Geraadpleegd op 29 november 2011, <http://wetten.overheid.nl>

RNW (2009). *De trends voor 2010: onrust en liefde*. Geraadpleegd op 31 januari 2012, www.rnw.nl

Smeding concepts (2009). *De betekenis van kleuren in webdesign*. Geraadpleegd op 30 januari 2012, www.smedingconcepts.nl

Software Usability Research Laboratory (2006). *Perception of Fonts*. Geraadpleegd op 7 februari 2012, www.surl.org

Stichting FelCan (2011). *Over FelCan*. Onbekende raadpleegdatum, www.felcan.nl

Web Accessibility initiative (2011). *Demo's*. Geraadpleegd op 9 december 2011, www.w3.org

Weender (2012). *Algemeen*. Geraadpleegd op 29 januari 2012, www.weender.nl

Wikipedia (2011). *Kleurenblindheid*. Geraadpleegd op 9 december 2011, www.wikipedia.org

Windows (2012). *Lettertypen: veelgestelde vragen*. Geraadpleegd op 7 februari 2012, www.windows.microsoft.com

Boeken

Bakker, P. & Scholten, O. (2005). *Communicatiekaart van Nederland*. Amsterdam: Kluwer

Bergh, v/d, J., Geuens, M. & Pelsmacker, de, P. (2005). *Marketingcommunicatie*. Amsterdam: Pearson Education Benelux

Lam, 't, P. (2008). *Werkboek communicatieplanning*. Bussum: Uitgeverij Coutinho b.v.

Links

Sharon Corr, Interview part 4. Geraadpleegd op 25 januari 2012, www.youtube.com

Radio.nl (2011). *Luistercijfers najaar 2011*. Geraadpleegd op 29 januari 2012, www.radio.nl

Bijlagen	I
Bijlage I: Normblad PVH, vakantieopvang kat	I
Bijlage II: De enquête oppasservice	II
Bijlage III: De enquête cattery	VI
Bijlage IV: Het vachtkleurenboekje	IX
Bijlage V: Het codeboek oppasservice	XIII
Bijlage VI: Het codeboek cattery	XVII
Bijlage VII: Gebruikte tabellen oppasservice	XX
Bijlage VIII: Gebruikte tabellen cattery	XXIII
Bijlage IX: Uitleg kleurenblind	XXVI
Bijlage X: Uitleg promotie	XXVII
Bijlage XI: Poster oppasservice	XXXIII
Bijlage XII: Algemene voorwaarden oppasservice	XXXIV
Bijlage XIII: Aanmeldingsformulier oppasservice	XXXVII
Bijlage XIV: Contract oppasservice	XL
Bijlage XV: Algemene voorwaarden cattery	XLI
Bijlage XVI: Contract cattery	XLIII
Bijlage XVII: Liquiditeitsoverzicht 2013	XLV
Bijlage XVIII: Resultatenrekening 2013	XLV
Bijlage XIX: Liquiditeitsoverzicht 2014	XLVI
Bijlage XX: Resultatenrekening 2014	XLVI

Bijlagen

Bijlage I: Normblad PVH, vakantieopvang kat

Voor wie kat	voordelen De kat mist u niet	nadelen Is niet in zijn eigen huis/omgeving
Eigenaar	U hoeft geen oppas te regelen	U moet op vakantie ook rekening houden met uw kat

Figuur 19 Voor en nadelen kat meenemen op vakantie

Voor wie kat	voordelen Wordt goed verzorgd en heeft dagelijks mensen en katten om zich heen	nadelen Is niet in zijn eigen huis/omgeving en moet de ruimte vaak delen met andere katten
eigenaar	U weet zeker dat uw kat professioneel verzorgd wordt	Kost geld en moet vaak ruim van te voren besproken worden

Figuur 20 Voor en nadelen kat onderbrengen in pension

Voor wie Kat	voordelen Is bij bekende mensen, krijgt aandacht en wordt verzorgd	nadelen Niet in zijn eigen huis/omgeving, moet misschien samenleven met ander dieren, die er thuis normaal niet zijn
eigenaar	Uw kat is in vertrouwde handen	U moet familie/vrienden om een gunst vragen

Figuur 21 Voor en nadelen Kat uit logeren sturen bij bekenden

Voor wie kat	voordelen Is in zijn eigen huis/omgeving en kan gewoon zijn normale gang gaan	nadelen Is alleen in huis en krijgt minder aandacht van mensen
eigenaar	Uw kat is gewoon in zijn eigen omgeving en wordt professioneel verzorgd	Er zijn kosten aan verbonden en de kat krijgt minder aandacht dan normaal

Figuur 22 Voor en nadelen professionele organisatie die thuis uw kat(ten) verzorgt

Voor wie kat	Voordelen Is gewoon in zijn eigen huis en omgeving	nadelen Er zijn ander mensen in huis
eigenaar	Uw kat is gewoon in zijn eigen omgeving en wordt verzorgd door bekenden	U moet bekenden om een gunst vragen

Figuur 23 Voor en nadelen burens, kennissen of familie voor de kat(ten) laten zorgen in uw eigen huis

Bijlage II: De enquête oppasservice

Goedendag, wij zijn Marlous Schotema en Tanja Vogels, studenten van de HBO-opleiding Diermanagement van het Van Hall Larenstein in Leeuwarden. Wij doen een onderzoek naar de haalbaarheid van het opstarten van een kattenoppasservice in uw regio.

Een kattenoppasservice biedt een oppasservice aan voor katten. De oppas komt thuis langs. Hierdoor kunnen de katten tijdens de vakantieperiode van de eigenaren in hun vertrouwde omgeving blijven.

De enquête bevat 20 vragen over een kattenoppasservice. Graag zouden wij uw mening willen weten over de diensten die een oppasservice over het algemeen aanbiedt.

De ingevulde gegevens en antwoorden zullen niet openbaar gemaakt worden, ze zijn uitsluitend bestemd voor dit onderzoek. Uw gegevens worden door ons anoniem behandeld.

Het invullen van de enquête zal minder dan vijf minuten van uw tijd in beslag nemen.

Alvast bedankt voor uw medewerking

Algemene informatie

- | | |
|----------------------------|---|
| 1. Geslacht | Man/Vrouw |
| 2. Leeftijd | |
| 3. Woonplaats | |
| 4. Opleidingsniveau | Middelbare school/MAVO VMBO/HAVO/VWO/MBO/HBO/WO |
- 5. Van welk communicatiemiddel maakt u in het dagelijks leven gebruik?
(meerdere antwoorden mogelijk)**
- ☐ Regionale krant
 - ☐ Landelijke krant
 - ☐ Folder
 - ☐ TV
 - ☐ Website
 - ☐ Twitter
 - ☐ Facebook
 - ☐ Hyves
 - ☐ Google (of een andere zoekmachine)
 - ☐ Tijdschrift
 - ☐ Mond-tot-mondreclame
 - ☐ Anders, namelijk
- 6. Hoeveel katten heeft u?**
-
- 7. Hoe vaak gaat uw huishouden op vakantie in één jaar?**
- ☐ Nooit (ga verder met vraag 20)
 - ☐ 1 keer per jaar
 - ☐ 2 keer per jaar
 - ☐ 3 keer per jaar
 - ☐ 4 keer per jaar
 - ☐ 5 keer per jaar of meer

8. Wat is de gemiddelde duur van de vakantie(s) van uw huishouden?

- ☐ 2 dagen
- ☐ 3 dagen
- ☐ 7 dagen
- ☐ 10 dagen
- ☐ 14 dagen
- ☐ Anders, namelijk

9. Wie zorgt er voor de kat als u op vakantie gaat? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Een familielid
- ☐ De bureu
- ☐ Dierenpension
- ☐ Niemand, er staat voldoende eten en drinken
- ☐ Anders, namelijk.....

Wensen van de doelgroep

Een kattenoppasservice draagt zorg voor de kat(ten) bij afwezigheid van de eigenaar. De kattenoppasservice komt bij de eigenaar thuis langs, waardoor de kat in de eigen vertrouwde omgeving kan blijven.

De volgende vragen hebben betrekking op een kattenoppasservice. Graag zouden wij van u willen weten wat uw wensen en verwachtingen zijn omtrent **een kattenoppasservice**

10. Hoeveel tijd wilt u dat een oppasservice per bezoek in uw huis aanwezig is? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ 10 minuten
- ☐ 15 minuten
- ☐ 20 minuten
- ☐ 25 minuten
- ☐ 30 minuten

11. Hoeveel bezoeken wilt u dat een oppasservice per dag aan uw kat(ten) brengt?

- ☐ 1 bezoek
- ☐ 2 bezoeken
- ☐ 3 bezoeken
- ☐ Anders, namelijk

12. Welke basiswerkzaamheden verwacht u van een oppasservice? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Voeren van de aanwezige katten
- ☐ Aandacht schenken aan de aanwezige katten
- ☐ Kattenbak verschoenen
- ☐ Gezondheidscheck
- ☐ Post verzamelen
- ☐ Anders, namelijk:.....

13. Welke (betaalde) extra werkzaamheden verwacht u van een oppasservice? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Containers aan de weg zetten
- ☐ Planten water geven
- ☐ Stofzuigen/ afstoffen
- ☐ Kattendagboek bijhouden
- ☐ Kat(ten) ontvlooi
- ☐ Kat(ten) ontwormen
- ☐ Nagels knippen van kat(ten)
- ☐ Voeren & verzorgen van andere huisdieren (zoals konijnen, knaagdieren, vissen)
- ☐ Anders, namelijk:.....

Een standaardbezoek van een oppasservice duurt gemiddeld 20 minuten. Een flitsbezoek duurt 10 minuten, waarin vaak alleen de kattenbak wordt nagekeken en voer en water worden ververs.

14. Naar welk(e) servicepakket(ten) gaat uw voorkeur uit? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ 1 keer standaardbezoek per dag
- ☐ 1 keer flitsbezoek per dag
- ☐ 1 keer standaardbezoek + 1 keer flitsbezoek per dag
- ☐ 2 keer standaardbezoek per dag
- ☐ 2 keer flitsbezoek per dag
- ☐ 2 keer standaardbezoek + 1 keer flitsbezoek per dag
- ☐ 1 keer standaardbezoek + 2 keer flitsbezoek per dag
- ☐ 2 keer standaardbezoek + 2 keer flitsbezoek per dag
- ☐ Anders, namelijk

15. Wat bent u bereid te betalen voor één standaardbezoek (van 20 minuten) aan één kat door een oppasservice?

- ☐ Minder dan € 5,-
- ☐ € 5,- - € 7,50
- ☐ € 7,50 - € 10,00
- ☐ € 10,00 - € 12,50
- ☐ Meer dan € 15,00
- ☐ Anders, namelijk.....

16. Wat bent u bereid te betalen voor één flitsbezoek (van 10 minuten) aan één kat door een oppasservice?

- ☐ Minder dan € 5,-
- ☐ € 5,- - € 7,50
- ☐ € 7,50 - € 10,00
- ☐ € 10,00 - € 12,50
- ☐ Meer dan € 15,00
- ☐ Anders, namelijk.....

17. Wat bent u bereid te betalen aan opslagtariet per extra kat (meer dan één)?

- ☐ € 1,-
- ☐ € 1,- - € 2,-
- ☐ € 2,-
- ☐ € 2,- - €3,-
- ☐ € 3,-
- ☐ € 3,- - €4,-
- ☐ Meer dan € 4,-
- ☐ Anders, namelijk.....

18. Welke kwaliteitseisen stelt u aan een kattenoppasservice? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Werkzaam met contracten
- ☐ Intakegesprek voor aanvang van de oppasperiode
- ☐ Periodieke nieuwsbrief
- ☐ Eigenaar is gecertificeerd voor het runnen van een dierenopvangservice
- ☐ Personeel is gediplomeerd dierenartsassistent (paraveterinair)
- ☐ Personeel heeft een afgeronde opleiding gerelateerd aan diervverzorging
- ☐ Sms-update tijdens de oppasperiode
- ☐ Automatische contractbeëindiging op laatste dag van de oppasperiode (zonder bericht)
- ☐ Contractbeëindiging op laatste dag van de oppasperiode (uitsluitend met bericht)
- ☐ Post uit het zicht leggen
- ☐ Anders, namelijk

19. Zou u bij toekomstige vakanties een kattenoppasservice inschakelen?

- ☐ Ja, omdat.....
- ☐ Misschien, omdat
- ☐ Nee, omdat.....

20. Hebt u nog op- of aanmerkingen?

.....

.....

.....

Bedankt voor uw medewerking
Deze enquête graag weer inleveren

Bijlage III: De enquête cattery

ENQUÊTE NAAR DE WENSEN VAN DE DOELGROEP VAN EEN CATTERY

Goedendag, wij zijn Marlous Schotema en Tanja Vogels, studenten van de HBO-opleiding Diermanagement van het Van Hall Larenstein in Leeuwarden. Wij doen een onderzoek naar de haalbaarheid van het opstarten van een cattery.

Een cattery houdt een raskattenfokkerij in. Hier worden kittens gefokt die een stamboom meekrijgen vanuit een rasvereniging. Deze kittens komen voort uit een zorgvuldig geselecteerde combinatie van poes en kater.

De enquête bevat 18 vragen over een cattery. Graag zouden wij uw mening willen weten over de diensten die een cattery over het algemeen aanbiedt.

De ingevulde gegevens en antwoorden zullen niet openbaar gemaakt worden, ze zijn uitsluitend bedoeld voor dit onderzoek. Uw gegevens worden door ons anoniem behandeld.

Het invullen van de enquête zal minder dan vijf minuten van uw tijd in beslag nemen.

Alvast bedankt voor uw medewerking.

Algemene informatie

1. Geslacht	Man/Vrouw
2. Leeftijd	
3. Woonplaats (provincie)	
4. Opleidingsniveau	Middelbare school/MAVO VMBO/HAVO/VWO/MBO/HBO/WO
5. Bent u een fokker	Ja/Nee
6. Van welk communicatiemiddel maakt u in het dagelijks leven gebruik? (meerdere antwoorden mogelijk)	
☐ Krant	
☐ Folder	
☐ TV	
☐ Website	
☐ Twitter	
☐ Facebook	
☐ Google (of een andere zoekmachine)	
☐ Tijdschrift	
☐ Mond-tot-mondreclame	
☐ Anders, namelijk	
7. Heeft u een raskat, zo ja wat is daarvan het ras?	
☐ Ja, namelijk	
☐ Nee	
8. Bent u geïnteresseerd in (nog) een raskat, zo ja wat is daarvan het ras?	
☐ Ja, namelijk	
☐ Nee	

Indien u bij vraag 7 en 8 beide keren 'nee' geantwoord heeft verzoeken wij u verder te gaan met vraag 18.
In alle andere gevallen verzoeken wij u verder te gaan met vraag 9.

Een cattery fokt raskatten. Het is mogelijk dat een cattery zich in één ras specialiseert of verschillende rassen fokt. De kittens die uit een combinatie poes x kater worden geboren worden verkocht aan particulieren of andere catteries.

De volgende vragen hebben betrekking op een cattery en raskatten. Graag zouden wij van u willen weten wat uw wensen en verwachtingen zijn omtrent een cattery en een raskat.

9. Wat vindt u belangrijk aan het uiterlijk van de raskat in het algemeen?

(meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Ik moet het mooi vinden
- ☐ Anderen moeten het mooi vinden
- ☐ De kat moet schattig lijken
- ☐ De kat moet stoer lijken
- ☐ De kat moet klein zijn (< 3,5 kg)
- ☐ De kat moet fors zijn (> 3,5 kg)
- ☐ De vacht mag nauwelijks onderhoud vragen (alleen incidenteel borstelen)
- ☐ De vacht mag veel onderhoud vragen (dagelijks borstelen)
- ☐ Uiterlijk is voor mij niet belangrijk
- ☐ Anders, namelijk.....

Onderstaande vraag heeft betrekking op gezondheidsproblemen als gevolg van het uiterlijk van de kat. Hierbij moet u bijvoorbeeld denken aan ademhalingsproblemen door een te korte snuit, het gevaar van uitpuilende ogen doordat de ogen te groot en te bol zijn en klittende vacht doordat de haren te lang zijn om door de kat zelf te worden schoongehouden.

10. Kunt u aangeven hoe u denkt over gezondheidsproblemen als gevolg van het uiterlijk van de kat?

(meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Het uiterlijk moet niet voor gezondheidsproblemen zorgen
- ☐ Uiterlijkheden mogen gezondheidsrisico's met zich meebrengen, zolang ze niet dodelijk zijn
- ☐ Uiterlijk is voor mij niet belangrijk
- ☐ Anders, namelijk

11. Wat vindt u belangrijk aan het karakter van een raskat in het algemeen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ De kat moet aanhankelijk zijn
- ☐ De kat moet niet aanhankelijk zijn
- ☐ De kat moet actief zijn
- ☐ De kat moet rustig zijn
- ☐ De kat moet niet bang zijn aangelegd
- ☐ De kat moet sociaal zijn naar andere katten toe
- ☐ De kat moet sociaal zijn naar alle mensen toe
- ☐ De kat moet een binnenkat zijn
- ☐ De kat moet vooral een buitenkat zijn
- ☐ Anders, namelijk.....

Bij het fokken van raskatten komt inteelt voor. Inteelt is het fokken met katten die familie van elkaar zijn.

12. Let u bij de aanschaf van uw kitten op de mate van inteelt?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

13. Hoe belangrijk vindt u een kitten zonder inteelt?

- ☐ Heel belangrijk
- ☐ Belangrijk
- ☐ Geen mening
- ☐ Niet belangrijk
- ☐ Helemaal niet belangrijk

Kittens met een stamboom van een rasvereniging, ook wel raskittens genoemd, zijn te koop via een raskattenfokkerij, een zogenoemde cattery.

14. Welke kwaliteitseisen stelt u aan een cattery? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Gezonde kittens
- ☐ Gechipte, ontvloide en ontwormde kittens
- ☐ Paspoort
- ☐ Stamboom
- ☐ Gesocialiseerde kittens
- ☐ Informatiepakket over de verzorging van een kat (kittenpakket)
- ☐ Anders, namelijk

15. Speelt bij de keuze voor een kitten de fokker (als persoon) een rol?

- ☐ ja, want
- ☐ nee, want

Indien u een Brits Korthaar heeft gelieve de vragen 16 en 17 ook in te vullen.

Heeft u geen Brits Korthaar, ga dan verder met vraag 18.

16. Waarom heeft u voor dit ras gekozen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Makkelijk in verzorging vanwege de korte vacht
- ☐ Vanwege het 'bolle' teddybeerachtige uiterlijk
- ☐ Vanwege het rustige karakter
- ☐ Vanwege het feit dat de fokker van Brits Korthaar dichtbij gevestigd was
- ☐ De vachtkleur, kunt u in dat geval aangeven welke kleur dit was
- ☐ Anders, namelijk.....

Om de volgende vraag te beantwoorden heeft u het vachtkleurenboek nodig.

17. Wat is uw voorkeur in vachtkleur? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Blauw
- ☐ Silver shaded
- ☐ Silver tabby blotched
- ☐ Silver tabby spotted
- ☐ Golden shaded
- ☐ Golden tabby
- ☐ Lilac
- ☐ Cinnamon
- ☐ Crème
- ☐ Chocolate
- ☐ Zwart
- ☐ Wit
- ☐ Cypers
- ☐ Bicolour (combinatie van twee kleuren, meestal wit met een andere kleur)
- ☐ Tricolour (combinatie van drie kleuren, waarvan één meestal wit is)
- ☐ Geen voorkeur
- ☐ Anders, namelijk.....

18. Heeft u nog een op- of aanmerking?

.....

.....

.....

**Bedankt voor uw medewerking
Deze enquête graag weer inleveren**

Bijlage IV: Het vachtkleurenboekje

Blauw



bron: cattery Van de Kraayenberg

Zilver Shaded



bron: cattery Bobby's Love

Silver Tabby Blotched



bron: cattery Van het Bunderbos

Silver Tabby Spotted



bron: cattery Wakayama

Golden Shaded



bron: cattery Lavangi's

Golden Tabby



bron: cattery Ming Mang

Lilac



bron: cattery cristal moon

Cinnamon



bron: cattery Helenas

Crème



bron: marktplaats

Chocolate



bron: cattery Wakayama

Bicolour



bron: cattery Du Maison Sylmarash

Tricolour



bron: cattery Du Maison Sylmarash

Zwart



bron: koopjeskrant.be

Wit



bron: cattery Smiddy

Cypers



(de kat op de foto is geen Brits Korthaar)

Bijlage V: Het codeboek oppasservice

Vraag	Naam variabele	Omschrijving variabele	Codering	Meetniveau
	Respnum	Responsnummer	n.v.t.	Nominaal
1	Geslacht	Geslacht van de geënquêteerde	1 = Man 2 = Vrouw	Nominaal
2	Lftd	Leeftijd van de geënquêteerde	n.v.t.	Ratio
3	Wnplts	Woonplaats van de geënquêteerde	1 = Surhuizum 2 = Surhuisterveen 3 = Drogeham 4 = Buitenpost 5 = Harkema 6 = Augustinusga 7 = Anders	Nominaal
4	Oplniv	Opleidingsniveau	1 = Middelbare school 2 = MAVO / VMBO 3 = HAVO 4 = VWO 5 = MBO 6 = HBO 7 = WO	Nominaal
5	Media1	Regionale krant	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
	Media2	Landelijke krant		
	Media3	Folder		
	Media4	TV		
	Media5	Website		
	Media6	Twitter		
	Media7	Facebook		
	Media8	Hyves		
	Media9	Google		
	Media10	Tijdschrift		
	Media11	Mond-tot-mondreclame		
	Media12	Anders		
6	Katten	Hoeveel katten heeft de geënquêteerde	n.v.t.	Ratio
7	Vakantiefreq	Aantal keer op vakantie per jaar	1 = Nooit 2 = 1 keer per jaar 3 = 2 keer per jaar	Ordinaal

			4 = 3 keer per jaar 5 = 4 keer per jaar 6 = 5 keer per jaar of meer	
8	Vakantieduur	Duur vakantie	1 = 2 dagen 2 = 3 dagen 3 = 7 dagen 4 = 10 dagen 5 = 14 dagen 6 = Anders, namelijk	Ordinaal
9	Zorg_kat1	Familielid	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
	Zorg_kat2	Buren		
	Zorg_kat3	Dierenpension		
	Zorg_kat4	Niemand, voldoende eten en drinken		
	Zorg_kat5	Anders		
10	Bezoekduur1	10 minuten per bezoek	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
	Bezoekduur2	15 minuten per bezoek		
	Bezoekduur3	20 minuten per bezoek		
	Bezoekduur4	25 minuten per bezoek		
	Bezoekduur5	30 minuten per bezoek		
11	Bezoekfreq	Aantal bezoeken per dag	1 = 1 bezoek 2 = 2 bezoeken 3 = 3 bezoeken 4 = Anders, namelijk	Ordinaal
12	B_wrkzmhdn1	Voeren van de aanwezige dieren	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
	B_wrkzmhdn2	Aandacht schenken aan de aanwezige dieren		
	B_wrkzmhdn3	Kattenbak/hok verschoonen		
	B_wrkzmhdn4	Gezondheidscheck		
	B_wrkzmhdn5	Post verzamelen		
	B_wrkzmhdn6	Anders		
13	E_wrkzmhdn1	Containers aan de weg zetten	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
	E_wrkzmhdn2	Planten water geven		
	E_wrkzmhdn3	Stofzuigen/afstoffen		
	E_wrkzmhdn4	Kattendagboek bijhouden		
	E_wrkzmhdn5	Kat(ten) ontvlooiën		
	E_wrkzmhdn6	Kat(ten) ontwormen		
	E_wrkzmhdn7	Nagels knippen van kat(ten)		
	E_wrkzmhdn8	Voeren & verzorgen andere huisdieren		
	E_wrkzmhdn9	Anders		

14	Vrkr_P1	1 x standaard	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
	Vrkr_P2	1 x flits		
	Vrkr_P3	1 x standaard + x flits		
	Vrkr_P4	2 x standaard		
	Vrkr_P5	2 x flits		
	Vrkr_P6	2 x standaard + 1 x flits		
	Vrkr_P7	1 x standaard + 2 x flits		
	Vrkr_P8	2 x standaard + 2 x flits		
	Vrkr_P9	Anders		
15	Betaling_standard	Klanten bereidheid tot betaling standaardbezoek	1 = Minder dan € 5,- 2 = € 5,- - € 7,50 3 = € 7,50 - € 10,00 4 = € 10,00 - € 12,50 5 = Meer dan € 15,00 6 = Anders, namelijk	Ordinaal
16	Betaling_flits	Klanten bereidheid tot betaling flitsbezoek	1 = Minder dan € 5,- 2 = € 5,- - € 7,50 3 = € 7,50 - € 10,00 4 = € 10,00 - € 12,50 5 = Meer dan € 15,00 6 = Anders, namelijk	Ordinaal
17	Betaling_opslag	Klanten bereidheid tot betalen opslagtariet	1 = € 1,- 2 = € 1,- - € 2,- 3 = € 2,- 4 = € 2,- - € 3,- 5 = € 3,- 6 = € 3,- - € 4,- 7 = Meer dan € 4,- 8 = Anders, namelijk	Ordinaal
18	Kwal_eis1	Werkzaam met contracten	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
	Kwal_eis2	Intakegesprek voor aanvang van de oppasperiode		
	Kwal_eis3	Periodieke nieuwsbrief		
	Kwal_eis4	Eigenaar is gecertificeerd		
	Kwal_eis5	Personeel is gediplomeerd paraveterinair		
	Kwal_eis6	Personeel is opgeleid qua diervverzorging		
	Kwal_eis7	Sms-update tijdens oppasperiode		
	Kwal_eis8	Automatisch contractbeëindiging		
	Kwal_eis9	Contractbeëindiging na contact		

	Kwal_eis10	Post uit zicht leggen		
	Kwal_eis11	Anders		
19	Interesse	Interesse in oppasservice	1 = Ja 2 = Misschien 3 = Nee	Nominaal
20	Op_aanmerkingen	Op- of aanmerkingen	n.v.t.	n.v.t.

Bijlage VI: Het codeboek cattery

Vraag	Naam variabele	Omschrijving variabele	Codering	Meetniveau
	Respsnum	responsnummer	n.v.t.	Nominaal
1	Geslacht	Geslacht van de geënquêteerde	0 = Man 1 = Vrouw	Nominaal
2	Leeftijd	Leeftijd van de geënquêteerde	n.v.t.	Ratio
3	Woonplaats	Woonplaats van de geënquêteerde	1 = Groningen 2 = Friesland 3 = Drenthe 4 = Overijssel 5 = Gelderland 6 = Noord-Holland 7 = Zuid-Holland 8 = Flevoland 9 = Utrecht 10 = Zeeland 11 = Noord-Brabant 12 = Limburg	Nominaal
4	Oplniv	Opleidingsniveau	1 = Middelbare school 2 = MAVO / VMBO 3 = HAVO 4 = VWO 5 = MBO 6 = HBO 7 = WO	Nominaal
5	Fokker	Is de geënquêteerde een fokker	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
6	Media1	Regionale krant	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
	Media2	Landelijke krant		
	Media3	Folder		
	Media4	TV		
	Media5	Website		
	Media6	Twitter		
	Media7	Facebook		
	Media8	Google		
	Media9	Tijdschrift		

	Media10	Mond-tot-mondreclame		
	Media11	Anders		
7	Bezit_raskat	In het bezit van een raskat	1 = Ja, namelijk 2 = Nee	Nominaal
8	Interesse_raskat	Geïnteresseerd in een raskat	1 = Ja, namelijk 2 = Nee	Nominaal
9	Uiterlijk_k1	Ik moet het mooi vinden	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
	Uiterlijk_k2	Anderen moeten het mooi vinden		
	Uiterlijk_k3	De kat moet schattig lijken		
	Uiterlijk_k4	De kat moet stoer lijken		
	Uiterlijk_k5	De kat moet klein zijn		
	Uiterlijk_k6	De kat moet fors zijn		
	Uiterlijk_k7	Weinig onderhoud vacht		
	Uiterlijk_k8	Veel onderhoud vacht		
	Uiterlijk_k9	Uiterlijk is voor mij niet belangrijk		
	Uiterlijk_k10	Anders		
10	Gezondheidprob1	Geen gezondheidsproblemen	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
	Gezondheidprob2	Uiterlijkheden mogen gezondheidsrisico's met zich meebrengen, zo lang ze niet dodelijk zijn		
	Gezondheidprob3	Uiterlijk is voor mij niet belangrijk		
	Gezondheidprob4	Anders		
11	Karakter_k1	De kat moet aanhankelijk zijn	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
	Karakter_k2	De kat moet niet aanhankelijk zijn		
	Karakter_k3	De kat moet rustig zijn		
	Karakter_k4	De kat moet actief zijn		
	Karakter_k5	De kat moet niet bang zijn aangelegd		
	Karakter_k6	De kat moet sociaal zijn naar andere katten toe		
	Karakter_k7	De kat moet sociaal zijn naar alle mensen toe		
	Karakter_k8	De kat moet een binnenkat zijn		
	Karakter_k9	De kat moet vooral een buitenkat zijn		
	Karakter_k10	Anders		
12	Aanschaf_inteelt	Let u bij de aanschaf van uw kitten op de mate van inteelt?	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
13	Waarde_inteelt	Waarde aan kitten zonder inteelt	1 = Heel belangrijk 2 = Belangrijk 3 = Geen mening 4 = Niet belangrijk 5 = Helemaal niet belangrijk	Ordinaal

14	Kwal_eis1	Gezonde kittens	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
	Kwal_eis2	Gechipte, ontvlooid en ontwormde kittens		
	Kwal_eis3	Paspoort		
	Kwal_eis4	Stamboom		
	Kwal_eis5	Gesocialiseerde kittens		
	Kwal_eis6	Informatiepakket over de verzorging van een kat		
	Kwal_eis7	Anders		
15	Keuze_fokker	Speelt bij de keuze van een kitten de fokker als persoon	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
16	Reden_Brit1	Makkelijke verzorging	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
	Reden_Brit2	Vanwege het 'bolle' uiterlijk		
	Reden_Brit3	Vanwege het karakter		
	Reden_Brit4	Fokker woont in de buurt		
	Reden_Brit5	Vanwege de vachtkleur, namelijk		
	Reden_Brit6	Anders		
17	Uiterlijk_vacht1	Blauw	1 = Ja 2 = Nee	Nominaal
	Uiterlijk_vacht2	Silver shaded		
	Uiterlijk_vacht3	Silver tabby blotched		
	Uiterlijk_vacht4	Silver tabby spotted		
	Uiterlijk_vacht5	Golden shaded		
	Uiterlijk_vacht6	Golden tabby		
	Uiterlijk_vacht7	Lilac		
	Uiterlijk_vacht8	Cinnamon		
	Uiterlijk_vacht9	Crème		
	Uiterlijk_vacht10	Zwart		
	Uiterlijk_vacht11	Wit		
	Uiterlijk_vacht12	Cypers		
	Uiterlijk_vacht13	Bicolour		
	Uiterlijk_vacht14	Tricolour		
	Uiterlijk_vacht15	Geen voorkeur		
	Uiterlijk_vacht16	Anders		
18	Op_aanmerkingen	Op- of aanmerkingen	n.v.t.	n.v.t.

Bijlage VII: Gebruikte tabellen oppasservice

Tabel 16 Overzicht geslacht geënquêteerden

Geslacht			
		Aantal	In %
	Man	6	7%
	Vrouw	78	92%
	Totaal	84	99%
Geen antwoord	99	1	1%
Totaal		85	100%

Tabel 17 Overzicht Leeftijd geënquêteerden

Leeftijd geënquêteerden					
	N	Minimum	Maximum	Gemiddelde	Std. Deviation
Leeftijd	84	19	75	45,07	13,643

Tabel 18 Overzicht woonplaats geënquêteerden

Woonplaats		
	Aantal	In %
Surhuizum	4	5%
Surhuisterveen	17	20%
Drogeham	2	2%
Buitenpost	13	15%
Harkema	11	13%
Augustinusga	6	7%
Anders	32	38%
Totaal	85	100%

Tabel 19 Overzicht opleidingsniveau geënquêteerden

Opleidingsniveau			
		Aantal	In %
	Middelbare school	10	12%
	MAVO/ VMBO	14	16%
	HAVO	2	2%
	MBO	36	42%
	HBO	10	12%
	WO	5	6%
	Anders	5	6%
	Totaal	82	96%
Geen antwoord	99	3	4%
Totaal		85	100%

Tabel 20 Overzicht aantal katten geënquêteerden

Aantal katten		
Katten	Aantal	In %
1	40	47%
2	32	38%
3	7	8%
4	3	4%
8	2	2%
9	1	1%
Totaal	85	100%

Tabel 21 Overzicht gebruikte communicatiemiddelen geënquêteerden

Gebruikte communicatiemiddelen		
Communicatiemiddelen	Aantal	In %
Regionale krant	55	65%
Landelijke krant	24	28%
Folder	48	56%
TV	77	91%
Website	50	59%
Twitter	9	11%
Facebook	22	26%
Hyves	33	39%
Google	59	69%
Tijdschrift	22	26%
Mond-tot-mondreclame	32	38%
Anders	11	13%
Totaal	85	100%

Tabel 22 Overzicht vakantiehoeveelheden geënquêteerden

Aantal keren op vakantie per jaar		
	Aantal	In %
Nooit	21	25%
1x per jaar	39	46%
2x per jaar	17	20%
3x per jaar	5	6%
4x per jaar	1	1%
5x per jaar of meer	2	2%
Totaal	85	100%

Tabel 23 Overzicht zorgdragers kat geënquêteerden

Zorg van de kat		
Wie zorgt er voor de kat in de vakantie	Aantal	In %
Familielid	37	55%
Buren	28	42%
Dierenpension	0	0%
Niemand	0	0%
Anders	12	18%
Totaal	67	100%

Tabel 24 Overzicht lente vakantie geënquêteerden

Duur vakantie			
Lengte vakantie		Aantal	In %
	Nooit	3	4%
	2 dagen	1	1%
	3 dagen	2	3%
	7 dagen	22	31%
	10 dagen	14	20%
	14 dagen	16	23%
	Anders	12	17%
	Totaal	70	100%
Geen antwoord		99	
Totaal		85	

Tabel 25 Overzicht voorkeur bezoeksduur geënquêteerden

Voorkeur bezoeksduur			
Bezoeksduur		Aantal	In %
	10 minuten	20	33%
	15 minuten	21	34%
	20 minuten	11	18%
	25 minuten	3	5%
	30 minuten	12	20%
	Totaal	61	100%

Tabel 26 Overzicht voorkeur aantal bezoeken geënquêteerden

Aantal bezoeken per dag			
Aantal bezoeken		Aantal	In %
	1 bezoek	29	48%
	2 bezoeken	28	46%
	3 bezoeken	4	7%
	Totaal	61	100%
Geen antwoord		99	
Totaal		85	

Tabel 27 Overzicht voorkeur in oppasservice geënquêteerden

Interesse in oppasservice			
		Aantal	In %
	Ja	4	7%
	Misschien	21	34%
	Nee	36	59%
	Totaal	61	100%
Geen Antwoord		99	
Totaal		85	

Tabel 28 Overzicht voorkeur basiswerkzaamheden geënquêteerden

Voorkeur basiswerkzaamheden			
Voorkeur basiswerkzaamheden		Aantal	In %
Voeren		59	97%
Aandacht		43	70%
Kattenbak verschonen		49	80%
Gezondheidscheck		16	26%
Post		26	43%
Anders		1	2%
Totaal		61	100%

Tabel 29 Overzicht voorkeur extra werkzaamheden geënquêteerden

Voorkeur extra werkzaamheden			
Voorkeur extra werkzaamheden		Aantal	In %
Containers		25	60%
Planten		21	50%
Stofzuigen		7	17%
Kattendagboek		2	5%
Ontvlooien		5	12%
Ontwormen		4	10%
Nagels knippen		1	2%
Voeren&verzorgen andere huisdieren		18	43%
Anders		3	7%
Totaal		42	100%

Tabel 30 Overzicht voorkeur servicepakket geënquêteerden

Voorkeur servicepakket			
Voorkeur servicepakket		Aantal	In %
1x standaard		21	34%
1x flits		12	20%
1x standaard + 1x flits		10	16%
2x standaard		6	10%
2x flits		10	16%
2x standaard + 1x flits		3	5%
1x standaard + 2x flits		2	3%
2x standaard + 2x flits		3	5%
Anders		3	5%
Totaal		61	100%

Tabel 31 Overzicht kwaliteitseisen geënquêteerden

Voorkeur kwaliteitseisen			
Voorkeur kwaliteitseisen		Aantal	In %
Werzaam met contracten		15	27%
Intakegesprek voor aanvang oppasperiode		41	73%
Periodieke nieuwsbrief		2	4%
Eigenaar is gecertificeerd		18	32%
Personeel is gediplomeerd paraveterinair		5	9%
Personeel is opgeleid que diervoorzorging		16	29%
Sms-update tijdens oppasperiode		15	27%
Automatisch contractbeëindiging		14	25%
Contractbeëindiging na contact		18	32%
Post uit zicht leggen		22	39%
Anders		6	11%
Totaal		56	100%

**Tabel 32 Overzicht betaling standaardbezoek
geënquêteerden**

Bereidheid tot betaling standaardbezoek			
Betaling standaardbezoek		Aantal	In %
	Minder dan €5,-	10	17%
	€5,- - €7,50	30	52%
	€7,50 - €10,-	13	22%
	€10,- - €12,50	4	7%
	Anders	1	2%
	Totaal	58	100%
Geen antwoord	99	27	
Totaal		85	

Tabel 33 Overzicht betaling flitsbezoek geënquêteerden

Bereidheid tot betaling flitsbezoek			
		Aantal	In %
	Minder dan €5,-	33	57%
	€5,- - €7,50	24	41%
	€7,50 - €10,-	1	2%
	Totaal	58	100%
Geen antwoord	99	27	
Totaal		85	

**Tabel 34 Overzicht betaling opslagtarief
geënquêteerden**

Bereidheid tot betaling opslagtarief			
		Aantal	In %
	€1,-	15	28%
	€1,- - €2,-	20	37%
	€2,-	8	15%
	€2,- - €3,-	3	6%
	€3,- - €4,-	4	7%
	Anders	4	7%
	Totaal	54	100%
Geen antwoord	99	31	
Totaal		85	

Bijlage VIII: Gebruikte tabellen cattery

Tabel 35 Overzicht geslacht geënquêteerden			Tabel 36 Overzicht leeftijd geënquêteerden					
Geslacht			Overzicht leeftijd geënquêteerden					
	Aantal	In %		Aantal	Minimum	Maximum	Gemiddelde	Standaard deviatie
Man	17	11%	Leeftijd	150	19	76	39,83	13,562
Vrouw	136	89%	Valid N (listwise)	150				
Totaal	153	100%						

Tabel 37 Overzicht woonplaats geënquêteerden				Tabel 38 Overzicht opleidingsniveau geënquêteerden			
Overzicht woonplaats geënquêteerden				Overzicht opleidingsniveau geënquêteerden			
Woonplaats		Aantal	In %	Opleidingsniveau		Aantal	In %
	Groningen	34	22%		Middelbare school	7	5%
	Friesland	19	12%		MAVO/ VMBO	24	16%
	Drente	23	15%		HAVO	12	8%
	Overijssel	5	3%		VWO	5	3%
	Noord-Holland	8	5%		MBO	39	25%
	Zuid-Holland	20	13%		HBO	41	27%
	Flevoland	4	3%		WO	19	12%
	Utrecht	5	3%		Totaal	147	96%
	Zeeland	5	3%	Geen antwoord	99	6	4%
	Noord-Brabant	4	3%	Totaal	153	100,0	
	Limburg	7	5%				
	Gelderland	12	8%				
	Anders	2	1%				
	Totaal	148	97%				
Geen antwoord	99	5	3%				
Totaal	153	100%					

Tabel 39 Overzicht aanwezigheid fokkers geënquêteerden				Tabel 40 Overzicht gebruikte communicatiemiddel engeënquêteerden			
Aanwezigheid fokkers onder geënquêteerden				Gebruikte communicatiemiddelen in het dagelijks leven			
		Aantal	In %	Geraadpleegde mediamiddelen		Aantal	In %
	Ja	63	41%	Krant	71	47,0%	
	Nee	86	56%	Folder	39	25,8%	
	Totaal	149	97%	TV	114	75,5%	
Geen antwoord	99	4	3%	Website	130	86,1%	
Totaal	153	100%	Twitter	17	11,3%		
				Facebook	77	51,0%	
				Google	116	76,8%	
				Tijdschrift	50	33,1%	
				Mond-tot-mondreclame	74	49,0%	
				Anders	18	11,9%	
				Totaal	151	100,0%	

Tabel 41 Overzicht bezit ratkat geënquêteerden			Tabel 42 Overzicht interesse raskat geënquêteerden		
In het bezit van een raskat			Geïnteresseerd in een raskat		
	Aantal	In %		Frequency	In %
Ja	111	73%	Ja	72	47%
Nee	42	27%	Nee	81	53%
Totaal	153	100%	Totaal	153	100%

Tabel 43 Overzicht voorkeur uiterlijk raskat geënquêteerden

Overzicht belangrijkheid qua uiterlijk van een raskat		
Belangrijkheden qua uiterlijk	Aantal	In %
Ik moet het mooi vinden	95	74,2%
Anderen moeten het mooi vinden	5	3,9%
De kat moet schattig lijken	17	13,3%
De kat moet stoer lijken	18	14,1%
De kat moet klein zijn	3	2,3%
De kat moet fors zijn	45	35,2%
Weinig onderhoud vacht	38	29,7%
Veel onderhoud vacht	14	10,9%
Uiterlijk is niet belangrijk voor mij	57	44,5%
Anders	42	32,8%
Totaal	128	100,0%

Tabel 44 Overzicht gezondheidsproblemen raskat geënquêteerden

Voorkeur gezondheidsproblemen vs. uiterlijk		
Gezondheidsproblemen n.a.v. uiterlijk	Aantal	In %
Geen gezondheidsproblemen	125	96,9%
Uiterlijk mag gezondheidsproblemen geven	1	0,8%
Uiterlijk is niet belangrijk voor mij	9	7,0%
Anders	2	1,6%
Totaal	129	100,0%

Tabel 45 Overzicht voorkeur karakter raskat geënquêteerden

Voorkeur karakter van een raskat		
Belangrijkheden qua karakter	Aantal	In %
De kat moet aanhankelijk zijn	93	72,7%
De kat moet niet aanhankelijk zijn	3	2,3%
De kat moet rustig zijn	42	32,8%
De kat moet actief zijn	25	19,5%
De kat moet niet bang zijn aangelegd	89	69,5%
De kat moet sociaal zijn naar andere katten toe	98	76,6%
De kat moet sociaal zijn naar alle mensen toe	89	69,5%
De kat moet een binnenkat zijn	55	43,0%
De kat moet een buitenkat zijn	6	4,7%
Anders	9	7,0%
Totaal	128	100,0%

Tabel 46 Overzicht inteelt bij aanschaf kitten geënquêteerden

Mate inteelt kittens bij aanschaf			
		Aantal	In %
	Ja	121	90%
	Nee	13	10%
	Totaal	134	100%
Geen antwoord	99	19	
Totaal		153	

Tabel 47 Overzicht waarde inteeltcoëfficiënt geënquêteerden

Waarde aan inteeltcoëfficiënt			
		Aantal	In %
	Heel belangrijk	78	58%
	Belangrijk	41	31%
	Geen mening	11	8%
	Niet belangrijk	4	3%
	Totaal	134	100%
Geen antwoord	99	19	
Totaal		153	

Tabel 48 Overzicht voorkeur kwaliteitseisen geënquêteerden

Voorkeur kwaliteitseisen van een cattery		
kwaliteitseisen van een cattery	Aantal	In %
Gezonde kittens	124	96,1%
Gechipte, ontvlooide en ontwormde kittens	105	81,4%
Paspoort	97	75,2%
Stamboom	92	71,3%
Gesocialiseerde kittens	116	89,9%
Informatiepakket	61	47,3%
Anders	35	27,1%
Totaal	129	100,0%

Tabel 49 Overzicht voorkeur fokker geënquêteerden

Speelt bij de keuze van een kitten de fokker als persoon			
		Aantal	In %
	Ja	105	80%
	Nee	27	20%
	Totaal	132	100%
Geen antwoord	99	21	
Totaal		153	

Tabel 50 Overzicht voorkeur Brits Korthaar geënquêteerden

Reden voorkeur Brits Korthaar		
Reden voorkeur Brits Korthaar	Aantal	In %
Makkelijke verzorging	19	40%
Vanwege het 'bolle' uiterlijk	35	73%
Vanwege het karakter	29	60%
Fokker woont in de buurt	3	6%
Vanwege de vachtkleur	14	29%
Anders	11	23%
Totaal	48	100%

Tabel 51 Overzicht voorkeur vachtkleur geënquêteerden

Voorkeur in vachtkleur van een Brits Korthaar		
vachtvoorkleur BK	Aantal	In %
Blauw	19	38,8%
Silver shaded	13	26,5%
Silver tabby blotched	13	26,5%
Silver tabby spotted	7	14,3%
Golden shaded	10	20,4%
Golden tabby	3	6,1%
Lilac	12	24,5%
Cinnamon	7	14,3%
Chocolate	10	20,4%
Creme	10	20,4%
Zwart	6	12,2%
Wit	3	6,1%
Cypers	0	0,0%
Bicolour	8	16,3%
Tricolour	9	18,4%
Geen voorkeur	3	6,1%
Anders	9	18,4%
Totaal	49	100,0%

Bijlage IX: Uitleg kleurenblind

Kleurenblind

Er zijn naar schatting 700.000 mensen kleurenblind in Nederland. (Refdag, 2010)
Kleurenblindheid is een verzamelnaam van meerdere aandoeningen van kleurenzwakte.

Het netvlies bevat staafjes en drie typen kegeltjes, dit zijn lichtgevoelige cellen. Je wordt kleurenblind of kleurenzwak als één of meerdere kegeltjes niet goed of helemaal niet functioneren. Vaak is dit een erfelijke aandoening waaronder mannen eerder lijden aangezien deze afwijking alleen op de X-chromosoom ligt die van moeder/vader op dochter/zoon overerfelijk is.

Één op de twaalf mannen en één op de 250 vrouwen is kleurenblind. (refdag, 2010)

Één op de 20 mannen kunnen de kleuren rood en groen niet onderscheiden of hebben problemen met de blauw-geel combinatie. De drie voornaamste kleuren die voor problemen kunnen zorgen zijn; rood, groen en blauw. Omdat het golflengtegebied van rood en groen niet ver uit elkaar ligt zijn er de meeste problemen tussen het onderscheiden van deze twee kleuren. Het gebruiken van blauw is een betere keuze voor mensen met een kleurenzwakte aangezien deze minder veel voorkomt dan de hierboven genoemde kleurenzwakte combinaties. De kleuren blauw, geel, rood en groen kunnen het beste niet gecombineerd worden met elkaar. (Kleurenblindheid, 2011, Wikipedia, 2011)

Bijlage X: Uitleg promotie

De vier P's van het marketingplan

Product is het goed of de dienst dat door het bedrijf geleverd wordt. Een product bestaat uit een tastbaar kernproduct en de servicelaag eromheen. In deze servicelaag zijn alle ontastbare elementen van het product opgenomen. Een dienst is per definitie een ontastbare levering.

Prijs is een bepalend onderdeel. De prijs moet passen bij het te leveren product en liggen binnen de algemeen aanvaardbare grenzen voor het product. Een prijs mag niet te hoog zijn, aangezien dit kan leiden tot nauwelijks verkoop. Een prijs mag echter ook niet te laag zijn, omdat dit op de klant over kan komen als dat het product van lage waarde is. Kortingen geven op een hoog geprijsd product kan een product (tijdelijk) aantrekkelijker maken voor klanten. Dit brengt het risico met zich mee dat er voornamelijk koopjesjagers op afkomen. Het is geen handige strategie om een product in de markt zetten met een lage prijs om vervolgens deze prijs na een tijd te verhogen, omdat dit bestaande klanten kan laten afhaken.

Met de derde P, plaats, wordt uiteraard de vestigingsplaats van het bedrijf bedoeld. Daarmee samen hangt distributie. Vanaf de vestigingsplaats moeten producten en diensten aan de klant worden geleverd. Een vestigingsplaats in het centrum van het afzetgebied zorgt ervoor dat de distributiekosten laag zijn. Daar tegenover staat dat het kiezen van een vestigingsplaats in een afgelegen regio zorgt voor lagere huurprijzen, maar hogere distributiekosten tot gevolg heeft. Bij de keuze voor vestigingsplaats dienen de beide opties tegen elkaar afgewogen te worden.

Promotie of marketingcommunicatie is het voor de klant meest zichtbare deel van het marketingplan. Promotie omvat alle methodes waarmee het bedrijf met de prospects, bestaande klanten en shareholders communiceert. Welke middelen behoren tot marketingcommunicatie en welk effect ze hebben wordt in de volgende paragraaf besproken. (Bergh, v/d., 2005)

Marketingcommunicatie

Reclame is de verzamelterm voor het overdragen van boodschappen via alle massamedia. Deze vorm van communicatie wordt altijd door het bedrijf betaald, waardoor het bedrijf ook altijd zorgt dat het duidelijk in beeld is.

Public relations is ook een verzamelterm voor het overdragen van boodschappen via massamedia, met het verschil dat hier de betaling niet door het bedrijf wordt gedaan. Het uitgeven van persberichten, interviews en het houden van conferenties vallen hieronder. De inhoud van de public relations berichten staat meestal niet onder invloed van het bedrijf zelf, maar wordt door journalisten samengesteld. Dit is er de oorzaak van dat public relations zowel voor positieve als negatieve promotie kan zorgen.

In het geval van sponsoring stelt een bedrijf geld, goederen, diensten en/of expertise beschikbaar aan een andere partij. Deze partij kan bijvoorbeeld een evenement of een televisieprogramma zijn. Het is ook mogelijk dat een bedrijf zelf een evenement organiseert, met zichzelf dus als hoofdsponsor. Een voorbeeld van een gesponsord evenement is de Mundikat Kattenshow, die wordt gesponsord door het kattenvoermerk ProPlan.

Het sponsoren van een evenement vergroot de naamsbekendheid van een bedrijf en kan daarnaast het (merk)imago versterken. De gesponsorde partij draagt bij aan het vertalen van de communicatiedoelstellingen naar de klant van het bedrijf.

Verkooppromoties zijn acties die tot doel hebben de verkoop van het product of de dienst een tijdelijke boost te geven. Hierbij moet gedacht worden aan (kortings)acties, prijsvragen en het uitdelen van proefmonsters. Verkooppromoties kunnen een onderdeel zijn van direct marketing.

Direct marketing is breder dan dat, het omvat alle persoonlijke en directe manieren om contact te maken met mogelijke en bestaande klanten. Te denken valt hierbij aan mailings en op de persoon afgestemde brochures.

Op exposities en vakbeurzen komen juist voornamelijk verschillende bedrijven bij elkaar om onderling zaken te doen. Bij veel vakbeurzen zijn consumenten als bezoeker toegestaan, maar dit is zelden waar de essentie van een dergelijke beurs ligt.

Ten slotte is er internet als middel om contact te leggen met de klant. Deze interactieve vorm van marketingcommunicatie geeft de mogelijke en bestaande klant een grote zelfstandigheid. Zij kunnen zelf informatie inwinnen via verschillende websites en zo een (weloverwogen) keuze maken voor een product of dienst. Het hebben van een goede website is daarom voor bedrijven noodzakelijk. Internet is interactief wanneer prospects en klanten via de website contact op kunnen nemen met het bedrijf, bijvoorbeeld door het invullen van een formulier. Wanneer een bedrijf de website deels als webwinkel benut is er sprake van e-commerce.

(Bergh, v/d., 2005)

Communicatieplan

Het integreren van marketingcommunicatiemiddelen gebeurt om een aantal redenen. Zo zijn enkele communicatiemiddelen een groot deel van hun kracht verloren, de massamedia zijn hiervan het belangrijkste voorbeeld. Uitsluitend communiceren via een massamedium brengt de boodschap niet meer voldoende over naar de klant, terwijl de kans op het goed overbrengen van de boodschap groter is wanneer een massamedium onderdeel is van een communicatiecampagne via verschillende promotiemiddelen.

Geïntegreerde marketingcommunicatie vergroot het direct marketing aspect. Contact met de klant wordt via verschillende media gelegd, waaronder media met de mogelijkheid tot directe feedback.

Zowel consumenten als markten raken versnipperd, nog een reden om meerdere communicatiemiddelen in te zetten. Door specifiek te richten op bepaalde consumentengroepen kunnen verschillende doelgroepen beter bereikt worden. Dit is noodzakelijk. Mede door de groeiende mogelijkheid tot direct response vanuit de consument krijgt die steeds meer macht. Waar voorheen de boodschap en de drager voornamelijk door het bedrijf werden bepaald, vormt nu de consument de machthebber. Een goed voorbeeld hiervan is de nieuwe website van Ierse zangeres Sharon Corr. Zij heeft gekeken naar de verschillende fansites die opgericht waren voor de band The Corrs (waar zij onderdeel van uitmaakte). Zij kon op die manier zien wat fans belangrijk vonden om terug te kunnen vinden op een website en heeft op deze gegevens haar nieuwe website gebaseerd. (Sharon Corr, Interview part 4)

Het is tegenwoordig belangrijker om klantenloyaliteit te winnen dan dat het belangrijker is om nieuwe klanten te winnen. In de volwassen markten hebben veel producten dezelfde kwaliteit. De vaak enige manier van bedrijven om zich te onderscheiden is dan de marketingcommunicatie en met name de positie en de macht van de klant daarbinnen.

Marketingcommunicatie wordt gerealiseerd in een communicatieplan, wat in de volgende paragraaf wordt besproken.

(Bergh, v.d., 2005)

De zes stappen van een communicatieplan

Allereerst moet de omgeving van het bedrijf en de marketingstrategie worden geanalyseerd. De doelstellingen van de marketingcommunicatie worden gedefinieerd door de vraag te beantwoorden waarom er communicatie dient plaats te vinden. Nadat de doelstellingen duidelijk zijn moeten bij stap twee de verschillende doelgroepen worden uitgezocht. Dit wordt gedaan door de vraag te beantwoorden voor wie de communicatieboodschappen bedoeld (geschikt) zijn.

Is dat bekend dan wordt concreet gekeken welke media, technieken en kanalen kunnen worden ingezet om de juiste boodschap over te brengen naar de juiste doelgroepen. Wanneer de vragen 'hoe' en 'waar' zijn beantwoord is deze derde stap van het communicatieplan voltooid. Het uitvoeren van marketingcommunicatie kost geld, daarom moet bij stap vier worden uitgerekend hoeveel het tot dusver opgestelde communicatieplan gaat kosten en of dit past binnen de gestelde budgetten. Stap vier koppelt terug naar stap

drie, totdat beiden op één lijn liggen. Hierna wordt het communicatieplan in werkelijkheid tot uitvoering gebracht. Na verloop van tijd kan stap zes worden uitgevoerd: het meten van de resultaten. Er wordt gekeken naar de effectiviteit van het communicatieplan. Indien nodig koppelen deze resultaten terug naar stap één, waardoor het communicatieplan wordt aangepast en alle zes de stappen opnieuw worden doorlopen. (Bergh, v/d., 2005)

Mediacommunicatiemiddelen

Een onderdeel van het communicatieplan is het maken van de keuze voor de verschillende media om deze te benutten bij de marketingcommunicatie. Om deze keuze weloverwogen te kunnen maken dient er kennis van de verschillende media te bestaan. Daarom worden deze hieronder per stuk kort besproken.

Dagbladen

Nederland telt zeven grote landelijke dagbladen. Hiervan hebben De Telegraaf en het Algemeen Dagblad het sticker 'populaire krant' gekregen en NRC Handelsblad, De Volkskrant en Trouw kennen het sticker 'kwaliteitskrant'. Dit heeft te maken met de verhouding amusement tot politiek nieuws in het blad, maar zegt verder weinig over de inhoudelijke kwaliteit van de artikelen. Een ander belangrijk verschil tussen deze beide groepen kranten is te vinden in de definitie van de lezerskring. De populaire kranten worden voornamelijk gelezen door een goede doorsnede van de Nederlandse bevolking. De kwaliteitskranten worden veelal gelezen door hogeropgeleiden en mensen met hogere inkomens. De genoemde groep (betaalde) kranten wordt voornamelijk gelezen door 50-plussers en nauwelijks door mensen jonger dan 35 jaar. Het grootste deel van de lezers van landelijke dagbladen (23%) heeft een MBO-opleiding.

Het opleidingsniveau van lezers van regionale kranten centreert zich rond het MBO en lager beroepsonderwijs (beiden 24% van alle lezers). Er verschijnen zo'n 35 regionale (betaalde) dagbladtitels door heel Nederland. Van de totale dagbladoplage in Nederland is 60% regionaal.

Eerder werd vermeld dat betaalde dagbladen nauwelijks voet aan de grond krijgen bij jonge lezers (13 t/m 35 jaar). Deze groep werd wel gegrepen door de gratis dagbladen die sinds 2000 verschijnen, te weten de Spits en de Metro. De beide bladen worden voornamelijk in het Openbaar Vervoer verspreid en uit onderzoek blijkt dat ze daadwerkelijk goed gelezen worden.

Het landelijke dagblad met de grootste oplage was in 2004 De Telegraaf. Bij de regionale dagbladen is het Limburgs Dagblad in 2004 de grootste. De beide gratis dagbladen ontlopen elkaar weinig qua oplage, waarbij Spits net de kroon spant.

(Bakker & Scholten, 2005)

Tijdschriften

De Nederlandse tijdschriftenmarkt kent enkele duizenden verschillende titels. Consumenten hebben voor elke hobby, vakgebied en interesse vaak keuze uit verschillende tijdschriften.

Om een overzichtelijke indeling te kunnen maken van dit grote aanbod worden de tijdschriften aan de hand van verschijningsinterval, redactionele zelfstandigheid en doelgroep besproken.

Tijdschriften kunnen verschijnen met een interval van maximaal 52 keer in het jaar. In dit geval zou het dan gaan om een weekblad. Het Nederlands Uitgeversverbond stelt dat een blad, om tot de tijdschriften te worden gerekend, minimaal drie keer per jaar uit moet komen.

Tijdschriften kunnen verder op een glijdende schaal gezet worden wat betreft redactionele zelfstandigheid, hoewel de mate hiervan niet altijd even duidelijk is. Bij een blad als de Allerhande, dat wordt uitgebracht door de Albert Heijn is wel heel duidelijk dat hier geen sprake is van redactionele zelfstandigheid.

Ten slotte kunnen tijdschriften worden gecategoriseerd naar doelgroep. De NUV hanteert hierbij een tweedeling in publiekstijdschriften en vak- en wetenschapsbladen. Publiekstijdschriften hebben een massaoplage en behandelen meerdere onderwerpen. Een wetenschapsblad bevat gespecialiseerde informatie en kent vaak een kleinere oplage. In het

boek Communicatiekaart van Nederland van Bakker & Scholten uit 2005 wordt nog een categorie genoemd, te weten special interestbladen. Hieronder vallen de bladen die zich specialiseren naar een bepaalde hobby, bijvoorbeeld een blad over tuinen.

Radio

De radio was in de twintigste eeuw een familiemedium, maar is door de komst van digitale radio en versnippering in vele radiostationen nu vooral een doelgroepenmedium geworden. Radiozenders hebben een duidelijk format, een duidelijke doelgroep en een bepaald relatief vast marktaandeel. Een format beschrijft de kleuring van de zender. Het gaat hier om de manier van programmeren (vaste programma's op vaste tijdstippen) en de inhoudelijke invulling van deze programma's (muziekkeuze). Alle zenders hebben een duidelijke doelgroep voor zichzelf gedefinieerd.

Radiozenders kunnen op verschillende manieren worden ingedeeld. Een manier is de tweedeling in publieke en commerciële zenders. Publieke zenders zijn voor inkomsten volledig of deels afhankelijk van subsidies. Commerciële radiozenders halen inkomsten volledig uit advertentieopbrengst en sponsoring.

Een andere verdeling is die in uitzenden via de kabel en AM-frequentie of via de ether (FM-frequentie). Radio's op locatie, zoals autoradio's kunnen uitsluitend zenders ontvangen die via de ether uitzenden. Vanwege het grootste bereik (combinatie thuisradio en radio's op locatie) zijn FM-frequenties het populairst onder radiostations. Daarvan zijn er echter slechts negen te verdelen, welke eens in de acht jaar herverdeeld worden aan de hoogste bidders.

Ten slotte kunnen radiozenders worden verdeeld naar geografisch bereik. Er zijn uiteraard de landelijke zenders, met daarnaast de regionale publiek zenders, de regionale commerciële zenders en de lokale omroepen. Regionale zenders zijn te ontvangen binnen een bepaalde provincie, lokale zenders binnen een bepaalde gemeente.

Luistercijfers over 2011 geven de volgende top 5 aan zenders met het grootste marktaandeel:

1. Radio 538
2. 3FM
3. Radio 2
4. Skyradio
5. Qmusic

(Radio.nl, 2011)

Van de regionale zenders hebben Radio Noord (Groningen), Omrop Fryslân (Friesland) en Radio Drenthe (Drenthe) respectievelijk het grootste marktaandeel.

(Bakker & Scholten, 2005)

Televisie

Het medium televisie kreeg niet gemakkelijk voet aan de grond. Zo groot, onmisbaar en geliefd als televisie nu is, zo sceptisch werd er gereageerd op de ontwikkeling van televisie. De minister-president van Nederland ten tijde van het ontstaan van televisie denkt dat een landelijke introductie financieel en economisch niet haalbaar is.

Televisie vond echter toch ontvangst en wordt eind jaren '50 nationaal populair. Begin jaren 60 had 50% van de huishoudens een televisietoestel en toen de 80-er jaren aanbraken was er in elk huishouden minstens één te vinden.

De huidige televisiezenders kunnen verdeeld worden in publieke en commerciële zenders. De betekenis van deze termen is hetzelfde als bij de radio.

De manier van distributie is een andere verdeelmethode. Televisie kan worden overgebracht via kabel, satelliet en ether. Net zoals nagenoeg elk huishouden tegenwoordig een televisie heeft is in net zoveel huishoudens een kabelaansluiting te vinden. Televisie ontvangen via de ether (met antenne) is achterhaald. Televisie ontvangen via een satelliet/schotelantenne wordt gedaan, maar krijgt de kabel niet uit de markt gedrukt.

Zoals eerder vermeld bestaan de commerciële zenders door inkomsten uit advertentiegelden. De zenders van RTL Nederland behalen daarmee de meeste inkomsten, gevolgd door de zenders van de STER en SBS-groep.

Uit cijfers uit 2004 blijkt dat de commerciële zenders een groter marktaandeel (46%) hebben dan de publieke zenders (39%). De commerciële omroep met het grootste marktaandeel is dan RTL4, bij de publieke zenders is dit Nederland 2.

Naar RTL4 keken in 2003 vooral 50+-ers en volwassenen in de leeftijdscategorie 35-49 jaar. Van hen was 60% vrouw. De meeste kijkers hebben een hoogst genoten opleiding op MBO-niveau. Bij Nederland 2 neigt de leeftijdsverdeling nog verder naar 50+-ers, met wel een vergelijkbare hoeveelheid kijkers in de leeftijdscategorie 35-49 jaar als RTL4 heeft. Naar Nederland 2 kijken net iets meer mannen (52%) dan vrouwen en het niveau van de hoogst genoten opleiding ligt er lager dan bij RTL4.

De zenders NET5 en Veronica zijn vooral populair onder de kijkersgroep in de leeftijd 20-34 jaar. Vrouwen kijken met name naar NET5 en Nederland 1. NET5 en Veronica zijn tevens populaire zenders onder MBO'ers.

(Bakker & Scholten, 2005)

Internet

Internet deed in 1995 intrede in de huishoudens. Het medium kende een enorme groei en is tegenwoordig absoluut niet meer weg te denken uit het sociaal contact. Toch maakte internet in 2000 een grote knieval toen duidelijk werd dat bedrijven meer in internet investeerden dan het hen opleverde. De populariteit van internet neemt echter sinds 2004 weer toe.

Adverteren op internet is populair, er werd een groei van 30% per jaar geregistreerd. Gelukkig voor die ontwikkeling gaat het hand in hand met een toename van verkoop van producten via het internet.

Het World Wide Web (www) is een onderdeel van internet, maar door het veelvuldige gebruik wordt het vaak met internet vereenzelvigd. WWW bestaat uit honderden webpagina's met allerlei informatie. De meest populaire websites in 2004 waren; startpagina.nl, msn.nl, google.nl, detelefoongids.nl en ilse.nl (al deze webadressen worden voorgegaan door de drie letters www). Internet wordt verder vooral gebruikt voor communicatie via e-mail en chats.

Internet is onder andere bereikbaar via computers, telefoons en tablet-pc's. In 2003 beschikte ruim 70% van de Nederlandse bevolking over een computer met internetaansluiting.

Bedrijven kunnen via internet reclame maken op een aantal manieren. De meest voor de hand liggende is het maken van een eigen website. Elk zichzelf respecterend bedrijf kan eigenlijk niet meer zonder een goed functionerende website om de mogelijke en bestaande klanten mee te informeren. Deze site kan vervolgens gepromoot worden via e-mail en zoekmachines. Pop-ups worden nog wel gebruikt om een website te promoten, maar deze manier van reclame maken wordt als zeer hinderlijk ervaren door de internetgebruiker en doet het imago van het bedrijf geen goed. Digitale advertenties, buttons en banners zijn verder een goede manier om zowel het bedrijf als de bijbehorende website te promoten.

(Bakker & Scholten, 2005)

Reclame

Hoe populair verschillende media zijn om reclame te maken is bekend. De top 5 van media waaraan reclamebudgets werden besteed in 2004 waren;

1. Televisie
2. Dagbladen
3. Folders
4. Radio
5. Tijdschriften

Kosten voor het maken van reclame via de verschillende media worden vaak uitgedrukt in GRP. GRP staat voor Gross Rating Point: de kosten per procent luisterdichtheid. Bij de radio

zijn bedragen per GRP bekend. 3FM was in 2003 het duurste radiostation om bij te adverteren (€417,-), gevolgd door Arrow Classic Rock en SkyRadio.

Een reclamemethode die de bovenstaande top 5 niet haalde is die van buitenreclame. Billboards en mupi's (al dan niet roterende reclameposters met licht erachter) hebben de grootste trefkans in steden, waarbij Billboards daar de beste trefkans hebben. Reclame op een luchtballon of zappelin heeft juist de grootste trefkans in dorpsgebieden.

(Bakker & Scholten, 2005)

Kattenoppas nodig?

Kattenoppasservice Bobby's Love biedt:

- ✓ **intakegesprek**
- ✓ **bezoeken aan huis**
de kat hoeft niet te reizen!
- ✓ **basisbezoeken & flitsbezoeken**
- ✓ **20 minuten & 10 minuten**
gediplomeerd personeel
- ✓ **dierenartsassistent (paraveterinair) en Honden- & Kattenbesluit**
- ✓ **ruim twee jaar ervaring in Leeuwarden**
extra services

o.a. knaagdier- & konijnverzorging, diergezondheidszorg

Kattenoppasservice Bobby's Love is werkzaam in de gemeente Achtkarspelen

 06-10786521 @ m.schotema@live.nl  twitter.com/bobbys_love

Kijk voor meer informatie op

www.bobbyslove.tk



Bobby's Love
Cattery & Kattenoppasservice

Bijlage XII: Algemene voorwaarden oppasservice

Algemene voorwaarden kattenoppasservice Bobby's Love

Marlous Schotema, verder in deze overeenkomst aan te duiden als 'Bobby's Love', en de eigenaar van het dier/de dieren, verder aan te duiden als de klant, verklaren het navolgende onderling te zijn overeengekomen:

- Voorafgaand aan de oppasperiode vindt er een kennismakingsgesprek plaats tussen 'Bobby's Love' en de klant.
- Indien dit bezoek van beide kanten positief wordt ervaren wordt er een contract opgesteld dat door beide partijen wordt ondertekent.
- 'Bobby's Love' is in het bezit van een huissleutel van de klant. Deze wordt beheerd door 'Bobby's Love' en voorzien van een hanger die alleen bij 'Bobby's Love' bekend is.
- De sleutel zal op de laatste dag van de afgesproken oppasperiode discreet in het huis van de klant worden achtergelaten, al dan niet na contact met de klant.
- 'Bobby's Love' gaat zorgvuldig om met de sleutel van de woning van de klant. 'Bobby's Love' is niet aansprakelijk voor diefstal van de huissleutel en de eventuele gevolgen daarvan.
- 'Bobby's Love' is niet aansprakelijk voor inbraak in het huis van de klant, schade aan het huis, inboedel en/of letsel van het dier/de dieren. Daarnaast is 'Bobby's Love' niet aansprakelijk voor de schade aangedaan door het huisdier van de klant in het huis van klant of bij derden.
- Enig gevolg veroorzaakt door weglopen of ontsnappen van het dier/de dieren van de klant, kan niet verhaald worden op 'Bobby's Love'.
- Indien het dier/de dieren tijdens de afwezigheid van de klant medische zorg nodig heeft/hebben naar inzicht van 'Bobby's Love', gaat 'Bobby's Love' met het dier/de dieren naar de dierenarts. Alle kosten die hieruit voortkomen zijn voor rekening van de klant, inclusief de kosten voor het halen en brengen van het dier/de dieren. Bij ingrijpende behandelingen en bij overlijden van het dier neemt 'Bobby's Love' contact op met de klant en/of de opgegeven contactpersoon. De klant gaat ermee akkoord zelf ten alle tijden aansprakelijk te zijn voor het huisdier.
- Lijdt/lijden het dier/de dieren van de klant aan een besmettelijke ziekte of vormt/vormen ze een mogelijk besmettingsgevaar voor mensen of andere dieren en verzuimt de klant dit te melden voorafgaand aan de oppasperiode, dan wordt de schade verhaald bij de eigenaar.
- Gemaakte of te maken kosten ten gevolge van door de medewerkers van 'Bobby's Love' opgelopen ziekten, verwondingen of aandoeningen in het huis van de klant, zijn volledig voor de rekening van de klant.
- 'Bobby's Love' behoudt zich het recht voor om zonder opgave van reden klanten te weigeren.



- Er dient voldoende voeding en verzorgingsmateriaal in het huis van de klant aanwezig te zijn. Bijzonderheden (zoals dieet en medicijnen) dient de klant op voorhand van de oppasperiode aan te geven. Indien er geen of te weinig voer en verzorgingsmateriaal in het huis van de klant aanwezig is, zullen de hiervoor gemaakte extra kosten, na afloop van de oppasperiode in rekening worden gebracht, met een extra bijdrage voor het halen van de producten.
- De betaling dient één week voor aanvang van de afgesproken oppasperiode voldaan te zijn. Bij annulering tot één week voor de afgesproken oppasperiode wordt het volledige bedrag gerestitueerd.
Bij annulering in de week voor aanvang van de oppasperiode wordt 50% van het gehele bedrag in rekening gebracht.
Voor extra kosten gemaakt tijdens de oppasperiode wordt een factuur verstuurd aan de klant. Deze dient binnen twee weken na de factuurdatum te worden voldaan.
- Indien de klant later dan op de overeengekomen datum terugkomt, dient de klant 'Bobby's Love' minimaal 48 uur voor de overeengekomen datum van terugkomst te informeren. De kosten voor de extra dag(en) worden na de gehele oppasperiode in rekening gebracht.
Indien de klant eerder dan de overeengekomen datum terugkomt, dient de klant 'Bobby's Love' hiervan op de hoogte te stellen. Er wordt van het reeds door de klant betaalde bedrag geen geld gerestitueerd.
- 'Bobby's Love' zal naar haar beste kunnen en weten zorg dragen voor het dier/de dieren van de klant gedurende de oppasperiode.
- In deze algemene voorwaarden is de prijs voor de oppasperiode opgenomen, zie bijgevoegde tarievenlijst.

Met ondertekening in tweevoud gaat de klant akkoord met de algemene voorwaarden

'Bobby's Love'

De klant

Naam:

Naam:

Handtekening:

Handtekening:

Plaats:

Datum:

Bobby's Love
Marlous Schotema
H.J. van der Veenstrjitte 14
9283 TP Surhuizum
Tel: 06-39237347
m.schotema@live.nl
Rekeningnummer: 151150915
KvK-nummer:

Z.O.Z.



Tarievenlijst 2012

Kattenoppasservice 'Bobby's Love' hanteert de werkwijze dat de dieren in de eigen woonomgeving blijven en de oppas bij de dieren langs gaat.

'Bobby's Love' hanteert twee soorten bezoek:

Standaardbezoek (20 minuten)

Tijdens dit bezoek wordt het volgende gedaan:

- Kattenbak verschonen
- Voer & water verversen
- Kat aandacht geven
- Huis controleren op eventuele ongelukjes van de kat
- Post verzamelen
- Mogelijke andere werkzaamheden die u van de oppasservice verlangt, zoals het verzorgen van planten of andere huisdieren

Flitsbezoek (10 minuten)

Tijdens dit bezoek wordt het volgende gedaan:

- Kattenbak verschonen
- Voer & water verversen
- Kat kort aandacht geven

Een flitsbezoek kan gezien worden als een korte controle van de kat en diens woonomgeving.

Kattenoppasservice 'Bobby's Love' hanteert de volgende tarieven per bezoek, gebaseerd op de aanwezigheid van één kat:

Standaardbezoek	(1 kat)	€ 8,50
Flitsbezoek	(1 kat)	€ 6,00

Per extra aanwezige kat wordt er een opslagtariet van € 1,00 per bezoek in rekening gebracht.

'Bobby's Love' kan de volgende extra services bieden tegen de vermelde prijzen:

Kattendagboek bijhouden		€ 1,00
Katten 1 keer ontvlooiën	(met Advantage)	€ 6,00
Katten 1 keer ontwormen	(met Milbemax)	€ 5,50
Nagels knippen van de kat		€ 2,00
Verzorgen van andere huisdieren per soort (konijnen, knaagdieren, vissen, vogels)		€ 3,00
Planten water geven	(per keer)	€ 1,00
Stofzuigen	(per keer)	€ 2,00
Containers aan de weg zetten	(per keer)	€ 1,00



Bijlage XIII: Aanmeldingsformulier oppasservice

Aanmeldingsformulier kattenoppasservice Bobby's Love

Datum:

Eigenaar

Naam:
Adres:
Postcode: Woonplaats:
Telefoon 1:
Telefoon 2:

Dierenarts: Adres:
Postcode: Woonplaats:
Tel:

Dier 1

Naam: Geb. datum:
Diersoort:
Ras: Mannelijk/Gecastreerd
..... Vrouwelijk/Gesteriliseerd
Vachtkleur: Vachttekening:
Chipnr:
Hoeveelheid voer:
Medicatie:
Bijzonderheden:
.....

Dier 2

Naam: Geb. datum:
Diersoort:
Ras: Mannelijk/Gecastreerd
..... Vrouwelijk/Gesteriliseerd
Vachtkleur: Vachttekening:
Chipnr:
Hoeveelheid voer:
Medicatie:
Bijzonderheden:
.....

Dier 3

Naam: Geb. datum:
Diersoort:
Ras: Mannelijk/Gecastreerd
..... Vrouwelijk/Gesteriliseerd
Vachtkleur: Vachttekening:
Chipnr:
Hoeveelheid voer:
Medicatie:
Bijzonderheden:
.....



Gezondheid

Is uw dier/ zijn uw dieren ingeënt? Ja/ Nee
Zo ja, wanneer is het dier voor het laatst ingeënt?
Is uw dier/ zijn uw dieren onlangs nog ziek geweest? Ja/ Nee
Zo ja, welke ziekte?
Zijn er nog bijzonderheden betreffende de gezondheid? Ja/ Nee
Zo ja, welke zijn dat?

Karakter/Gedrag

Is uw dier/ zijn uw dieren sociaal tegenover onbekende mensen? Ja/ Nee
Kan uw dier/ kunnen uw dieren goed met andere dieren opschieten? Ja/ Nee
Heeft uw dier/ hebben uw dieren problemen met vervoer in een reismand? Ja/ Nee
Is uw dier/ zijn uw dieren bang voor bepaalde dingen? Ja/ Nee
Zo ja, welke dingen?



Afspraken

De oppasperiode is vant/m.....

	Ochtendbezoek	Middagbezoek	Avondbezoek
Standaardbezoek			
Flitsbezoek			

Standaardbezoek (1 kat)

€ 8,75

Kattenbak verschonen	Ja/ Nee
Voer & water verversen	Ja/ Nee
Kat aandacht geven	Ja/ Nee
Huis controleren op eventuele ongelukjes van de kat	Ja/ Nee
Post verzamelen	Ja/ Nee

Flitsbezoek (1 kat)

€ 6,50

Extra werkzaamheden

Kattendagboek bijhouden	Ja/ Nee	€ 1,00
Katten 1 keer ontvlooiën (met Advantage)	Ja/ Nee	€ 6,00
Katten 1 keer ontwormen (met Milbemax)	Ja/ Nee	€ 5,50
Nagels knippen van de kat	Ja/ Nee	€ 2,00
Verzorgen van andere huisdieren per soort (konijnen, knaagdieren, vissen, vogels)	Ja/ Nee	€ 2,50
Planten water geven (per keer)	Ja/ Nee	€ 1,00
Stofzuigen (per keer)	Ja/ Nee	€ 2,50
Containers aan de weg zetten (per keer)	Ja/ Nee	€ 1,00
Contact op laatste dag	Ja/ Nee	

Totale kosten oppasperiode: €,.....

Opmerking(en) van de eigenaar:



Bijlage XIV: Contract oppasservice

Contract kattenoppasservice Bobby's Love

De ondergetekenden:

Marlous Schotema
H.J. van der Veenstrjitte 14
9283 TP
Surhuizum
Tel: 06-39237347

hierna te noemen 'Bobby's Love',

en

Naam:
Adres:
Postcode/Plaats:
Telefoonnummers:

hierna te noemen 'klant',

komen hierbij het volgende overeen:

- 'Bobby's Love' zal van-.....-..... t/m-.....-..... voor de volgende dieren zorgen:
- (Dier 1)
- (Dier 2)
- (Dier 3)

De klant zal het volgende bedrag overmaken op rekeningnummer 15.11.50.915 op naam van M.G. Schotema €,.....

Met ondertekening van dit document wordt tevens akkoord gegaan met de algemene voorwaarden.

'Bobby's Love'

Bezitter van het dier/de dieren

Naam:

Naam:

Handtekening:

Handtekening:

Plaats:

Datum:

Bijlage XV: Algemene voorwaarden cattery

Algemene voorwaarden cattery Bobby's Love

Marlous Schotema, verder in deze overeenkomst aan te duiden als 'Bobby's Love', en de koper van het kitten/de kittens, verder aan te duiden als de klant, verklaren het navolgende onderling te zijn overeengekomen:

- De klant mag het kitten komen bezoeken vanaf de leeftijd van zes weken.
- Wanneer de klant van de cattery schade berokkent aan eigendommen van Bobby's Love valt deze onder de aansprakelijkheidsverzekering van de klant.
- 'Bobby's Love' ontwormt en ontvlooit de kittens volgens de richtlijnen van de dierenarts. Daarnaast zullen de kittens ingeënt zijn tegen kattenziekte en niesziekte.
- De kittens van 'Bobby's Love' zijn gechipt en gezond verklaard voor de dierenarts.
- Kittens mogen het nest verlaten vanaf de leeftijd van 12 weken.
- 'Bobby's Love' geeft de klant het volgende mee:
 - Een huisdierpaspoort
 - Een kittenpakket
 - Inschrijfformulier voor het chipnummer bij het NDG
 - Afstammingsbewijs van het kitten
- Voorafgaand aan de koop van het kitten vindt er een kennismakingsgesprek plaats tussen 'Bobby's Love' en de klant.
- Indien dit kennismakingsgesprek van beide kanten positief wordt ervaren wordt er een contract opgesteld dat door beide partijen wordt ondertekent.
- 'Bobby's Love' zal naar haar beste kunnen en weten zorg dragen voor het kitten en verwacht dat de klant dit ook zal doen.
- Het kitten mag alleen voor de fok worden ingezet na goedkeuring van 'Bobby's Love'.
- 'Bobby's Love' wil graag dat wanneer de klant niet met het kitten gaat fokken, deze gecastreerd wordt op een leeftijd van 6 maanden.
- Wanneer het kitten gekocht wordt door een medefokker wil 'Bobby's Love' graag de mogelijkheid hebben om een kitten te kopen uit een nest dat gefokt wordt met de gekochte kat.
- Als het verkochte kitten voordat het de leeftijd van zes maanden bereikt een ziekte krijgt waarvan de oorzaak ligt bij de cattery, vergoed 'Bobby's Love' de klant de ziektekosten tot 50% van de aanschafwaarde van het kitten.
- In het geval dat het kitten komt te overlijden voor het de leeftijd van zes maanden heeft bereikt en de klant kan bewijzen dat de oorzaak hiervan bij de cattery ligt, biedt de cattery de klant een nieuw kitten aan. Dit kitten zal komen uit een bestand of



eerstvolgend nest. De klant is niet verplicht op dit aanbod in te gaan. Er wordt geen geld gerestitueerd.

- De klant dient de betaling voor of op de dag van de aankoop te voldoen.
- De klant verplicht zich jegens 'Bobby's Love' zorg te dragen voor een passende en behoorlijke behandeling van het kitten. Indien beide partijen van mening verschillen over de vraag of het kitten de nodige zorg wordt onthouden, zal deze vraag aan een door 'Bobby's Love' aan te wijzen dierenarts worden voorgelegd. De klant verplicht zich aan het onderzoek van de dierenarts mee te werken en het kitten daarvoor ter beschikking te stellen. De kosten van de dierenarts worden in eerste instantie voldaan door 'Bobby's Love'. Mocht echter blijken dat het kitten de nodige zorg onthouden is, dan heeft 'Bobby's Love' het recht om het kitten terug te nemen. De klant verplicht zich aan de teruggave van het kitten, met overhandiging van de stamboom, mee te werken en heeft in dat geval recht op een restitutie van maximaal 50% van het aankoopbedrag. Dit bedrag wordt verminderd met de transportkosten en de eventuele kosten van de ingeschakelde dierenarts.
- Indien de klant het kitten verkoopt aan een andere partij dient 'Bobby's Love' hiervan schriftelijk op de hoogte te worden gesteld. Blijft de klant hierbij in gebreke, dan wordt hiermee een boeten van € 250,- geriskeerd.

Met ondertekening in tweevoud gaat de klant akkoord met de algemene voorwaarden

'Bobby's Love'

De klant

Naam:

Naam:

Handtekening:

Handtekening:

Plaats:

Datum:

Bobby's Love
Marlous Schotema
H.J. van der Veenstrjitte 14
9283 TP Surhuizum
Tel: 06-39237347
m.schotema@live.nl
Rekeningnummer: 151150915
KvK-nummer:



Bijlage XVI: Contract cattery

Contract cattery Bobby's Love

De ondergetekenden:

Marlous Schotema
H.J. van der Veenstrjitte 14
9283 TP Surhuizum
e-mail: m.schotema@live.nl
Telefoon: 06-39237347
website: <http://www.bobbyslove.tk>

hierna te noemen 'Bobby's Love',

en

Naam:
Adres:
Postcode/Plaats:
Telefoonnummers:

hierna te noemen 'de klant',

komen hierbij het volgende overeen:

- 'Bobby's Love' verbindt zich het dier te leveren aan de klant, die hiervoor het bedrag van € is verschuldigd aan 'Bobby's Love' over te maken op rekeningnummer 15.11.50.915 of contant te voldoen op het moment van verkoop. Indien het geld wordt overgemaakt dient het bedrag binnen te zijn op de datum van overdracht van het kitten.
- De datum waarop het dier door de klant bij 'Bobby's Love' zal worden afgehaald, danwel de datum waarop het dier door 'Bobby's Love' bij de klant wordt gebracht is
- Het betreft het kitten
..... (naam kat)
..... (ras)
geboren uit de combinatie van kater
..... (naam kater)
..... (ras)
en poes
..... (naam poes)
..... (ras)
geboren op, geslacht M/V
chipcode
bijzondere kenmerken
.....



- Bij aflevering zijn er wel/geen gebreken geconstateerd.
In geval van constatering van gebreken verleend 'Bobby's Love' de klant een reductie van €,.....
- 'Bobby's Love' is verplicht om het kitten met meelevering van in de algemene voorwaarden genoemde artikelen, op de hierboven genoemde datum in eigendom over te dragen aan de klant. Indien de artikelen niet door de klant ontvangen zijn op de eerder genoemde datum van overdracht van het dier, verplicht 'Bobby's Love' zich om de artikelen binnen twee weken na ontvangst persoonlijk te overhandigen aan, of bij aangetekend schrijven, danwel met bericht van ontvangst ter post te bezorgen bij de klant.
- Dit kitten mag wel/niet voor de fok worden ingezet.
- De klant kan een optie nemen op een bepaald kitten, tegen betaling van 50% van de afgesproken verkoopprijs. In dat geval wordt het kitten niet meer beschikbaar gesteld aan andere kopers. Indien een klant interesse toont in een kitten, maar geen optie wil nemen kan niet worden gegarandeerd dat het kitten nog beschikbaar zal zijn op een later tijdstip.

Met ondertekening van dit document gaat u tevens akkoord met de algemene voorwaarden.

'Bobby's Love'

De klant

Naam:

Naam:

Handtekening:

Handtekening:

Plaats:

Datum:

Bobby's Love
Marlous Schotema
H.J. van der Veenstrjitte 14
9283 TP Surhuizum
Tel: 06-39237347
m.schotema@live.nl
Rekeningnummer: 151150915
KvK-nummer:

Bijlage XVII: Liquiditeitsoverzicht 2013

Tabel 52 Liquiditeitsoverzicht 2013

	<i>Kasverlagend</i>	<i>Kasverhogend</i>	
Inkoop vaste activa cattery	€ 921	€ 1.725	Verkoop producten cattery
Inkoop vlottende activa cattery	€ 725	€ 7.997	Verkoop diensten oppasservice
Inkoop vaste activa oppasservice	€ 1.500		
Inkoop vlottende activa oppasservice	€ -		
Aflossen lening	€ 516		
Loon eigenaresse	€ 3.683		
Benzinekosten oppasservice	€ 1.694		
Promotiekosten oppasservice	€ 484		
BTW afdracht	€ 1.277		
<i>Eindsaldo</i>		€ 1.077	
<i>Resultaat</i>	€ 10.799	€ 10.799	

Bijlage XVIII: Resultatenrekening 2013

Tabel 53 Resultatenrekening 2013

Netto-omzet cattery	€ 1.725
netto-omzet oppasservice	€ 7.997
<i>Totaal</i>	€ 9.722
Kostprijs omzet cattery	€ 945
Kostprijs omzet oppasservice	€ 5.376
<i>Bruto omzetresultaat</i>	€ 3.401
Verkoopkosten	€ 484
Som der kosten	€ 484
<i>Bedrijfsresultaat</i>	€ 2.917
Afschrijvingen inventaris	€ 227
Afschrijving auto	€ 300
Afschrijvingen poes	€ 240
<i>Resultaat voor belasting</i>	€ 2.450
Belasting over resultaat 19%	€ 1.605
<i>Resultaat na belasting</i>	€ 845

Bijlage XIX: Liquiditeitsoverzicht 2014

Tabel 54 Liquiditeitsoverzicht 2014

	<i>Kasverlagend</i>	<i>Kasverhogend</i>	
Inkoop vaste activa cattery	€ 1.315	€ 3.450	Verkoop producten cattery
Inkoop vlottende activa cattery	€ 752	€ 26.056	Verkoop diensten
Inkoop vaste activa oppasservice	€ -		oppasservice
Inkoop vlottende activa oppasservice	€ -		
Aflossen lening	€ -		
Loon eigenaresse	€ 11.998		
Benzinekosten oppasservice	€ 5.519		
Promotiekosten oppasservice	€ 674		
BTW afdracht	€ 4.816		
Toename	€ 4.433		Afname
<i>Resultaat</i>	€ 29.506	€ 29.506	

Bijlage XX: Resultatenrekening 2014

Tabel 55 Resultatenrekening 2014

Netto-omzet cattery	€ 3.450
netto-omzet oppasservice	€ 26.056
<i>Totaal</i>	€ 29.506
Kostprijs omzet cattery	€ 1.890
Kostprijs omzet oppasservice	€ 17.517
<i>Bruto omzetresultaat</i>	€ 10.100
Verkoopkosten	€ 674
Som der kosten	€ 674
<i>Bedrijfsresultaat</i>	€ 9.426
Afschrijvingen inventaris	€ 227
Afschrijving auto	€ 300
Afschrijvingen poes	€ 600
<i>Resultaat voor belasting</i>	€ 8.598
Belasting over resultaat 19%	€ 4.816
<i>Resultaat na belasting</i>	€ 3.782