

AFSTUDEERWERKSTUK

De beweegredenen van consumenten voor het gebruik van therapeutische producten ter voorkoming of in de ondersteuning in de genezing van blessures bij paarden



Jory Brummer
3027691
Aeres Hogeschool te Dronten

AFSTUDEERWERKSTUK

De beweegredenen van consumenten voor het gebruik van therapeutische producten ter voorkoming of ondersteuning van de genezing van blessures bij paarden

Door: Jory Brummer
Studentnummer: 3027691
Opleiding: Bedrijfskunde en Agribusiness
Major: Hippische Bedrijfskunde
School: Aeres Hogeschool te Dronten
Klas: 4BP
Afstudeerbegeleider: Tineke de Ridder
Datum: 6 juni 2022

DISCLAIMER

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

Voorwoord

Voor u ligt het afstudeerwerkstuk “De beweegredenen van consumenten voor het gebruik van therapeutische producten ter voorkoming of ondersteuning van de genezing van blessures bij paarden”. Geschreven als onderdeel voor het afstuderen aan de opleiding Bedrijfskunde en Agribusiness, major Hippische Bedrijfskunde aan de Aeres Hogeschool te Dronten. Het onderwerp is gekozen vanuit mijn eigen interesse naar marketing en therapeutische producten in de hippische sector. Vanuit mijn stage bij Horse Control, exclusief distributeur van de Vitafloor trilplaat, heb ik voor dit onderwerp gekozen.

Aan het begin van mijn stageperiode had ik een gesprek met mijn stagebegeleider over de verschillende klanten die het bedrijf heeft, van revalidatiecentra tot aan pensionstallen en particulieren. We hadden het over marketing, hoe de verschillende klanten bij hen terecht komen en hoe verschillend de manier is waarop mensen besluiten. Het wekte bij mij de vraag op; wat is de werkelijke beweegreden van de koper om de Vitafloor aan te schaffen of te gebruiken? Vanuit deze vraag ben ik mij gaan richten op therapeutische producten die gericht zijn op het voorkomen en het ondersteunen in de genezing van blessures bij het paard.

Op basis van dit onderzoek wordt er een marketingadvies gegeven gericht aan de producenten en de verkopende- en verhurende ondernemers van deze therapeutische producten zodat zij hun doelgroep nog beter kunnen bedienen en benaderen.

Ten opzichte van het vooronderzoek zijn er in hoofdstuk 1 Inleiding en hoofdstuk 2 Materiaal & Methode aanpassingen gedaan. De wijzigingen hebben betrekking tot de termen ‘preventieve therapieën’ en ‘innovatie’. Ook is het gebruik van therapeutische producten als ‘dienst’ anders verwoord. De definitie van welzijn, gevolgd door de vijf vrijheden van Brambell zijn vervangen door wetenschappelijk onderbouwde bronnen. Daarnaast zijn er in Hoofdstuk 2 wijzigingen aangebracht aan de deelvragen en de onderzoeksmethoden. Graag verzoek ik de toegewezen beoordelaars deze hoofdstukken opnieuw te beoordelen.

Graag wil ik mijn afstudeerbegeleider Tineke de Ridder bedanken voor haar feedback en ondersteuning tijdens het schrijven van mijn afstudeerwerkstuk. Daarnaast wil ik mijn stagebegeleider Petra Hibma-Versteeg, Horse Control, bedanken voor de ervaring op het gebied van marketing en therapeutische producten in de Hippische sector. Als laatste wil ik iedereen in mijn omgeving bedanken die mij tijdens deze periode van advies en feedback hebben voorzien.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Jory Brummer

Baak, juni 2022

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Samenvatting.....	6
Summary	7
Hoofdstuk 1 Inleiding	8
1.1 <i>Aanleiding en relevantie</i>	<i>8</i>
1.2 <i>Trends & ontwikkelingen in de hippische sector</i>	<i>9</i>
1.3 <i>Welzijn.....</i>	<i>9</i>
1.3.1. <i>Blessures bij paarden</i>	<i>11</i>
1.4 <i>Innovaties.....</i>	<i>12</i>
1.5 <i>Therapeutische producten</i>	<i>13</i>
1.6 <i>Marketing.....</i>	<i>14</i>
1.6.1. <i>Oriëntatie- en koopgedrag.....</i>	<i>14</i>
1.6.2. <i>Sociale media</i>	<i>16</i>
1.6.3. <i>Onbewuste keuzeprocessen</i>	<i>17</i>
1.7 <i>Knowledge gap.....</i>	<i>18</i>
1.8 <i>Afbakening</i>	<i>18</i>
1.9 <i>Hoofd- en deelvragen.....</i>	<i>19</i>
1.10 <i>Doel en relevantie</i>	<i>19</i>
Hoofdstuk 2 Materiaal & Methode	20
2.1 <i>Diepte-interviews doelgroep.....</i>	<i>20</i>
2.2 <i>Onderzoeksmethode per deelvraag.....</i>	<i>21</i>
Hoofdstuk 3 Resultaten	23
3.1 <i>Algemeen</i>	<i>23</i>
3.2 <i>Deelvraag 1: Wat is het probleem waar de hippische consument een oplossing voor zoekt door middel van een therapeutisch product?.....</i>	<i>25</i>
3.3 <i>Deelvraag 2: Hoe ziet de oriëntatiefase van de hippische consument ten opzichte van therapeutische producten eruit?.....</i>	<i>26</i>
3.4 <i>Deelvraag 3: Wat geeft de doorslag bij het daadwerkelijk overgaan tot aankoop of gebruik van therapeutische producten?</i>	<i>29</i>
Hoofdstuk 4 Discussie	31
Hoofdstuk 5 Conclusie & aanbevelingen	33
5.1. <i>Conclusie</i>	<i>33</i>
5.2 <i>Advies.....</i>	<i>34</i>
Bronnen	36
Bijlage I Verkoopstijging therapeutische producten.....	41

Bijlage II Interviewvragen gebruikers en/ of geïnteresseerden	42
Bijlage III Enquêtevragen.....	43
Bijlage IV Resultaten Interviews	46
Bijlage V Enquêteresultaten	82

Samenvatting

Er blijkt een groeiende vraag te zijn naar therapeutische producten, welke terug te zien is in stijgende verkoopcijfers van verkopers en producenten. Eerder gedane onderzoeken geven weer dat consumenten met name interesse hebben in producten gericht op (nieuwe) vormen van technologie in de paardensport, het voorkomen en het ondersteunen van gezondheidsproblemen en het verbeteren van prestaties. Echter zijn deze onderzoeken uitgevoerd in 2018 en geven geen compleet beeld weer wat de consument beweegt. Met dit onderzoek is de achterliggende gedachte en het oriëntatie- en koopproces van de consument, van therapeutische producten, overzichtelijk gekregen.

De hoofdvraag luidt: *‘Wat zijn de beweegredenen van de hippische consument om over te gaan tot koop of gebruik van therapeutische producten?’*

Om tot dit antwoord te komen is er onderzoek gedaan door middel van kwalitatief en kwantitatief onderzoek: Deskresearch, een enquête en diepte-interviews.

Opvallende resultaten waren dat 7 van de 8 geïnterviewde deelnemers voor het eerst van het product hoorden via vrienden, bekenden & stalgenoten en 5 van de 8 via de dierenarts of een revalidatiestal. Daarnaast bleek dat degenen die de vraag “heeft u vergeleken met andere producten?” met ‘nee’ hebben beantwoord, voor het eerst kennisgemaakt hebben met deze producten via vrienden, bekenden of stalgenoten. Uit de enquête kwam echter naar voren dat het merendeel van 37,3% het product voor het eerst gezien heeft via social media. De consumenten hebben daarnaast aangeven dat het hebben van een blessure of het willen ondersteunen van het paard, de voornaamste redenen zijn waarom men overgaat tot het kopen van therapeutische producten. Het product komt men voor het eerst tegen via social media of bekenden. Daarnaast vindt men het moeilijk om betrouwbare informatie te vinden en prijzen worden als te hoog beschouwd. Echter is dit te verwaarlozen wanneer de consument de prijs-kwaliteitverhouding goed acht. Er wordt waarde gehecht aan het kunnen uitproberen van het product voordat het gekocht hoeft te worden. Producten die simpel in gebruik zijn, weinig tijd kosten en werk verlichten zijn erg in trek.

De aanbevelingen naar aanleiding van dit onderzoek zijn erop gericht om producenten en verkopers van therapeutische producten te helpen de doelgroep beter te kunnen aanspreken en bedienen. Aanbevolen wordt om op korte termijn de communicatie uitingen te richten op het helpen herstellen van blessures en in het ondersteunen van de algehele gezondheid en training van het paard. In communicatie naar de consument toe dienen gebruikersgemak en werkverlichting naar voren te komen. Daarnaast moet de consument gestimuleerd worden gebruikersreviews te verspreiden.

Op langer termijn dient er gekeken te worden naar prijs-kwaliteitverhouding, gebruikersgemak en het creëren van betrouwbare informatie.

Summary

There appears to be a growing demand for therapeutic products, which is reflected in increasing sales figures from sellers and manufacturers. Previous studies show that consumers are particularly interested in products aimed at (new) forms of technology, the prevention and supporting the healing of health problems and improving performance. However, these studies were conducted in 2018 and does not give a good overview of what motivates consumers.

The aim of this research is to gain an overview of the underlying motives and the orientation and purchasing process of the consumer of therapeutic products.

The main question is: *'What are the underlying motives of the equestrian consumer to buy or use therapeutic products?'*

To arrive at this answer, research was done by means of qualitative and quantitative research: Desk research, a survey and in-depth interviews.

Striking results were that 7 out of 8 interviewed participants heard about the product for the first time through friends, acquaintances & stable mates and 5 out of 8 through the vet or a rehabilitation centre. In addition, those who answered 'no' to the question of whether a comparison with other products was made, appeared to have become acquainted with these products through friends, acquaintances, or stable mates. However, the survey showed that the majority of 37.3% had seen the product for the first time through social media, which contradicts with the outcome of the interviews. Consumers also indicated that having an injury or wanting to support the horse in his well-being, are the main reasons why people buy therapeutic products. The product is first encountered through social media or acquaintances. In addition, people find it difficult to find reliable sources of information and prices are considered too high. However, this is negligible if the consumer considers the price-quality ratio to be good. Consumers value being able to try out the product before it must be purchased. Products that are simple in use, take little time and lighten work are very popular.

The recommendations arising from this research are aimed at helping manufacturers and sellers of therapeutic products to better address and serve the target group. It is recommended that on the short run, advertisements should be aimed at injury recovery and to support the general health and training of the horse. Qualities like user-friendliness and work lighting should be clearly visible in communication towards the consumer. In addition, consumers should be encouraged to disseminate user reviews.

On the long run, price-quality ratio, ease of use and the creation of reliable information and sources should be considered.

Hoofdstuk 1 Inleiding

In dit hoofdstuk zal er een introductie gegeven worden van het te onderzoeken onderwerp. Via de aanleiding en de verdieping zal er tot een knowledge gap gekomen worden waarna er deelvragen opgesteld worden die tot uiteindelijk na uitvoering van het onderzoek tot een antwoord op de hoofdvraag zullen leiden.

1.1 Aanleiding en relevantie

Uit het Nationaal Ruiteronderzoek 2020 is gebleken dat producten met het oog op welzijn en het verbeteren van de prestatie van het paard de afgelopen jaren een vlucht hebben genomen (HAS Hogeschool, 2020). Echter blijkt dat sommigen de producten zelfs kopen om ze na niet, of nauwelijks gebruik, op een plank in de kast te hebben liggen (MajaR, 2017). De vraag is, wat is de onderliggende reden van de hippische consument van nu om dit soort producten aan te schaffen of te gebruiken en dan met name de producten die toegepast kunnen worden om blessures te voorkomen of te ondersteunen in de genezing.

Wanneer er gekeken wordt naar de Hippische Monitor, een jaarlijks uitgebracht rapport dat wordt samengesteld uit verschillende onderzoeken uitgevoerd door de HAS Hogeschool en Trendpanel paard, zijn vanaf de uitgave van 2017 innovaties een jaarlijks terugkerend thema.

Het Sports Innovation lab en Stanford University hebben beiden een overzicht gemaakt van de belangrijkste trends in sportinnovatie. Waar in de sport in het algemeen de nadruk van slimme meters ligt op het verbeteren van de sportprestatie zou in de paardensport meer de nadruk moeten liggen op welzijn en veiligheid. En dan misschien nog wel het meest de veiligheid en welzijn van het paard. In het HAS Ruiteronderzoek van 2018 is er aan de respondenten gevraagd waaraan een innovatie moest bijdragen, wilden paardensporters bereid zijn om er geld aan uit te geven, werd er duidelijk zichtbaar dat respondenten bereid zijn om geld uit te geven aan een innovatie die bijdraagt aan de veiligheid of het welzijn van hun paard. Tevens bestaat de top drie van vijf functies van technologie in de paardensport uit:

1. (Nieuwe) vormen van technologie in de paardensport
2. Gezondheid: Voorkomen en genezen
3. Verbeteren prestaties

(HAS Hogeschool, 2018)

Er is navraag gedaan bij een drietal producenten en verkopers van therapeutische producten die blessures dienen te helpen voorkomen of ondersteunen in de genezing ervan. Er werd door hen aangegeven het afgelopen jaar een stijging te hebben gezien in verkopen. Twee van hen hebben aangegeven een stijging te zien van 30% - 77%. Een derde heeft verkoopcijfers van het eerste kwartaal van 2021 vergeleken met het eerste kwartaal van 2022. Daar waar sommige producten gelijk zijn gebleven, zijn de verkopen van andere producten met 50% tot 150% gestegen. De vraag naar therapeutische producten blijkt daarmee groot te zijn. De bedrijven met bijbehorende cijfers zijn te terug te vinden in bijlage I.

1.2 Trends & ontwikkelingen in de hippische sector

Elke dag genieten ruim een half miljoen ruiters en paardeneigenaren van hun paard en de interactie met dit edele dier. De ontwikkelingen binnen de hippische sector bieden arbeidsmogelijkheden, kennis, innovatie en (economische) waarde. Het is qua economie de op een na belangrijkste sector in de Agro-food (Kersten, 2020). Nederland haalt maar liefst een omzet van 2 miljard uit de hippische sector (Hover & Van Eldert, 2019). De hippische sector is daarnaast van grote sociaal-maatschappelijke betekenis maar leeft nog vaak in een eigen bubbel (Kersten, 2020). Vanuit de maatschappij en de politiek wordt er de laatste jaren steeds kritischer gekeken naar de sectoren waarin er professioneel met dieren omgegaan wordt. Hoewel de hippische sector daarbij minder onder het vuur ligt dan de voedselproducerende sectoren, zullen hier lessen uit getrokken moeten worden. Het is belangrijk dat er maatschappelijk draagvlak is voor de paardensport en dat kan alleen door een positief beeld neer te zetten van de hippische branche. Dat vraagt op sommige gebieden wellicht om investeringen of veranderingen. Goede verzorging van de dieren, in de breedste zin van het woord, is uiteindelijk niet alleen voor het paard, maar ook voor de ondernemer en uiteindelijk de hele hippische sector lucratief. Goede verzorging betaalt zich uit, niet alleen financieel, maar ook qua toekomstperspectieven (FNRS, z.d.).

Ondanks dat de sector niet voorop lijkt te lopen wanneer het aankomt op het omarmen van verandering en de paardensport met de wereld daaromheen vele tradities kent, is de hippische sector meer dan ooit in beweging: De sportwereld verandert, net als het retail landschap en het verenigingsleven. Is men in staat om de 'levenscyclus' van de paardensport te verlengen? Dat kan alleen maar door te innoveren. De wil om te veranderen is er: Het gros van de ondernemers geeft aan te willen innoveren (HAS Hogeschool, 2018). Huidige trends en ontwikkelingen in onder andere welzijn, innovaties en het gebruik van social media zijn hier het gevolg van (Fouragehandel Bus, 2021). In komende paragrafen worden deze trends en ontwikkelingen verder uitgewerkt en toegelicht.

1.3 Welzijn

Het waarborgen van het welzijn en het verantwoordelijk sporten met paarden wordt een steeds grotere kwestie. Beoefenaars van de sport denken vaak dat dit al op de juiste manier gedaan wordt, maar in de ogen van de buitenwereld wordt daar regelmatig anders over gedacht (Fouragehandel bus, 2021). Zo werden de Europese Kampioenschappen in Rotterdam te midden van de rit van de Nederlander Marc Houtzager verstoord door dierenactivisten die met borden het terrein opliepen. Met groter letters stond er op het lichaam van één van de activisten de tekst 'EK Abuse' en 'Stop Horse Slavery' geschreven (Jansen & Veurtjes, 2019). Voor de toekomst van de sector is het belangrijk dat de maatschappij de paardenhouderij ook steunt. De sector moet daarom veel aandacht besteden aan dierenwelzijn. De maatschappij verwacht dat paarden in de juiste omstandigheden kunnen leven, met bewegingsvrijheid en contact met andere paarden

(Veldman, 2021). Uit onderzoek naar de publieke opinie blijkt dat 50% van de Nederlanders vindt dat de politiek het houden van paarden en paardrijden niet mag verbieden. Ruim 59% is van mening dat de politiek zelfs meer verantwoordelijkheid bij paardeneigenaren mag neerleggen, zie figuur 1. In 2007 kreeg de paardensector, naar aanleiding van de nota Dierwelzijn, opdracht van de toenmalige minister Verburg van Landbouw om een gedetailleerd welzijnsplan op te stellen. Het plan van aanpak Paardenwelzijn werd opgesteld door de Sectorraad Paarden. In 2011 werd deze gevolgd door de Gids voor Goede Praktijken. Hierin heeft de sector 12 basisregels vastgesteld aan de hand waarvan paarden en pony's gehouden en verzorgd moeten worden (HAS Hogeschool, 2020). De 12 basisregels uit de Gids voor Goede Praktijken waarop het KPW is gebaseerd heeft onder andere betrekking op voeding, boxgrootte, beweging, gedrag maar ook op het couperen (amputeren) van staarten en zijn praktische handvatten voor elke paardenhouder. Paardenbedrijven die aan de gestelde welzijnsnorm voldoen, krijgen het Keurmerk Paard en Welzijn (Sectorraad Paarden, z.d.). In 2014 werd er vanuit de Welzijns Monitor Paardenhouderij het Keurmerk Paard en Welzijn (KPW) ontwikkeld en in de markt gezet (HAS Hogeschool, 2020). In 2017 is deze overgenomen door de Sectorraad Paarden (SRP). Het keurmerk is wetenschappelijk onderbouwd en wordt ondersteund door de belangrijkste organisaties in de paardensector (Sectorraad Paarden, z.d.).

De definitie voor paardenwelzijn die tijdens dit onderzoek gehanteerd wordt zodat hier later in het advies geen onduidelijkheden over ontstaan:

"... how an animal is coping with the conditions in which it lives. An animal is in a good state of welfare if (as indicated by scientific evidence) it is healthy, comfortable, well nourished, safe, able to express innate behaviour, and if it is not suffering from unpleasant states such as pain, fear, and distress"
(Alonso et al., 2020)

Het 2020 Five Domains Model om het dierenwelzijn te kunnen beoordelen sluit hier goed bij aan. Domein drie is voor dit onderzoek relevant aangezien dit domein zich richt op de gezondheid van het paard. Dit domein focust zich op de impact op het welzijn van het paard wanneer een paard gewond, ziek of fysiek niet gezond is (Mellor et al., 2020). Een goede gezondheid is onder andere positief voor het welzijn van het paard volgens het 'Protocol Welfare Monitoring System' ontworpen door de Wageningen universiteit. Onder een goede gezondheid wordt bijvoorbeeld hoof conditie, de afwezigheid van kreupelheden/verdikking van de benen en de afwezigheid van ongemakkelijkheden aan de rugspieren

Figuur 1 Mening nationaal Ruiteronderzoek gebruik paard

In welke mate bent u voor- of tegenstander van het houden van paarden?	Voor	Neutraal	Tegen
Als paardenbezitters en paardenhouders zich houden aan gedragsregels van de Gids voor Goede Praktijken	81%	17%	2%
Als paardenbezitters en paardenhouders zich houden aan het Keurmerk Paard en Welzijn	79%	19%	2%

De mate waarin Nederlanders voorstander zijn van het houden van paarden, neemt toe als paardeneigenaren zich houden aan gedragsregels en het Keurmerk Paard en Welzijn.

Wat vindt u?	Zeker	Neutraal	Zeker niet
Moet er worden ingegrepen als paarden worden mishandeld of verwaarloosd?	89%	10%	1%
Moet regelgeving het welzijn van dieren, die in sport en recreatie worden ingezet, waarborgen?	77%	21%	2%
Moeten regels en/of wetgeving het welzijn van paarden garanderen?	81%	18%	1%

Ja natuurlijk moet er ingegrepen worden als paarden worden mishandeld of verwaarloosd. Verantwoord paardrijden en houden van paarden krijgt vorm door regels en/of wetgeving om het welzijn van paarden te garanderen.

Opmerking. Overgenomen uit Hippische Monitor 2020 (p. 9) door HAS Hogeschool, 2020
(https://issuu.com/hashogeschool/docs/hippische_monitor_2020_-_has_hogeschool)

verstaan (Wageningen UR Livestock Research, 2012). Preventief behandelen kan daarom tevens kosten besparen aangezien het de kans dat het tot een blessure komt verkleint (Van Oosterum, 2018).

1.3.1. Blessures bij paarden

De 12 basisregels van de Gids voor Goede Praktijken heeft zoals zojuist benoemd betrekking op onder andere beweging. Wanneer er gekeken wordt naar een gezonde beweging van een paard is het een voortdurend zoeken naar een juiste balans tussen belasting en belastbaarheid, waarbij te weinig bewegen ook tot blessures kan leiden. Blessures zijn daarmee belangrijk om te benoemen aangezien preventieve therapieën gericht zijn op het voorkomen van deze blessures. Daarvoor is het allereerst belangrijk om te weten hoe en waarom blessures ontstaan.

Bijna alle blessures bij paarden zijn gewricht gerelateerd. Pees- en ligament blessures zijn relatief veel voorkomend bij paarden die veel belast worden zoals bijvoorbeeld bij racen, springen en endurance (sporthorses.vet, 2017). Een opsomming van veel voorkomende blessures bij paarden zijn:

Figuur 2 Opbouw pezen in het paardenbeen

- **Peesblessures:**

Pees en ligament blessures vallen onder de meest voorkomende oorzaken van een vervroegd pensioen in sportpaarden en zijn verantwoordelijk voor ongeveer 43-54% van alle musculoskeletale verwondingen van sportpaarden (Pascoe, 2011)..

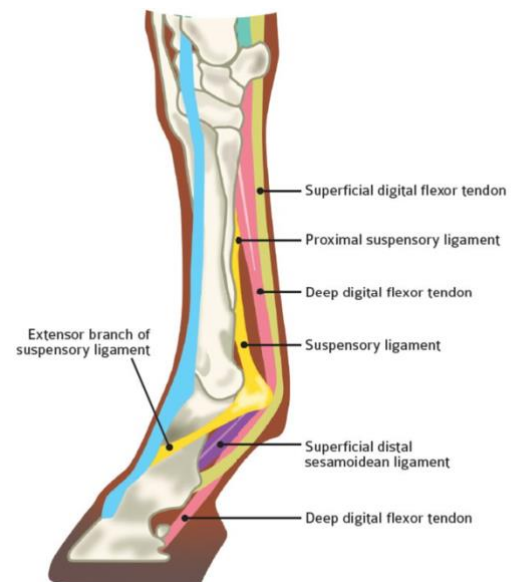
- *Tussenpees blessure*

Tussenpees blessures zijn één van de meest voorkomende redenen van kreupelheid bij paarden. De functie van de tussenpees is het voorkomen van het overmatig strekken van de kogelgewrichten tijdens de gewicht dragende fase van een paard (Carrozzo et al., 2019). Wanneer het paard het been overbelast kan de tussenpees overstrekt worden. Door herhaaldelijke overbelasting zal de blessure verergeren en kan het zelfs resulteren in het scheuren van het ligament of zelfs een botbreuk wanneer de pees afscheurt (Pascoe, 2011).

- *Blessure diepe buiger (DDFT) & oppervlakkige buiger (SDFT)*

Ook blessures aan de Deep Digital Flexor Tendon (DDFT) en de Superficial Digital Flexor Tendon (SDFT) zijn grote veroorzakers van kreupelheden bij paarden. Bij 75-93% van de peesblessures gaat het zelfs om een blessure aan de oppervlakkige buiger (Ehrle et al., 2021). De functie van de buigers is om het been te kunnen laten buigen, maar ook om de hiel te ondersteunen (SandyJansen, z.d.).

- **Rugproblemen**



Opmerking. Overgenomen uit *Soorten peesblessures* door Paardendokters, z.d. (<https://www.paardendokters.nl/soorten-peesblessures>). Copyright z.d., Paardendokters.

Tussenpees: Suspensory ligament
Diepe buiger: Deep digital flexor tendon (DDFT)
Oppervlakkige buiger: Superficial digital flexor tendon (SDFT)

Rugpijn is een veel voorkomende oorzaak van slechte prestatie bij paarden en wordt vaak gerelateerd aan compensatie door kreupelheid aan andere ledematen, overbelasting, slecht passende zadels of onderliggende problemen aan de ruggengraat zoals bijvoorbeeld kissing spines (op elke wervel in de rug zit een lang, verticaal doornvormig uitsteeksel (spinaaluitsteeksel), bestaande uit bot. Deze staan normaal gesproken enkele millimeters uit elkaar, wanneer deze tegen elkaar aankomen ontstaat er irritatie en beschadiging van het bot (Van Gulik, z.d.))(Hausler et al., 2020). Daarnaast kan rugpijn ook secundair zijn aan andere orthopedische problemen zoals kreupelheid in de benen aangezien dit effect heeft op de beweging van de wervelkolom (Alvarez et al., 2010).

- **Gewrichtsontstekingen**

Kraakbeen en gewrichtsvloeistof functioneren als scharnierzakken in een gewricht. Kraakbeen zorgt ervoor dat het weefsel weerstand kan bieden aan de belasting waaraan het aan bloot wordt gesteld.

Veel voorkomende gewrichtsaandoeningen bij paarden zijn:

- *Artrose*
Slijtage van het kraakbeen van een gewricht en komt bij paarden voornamelijk voor in de benen en de hals. Doordat het kraakbeen deels of geheel versleten is, is er geen dempende laag meer om beweging op te vangen. Hierdoor produceert bij overbelasting het gewricht meer gewrichtsvloeistof. Deze vloeistof is echter dunner waardoor deze minder goed in staat is om een gezond gewricht te ondersteunen en het verder in verval zal raken.
- *Osteo Chondrose (OC), Osteo Chondrose Dissecans (OCD) en chips*
OC is een erfelijke verstoring van het vormingsproces van kraakbeen naar bot. Als gevolg hiervan kunnen er scheurtjes in het kraakbeen en het bot ontstaan. Wanneer er stukjes bot loskomen wordt het OCD genoemd. Deze aandoening komt bij paarden voornamelijk voor in het spronggewricht, het kniegewricht, de kogels en de halswervels (Van Manen, z.d.).

1.4 Innovaties

Het innoveren van producten is op drie verschillende manieren mogelijk. Namelijk het toevoegen van een nieuwe feature aan een bestaand product, een verbeterde versie van een bestaand product ontwikkelen of een geheel nieuw product op de markt brengen (Rabobank, z.d.). Therapeutische producten ontwikkeld voor het paard behoren daarmee tot de productinnovaties. Veel van deze producten zijn doorontwikkeld nadat deze al voor mensen ontworpen waren, zoals hartslagmeters en trilplaten. Zo is de Vitafloor gebaseerd op basis van de fysieke en technologische principes van Whole Body Vibration zoals deze ook voor astronauten wordt gebruikt (Vitaflow, z.d.).

Therapeutische producten zijn er onder andere op gericht om eerdergenoemde blessures bij het paard te voorkomen en ondersteunen in de genezing. In de jaren '90 groeide de interesse in therapieën die zich hierop richten, zoals bijvoorbeeld acupunctuur, chiropractor, massage, fysiotherapie en homeopathie. Het gaat hier met name om beroepen die door mensen met een afgeronde opleiding of cursus worden uitgevoerd. Daarnaast wordt er hierbij met name gebruik gemaakt van de handen of middelen zoals lasers, magneten en elektrische stimulators voor het uitvoeren van deze therapieën (Harman, 1992).

In de editie van de Hippische Monitor van 2017 worden technologie en innovaties voor het eerst meegenomen in het onderzoek en is dit een bijna jaarlijks terugkerend onderwerp (HAS Hogeschool, 2017). De focus lag toen met name op het verhogen van de prestatie van het paard, terwijl uit het onderzoek van 2018 bleek dat 95% van de ruiters liever geld uitgeeft aan welzijn verhogende innovaties (HAS Hogeschool, 2018). Deze trend wordt doorgezet in 2020, waar de twee factoren gecombineerd worden: innovaties ter verbetering van de sportprestaties die oog hebben voor het welzijn van het paard. Zo bestaat de top drie van functies van technologie in de paardensport uit: (nieuwe) vormen van paardensport op nummer één, Gezondheid: voorkomen en genezen op nummer twee en verbeteren prestaties op nummer drie (HAS Hogeschool, 2020).

Vanuit deze vraag vanuit de consument zijn therapeutische producten voortgekomen die zich richten op het verhogen van prestatie, het verhogen van het welzijn van het paard en het voorkomen en genezen van blessures.

1.5 Therapeutische producten

“Therapeutische producten” is een term die op veel webwinkels wordt gehanteerd om de productgroep aan te duiden die zich richt op producten die blessures helpen voorkomen en ondersteunen in de genezing en daarmee dus het welzijn van het paard te verhogen. De functie van therapeutische producten volgens een tweetal webwinkels:

“Deze producten kunnen tal van medische problemen voorkomen, maar kunnen ook helpen bij de behandeling van een breed scala van aandoeningen. Er zijn paarden met gevoelige spieren en/of paarden waarbij het van belang is dat zij producten gebruiken die een herstellende werking hebben.” – De Kroo Ruitersport (Oudshoorn, 2021)

“Er zijn paarden met gevoelige spieren en/of paarden waarbij het van belang is dat zij producten gebruiken die een herstellende werking hebben. Therapeutische dekens, zadeldекken en beenbeschermers stimuleren de bloedsomloop en werken preventief tegen blessures.” – Horsefitshop (Horsefitshop, z.d.)

Er zijn tegenwoordig veel therapeutische producten op de markt, speciaal ontworpen voor het paard, die inzetbaar zijn voor rug, nek en benen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de aquatrainer (Lelymare Horses, z.d.), trilplaten zoals de Vitafloor (Halsberghe et al., 2016), Ice-Vibe circulatie boots (Horseware Ireland, z.d.), massageapparaten zoals de Equissage Pulse (Niagara Equissage, z.d.), infrarood therapie doormiddel van de producten van Equine LTS (Equinics, z.d.) of magnetische dekens zoals de Bucas Recuptex Therapy dekens (Bucas, z.d.).

Deze producten zorgen voor bijvoorbeeld bloedcirculatie, zuurstofstroom, lymfedrainage, ontspanning en gewrichtsmobiliteit, herstel op celniveau en het reduceren van zwelling en ontstekingen. Daarnaast helpen bijvoorbeeld aquatrainers en trilplaten ook bij het trainen van spierkracht, balans, coördinatie, lenigheid en conditie (Lelymare, z.d.)

1.6 Marketing

Het bereiken van de juiste doelgroep voor deze producten, op het juiste moment, is een van de grootste uitdagingen waar ondernemers in het algemeen mee te maken hebben. Innovatieve ondernemers in het bijzonder. Volgens de innovatietheorie van Rogers doen bedrijven met nieuwe producten en diensten er goed aan om zich eerst te richten op de innovators en early adopters in hun specifieke doelgroep, alvorens de massa aan te spreken. Deze groep ruiters is bereid om innovaties aan te schaffen voordat de resultaten bewezen zijn en met name te bereiken via sociale media. Men hecht vooral waarde aan eigen gebruikerservaringen die vervolgens ook graag gedeeld worden (HAS Hogeschool, 2018).

De retailmarkt, met haar sterk veranderend klantgedrag en de wereldwijde onzekerheid rondom de afgelopen COVID-19 periode, is nog nooit eerder zo aan verandering onderhevig geweest. Deze dynamiek draagt retailers, meer dan ooit, uit om op veranderend klantgedrag in te spelen met passend aanbod via passende kanalen. De grootste kansen liggen met name op het gebied van e-commerce en digital. Ook voor ruitersportretailers en hippische merken zijn dit de uitdagingen van nu. Hoe speel je hier als retailer of merk op in (HAS Hogeschool, 2020)?

1.6.1. Oriëntatie- en koopgedrag

Om hier goed op in te kunnen spelen is het belangrijk om het koopbeslissingsproces van een consument goed in kaart te hebben. Het koopbeslissingsproces, stappen die een consument neemt bij de beslissing om een product te kopen of van een dienst gebruik te maken, is opgebouwd uit een aantal fasen. De eerste fase hierin gaat altijd om een probleem dat de klant ervaart of een behoefte die vervuld dient te worden (zie figuur 3). De zogenaamde 'Job to be done'. Vervolgens gaat de consument naar

informatie zoeken. Dit wordt eerst intern gedaan; de consument gaat door de in zijn of haar geheugen opgeslagen kennis wat er al bekend is over het product of de dienst. Dit gebeurt veelal onbewust, zeker wanneer het gaat om alledaagse aankopen zoals shampoo. Wanneer dit niet voldoende is gaat de consument extern op zoek naar informatie. Terwijl de consument naar informatie opzoek is, start te zogenaamde 'evaluatiefase' waarin producten of diensten vergeleken worden. Vaak neemt iemand een keuze uit drie of vier alternatieven, ook wel de evoked set genoemd. In het brein worden deze merken of producten geordend op basis van de door de consument belangrijk geachte criteria. Dit proces vindt grotendeels onbewust plaats. Na de evaluatiefase wordt er besloten welk product of merk er gekocht gaat worden en wordt er nagedacht over andere beslissingen zoals welke winkel of betaalwijze. Wanneer de koop eenmaal heeft plaatsgevonden gaat de consument de evaluatie na de koop

Figuur 3 Koopbeslissingsproces van de consument



Opmerking. Overgenomen uit *Grondslagen van de marketing* (p.171) door B. Verhage en M. Visser, 2018, Noordhoff Uitgevers. Copyright 2018, Noordhoff Uitgevers.

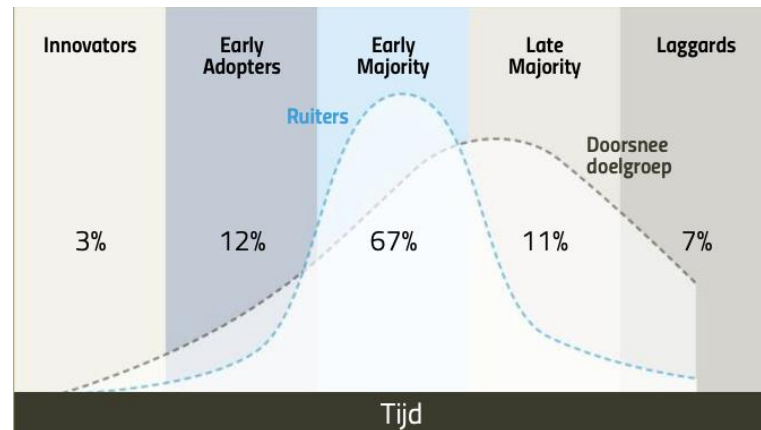
Zo heeft Everett Rogers een theorie ontwikkeld die iets verteld over de verspreiding van een innovatie binnen een groep consumenten: Een marketingmodel omtrent de levenscyclus van een innovatie. Er zijn vijf stadia waarin vijf verschillende groepen worden onderscheiden die het product of het nieuwe idee accepteren. De eerste kopers van het product zijn een voorbeeld voor de volgende groep kopers.

Met betrekking tot ruiters verschilt de verdeling van Innovator tot Laggard percentueel van de innovatietheorie van Rogers, zoals weergegeven in Figuur 4. Waar Rogers uitgaat van gemiddeld 34% Early Majority, blijkt uit onderzoek dat maar liefst 66,9% van de ruiters in dit segment valt. Deze ruiters willen wel mee met de tijd maar alles moet wel uitgebreid getest zijn en werken. De innovators, early adopters en early majority zijn cruciaal voor een innovatie. Wanneer er 20% van de markt veroverd is, is het een succes. Dit betekent dat de Early Majority de innovatie aan het accepteren moet zijn. Maar voordat deze daar is aangekomen moeten de innovators en Early Adopters al overtuigd zijn van het product. Zij zijn meer bereid om een risico te nemen en een innovatie de kans te geven. Doordat de groep ruiters die onder de Early Majority vallen zo groot is, betekent dit dat er een grotere kans is dat innovaties een succes worden (HAS Hogeschool, 2018).

Er is tevens gebleken dat de hippische consument alleen bereid is geld uit te geven als de innovatie aansluit bij zijn behoefte. Om over te gaan tot aanschaf worden bewezen resultaten, mogelijkheid tot uitproberen, goede recensies, een goede informatievoorziening en garantie als belangrijk gezien. Door de ontwerpers van innovaties wordt er vaak gebruik gemaakt van een top down benadering. Men richt zich eerst op de professionals als consument, dan op ambitieuze ruiters, waarna de innovatie langzaam terecht komt bij de recreatieruiters.

Voor alle ruiters spelen naast stalgenoten, vrienden, familie, bekenden en de instructeur met name fora en social media een belangrijke rol bij het verspreiden van informatie over een innovatie. Tegelijk wordt er gesteld dat 'innovators' en 'early adopters', social media veel gebruiken om informatie te verzamelen, maar hier een lage waarde aan hechten. De conclusie die hieruit getrokken wordt is dat sociale media vanuit ondernemersoogpunt vooral dienstdoet als trigger, een plek waar interesse opgewekt kan worden (HAS Hogeschool, 2018).

Figuur 4 Innovatie theorie van Rogers toegepast op de Nederlandse ruiter



Opmerking. Overgenomen uit Hippische Monitor 2020 (p.13) door auteur HAS Hogeschool, 2020 (https://issuu.com/hashogeschool/docs/hippische_monitor_2018).

In het ERPO-model wordt de mate waarin de ruiter prestatie- dan wel ontspanningsgericht is afgezet ten opzichte van de relatie met het paard: emotioneel of rationeel. Binnen de ruiterprofielen is gekeken hoe zij tegenover het aanschaffen van een nieuw product of dienst staan, zie figuur 5.

Figuur 5 ERPO-model ruiters



Opmerking. Overgenomen uit *Hippische Monitor 2018* (p. 7) door HAS Hogeschool, 2018 (https://issuu.com/hashogeschool/docs/hippische_monitor_2018). Copyright 2018, HAS Hogeschool.

Hieruit is af te lezen dat de 'Rationeel prestatiegericht ruiters' nieuwsgierig zijn en innovaties bij collega 'Emotioneel prestatiegericht ruiters' zien en deze daarna ook willen proberen. De 'Emotioneel prestatiegericht ruiters' staan open voor innovatie en willen deze graag proberen, bovendien is deze groep meer bereid om geld uit te geven aan producten. Echter behoort de groep 'Emotioneel ontspanningsgericht ruiters' tot de Early Majority en is daarmee de grootste doelgroep is (HAS Hogeschool, 2018).

1.6.2. Sociale media

Social media blijkt dus een belangrijke rol te spelen bij het vinden en verspreiden van innovaties en informatie hierover binnen hippische sector.

Het gebruik van social media groeit, maar de volgorde van de top vijf meest gebruikte platformen door ruiters bleef in 2020 gelijk. Instagram en Youtube hebben ten opzichte van het voorgaande jaar een groei doorgemaakt. Ook is het aantal aankopen dat gedaan wordt via social media gestegen ten opzichte van 2019. Aankopen via Facebook zijn gestegen van 17% (2019) naar 20% (2020) en aankopen via YouTube van 4% (2019) naar 6% (2020).

Het aantal aankopen dat gedaan zijn via Instagram zijn gelijk gebleven (HAS Hogeschool 2020). Uit het Nationale

Figuur 6 Social media gebruik onder ruiters



Opmerking. Overgenomen uit *Hippische Monitor 2020* (p. 9) door HAS Hogeschool, 2020 (https://issuu.com/hashogeschool/docs/hippische_monitor_2020_-_has_hogeschool). Copyright 2020, HAS Hogeschool.

Ruiteronderzoek van 2019 blijkt dat het bereik en de impact van social media influencers groeit. Zo heeft het Youtubekanaal van PaardenpraatTV op dat moment een bereik van 164.712 abonnees en die van AlwaysHorseLove 222.882 (HAS Hogeschool, 2019). Wanneer er gekeken wordt naar de invloed van social media over het algemeen blijkt dat 71% van de consumenten zijn meer geneigd een product te kopen op basis van social media verwijzingen en 54% van de social media gebruikers social media gebruiken om onderzoek te doen naar een product (Barysevich, 2020). 40% van de mensen zegt zelfs wel eens een product online gekocht te hebben nadat men dit gebruikt zag worden door een influencer op social media. 72% vertrouwt een bedrijf meer wanneer deze gebruik maakt van een influencer en 49% van de consumenten vertrouwt op een product wanneer een influencer hier een positieve review van heeft gegeven (Saleh, 2021).

1.6.3. Onbewuste keuzeprocessen

Marketing en daarmee ook social media, speelt niet alleen op bewuste gevoelens van consumenten maar ook op onbewuste gevoelens.

Marketing waarmee men in het brein van de consument duikt. Menselijke keuzeprocessen vinden namelijk voor het overgrote deel onbewust plaats. Volgens experts gaat het hier zelfs om 95% (BBC, 2012). Doormiddel van inzichten uit de psychologie en hersenwetenschappen wordt marketing effectiever gemaakt. Het gaat hierbij dus niet om onderzoek naar het brein, maar de inzichten die uit deze wetenschappen voortkomen toepassen om meer verkoop en conversie te genereren (Zuidgeest, 2020).

Onbewuste keuzeprocessen zullen deel uitmaken van waarom de consument voor een bepaald product kiest want men wordt altijd overal beïnvloed. Het onbewuste systeem kost namelijk maar weinig mentale inspanning en is daarom een 'makkelijke' manier van beslissen met weinig controle op het denkproces. Keuzes waar men over gaat nadenken is een bewuste mentale inspanning voor nodig (Marketing4results, 2020)

Denk ook aan sociale bewijskracht en sympathie, zoals bijvoorbeeld de inzet van influencers en reviews. Zo is de omzet van Nespresso tussen 2006 en 2008 verdubbeld nadat George Clooney de ambassadeur werd (Peeters, 2021).

Bruce King omschreef in zijn boek Psycho-selling de 16 belangrijke drijfveren voor mensen om te kopen zoals te zien is in figuur 8.

Deze drijfveren kunnen teruggebracht worden tot vier beweegredenen: Voordeel, vrees, trots en imitatie (Roelens, z.d.). Volgens Bruce King kopen mensen vanwege emotionele redenen en hebben ze hierbij soms logische redenen nodig om de beslissing te maken. Het begint echter altijd vanuit emotie aangezien alle gedachten starten in het emotionele gedeelte van het brein. Als de emotie daarmee sterk genoeg is zal de stap waarbij de logische beredenering aan te pas komt worden overgeslagen (King, 2020).

Figuur 7 16 koop drijfveren volgens Bruce King

- | | |
|--|---|
| 1. Het is in de mode | 9. Het vervult een ambitie |
| 2. Men wordt geacht er één te bezitten | 10. Het is plezierig om het te bezitten |
| 3. Het bevordert de gezondheid | 11. Het zal meer geld helpen verdienen |
| 4. Het verschaft zekerheid | 12. Het voelt goed |
| 5. Het verbetert het uiterlijk | 13. Het maakt geliefte bij iemand |
| 6. Het ziet er goed uit | 14. Het maakt het leven gemakkelijker |
| 7. Het is een statussymbool | 15. Het maakt het leven aangener |
| 8. Het geeft een gevoel van trots | 16. Het is nodig |

Opmerking. Overgenomen uit Pshycho-Selling! (p. 20) door B. King, 2015, Createspace Independent Publishing Platform. Copyright 2015, Createspace Independent Publishing Platform.

1.7 Knowledge gap

Uit onderzoek blijkt dat de hippische consument bereid is geld uit te geven aan een product die bijdraagt aan de veiligheid en het welzijn van het paard. Daar het aantal verkopen van dergelijke producten op jaarbasis stijgt laat blijken dat het vertrouwen van de Early Majority langzaam gewonnen wordt. 66,9% van de ruiters valt in de categorie 'early majority', wat grote kansen biedt voor therapeutische producten. Deze groep komt overeen met de 'Emotioneel Ontspanningsgerichte Ruiters' uit het ERPO-model en zijn vooral gevoelig voor welzijn als verkoopargument en hechten veel waarde aan ervaringen van mede-gebruikers.

Vanuit het ondernemersoogpunt doet social media slechts dienst als trigger, om interesse te wekken bij de consument. Er wordt vaak eerst gericht op professionals, daarna ambitieuze ruiters alvorens men zich richt op de recreatieruiters. De consumenten zelf gebruiken met name fora en social media om informatie te verspreiden. Daarnaast wordt de informatie ook verspreid naar stalgenoten, vrienden, familie, bekenden en de instructeur (HAS Hogeschool, 2018).

Er is onbekend of ondernemers en ruiters op één lijn liggen. Ondernemers zeggen dat social media alleen dienst doet als trigger en richten zich veelal eerst op professionele ruiters voordat men zich op recreatieruiters richt. Terwijl de Early Majority, de grootste groep om op te focussen,

De segmentatie volgens het ERPO-model is gebruikt om de doelgroep te bepalen voor de producenten en verkopers. Er zal een advies geschreven worden over hoe het oriëntatie- en koopproces van de hippische consument eruit ziet op basis van de stappen van het koopbeslissingsproces model zoals weergegeven in figuur 3. Fase 1 van dit proces, probleemherkenning, is de stap waar het proces mee start en daarmee de aanleiding voor de koop. Het hele oriëntatie- en koopproces zal in kaart gebracht worden aan de hand van de methode toegelicht in hoofdstuk 2.1 met als doel de zogenaamde 'Buyers Persona' in beeld te brengen.

Wanneer het duidelijk wordt wat de beweegreden is, de manier waarop de klant oriënteert en hoe de koopfase verloopt, kunnen verkopende bedrijven van deze innovaties hier rekening mee houden in marketingcampagnes en de hippische consument daarmee gericht bedienen.

1.8 Afbakening

In dit onderzoek wordt er alleen gekeken naar producten die zich richten op het voorkomen en ondersteunen in de genezing van nek, rug en beenblessures. Hiervoor is gekozen omdat uit de gedane research in hoofdstuk 1.3.1 is gebleken dat de meest voorkomende blessures bij het paard zich hieraan bevinden. Daarnaast wordt er ook alleen gekeken naar producten. Daarmee zijn therapieën die fysiek door de mens uitgevoerd worden, al dan niet met hulpmiddelen, zoals fysiotherapie en osteopathie uitgesloten van dit onderzoek. Producten die wel meegenomen in het onderzoek kunnen bijvoorbeeld zijn: aquatrainers, trilplaten, massageapparaten, peesbeschermers met tril- en/ of koelfunctie, infrarood apparaten, therapeutische dekens etc.

Voor sommige van deze producten wordt ook wel eens betaald voor het gebruik ervan. De gebruiker is dan niet in eigendom van het product.

Onder 'hippische' consument' in dit onderzoek, wordt de consument verstaan die de producten voor het gebruik van eigen paarden koopt of gebruikt. Dat wil zeggen eenieder die het product voor een eigen paard, lease- of verzorgpaard gaat gebruiken. Consumenten die het product aanschaffen om volledig in te zetten als verdienmodel vallen hier niet onder.

In het ERPO-model, zie figuur 5, is de segmentatie gebaseerd op ruiters. Voor dit onderzoek worden alleen consumenten meegenomen die het paard belasten door erop te rijden of in te spannen. Uit hoofdstuk 1.3.1 is namelijk gebleken dat met name paarden die belast worden kans hebben op blessures.

1.9 Hoofd- en deelvragen

Door middel van dit onderzoek zal er meer bekend worden over de achterliggende gedachte van de consument om te kiezen voor een therapeutisch product waardoor er door producenten en verkopers beter ingespeeld kan worden op deze behoefte. Daarnaast zal er ook gekeken worden naar het zoekgedrag zodat de consument beter bereikt kan worden.

De kennis die vergaard wordt uit dit onderzoek kan gebruikt worden om een beter inzicht te krijgen in de doelgroep en de manier waarop deze benaderd dient te worden ten opzichte van de koop of het gebruik van therapeutische producten. De uitkomst zal relevant zijn voor bedrijven in de Hippische sector die dergelijke producten verkopen of als gebruik tegen betaling aanbieden.

Hoofdvraag:

'Wat zijn de beweegredenen van de hippische consument om over te gaan tot koop of gebruik van therapeutische producten?'

Deelvragen:

1. Wat is het probleem waar de hippische consument een oplossing voor zoekt door middel van een therapeutisch product?
2. Hoe ziet de oriëntatiefase van de hippische consument ten opzichte van therapeutische producten eruit?
3. Wat geeft de doorslag bij het daadwerkelijk overgaan tot aankoop of gebruik van therapeutische producten?

1.10 Doel en relevantie

Het rapport is bedoeld voor producenten of hippische ondernemers die dergelijke therapeutische producten ter verkoop aanbieden en die de verkoop van producten beter willen kunnen vermarkten. Het doel van het onderzoek is om een advies te kunnen uitbrengen aan deze bedrijven op wat voor manier de doelgroep beter te bereiken is en over te halen is om over te gaan tot koop. Dit alles wordt bereikt door de doelgroep beter te leren kennen en de beweegredenen te leren begrijpen.

Het vaststellen en leren kennen van je doelgroep is een kritische stap om ervoor te zorgen dat de juiste communicatietechnieken worden gebruikt tijdens marketingcampagnes. De manier om het product of de dienst te verkopen is door op het juiste moment, via het juiste kanaal, met de juiste boodschap bij de juiste persoon 'binnen te komen' (Marketing Communicatie, z.d.).

Hoofdstuk 2 Materiaal & Methode

In dit hoofdstuk is toegelicht hoe er onderzoek is gedaan om relevante informatie te verzamelen. Per deelvraag is er beschreven door middel van welke onderzoeksmethode er een antwoord is verkregen.

2.1 Diepte-interviews doelgroep

Om de hoofd- en deelvragen te beantwoorden is er zowel kwantitatief als kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Aangezien het ging om de diepere achterliggende gedachte waarom er interesse is voor een therapeutische producten en waarom de consument actie onderneemt voor het kopen of gebruik hiervan zijn er diepte-interviews gehouden. Daarnaast is er een enquête uitgezet om op een grotere schaal informatie te verzamelen over het koop- en zoekgedrag van de consument en wie de consument is.

Om een goed beeld en een betrouwbaar resultaat te krijgen moet ernaar gestreefd worden 10 tot 15 interviews met gebruikers en/ of geïnteresseerden uitgevoerd moeten worden of tot er saturatie optreedt. Vaak ondervindt men dat er na een aantal van ongeveer zes interviews antwoorden herhaaldelijk terugkomen (L. Meijer, persoonlijke communicatie, 23 maart 2022).

In bijlage II zijn de vooraf opgestelde vragen opgenomen. Tijdens het interview kan hiervan afgeweken zijn wanneer er door de respondent wat benoemd wordt waarop doorgevraagd kan worden om zo meer informatie te verkrijgen. Doordat het interview geleid wordt door de vooraf opgestelde vragen maar wel de mogelijkheid biedt tot doorvragen heeft deze manier van onderzoeken een relatief hoge validiteit (Merkus, 2021).

Als leidraad voor de interview vragen voor de consument is de methodologie voor het leren begrijpen van de klant van Adele Revella gebruikt, zoals omschreven in het boek 'Buyer Personas':

1. *Priority Initiatives*: Wat wil de klant bereiken met de aankoop of het gebruik van het product? Wat is de zogenaamde 'job to be done'. Welk probleem zoekt de klant een oplossing voor. Hiermee wordt er inzicht verkregen in het ontstaan van de beslissingen van kopers om een verandering aan te brengen. Denk hierbij aan triggers, pijnpunten en invloeden vanuit de omgeving.
2. *Success Factors*: Waarom wil de koper verder onderzoek doen naar het product of dienst? Welke positieve veranderingen denkt de klant te krijgen of welke scenario's denkt de koper dat er veranderen na de aankoop van het product?
3. *Perceived Barriers*: De obstakels die de koper tegenkomt bij het kopen van het product of dienst dat de 'oplossing' biedt. Heeft een eerdere negatieve ervaring de koper ervan weerhouden om af te zien van de koop? Stonden er bepaalde personen de verandering in de weg? Hebben eerdere negatieve veranderingen er wat mee te maken? Of ontbraken er bepaalde (ontbrekende) kenmerken aan het product of de dienst?
4. *Decision Criteria*: Waar wordt de deal op gesloten, de 'hoe' en 'wat' van koopbeslissingen. Welke specifieke kenmerken of mogelijkheden waren het belangrijkste voor kopers tijdens het koopproces?

5. *Buyer's Journey*: Bekijk de functie van alle betrokkenen van de koper. Wie heeft inbreng, wie beveelt aan en wie is de uiteindelijke beslisser? Wie waren er allemaal betrokken en hoe werden opties geëvalueerd?

(Stenitzer, z.d.)

De interview vragen zijn zo opgebouwd om bij de klant te achterhalen wat er zich heeft afgespeeld voor het aankoop proces, tijdens het proces en het moment van de aankoop. De kenmerken die uit de interviews naar voren komen zijn vergeleken met de al bestaande kenmerken van de groepen uit het ERPO-model (zie figuur 5).

De enquête is via verschillende Facebookgroepen verspreid onder paardenhouders in Nederland. De enquête is in de volgende Facebookgroepen geplaatst:

- Paardenhulp Noord Nederland
- Wij Steunen de Paardensport en Paardenhouderij
- Paard/ pony zoekt nieuw thuis
- Alumni-Hippische bedrijfskunde Dronten
- Western paarden
- Paard en Spullen (Oost) Nederland
- Stalling en Weidegang Gelderland

Het percentage consumenten dat valt onder de 'Early Majority' categorie is 66,9%. Het aantal actieve ruiters in Nederland staat op 400.000 (KNHS, 2017). Dit komt neer op een doelgroep ter grootte van 267.600 mensen. Het doel was om 84 respondenten te krijgen. Dit is gebaseerd op een foutmarge van 7%, een betrouwbaarheidsniveau van 80%, een onderzoekspopulatie van 267.600 en een mate van spreiding van 50% (Steekproefcalculator, 2021).

2.2 Onderzoeksmethode per deelvraag

Per deelvraag is er uitgewerkt welke onderzoeksmethode er gebruikt is om deze te kunnen beantwoorden.

1. Wat is het probleem waar de hippische consument een oplossing voor zoekt door middel van een therapeutisch product?

De eerste deelvraag is beantwoord doormiddel van fieldresearch, in dit geval diepte-interviews. Voor het beantwoorden van deze vraag zijn er interviews afgenomen bij al bestaande gebruikers of geïnteresseerden van therapeutische producten zoals bijvoorbeeld de aquatrainer, trilplaat, massageapparaten en therapeutische dekens of peesbeschermers. Zoals benoemd in hoofdstuk 1.8 Afbakening worden er alleen gebruikers geïnterviewd die therapeutische producten voor bedoeld voor de nek, rug of benen van het paard gebruiken. Door door te blijven vragen op de antwoorden van de geïnterviewde is de achterliggende gedachte van waarom men het product gekocht heeft of gebruikt achterhaald.

2. Hoe ziet de oriëntatiefase van de hippische consument ten opzichte van therapeutische producten eruit?

De tweede deelvraag is beantwoord doormiddel van diepte-interviews consument en ook doormiddel van de enquête. Het is belangrijk om inzicht te krijgen in hoe de (potentiële) klant op zoek gaat naar dergelijke producten en wat er gaandeweg afgewogen wordt. Waar

gaat men op zoek, welke bronnen zijn er gebruikt of welke platformen worden er geraadpleegd en wat zijn de afwegingen die er genomen worden. Hier zal ook de ladder-techniek worden toegepast om erachter te komen wat voor kenmerken en waarden de (potentiële) klant belangrijk vindt tijdens het oriënteren (Heskes & Partners, z.d.). Door te bepalen waar (potentiële) klanten tegenaan lopen bij het oriënteren (hier kan gedacht worden aan prijs, levering, service, onderhoudskosten, reviews, etc.) is er bepaald wat de klant belangrijk vindt aan een product om al dan niet over te gaan tot koop. Wanneer men bijvoorbeeld service erg belangrijk vindt kan een bedrijf hier door middel van marketing goed op inspelen door service naar voren te laten komen in de uitingen.

3. Wat geeft de doorslag bij het daadwerkelijk overgaan tot aankoop of gebruik van therapeutische producten?

Deelvraag vier is beantwoord door diepte-interviews met gebruikers. Wat haalt iemand nou over om de koop uiteindelijk echt te maken? Waarom heeft men voor het ene product gekozen en niet voor het andere en wat is doorslaggevend.

Hoofdstuk 3 Resultaten

Om de hoofd- en deelvragen te kunnen beantwoorden zijn er diepte-interviews gehouden en is er een enquête opgesteld welke verspreid is in meerdere Facebookgroepen. Dit heeft 61 respondenten opgeleverd. De interviews zijn gehouden met 8 mensen uit het eigen netwerk of die via het eigen netwerk gevonden zijn. Naar aanleiding van de enquête hebben vijf mensen contactgegevens achter gelaten om naderhand nog geïnterviewd te worden.

3.1 Algemeen

In de enquête zijn vragen gesteld om te kijken wat de bereidheid was tot het aankopen van een therapeutisch product, wat het inkomen is van deze doelgroep en hoeveel ze bereid zijn uit te geven aan een product. Daarnaast is er gevraagd of er interesse is in het aanschaffen van een therapeutisch product voor het eigen paard. Daar zijn de volgende resultaten uit voortgekomen:

Figuur 8 Enquêtevraag: Netto inkomen

Hoeveel bedraagt uw inkomen netto op jaarbasis?

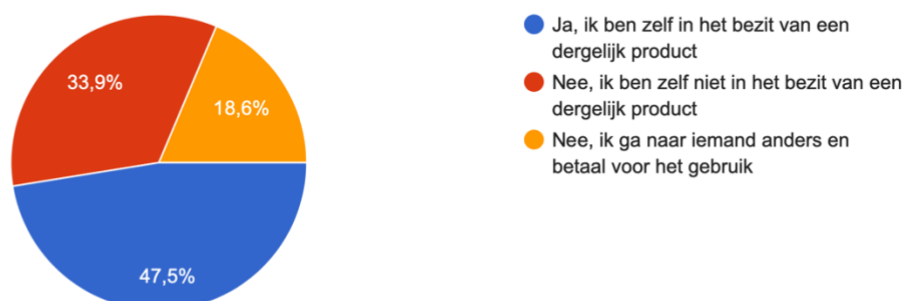
59 antwoorden



Figuur 9 Enquêtevraag; in het bezit van therapeutisch product of maakt gebruik van sessies

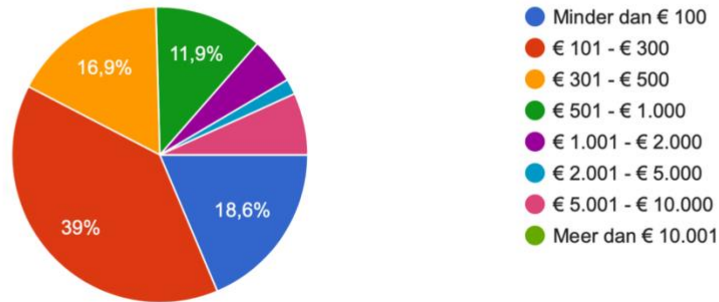
Bent u zelf in het bezit van een dergelijk product of betaalt u een derde partij voor het gebruik ervan doormiddel van sessies?

59 antwoorden



Figuur 10 Enquêtevraag; betalingsbereidheid per sessie

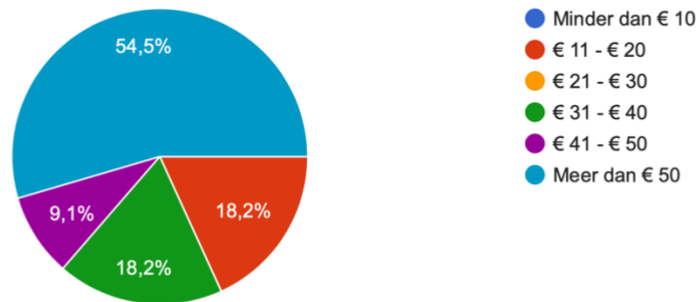
Hoeveel bent u bereid uit te geven aan producten die blessures helpen voorkomen of genezen?
59 antwoorden



Figuur 12 Enquêtevraag; betalingsbereidheid aanschaf

Hoeveel heeft u over om te betalen per sessie voor het gebruik van een product om blessures te voorkomen en/ of genezen?

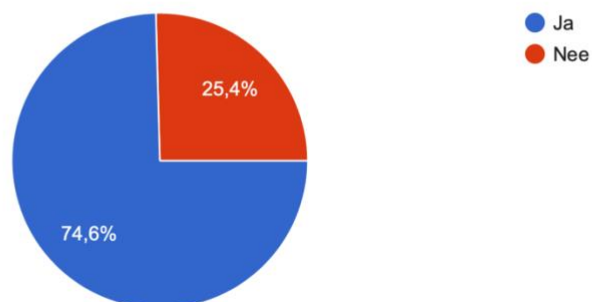
11 antwoorden



Figuur 11 Enquêtevraag; interesse

Heeft u interesse in een dergelijk product voor gebruik bij uw eigen paard?

59 antwoorden



3.2 Deelvraag 1: Wat is het probleem waar de hippische consument een oplossing voor zoekt door middel van een therapeutisch product?

De interviews zijn allemaal getranscribeerd en terug te vinden in Bijlage IV. Tijdens het interview is de volgende vraag gesteld om het antwoord op deze deelvraag te kunnen achterhalen: "Wat voor probleem zocht u een oplossing voor?"

De interviews zijn gecodeerd op basis van thema's. Zo ook het thema "probleem" welke in de kleur rood wordt weergegeven. Veelal kwam men hier later in het interview nog op terug of kwam later het werkelijke antwoord op deze vraag naar boven. Alle antwoorden zijn te plaatsen onder de volgende categorieën: Blessure, gezondheid, prestatie, ondersteuning en duurzaamheid, gemak, uitproberen, uiterlijk en preventie. Zie hiervoor tabel 1.

Tabel 1 Codering vraag "probleem"

Interview	Genoemd probleem	Code
1.	3 paarden geblesseerde rug	Blessure
	Alle kleine beetjes helpen, topsport gaat met procenten	Prestatie
	Welzijn & duurzaamheid, ondersteuning in training, meerwaarde	Ondersteuning en duurzaamheid
2.	Sneller in herstel en ontspanning, lichamelijke belasting blijven aankunnen	Ondersteuning en duurzaamheid
	Bult pees	Blessure
	Bloedvergiftiging	Gezondheid
3.	Gewrichtsvliesontsteking knie, dubbele blessure tussenpees	Blessure
	3 keer per dag koelen, gemak	Gemak
	Zelf willen proberen	Uitproberen
	Gewoon mooi	Uiterlijk
	Sterkere achterhand krijgen	Gezondheid
	Welzijn en duurzaamheid	Ondersteuning en duurzaamheid
4.	Oud paard, last van schoft-, hals- en nekgewrichten, stalbenen	Gezondheid
	Net even dat extra stapje doen	Ondersteuning en duurzaamheid
	Peesblessure	Blessure
5.	Pezen extra steuntje in de rug geven	Ondersteuning en duurzaamheid
	Praktisch	Gemak
	Goede referenties	Uitproberen
	"Paard niet revalideerbaar"	Praktisch
	Trailer ongeluk, einschuss	Blessure
6.	Bloedsomloop, dikke benen, gevoelig voor veranderingen (blind aan één oog), oud/ stram	Gezondheid
	"Hebbeding"	Uitproberen
	Voor geval dat	Preventie
	Prestatiegebonden	Prestatie
7.	Peesprobleem tussenpees	Blessure
8.	Peesblessure	Blessure
	Ondersteuning, opwarming	Ondersteuning en duurzaamheid

Vervolgens is de vraag gesteld waarom men zich in het product is gaan verdiepen; welke positieve veranderingen dacht de klant te gaan zien of ervaren naar aanleiding van het gebruik. De antwoorden op deze vraag geven een toevoeging op waar de eerste kennismaking met het product heeft plaatsgevonden, waarom het product interessant genoeg was om verder te gaan zoeken en op onderzoek uit te gaan.

Tabel 2 Codering vraag "verdiepen"

Interview	Waarom gaan verdiepen	Code
1.	Via anderen gehoord	Uitproberen
	Training ondersteunen	Ondersteuning en duurzaamheid
2.	Benieuwd wat het kon het brengen voor mijn paard	Uitproberen
3.	"Dat het een wetenschappelijk onderzocht iets is"	Uitproberen
4.	Eigenlijk gewoon benieuwd naar wat het nou was	Uitproberen
5.	Perfekte oplossing, makkelijk in gebruik	Gemak
	Herstel om blessureleed te voorkomen	Preventie
6.	"Want ik postte volgens mij iets en toen wilde ik iets taggen, maar toen schreef ik het verkeerd en toen kreeg ik hun Instagram naam. En toen ben ik het eigenlijk gaan opzoeken. Ik heb toen ook wel eens contact met ze gehad om dingen te vragen over het product. Ja eigenlijk op die manier, ook via Instagram. En dat heeft me gewoon zo overtuigd."	Uitproberen
7.	-	
8.	Spraken me aan	Uitproberen
	Sneller herstel	Ondersteuning en duurzaamheid
	Lekker makkelijk	Gemak

3.3 Deelvraag 2: Hoe ziet de oriëntatiefase van de hippische consument ten opzichte van therapeutische producten eruit?

De vragen uit het interview die helpen in het beantwoorden van deelvraag 2 zijn:

- Waar was de eerste kennismaking met het product? (Paars)
- Heeft u het product vergeleken met vergelijkbare producten? (Donkerblauw)
- Waar liep u tegenaan tijdens het zoeken naar informatie van het product? (Roze)
- Op basis waarvan heeft u vergeleken? (Donkerrood)

De oriëntatiefase bestaat uit een aantal onderdelen. Allereerst is het belangrijk om te weten waar het bestaan van het product voor het eerst is opgemerkt. De resultaten uit de diepte-interviews zijn te zien in tabel 3. Hieruit blijkt dat 7 van de 8 deelnemers voor het eerst van het product horen via vrienden, bekenden & stalgenoten en 5 van de 8 via de dierenarts of een revalidatiestal. Dit wordt gevolgd door 4 van de 8 deelnemers die kennis van het product nemen via social media.

Tabel 3 Codering vraag "Waar was de eerste kennismaking met het product"

Interview	Kennismaking	Code
1.	Kennissen	Familie, vrienden, bekenden & stalgenoten
2.	Naomi Tinneveld	Familie, vrienden, bekenden & stalgenoten
	Revalidatieformule Nijmegen	Opleiding
	Ruben Koster (Dierenarts)	Dierenarts & revalidatie

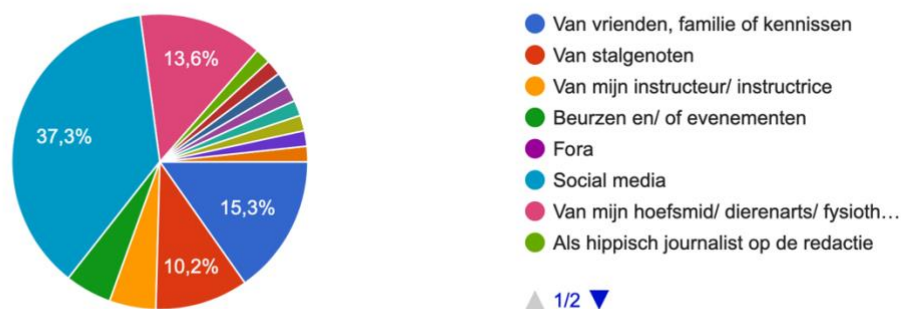
	Horse Event	Beurzen & evenementen
	Facebook	Social media
	Eigen ervaring met humaan product	Humaan product
3.	Marjon v.d. Heijkant	Dierenarts & revalidatie
	Dierenarts	Dierenarts & revalidatie
	Instagram, #revalidatiestel, #revalidatie	Social Media
4.	Dierenarts	Dierenarts & revalidatie
	Goede vriendin	Familie, vrienden, bekenden & stalgenoten
	Via via op concours, Jamie Verkerk	Netwerk
5.	Goede referenties, Stal Bakker-Frederiks	Familie, vrienden, bekenden & stalgenoten
	Socials, websites	Social media
	Dierenarts	Dierenarts & revalidatie
	Opleiding	Opleiding
	Eventingsport	Netwerk
6.	Insta	Social media
	Bij anderen	Familie, vrienden, bekenden & stalgenoten
7.	Sarah de Weerd	Familie, vrienden, bekenden & stalgenoten
	Veterinair persoon	Dierenarts & revalidatie
8.	Webshops	Surfen
	Vakblad, nominatie van het jaar	Vakbladen en magazines
	Jory Brummer	Familie, vrienden, bekenden & stalgenoten

Maar wanneer er gekeken wordt naar de enquêtevraag over waar men het product voor het eerst voorbij heeft zien komen (figuur 13) heeft 37,3% geantwoord dit via social media gezien te hebben. Van vrienden, familie of kennissen wordt daarna gevolgd met 15,3%.

Figuur 13 Enquêtevraag; eerste kennismaking met het product

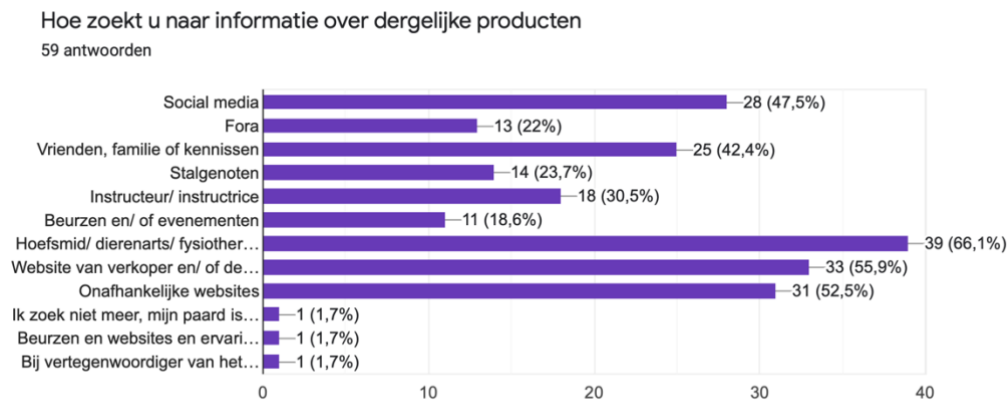
Waar heeft u het product voor het eerst voorbij zien komen of ervan gehoord?

59 antwoorden



Hoe er vervolgens gezocht wordt naar informatie wordt weergegeven in figuur 14. 66,9% raadpleegt de hoefsmid, dierenarts of fysiotherapeut voor informatie, gevolgd door websites van verkopers/ producenten en onafhankelijke websites. Ook blijkt dat 47,5% van de respondenten social media gebruikt om informatie te zoeken over therapeutische producten. Alle respondenten maken gebruik van een Facebookaccount en 64,4% van hen heeft tevens een Instagram account.

Figuur 14 Enquêtevraag; Hoe wordt er gezocht naar informatie



Vervolgens is er de vraag gesteld of het product is vergeleken met andere producten en zo ja, op basis van welke criteria (zie tabel 4). Op de vraag of men het product had vergeleken met andere producten werd zesmaal met 'ja' beantwoord en zesmaal met 'nee'. Degenen die geantwoord hebben met 'nee' bij bepaalde producten, bleken voor het eerst kennisgemaakt te hebben met deze producten via vrienden, bekenden of stalgenoten.

Tabel 4 Codering vraag "Is het product vergeleken en op basis van welke criteria"

Interview	Vergelijking	Code
1.	Ervaringen anderen	Gebruikerservaringen
	Prijs	Prijs
	Behaalde resultaten	Gebruikerservaringen
2.	-	
3.	Pasvorm	Praktisch
	Gemak	Gemak
	Waardevast	Merk
4.	Prijs-kwaliteit, kwaliteit	Prijs, kwaliteit
5.	Makkelijk in gebruik	Gemak
	Dekenmerk	Merk
	In de buurt	Gemak
6.	Duur	Prijs
7.	Als het dichterbij zou zitten	Gemak
8.	Makkelijk in gebruik, niet te veel tijd kosten, niemand erbij hoeft te staan	Gemak

Tijdens het vergelijken en zoeken naar informatie kan het voorkomen dat de informatie die de consument zoekt niet voor handen is of dat er dingen zijn die de klant als negatief ervaart. Om dit te verduidelijken wat hierbij bedoeld wordt doormiddel van een voorbeeld: een lange levertijd of te hoge verzendkosten. Zoals in tabel 5 is af te lezen ondervond de helft van de deelnemers een tegenvaller. Het ging hierbij om de prijs of men liep ertegenaan dat informatie als niet betrouwbaar wordt gezien.

Tabel 5 Codering vraag "Wat viel er tegen tijdens het zoeken naar informatie."

Interview	Tegenvaller	Code
1.	"Een verkoper zegt altijd dat het product goed is anders verkoopt hij het niet" "Op internet is alles prima" Steven Veldhuis wordt gesponsord door Equipe, krijg de producten gratis, hij gaat niet zeggen dat het niet goed is	Onbetrouwbare informatie
2.	Prijs	Prijs
3.	"Heel veel mensen zijn niet gekwalificeerd om info te delen"	Onbetrouwbare informatie
4.	Prijs	Prijs
5.	-	
6.	-	
7.	-	
8.	-	

3.4 Deelvraag 3: Wat geeft de doorslag bij het daadwerkelijk overgaan tot aankoop of gebruik van therapeutische producten?

Om bij de doelgroep te testen wat van invloed is op het besluit om iets wel of niet te kopen is deze vraag aan de geïnterviewde deelnemers gesteld. Personen die dicht bij hen stonden hadden bij vijf van de acht deelnemers invloed op of er een product werd aangeschaft. Op één van deze vijf deelnemers na hoorde men ook voor het eerst over dit product via bekenden.

Tabel 6 Codering vraag "invloed op aankoopbeslissing"

Interview	Invloed op koop	Code
1.	Ervaring van anderen, behaalde resultaten	Gebruikerservaring
2.	Dierenarts	Dierenarts en revalidatiestal
	Resultaat tijdens behandelsessie	Uitproberen/ testen
	Naomi Tinneveld	Familie, vrienden, bekenden & stalgenoten
3.	Reviews	Gebruikerservaring
	Dierenarts	Dierenarts en revalidatiestal
	Eerst gehuurd en daarna aangeschaft	Uitproberen/ testen
4.	Dierenarts	Dierenarts en revalidatiestal
	Vriendin	Familie, vrienden, bekenden & stalgenoten
	Prijs	Prijs
5.	Referenties, goede verhalen op stal	Gebruikerservaring
6.	Opa en oma	Familie, vrienden, bekenden & stalgenoten
7.	Sarah de Weerd	Familie, vrienden, bekenden & stalgenoten
	Geleend	Uitproberen/ testen
8.	Gewoon nodig	Belang
	Jory Brummer	Familie, vrienden, bekenden & stalgenoten

Hoofdstuk 4 Discussie

De doelstelling van dit onderzoek is om door middel van een advies bedrijven de doelgroep beter te leren kennen en de beweegredenen om over te gaan tot koop te leren begrijpen. Aan de hand hiervan kan de doelgroep beter bereikt worden.

Het belangrijkste resultaat voor deelvraag één, voor wat voor een probleem de consument een oplossing zoekt, is dat zeven van de acht deelnemers hier 'Blessures' en "Ondersteuning & duurzaamheid" genoemd hebben. Bij deelvraag twee is het opvallend dat er tijdens de diepte-interviews naar voren kwam dat men veelal voor het eerst hoort van het product via de dierenarts of via bekenden, terwijl er uit de enquête naar voren kwam dat het grootste deel de producten op social media voorbij heeft zien komen. Informatie over deze producten wordt vooral ingewonnen via de dierenarts, hoefsmid of fysiotherapeut. Gevolgd door het internet en social media. Opvallend bij de resultaten van deelvraag drie is dat deelnemers vaak beïnvloed worden door bekenden om hen heen. Er is hier een verband te zien met waar er voor het eerst kennis is gemaakt met het product.

Uit dit onderzoek is naar voren gekomen dat de eerste kennismaking met het product volgens de enquête veelal plaatsvindt via social media (37,3%). Echter hebben de deelnemers van de diepte-interviews vooral voor het eerst van de producten gehoord via de dierenarts of bekenden. De reden hiervoor zou kunnen zijn dat het aantal geïnterviewde niet groot genoeg is om hier een goed beeld van te krijgen.

Uit het onderzoek gedaan door de HAS Hogeschool bleek dat informatie veel gedeeld wordt via bekenden en dat er door de 'Innovators' en 'Early Adaptors' er ook informatie verzameld wordt via social media over innovaties (HAS Hogeschool, 2018). Dit komt overeen met de resultaten uit de enquête waarin 47,5% aangeeft informatie te zoeken via social media en 37,4% zegt producten hier voor het eerst voorbij te zien komen.

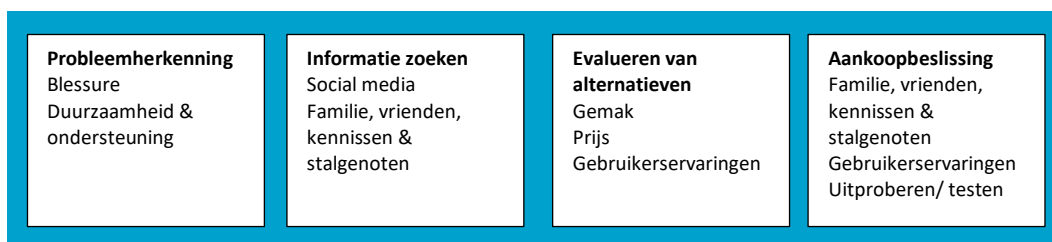
Dat er dus gesteld wordt dat social media een grote invloed heeft op de aanschaf van therapeutische producten komt daardoor overeen.

Hetgeen wat bekend is over de 'Emotioneel gerichte ontspanningsruiters' waar dit onderzoek op gericht is, komt deels overeen met wat uit het onderzoek is verkregen. Deze groep ruiters staat open voor vernieuwing en hechten veel waarde aan de meningen van mede-gebruikers. 74,6% van de enquête respondenten heeft interesse in een dergelijk product voor het eigen paard. Daarnaast gaf 7 van de 8 geïnterviewde deelnemers aan voor het eerst van het product gehoord te hebben van bekenden die het product bezaten. Gebruikerservaringen en reviews worden gecheckt voor men over gaat tot aanschaf. Prijs en kwaliteit en de verhouding hiertussen spelen zijn belangrijk. Ondersteuning en duurzaamheid van het paard was de op één na belangrijkste reden om over te gaan tot koop, wat overeenkomt met het gevoelig zijn van welzijn als verkoopargument. Dit aangezien welzijn en de gezondheid van het paard samenhangt volgens het Five Domains Model van David Mellor.

Zoals ook benoemd in het nationale ruiteronderzoek hecht de consument veel waarde aan bewezen resultaten, de mogelijkheid tot uitproberen en goede recensies (HAS Hogeschool, 2018). Deze drie criteria zijn ook terug te zien in de vraag over of er iets of iemand van invloed is op het aankoopbesluit. Hier wordt meermaals ‘gebruikerservaring’ en ‘uitproberen/testen’ benoemd. Bij de vraag of er wat tegenviel tijdens het zoeken naar informatie wordt onbetrouwbare informatie genoemd als een tegenvaller.

Het koop- en oriëntatieproces zoals deze genoemd is in het model in hoofdstuk 1.6.1. kan nu worden ingevuld op basis van de verkregen informatie uit de gedane onderzoeken. Met uitzondering op de evaluatie na aankoop aangezien het hier gaat over het moment tot aan dat het product wel of niet wordt aangeschaft, zie figuur 15.

Figuur 15 Koop- en oriëntatieproces op basis van gedane onderzoek



Wanneer de zogenoemde ‘problemen’ uit het onderzoek vergeleken worden met de 16 drijfveren (King, 2020) om over te gaan tot koop, komt het overeen met “het bevordert de gezondheid” en “het is nodig”.

Betreft de uitvoering van beide onderzoeken, de enquête en de diepte-interviews. Het genereren van genoeg respondenten voor de enquête was een uitdaging en het benodigde aantal van 165 is ook niet behaald. Deze is in verschillende Facebookgroepen gedeeld, verspreid over een aantal dagen. Echter werd de enquête niet in alle groepen toegestaan. Echter waren de verkregen resultaten inhoudelijk genoeg om een beter beeld te vormen van hoe de klant naar informatie zoekt en hoeveel geld men bereid is uit te geven. De kwantiteit van de hoeveelheid informatie is daarbij te verwaarlozen tegen de kwaliteit van de informatie. De diepte-interviews zijn met name afgenomen bij mensen uit het eigen netwerk. Daarnaast is het ook gelukt om indirect via het eigen netwerk meer deelnemers te bereiken. Een vijftal respondenten van de enquête heeft aan het eind ook contactgegevens achtergelaten om naderhand geïnterviewd te worden, echter hebben vier van hen niet meer op de mail gereageerd en was de vijfde te laat met reageren om de resultaten nog mee te nemen voor het onderzoek. Er zijn uiteindelijk acht interviews afgenomen, aangezien antwoorden veelal overeenkwamen en er dus saturatie optrad. Daarnaast was één van de deelnemers ziek, waardoor het interview niet door kon gaan en een andere deelnemer was op de afgesproken tijd niet aanwezig via Teams.

Door de beperking van tijd die er stond voor het genereren van informatie van de doelgroep en de uitwerking van deze informatie, is het onderzoek minder uitgebreid dan van tevoren gepland was. In het vervolg zou ik graag meer tijd vrijmaken voor het uitzetten van de enquête en inwinnen van de informatie zodat, wanneer het blijkt dat er informatie mist, er nog tijd is dit te zoeken.

Hoofdstuk 5 Conclusie & aanbevelingen

Het doel van dit onderzoek is het beter begrijpen van het de beweegredenen en het koop- en oriëntatieproces met betrekking tot therapeutische producten. Door het uitdragen van een advies kunnen producenten en/ of verkopers de doelgroep beter benaderen en bedienen.

5.1. Conclusie

Deelvraag 1: Wat is het probleem waar de hippische consument een oplossing voor zoekt door middel van een therapeutisch product?

De problemen waar de hippische consument een oplossing voor zoekt door middel van de aanschaf van therapeutische producten is op het moment dat het paard een blessure heeft. Daarnaast zoekt de consument ook iets ter ondersteuning voor de duurzaamheid van het paard. Het hoopt dat het paard sneller hersteld na lichamelijke inspanning en dat het op die manier de lichamelijke belasting blijft aankunnen.

Deelvraag 2: Hoe ziet de oriëntatiefase van de hippische consument ten opzichte van therapeutische producten eruit?

De consument ziet of hoort als eerst van het product via social media of via familie, vrienden, bekenden of stalgenoten. Vervolgens gaat het op zoek naar informatie bij de hoefsmid/ dierenarts/ fysiotherapeut (66,1%), de website van de verkoper en/of producent (55,9%), onafhankelijke websites (52,5%), via social media (47,5%) of bij vrienden, familie of kennissen (41,4%). Wanneer de consument het product voor het eerst gezien heeft via een bekende is de kans kleiner dat de consument het product gaat vergelijken. Wanneer producten wel vergeleken worden wordt er veelal gekeken naar het gemak dat het product met zich meebrengt. Is het simpel in gebruik, verlicht het werk, is het niet tijdrovend et cetera. Als de consument op zoek is naar informatie loopt men er soms tegenaan dat informatie niet betrouwbaar is of de prijs te hoog is.

Deelvraag 3: Wat geeft de doorslag bij het daadwerkelijk overgaan tot aankoop of gebruik van therapeutische producten?

Criteria die een rol spelen in of de consument tot koop overgaat bestaat hoofdzakelijk uit het vertrouwen op bekenden. De meeste mensen die voor het eerst kennismaken met het product via een bekende, geeft ook aan dat dit invloed heeft op de aanschaf. Dit komt door het vertrouwen in de gebruikerservaring. Daarnaast speelt de mogelijkheid tot uittesten van het product, al dan niet tegen betaling, ook een rol op het uiteindelijke koopbesluit.

Hoofdvraag: Wat zijn de beweegredenen van de hippische consument om over te gaan tot koop of gebruik van therapeutische producten?

Consumenten geven aan dat het hebben van een blessure of het willen ondersteunen van het paard de voornaamste redenen zijn waarom men overgaat tot het kopen van therapeutische producten. De consument geeft aan hoofdzakelijk het product voor het eerst tegen te komen via social media of bekenden. Daarnaast vindt men het moeilijk om betrouwbare informatie te vinden en prijzen te hoog. Echter is dit te verwaarlozen wanneer de consument de prijs-kwaliteitverhouding goed acht. Er wordt waarde gehecht aan het kunnen uitproberen van het product voordat het gekocht hoeft te worden. Producten die simpel in gebruik zijn, weinig tijd kosten en werk verlichten zijn erg in trek.

Na het doen van navraag bij een aantal producenten en verkopers bleek er veel vraag te zijn naar de zogenoemde 'therapeutische' producten. Uit eerdergenoemde theorie bleek dat ontwerpers van innovaties zich meestal eerst richten op de professionals als consument, dan op ambitieuze ruiters, waarna de innovatie langzaam terecht komt bij de recreatieruiters (HAS Hogeschool, 2018). Deze informatie is echter inmiddels verouderd. De therapeutische producten zijn deze fase al lang voorbij gezien de doelgroep zich nu al in de 'Early Majority' fase bevindt. Bovendien is het niet alleen de professionele- of wedstrijdruiter meer die deze producten aanschaft zoals te zien is aan de geïnterviewde deelnemers.

Daarnaast kan informatie over de 'emotioneel ontspanningsgerichte ruiter' in het ERPO model aangevuld worden om een beter beeld te krijgen van de te benaderen doelgroep. Deze groep blijkt namelijk voor 49,1% te bestaan uit mensen met een inkomen van minder dan of gelijk aan 22.500. 39% van deze groep is bereid € 101 tot €300 uit te geven aan een therapeutisch product. Deze producten zijn dus niet alleen meer weggelegd voor grootverdieners. Uit de resultaten van de interviews blijkt dat wanneer deze groep de producten voor het eerst vaak voorbij ziet komen bij bekenden zij zonder onderzoek over gaat tot koop.

5.2 Advies

Allereerst is het belangrijk om op korte termijn de communicatie uitingen te richten op het helpen herstellen van blessures en in het ondersteunen van de algehele gezondheid en training van het paard. De consument hecht waarde aan de duurzaamheid van het paard. In de communicatie naar de consument toe dienen voordelen zoals gebruikersgemak en werkverlichting naar voren te komen. Gemak is een must. De consument geeft aan bereikt te worden via social media en mond-tot-mond reclame. Social media blijkt een rol te spelen in zowel de eerste kennismaking met het product en ook dat het gebruikt wordt als middel door consumenten om onderling informatie te verspreiden. Tijdens het verspreiden van informatie via social media kan het zijn dat consumenten de bedrijfspagina noemen in de vorm van 'tags' of 'hashtags'. Door deze posts of verhalen vervolgens weer te delen op de bedrijfspagina worden gebruikerservaringen, dat waar de deelnemers uit dit onderzoek waarde aan hechten, gedeeld.

Op langer termijn dient gekeken te worden naar de prijs-kwaliteit verhouding van sommige producten. De consument is bereid geld te betalen mits deze de waarde van het product inziet. Gemak staat hierin weer voorop, evenals materiaal gebruik en levensduur. De consument geeft aan het soms moeilijk te vinden om betrouwbare informatie te vinden. Echter, wordt informatie genoemd op de website van de producent en/of verkoper zelf niet altijd onafhankelijk genoeg gevonden. Onafhankelijke (wetenschappelijke) onderzoeken en gebruikerservaringen van niet-belanghebbenden kunnen hier een oplossing in bieden.

Uit dit onderzoek blijkt een verschil te zitten in de resultaten betreft de eerste kennismaking met het product. Waar uit de enquête blijkt dat het hier om social media gaat, komt er uit de interviews naar voren dat men voornamelijk via bekenden voor het eerst hoort over therapeutische producten. Social media worden hier wel af en toe benoemd een rol te spelen, al dan niet onbewust, maar komt niet zo sterk naar voren als uit de enquête. Daarnaast zal er dieper ingegaan moeten worden op wie de doelgroep is en hoe deze eruit ziet. In dit onderzoek zijn kenmerken als leeftijd, woonplaats en opleiding niet genoeg

meegenomen om hier een goed profiel van te kunnen schetsen. Uit de interviews blijkt dat de geïnteresseerde groep erg varieert in leeftijd en achtergrond waardoor de doelgroep voor een concreter advies, wanneer in het bezit van meer informatie, waarschijnlijk opgesplitst worden. Gezien het verschil in de manier van kennismaking met het product in de resultaten van de enquête (social media) en de interviews (bekenden) zal er wanneer er meer informatie is over de doelgroep er beter geplaatst kunnen worden waar welke groep het product voor het eerst tegenkomt. Voor een vervolgonderzoek raad ik daarom aan hier meer op in te zoomen. Dit zou wellicht kunnen door een enquête nog grootschaliger uit te zetten of door meer diepte-interviews te houden en dit hier groter in mee te nemen.

Bronnen

Alonso, M.A., González-Montaña, J.R., Lomillos, J.M. (2020). Consumers' Concerns and Perceptions of Farm Animal Welfare. *Animals 2020. Domestic Animal Behavior and Well-Being*, 10(3), 385. <https://doi.org/10.3390/ani10030385>

Alvarez, C.B., Bobbert, M.F., Lamers, L., Johnston, C., Back, W., Van Weeren, P.R. (2010). The effect of induced hindlimb lameness on thoracolumbar kinematics during treadmill locomotion. *Equine Veterinary Journal*, 40(2), 147-152. <https://doi.org/10.2746/042516408X250184>

Barysevich, A. (2020). *How social media influences 71% consumer buying decisions*. Search Engine Watch. Geraadpleegd op 23 maart 2022, van <https://www.searchenginewatch.com/2020/11/20/how-social-media-influence-71-consumer-buying-decisions/>

BBC. (2012, 6 maart). *How Big is the Unconscious Mind? – Horizon: Out of Control? – BBC Two* [Video]. YouTube. Geraadpleegd op 23 maart 2022, van <https://www.youtube.com/watch?v=w3mrZ0b8LHc>

Bucas. (z.d.). *Therapy range*. Bucas. Geraadpleegd op 16 maart 2022, van <https://bucas.com/c/therapy-range/>

Carrozzo, U., Toniato, M., Harrison, A. (2019). Assessment of Noninvasive Low-Frequency Ultrasound as a Means of Treating Injuries to Suspensory Ligaments in Horses: A Research Paper. *Journal of Equine Veterinary Science*, 80, 80-89. <https://doi.org/10.1016/j.jevs.2019.07.007>

Comsteekpr-bahar. (2021, 11 maart). *Steekproefcalculator*. Steekproefcalculator. Geraadpleegd op 5 juni 2022, van <https://www.steekproefcalculator.com/steekproefcalculator/>

Ehrle, A., Lilge, S., Clegg, P.D., Maddox, T.W. (2021). Equine flexor tendon imaging part 1: Recent developments in ultrasonography, with focus on the superficial digital flexor tendon. *The Veterinary Journal*, 278, Artikel 105764. <https://doi.org/10.1016/j.tvjl.2021.105764>

Farm Animal Welfare Council. (2009, 12 oktober). *Farm Animal Welfare in Great Britain: Past, Present and Future*. Farm Animal Welfare Council. Geraadpleegd op 26 februari 2022, van https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/319292/Farm_Animal_Welfare_in_Great_Britain_-_Past__Present_and_Future.pdf

Equinics. (z.d.) *Equine LTS Pad*. Equinics. Geraadpleegd op <https://nl.equinics.eu/products/equine-lts-pad>

FNRS. (z.d.). *Welzijn en gezondheid*. FNRS. Geraadpleegd op 25 april 2022, van <https://www.fnrs.nl/?file=363&m=1570533267&action=file.download>

Fouragehandel bus. (2021). *Terugblik: De belangrijkste ontwikkelingen van 2020 in de paardensector*. Geraadpleegd op 26 februari 2022, van <https://www.fouragehandelbus.nl/blog/terugblik-belangrijkste-ontwikkelingen-paardensector-2020>

Halsberghe, B.T., Gordon-Ross, P., Peterson, R. (2016). Whole body vibration affects the cross-sectional area and symmetrie of de *m. multifidus* of the thoracolumbar spine in the horse. *Equine Veterinary Education*, 29(9), 493-499.

Harman, J. (1992). Therapeutic options in Equine Practice. *Journal of Equine Veterinary Science*, 12(6), 368-373.

HAS Hogeschool. (2017). *Hippische Monitor 2017. Verschuiven en vooruitzien*. HAS Hogeschool. Geraadpleegd op 14 februari 2022, van https://issuu.com/hashogeschool/docs/hippische_monitor_2017_lr

HAS Hogeschool. (2018). *Hippische Monitor 2018. Van traditie naar transitie*. HAS Hogeschool. Geraadpleegd op 14 februari 2022, van https://issuu.com/hashogeschool/docs/hippische_monitor_2018

HAS Hogeschool. (2020). *Hippische Monitor 2020. Meerwaarde vanuit eigenwaarde*. HAS Hogeschool. Geraadpleegd op 14 februari 2022, van https://issuu.com/hashogeschool/docs/hippische_monitor_2020_-_has_hogeschool

Haussler, K.K., Manchon, P.T., Donnell, J.R., Frisbie, D.D. (2020). Effects of Low-Level Laser Therapy and Chiropractic Care on Back Pain in Quarter Horses. *Journal of Equine Veterinary Science*, 86, Artikel 102891. <https://doi.org/10.1016/j.jevs.2019.102891>

Heskes & Partners. (z.d.). *Laddering kwalitatief onderzoek*. Heskes & Partners. Geraadpleegd op 5 juni 2022, van <https://www.heskesresearch.com/methoden/laddering/>

Horsefitshop. (z.d.). *Therapeutische producten*. Horsefitshop. Geraadpleegd op 5 juni 2022, van <https://www.horsefitshop.nl/uitrusting/therapeutische-producten/>

Horseware Ireland. (z.d.). *Ice-Vibe [Video]*. Horseware Ireland. Geraadpleegd op 16 maart 2022, van <https://shop.horseware.com/category/for-horses/therapies/ice-vibe/>

Hover, P., Van Eldert, P. (2019). *Betekenis van de hippische bedrijfstak in Overijssel (Onderzoeksrapport)*. Mulier Instituut. Geraadpleegd op 28 februari 2022, van https://www.kenniscentrumsportenbewegen.nl/kennisbank/publicaties/?betekenis-van-de-hippische-bedrijfstak-in-overijssel&kb_id=24699&kb_q=

Jansen, G., Veurtjes, M. (2019, 25 augustus). Dierenactivisten verstoren EK paardensport, 'Vervelend maar ook gevaarlijk'. *Algemeen Dagblad*. Geraadpleegd op 26 februari 2022, van <https://www.ad.nl/rotterdam/dierenactivisten-verstoren-ek-paardensport-vervelend-maar-ook-gevaarlijk~a63ce3c8/>

Kersten, A. (2020, 16 september). *Het paard als brug tussen hippische markt en maatschappij*. Imagro. Geraadpleegd op 23 april 2022, van <https://www.imagro.nl/nl/actueel/het-paard-als-brug-tussen-hippische-markt-en-maatschappij/367>

King, B (2015). *PSYCHO-SELLING. DOUBLE YOUR INCOME FROM SALES IN 8 WEEKS*. Createspace Independent Publishing Platform.

King, B. (2020, 22 juli). *Why people sometimes don't buy from you...* Bruce King Sales, Marketing & Personal Growth Strategies. Geraadpleegd op 25 april 2022, van <https://bruceking.co.uk/why-people-sometimes-dont-buy-from-you/>

KNHS. (2017). *Nederland Paardenland* (Brochure). KNHS. Geraadpleegd op 5 juni 2022, van https://www.knhs.nl/media/11389/nederland-paardenland_web-v2.pdf

Lelymare Horses. (z.d.). *Aquatraining*. Lelymare Horses. Geraadpleegd op 16 maart 2022, van <https://www.lelymarehorses.com/aquatrainingpaar/>

MarjaR. (2017). *Ik heb al pakweg een jaar de Polar Equine Belt met H7 zender liggen, maar heb 'm nog nooit gebruikt* [online forum post]. Boka. Geraadpleegd op 14 februari 2022, van <https://www.boka.nl/forums/viewtopic.php?f=21&t=1912640&start=100>

Marketing Communicatie. (z.d.). *Hoe ook jij je doelgroep leert kennen (en waarom je dat echt wilt)*. Marketing Communicatie. Geraadpleegd op 23 maart 2022, van <https://www.dianalangerak.nl/2019/05/02/doelgroep/>

Marketing4results. (2020, 4 augustus). *Onbewuste beïnvloedingstechnieken*. Geraadpleegd op 9 mei 2022, van <https://www.marketing4results.eu/onbewuste-beinvloedingstechnieken/>

Mellor, D.J., Beausoleil, N.J., Littlewood, K.E., Mclean, A.N., McGreevy, P.D., Jones, B., Wilkins, C. (2020). The 2020 Five Domains Model: Including Human-Animal Interactions in Assessments of Animal Welfare. *Animals* 2020, 10(10), 1870. <https://doi.org/10.3390/ani10101870>

Merkus, J. (2021, 12 november). *Soorten interviews: (on- of semi-) gestructureerd en focusgroep*. Scribbr. Geraadpleegd op 30 maart 2022, van <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/soorten-interviews/>

Niagara Equissage. (z.d.). *Prestatie- & Gezondheidsvoordelen*. Niagara Equissage. Geraadpleegd op 16 maart 2022, van <https://www.niagraaequissagebenelux.com/nl/voordelen>

Oudshoorn, R. (2021). *THERAPEUTISCHE PRODUCTEN VOOR MAARDEN: EEN MUST-HAVE?* De Kroo Ruitersport. Geraadpleegd op 5 juni 2022, van <https://www.dekroo.nl/corporate/therapeutische-producten-voor-je-paard/>

Peeters, R. (2021, 6 januari). *Cialdini Principes: 7 manieren voor overtuigende marketing*. Offbeat Marketing. Geraadpleegd op 23 maart 2022, van <https://www.offbeatmarketing.nl/cialdini-principes/>

Rabobank. (z.d.). *3 vormen van innovatie, welke past bij jouw bedrijf?* Rabobank. Geraadpleegd op 5 juni 2022, van <https://www.rabobank.nl/bedrijven/groei/groeistrategie/voorbeelden-innoveren>

Roelens, Y. (z.d.). *4 BASISMOTIEVEN VAN KLANTEN OM TE KOPEN*. Yves Roelens Sales Training Instituut. Geraadpleegd op 25 april 2022, van <http://www.salestraininginstituut.com/nl/4-basismotieven-van-klanten-om-te-kopen-100.htm>

Saleh, K. (2021). *How Social Media Influencers Impact Online Buying Decisions – Statistics and Trends*. Invesp. Geraadpleegd op 23 maart 2022, van <https://www.invespcro.com/blog/social-media-influencers/>

SandyJansen.nl. (z.d.). *Peesblessures bij paarden*. Sandy Jansen. Geraadpleegd op 11 maart 2022, van <https://sandyjansen.nl/2020/04/21/peesblessures-bij-paarden/>

Sectorraad Paarden. (z.d.). *Dierenwelzijn*. Sectorraad paarden. Geraadpleegd op 5 juni 2022, van <https://sectorraadpaarden.nl/dierenwelzijn/>

Sporthorses.vet. (2017, 12 mei). *Common horses injuries*. Sporthorses.vet. Geraadpleegd op 11 maart 2022, van <http://sporthorses.vet/blog/2017/05/12/common-horses-injuries/>

Stenitzer, G. (z.d.). *5 Insights into Buyer Personas for Your Content Marketing: Adele Revella*. Crystal Clear Communications. Geraadpleegd op 29 maart 2022, van <https://crystalclearcomms.com/adele-revella-5-insights-buyer-personas-content-marketing/>

Van Gulik, I. (z.d.). *Kissing spines bij paarden*. Paardenarts.nl. Geraadpleegd op 11 maart 2022, van <https://www.paardenarts.nl/kennisbank/kissing-spines-bij-paarden/>

Van Manen, M. (z.d.). *Gewrichtsproblemen bij paarden*. Paardenarts.nl. Geraadpleegd op 15 maart 2022, van <https://www.paardenarts.nl/kennisbank/gewrichtsproblemen-bij-paarden/>

Van Oosterum, V. (2018, 29 juni). *Voordelen van preventief behandelen van je paard*. BIT. Geraadpleegd op 26 maart 2022, van <https://www.bitmagazine.nl/welzijn/preventief-behandelen/95687/>

Veldman, R. (2021, 30 april). *Duurzaam ondernemen en innoveren in de paardenhouderij*. Rabobank. Geraadpleegd op 26 februari 2022, van <https://www.rabobank.nl/kennis/s011138696-duurzaam-ondernemen-en-innoveren-in-de-paardenhouderij>

Verhage, B., Visser, M. (2018). *Grondslagen van de marketing* (9^e druk). Noordhoff Uitgevers.

Vitaflor. (z.d.). *Over ons*. Vitaflor. Geraadpleegd op 5 juni 2022, van <https://www.vitaflor.com/nl/vitaflor-vibratietechnologie-voor-paarden/>

Wageningen UR Livestock Research. (2012). *Welfare monitoring system: assessment protocol for horses*. Wageningen UR Livestock Research. Geraadpleegd op 25 april 2022, van <https://edepot.wur.nl/238619>

Zuidgeest, Tim. (2020, 12 augustus). *Neuromarketing: alles wat je wilt weten in 1 overzicht*. Unravelresearch. Geraadpleegd op 23 maart 2022, van <https://www.unravelresearch.com/neuromarketing>

Bijlage I Verkoopstijging therapeutische producten

Hypostore

“We zien inderdaad een stijgende vraag naar therapieproducten, dit is bij dekens zo’n 30% per jaar en bij overige producten zo’n 35% per jaar. Helaas kan ik geen (uitgesplitste) verkoopcijfers aanleveren omdat dit concurrentiegevoelige informatie is.”

Magnacare

“In 2020 is onze omzet in de therapeutische apparatuur met 58% gestegen. In 2021 was die stijging: 77%.”

DocHorse

“Ik heb het eerste kwartaal van 2021 vergeleken met het eerste kwartaal van 2022.

Cathago Fir-Tech is nieuw in ons assortiment, dat hebben we pas sinds een maand of 2 dus daar kunnen we nog niet zo veel over zeggen.

Back on track (alles therapeutisch) is verdubbeld.

Ice vibes is heel erg gestegen, 2,5 keer zoveel van verkocht

Equilibrium massage pad is ongeveer gelijk gebleven. De handschoen hebben we in de loop van vorig jaar op de site gekregen dus dat kan ik nog niet vergelijken met vorig jaar. De massage deken is ook nieuw in het assortiment.

Ionic is van alle therapeutische producten het minste in trek, maar dat komt ook omdat Horseware met leveringsproblemen te maken heeft gehad. Dit is ongeveer gelijk gebleven. Recuptex (of de Therapeutic rugs van Bucas, is met Recuptex materiaal) is ongeveer 1,5 x gestegen.”

Bijlage II Interviewvragen gebruikers en/ of geïnteresseerden

1. Zou u me in het kort wat kunnen vertellen over uzelf; leeftijd, opleidingen et cetera? (Demografische kenmerken; Leeftijdsklasse, opleidingsniveau, geografische kenmerken, etc.)
2. Wat voor soort 'therapeutische producten' heeft u in uw bezit?
3. Wat voor probleem zocht u een oplossing voor?
4. Waar was de eerste kennismaking met het product? (Online, op stal, dierenarts, kennissenkring)
5. Waarom bent u zich meer gaan verdiepen in het product?
6. Heeft u het product vergeleken met vergelijkbare producten?
7. Wat maakt het product nu echt zo interessant?
8. Waar liep u tegenaan tijdens het zoeken naar informatie van het product?
9. Op basis waarvan heeft u vergeleken?
10. Wie heeft er invloed gehad op de uiteindelijke beslissing om wel of niet tot koop over te gaan?

Bijlage III Enquêtevragen

Hallo!

Mijn naam is Jory Brummer, student Hippische Bedrijfskunde aan de Aeres Hogeschool te Dronten. Voor mijn scriptie doe ik een consumentenonderzoek gericht op producten die blessures bij paarden helpen voorkomen en ondersteuning in de genezing ervan.

Door middel van deze enquête zal er onderzoek gedaan worden naar de beweegreden(en) van de hippische consument om over te gaan tot koop of gebruik van dit soort producten. Enkele van dit soort producten zijn: Koelproducten (bijv. Horseware Ice-Vibes), trilplaten (bijv. Vitafloor) en massageapparaten (bijv. Niagara Equissage Pulse)

Het invullen van de enquête zal ongeveer 3 - 5 minuten duren, is volledig anoniem en de gegevens zullen uitsluitend voor het uitwerken van mijn scriptie gebruikt worden.

Ik wil u alvast bedanken voor de tijd en moeite voor het invullen van mijn enquête! Mochten er nog vragen zijn kunt u mij gerust een mail sturen naar 3027691@aeres.nl.

1. Bent u bekend met producten die blessures dienen te helpen voorkomen of ondersteunen in de genezing?
 - Ja
 - Nee
2. Welke producten heeft u wel eens van gehoord? (Indien vraag 1 met ja is beantwoord)
 - Trilplaat
 - Aquatrainer
 - Koelproducten (zoals bijv. Horseware Ice-Vibe boots)
 - Therapiedekens
 - Lasertherapie
 - Massagedekens/ pads
 - Infrarood therapie
 - Magneetveldtherapie
 - Anders, namelijk...
3. Waar heeft u het product voor het eerst voorbij zien komen of ervan gehoord?
 - Van vrienden, familie of kennissen
 - Van stalgenoten
 - Van mijn instructeur/ instructrice
 - Beurzen en/ of evenementen
 - Fora
 - Social media
 - Van mijn hoefsmid/ dierenarts/ fysiotherapeut
 - Anders, namelijk...

4. Heeft u interesse in een dergelijk product voor gebruik bij uw eigen paard?
 - Ja
 - Nee
5. Bent u zelf in het bezit van een product dat blessures helpt te voorkomen of betaalt u een derde partij voor het gebruik ervan doormiddel van sessies?
 - Ja, ik ben zelf in het bezit van een dergelijk product
 - Nee, ik ben zelf niet in het bezit van een dergelijk product
 - Nee, ik ga naar iemand anders en betaal voor het gebruik
6. (Alleen als bij vorige vraag 'ja' is geantwoord) Welk(e) product(en) heeft u in uw bezit?
Open antwoord
7. Hoe zoekt u naar informatie?
 - Social media
 - Fora
 - Vrienden, familie of kennissen
 - Stalgenoten
 - Instructeur/ instructrice
 - Beurzen en/ of evenementen
 - Hoefsmid/ dierenarts/ fysiotherapeut
 - Website verkoper en/ of producent
 - Onafhankelijke websites
 - Anders, namelijk...
8. Van wat voor social media maakt u gebruik?
 - Facebook
 - Instagram
 - YouTube
 - LinkedIn
 - TikTok
 - Anders, namelijk...
9. Hoeveel bedraagt uw inkomen netto op jaarbasis?
 - Minder dan of gelijk aan € 15.000
 - € 15.001 - € 22.500
 - € 22.501 - € 30.000
 - € 30.001 - € 37.500
 - Gelijk aan of meer dan € 37.500

10. Hoeveel bent u bereid uit te geven aan producten die blessures helpen voorkomen of ondersteunen in de genezing ervan?

- Minder dan € 100
- € 101 - € 300
- € 301 - € 500
- € 501 - € 1.000
- € 1.001 - € 2.000
- € 2.001 - € 5.000
- € 5.001 - € 10.000
- Meer dan € 10.001

Bijlage IV Resultaten Interviews

Interview Adrie van Rijn

J: (1) Zou u me in het kort wat kunnen vertellen over uzelf; zoals leeftijd, waar u woont, wat u doet bijvoorbeeld?

Mijn naam is Adrie van Rijn, 67 jaar en ik woon in Ruurlo. Ik woonde eerder in de buurt van Utrecht en runde daar onze ouderlijke boerderij. Daar zijn ik en mijn zus toen uitgekocht door de gemeente omdat die daar andere plannen had. Toen heb ik deze locatie hier in Ruurlo gekocht om eigenlijk door te gaan met mijn hobby. Ik heb recent alleen al mijn paarden verkocht vanwege mijn pensioen, maar ik heb altijd in de springsport gezeten.

J: (2) Wat voor soort 'therapeutische producten' heeft u in uw bezit?

A: Wij hebben een **stapmolen**, wij hebben een **solarium** en **trilplaat** in één; waarom? Dan blijven ze recht onder het solarium staan. Die trilplaat die is een meter breed en zo gaan ze niet naar links en naar rechts en zo blijven ze recht onder het solarium staan. Dus als we de paarden dan gedoucht hebben dan gaan ze onder het solarium en dan doen we de trilplaat ook aan. En we hebben een **loopband**. Ik heb paarden bij iemand anders in de **aquatruiner** gehad, maar daar was ik niet enthousiast over.

J: En waarom was u daar niet enthousiast over?

A: Ik had Equipe zadels en die bomen die breken. Dat zijn van die carbon bomen en dat had ik te laat in de gaten dus ik **had drie paarden met een geblesseerde rug**. Doordat die bomen braken, ofja die breken niet, maar die worden eerst flexibel en dan gaan ze uit mekaar boven de sprong en op een gegeven moment kreeg ik ze geen dubbelsprong meer door. En dan zat ik gewoon en dan was er ruimte zat, maar als ik dan in de beugels ging ik staan gingen ze als een V uit mekaar en dan landen ze op de rug. Maar onder het springen kan je niet je vinger ertussen douwen om te kijken van hé dat zit niet goed. Dus dat heeft even geduurd, want ik had drie paarden geblesseerd.

J: En waar heeft u ze toen naar de aquatruiner gebracht?

A: Ik heb ze toen bij Jill Boomers op de aquatruiner gehad. Fantastisch. Alle drie de paarden mok. Waarom? Die paarden die poepen erin, dat water poep dat gaat allemaal onder die lagers. Ze laten dat ding iedere keer leeglopen maar dan gaat er toch een bacterie krijgen ofzo. En ik had dus drie paarden met alle vier de benen mok. Eerst één, toen de ander, ik denk dat zal wel en toen de laatste ook nog. Allemaal zwarte benen. Daarna ben ik er direct mee gestopt. Ik had er eerst de één, ik dacht dat doe ik niet meer. Daarna de ander en die kreeg precies hetzelfde. Dus daar was ik al gauw klaar mee.

Ik was van plan om zo'n aquatruiner te kopen, heb ik niet gedaan, heb ik een loopband gekocht.

J: Waar heeft u de loopband vandaan als ik vragen mag?

A: Dat is de Horse Gym 2000 van Horsmans.

J: (3) Wat voor probleem zocht u een oplossing voor?

A: Wij hebben altijd topsport gedaan. En ehm **alle kleine beetjes helpen**. En met een zware training dan zet ik ze gewoon op die trilplaat. Dus na een zware wedstrijd; ik heb ook een Equusir deken en HHP-deken, ja alle beetjes helpen. **Topsport gaat met procenten** hè. Paar procent hier, paar procent daar, daar moet je heel veel voor doen.

J: Dus het is eigenlijk voor welzijn en duurzaamheid van het paard?

- A: **Ja klopt.** Ik heb 11 Nederlands kampioenschappen op m'n naam staan, die komen niet aanwaaien, dat kan ik je wel vertellen. Dus ja, die trilplaat vond ik wel heel goed. Ik wil niet negatief over die aquatrainer zijn, maar ik ben er wel mee gestopt. En het is een uitgave van toen die tijd van € 40.000 - € 50.000. Toen heb ik dat tegen Horsmans gezegd en die zeiden toen 'ja als je er één doet, dan moet je er zo'n detectiesysteem erop zetten die dat infecteert met ionen'. Ja dat kostte nog weer een duizend of 10 extra. Ik was wel enthousiast van de aquatrainer maar doordat ik die drie allemaal met mok terugkreeg heb ik er toch vanaf gezien.
- J: **(4) Waar was de eerste kennismaking met het product? (Online, op stal, dierenarts, kennissenkring)**
- A: Ja wij hadden **kennissen** die hadden zoiets en dan ga je daar eens informeren en dan ga je eens kijken en dan ga je eens op internet kijken. Daarna ga je bij andere mensen informeren. En eeh ja, **een verkoper zegt altijd dat het goed is anders verkoopt hij hem niet.** En eeh, we hadden een buurman hier die kocht een nieuwe trekker. En die kostte een € 150.000. En toen had hij toch het lef om te zeggen ik heb het uitgegeven, maar ik heb het verkeerd gedaan want dit valt tegen en dat valt tegen; en dat zeggen niet veel mensen. Want de meeste mensen willen dan liever toch niet weten dat ze een miskoop gedaan hebben, er zijn maar weinig mensen die eerlijk zijn. Dus je moet met een heldere blik kijken en echt doorvragen en echt mensen rondvragen voordat je zo'n investering doet. Zo'n trilplaat kost ook €4.000 - €5.000. Maar ik heb er wel profijt van gehad. De eerste keren bleef ik er gewoon bij staan, ook bij de loopband, brokjes voeren tot ze zich op hun gemak voelden.
- J: **(5) Waarom bent u zich meer gaan verdiepen in het product?**
- A: Eigenlijk **doordat ik het via anderen had gehoord en ik eigenlijk wel op zoek was naar iets dat mijn paarden in hun training kon ondersteunen.**
- J: **(6) Heeft u het product vergeleken met vergelijkbare producten?**
- A: Eeh **ja dat vergelijk ik wel.** Maar het is wel zo, de betere merken die betalen zich toch terug. Als je denkt **goedkoop over een aantal jaren is toch duurkoop.**
- J: **Want hoe lang geleden heeft u die trilplaat aangeschaft?**
- A: 10 jaar terug.
- J: **Ohja toen waren er ook nog veel minder merken op de markt dan op dit moment**
- A: Ja nou komen er steeds meer.
- J: **(7) Wat maakt het product nu echt zo interessant?**
- A: **Het product moet een meerwaarde hebben.** Het moet niet alleen geld kosten maar **je moet er wat aan hebben.** Missers kom je overal tegen. Zoals die zadels, dat is voor mij een misser geweest en heeft me gewoon veel geld gekost. Maar deze producten hebben voor mij een meerwaarde gehad als in dat mijn paarden fit en in een goede conditie bleven, zelfs na een zware training of wedstrijd. Het heeft gewoon goed geholpen in de ondersteuning van het lichaam terwijl de paarden hoog in de sport liepen. Ze hadden minder of geen last van spierpijn, herstelden sneller. Kijk, ik kijk naar mijn paarden en als mijn paarden met bepaalde producten gelukkig ogen en goed presteren dan is het voor mij een topproduct.
- J: **(8) Waar liep u tegenaan tijdens het zoeken naar informatie van het product?**
- A: Nou kijk als je op internet kijkt dat zijn allemaal de verkopers die het erop zetten. Maar je moet bij een gebruiker de tijd voor nemen om naartoe te gaan en erover te praten. En hoe en waarom, en wat verwacht je van dat ding en wat kost dat ding. Gewoon 1 op 1. **Want op internet is alles prima.** Kijk ik heb dus die Equipe zadels

gehad. Geen gulden waard. Eehm, wil niet zeggen dat Equipe slecht is, maar met een carbon boom. Het zijn zadels van € 4.000, binnen een 1,5 jaar gingen ze als een veer werken en nog een jaar later braken ze. Is niks waard. En dan Steven Veldhuis, is een geweldige ruiter, maar die wordt gesponsord door Equipe. Die krijgt die zadels. Dus die haalt het hart niet in zijn hoofd. Nu had ik een stagiaire die heeft daar gewerkt. Ze heeft bij mij een paard gekocht en die vertelde dat hij 1 tot 2 keer per jaar een zadel heeft die breekt en dan krijgt hij daar een nieuwe voor of ze zetten er een andere boom in. Maar dat gaat hij mij zelf niet zeggen, want hij wordt erdoor gesponsord en hij krijgt die zadels gewoon. Dus het heel moeilijk om aan goede betrouwbare informatie te komen over producten.

J: (9) Op basis waarvan heeft u vergeleken?

Eehm, dat is voornamelijk toch op hoe andere mensen die producten ervaren. Zoals ik zei duurdere merken verdienen hun geld vaak terug dus ik vergelijk eigenlijk niet op basis van prijs. Voor mij is het veel belangrijker wat andere mensen van die producten vinden en wat voor resultaten ze ermee behaald hebben. En ik hoor daarom ook graag als het niet bevallen is en waarom niet. Op basis daarvan maak ik mijn beslissingen.

J: (10) Wie of wat heeft er invloed gehad op de uiteindelijke beslissing om wel of niet tot koop over te gaan?

A: Alleen ik hahaha.

J: Om nog even te checken welke producten u nou allemaal had, dat was een stapmolen, trilplaat met een solarium, loopband...

A: Loopband ja, die kan 8% omhoog, tegen de brug op lopen, ben ik heel tevreden over. Maar ik wissel heel veel af tussen deze producten, ook met rijden en trainen wat ik doe.

J: En u had het ook nog over dekens?

A: Ja een Equusir deken heb ik en een HHP-deken. Eehm. Dat is een moeilijk verhaal. Ik geloof er wel in. Maar ik vind dat je er weinig van zien. Je ziet dat de paarden zich er goed bij voelen maar dat moet je eerst 20/ 30 dagen uitproberen of je ziet dat het wat doet. Maar dan nog echt duidelijke verschillen zien is lastig.

J: Maar zoals de andere producten, de trilplaat en de loopband, heeft u daar wel resultaat gezien?

A: Ja daar zag ik na een maand wel resultaat en daar was ik wel meteen van overtuigd.

J: Oke, ik denk dat ik dan alle informatie die ik nodig heb wel van u ontvangen heb. Ik zou u dan heel graag willen bedanken voor uw tijd en moeite.

A: Nou graag gedaan, ik hoop dat ik je niet teleurgesteld heb en succes met je opdracht.

J: Bedankt! Nog een fijne avond gewenst.

A: Hetzelfde!

Interview Miene Duits

J: (1) Zou u me in het kort wat kunnen vertellen over uzelf; leeftijd, opleidingen et cetera?

M: Ja, ik ben Miene Duits, 32 jaar. Ik woon in Gendt en sinds augustus 2020 zitten we hier gevestigd in Otterlo. Daar geef ik les, leid ik jonge paarden op en train paarden door. Ik verhuur hier een aantal stallen voor pensionklanten en heb hier ook mijn eigen paarden staan. Daarnaast scheer ik paarden voor klanten en biedt ook Equissage behandelingen aan. Ook werk ik nog 8 uur bij een snackbar hier in Otterlo bij.

J: (2) En wat voor soort 'therapeutische producten' heb je in je bezit?

M: Ik heb een Equissage, daar heb ik ook een handunit bij. En die handunit heeft eigenlijk dezelfde functies als de pad. Nou de pad, die heeft een cyclopische trilling dus die gaat van voor naar achter en van onder naar boven. En de handunit natuurlijk ook, maar die gebruik ik voor specifieke locaties zegmaar.

J: Ja dus als ze ergens last hebben.

M: Ja dus als ik weet dat ze ergens last hebben, bijvoorbeeld aan de achterhand, dan ga ik met de handunit eroverheen en dan zie ik aan het paard hoe ze daarop reageren.

J: (4) Maar heb je toen specifiek meteen voor de Equissage gekozen of heb je ook gezocht naar andere producten?

M: Nee ik heb het NK gereden in 2018 volgens mij. Ja 2018. En toen heb ik Naomi Tinneveld (eerste kennismaking), die heeft hem echt al heel lang. Die heb ik toen mijn paard laten behandelen met de pad. En ik had daar zo'n mooi resultaat van, dat ik haar nog een keer heb laten komen en nog een keertje heb laten behandelen; en hetzelfde resultaat ervan nog een keertje had, dat ik tegen mijn vriend zei "nou ik wil eigenlijk zelf ook heel graag zo'n pad". Naja hij kost wel wat, dus ik heb er wel even voor moeten sparen, maar het is echt een aanwinst. En ik heb eigenlijk niks anders meer geprobeerd. Ik heb die revalidatiemodule gedaan in Nijmegen, dus ik heb wel verschillende revalidatie materiaal gezien. Wat ik nog heel graag zou willen is de aquatrainer. Maarja, dan moet je er wel plek voor hebben en dat is ook een hele grote investering. Maar dat is iets wat ik in de toekomst wel in zou willen investeren.

J: (3) En voor wat voor 'probleem' zocht je een oplossing toen je bij deze producten terecht kwam?

M: Eigenlijk zocht ik al langer iets om mijn paarden in hun training te ondersteunen iets wat zorgt voor een sneller herstel en ontspanning. Zeker omdat ik wedstrijden rij en je wil dat ze die lichamelijke belasting kunnen blijven aankunnen

J: (6) Dus je eerste kennismaking met het product was eigenlijk via Naomi. Heb je de Equissage daarna eigenlijk gewoon meteen aangeschaft of eerst in verdiept en informatie over gezocht?

M: Nee, ik ben eigenlijk meteen naar Anouschka (lees: Anouschka van Osch, retailer Niagara Equissage Benelux) gegaan en er meteen één gekocht. Ook omdat ik er ook zo'n goede resultaten van had. Ik heb ook andere paarden er wel mee behandeld, met problemen ook en dat is eigenlijk gewoon goed gekomen zegmaar. Ik had onder andere natuurlijk Dime, die had een peesblessure. Die heb ik ook echt regelmatig met de Equissage gedaan. En in 2019 had hij een fixe hoefzweer, 3 maanden lang. Heb ik ook met de Equissage behandeld, waardoor die uiteindelijk in plaats van dat die naar boven is gegaan naar beneden is gezakt. Dus dat is wel bijzonder om te zien. Ja ik ben er heel blij mee en mijn paarden ook.

- J: Ja je hebt hem dus echt gekocht voor welzijn van je paarden**
- M: Ja om ze te bevorderen daarin ja.
Ik heb ook de Ice-Vibes, maar toch gebruik ik liever deze. Die liggen toch grotendeels in de kast.
- J: En waarom is dat?**
- M: Ja bijvoorbeeld ook het opladen. Dat kost je gewoon heel veel tijd. Als ik deze (Equissage) wil opladen, 2 uurtjes en hij zit vol. Die Ice-Vibes liggen er echt veel langer aan. Dit is gewoon een batterijtje, naja ik heb er drie dus ik kan ze elke keer afwisselen. En als ik de handunit mee heb dan heb ik twee batterijen mee. Ik heb in de auto een oplader liggen, standaard. Dus als ik naar Wassenaar ga dan kan ik er 1 of 2 opladen, ligt er een beetje aan hoeveel er nog in zit. Thuis heb ik ook nog een oplader liggen, naja met 4 uurtjes heb ik er twee opgeladen.
- J: (3) Ja en die Ice-Vibes heb je gekocht waarom?**
- M: Naja Dime die had op een gegeven moment een bult op zijn pees en ik was bang dat het een peesblessure zou zijn. Dus ik had gebeld met Ruben, Ruben Koster (Dierenarts) en die zei ik wil wel langskomen maar dat zal wel wat geld kosten om me te laten komen voor één paard. Dus ik dacht ja wat kan ik doen, dus dat heb ik aan hem gevraagd en toen zei hij wat je nu voor hem kan doen is de Ice-Vibes erop. Dat het in ieder geval trilt en koelen. Dus ik dacht naja ik ga wel kijken. Toevallig kwam ik ze tegen op marktplaats, voor € 150 dus ik heb er meteen achteraan gemaaild in de hoop dat ze er nog waren. Gelukkig had ze ze nog dus kon ik ze overnemen. Een paar jaar later, bij mij op stal in Gendt waar ik toen stond, kon ik er nog een paar overnemen dus ik heb er nu vier. Niet dat ik ze veel gebruik, maar ik heb ze wel. Ik neem ze wel mee naar wedstrijd voor het geval dat.
- J: En neem je nog meer mee op wedstrijd?**
- M: Ja ik heb ook van die speciale magneet hakken, voor na het rijden. Maarja die dingen moet je opbouwen, in uren. En ik heb nog van die Hidez sokken, ook voor achter. Voor de lymfe drainage. Want Dime had heel snel last van bloedvergiftiging dus die deed ik die sokken ook om op transport enzo. Ja en zij past ze ook. Maar ook die moet je in uren opbouwen, die kan je niet meteen heel lang om laten. Ik heb voor Flame ook een heel pak, een heel ridderpak (van Hydez), maarja doe er nooit wat mee.
- J: Ja dat is eigenlijk ook hoe ik samen met mijn afstudeerbegeleider op dit onderwerp kwam. Hoeveel mensen dit soort producten wel niet hebben, maar het eigenlijk in de kast hebben liggen.**
- M: Ja dat is eigenlijk ook met de Equissage, ik heb het aangeschaft voor mijn eigen paarden en ik behandel ze er wel mee maar eigenlijk gebruik ik het nu het meest voor mijn trainingspaarden. Dus soms heb ik wel eens zo'n opwelling en dan doe ik hem 2-3 weken elke dag bij mijn eigen paarden om. En daarna denk ik oja en dan ligt die weer in de kast of in de auto. En dan denk ik ja eigenlijk moet ik het wel vaker voor hun gebruiken.
- J: Ja, want je kan ze niet vastzetten met de pad op en dan tegelijk wat anders doen?**
- M: Dat ligt er een beetje aan hoe druk het op stal is. En in de box heb ik er geen overzicht op, of ze gaan schuren enzo. Dus ik heb ze dan het liefst op de poetsplaats staan.
- J: En als je naar al die producten kijkt die je hebt, hoe heb je bij die andere naar informatie gezocht?**

- M: Nou de Ice-Vibes heb ik gewoon in een opwelling gekocht, **naar aanleiding van de dierenarts**. En ik kende ze ook al via **Horse Event**. En die magneetdingen die kwam ik toevallig tegen op **Facebook**. Daar heb ik wel wat over gelezen via google, over de afvoer van afvalstoffen en dat soort dingen. Toen dacht ik van naja omdat we natuurlijk veel stops maken vraag je natuurlijk wel veel van de spronggewrichten dus dan dacht ik dat is wel een mooie aanvulling na zo'n training. En eehm, de Hydez sokken daar ben ik altijd wel fan van geweest, want ik heb ook **Hydez sokken voor mezelf** en dat werkt ook gewoon super goed. Dus dat heb ik ook wel bij Hydez zelf nagevraagd en echt informatie over opgezocht bij hunzelf. Ik heb ook van die koelproducten van hun, maar ik heb hier geen vriezer dus dat kan ik hier niet gebruiken. Maar daar ben ik wel serieus voor op onderzoek uitgegaan. En daar heb ik ook echt wel resultaat mee geboekt.
- J: **(5) En waarom ben je je bij die Hydez sokken wel echt meer gaan verdiepen?**
- M: **Ik wilde weten wat het nou echt precies kon brengen voor mijn paard**. Ik zocht het ook echt voor een specifiek doel omdat Dime dus snel last van bloedvergiftiging had. Ik wist uit ervaring wel dat het voor mezelf hielp, maar voordat ik zo'n aanschaf zou doen wilde ik wel precies weten hoe het nou allemaal zat.
- J: **(6) Heb je de Hydez sokken toen ook nog vergeleken met vergelijkbare producten?**
- M: **Nee eigenlijk niet**. Omdat het voor mezelf zo beviel en zeker na het contact met Hydez zelf was ik er zo van overtuigd dat ik ze gewoon heb besteld.
- J: **(7) En als je kijkt naar al deze producten, wat maakt ze dan nou echt zo interessant?**
- M: Nou de **Equissage is gewoon geweldig als ik kijk naar wat voor resultaat het geeft**. Ik ben er nog steeds zo enthousiast over als toen ik voor het eerst de behandelingen bij Naomi heb geprobeerd en het verbaast me ook bij andere paarden wat het soms kan doen. De **Ice-Vibes zijn gewoon heel makkelijk en simpel in gebruik**. Naast dat ze koelen zorgen ze ook nog voor bloedcirculatie waardoor de bloedsomloop wel gestimuleerd wordt in tegenstelling tot normale icepacks. Die zijn trouwens vaak ook nog heel stug. **De Hydez sokken doen gewoon wat ze beloven, dikke benen slanken af en Dime had gewoon echt minder last dan voor ik ze gebruikte**.
- J: **(4) Als we kijken naar waar je bepaalde producten voor het eerst langs hebt zien komen, je noemde bij de Equissage al dat je daar via Naomi Tinneveld kennis mee had gemaakt, maar de andere producten?**
- M: Ja via **social media** ook denk ik. Ik heb toen wel gezocht naar die Ice-Vibes natuurlijk en koelproducten. Dus daarom kwamen toen denk ik die magneetdingen voorbij.
- J: **(8) Heb je wel eens gehad dat je ergens tegenaan liep bij het zoeken naar informatie bij een product?**
- M: **Nee, dat valt eigenlijk wel mee**. Deze heb ik gewoon bij Arthur (Arthur's Westernstore, Vorstenbosch) in de winkel gehaald, dusja dan krijg je ook meer informatie mee. Hoe je hem moet gebruiken en waarmee je hem kan gebruiken, hoe die werkt. En ik heb het certificaat er ook bij gedaan, de certificaatdagen van hen. Dat is ook wel fijn want dan komt zo'n dierenarts uit Engeland en degene die hem ontwikkeld heeft komt dan naar Nederland toe om het één en ander uit te leggen. Met de rest heb ik eigenlijk niet echt gezocht natuurlijk, behalve bij Hydez. **Het enige wat me tegenviel was de prijs van die pakken**. Die zijn wel echt heel duur, ik vind € 500 wel veel geld.

J: **(10) En heeft er iets of iemand invloed gehad op de beslissing of je die producten wel of niet kocht?**

M: Nee, alleen ikzelf. Zelfs mijn vriend had er niks over te beslissen hahaha. De dierenarts heeft de Ice-Vibes natuurlijk wel aanbevolen, dus wel op aanraden van, maar ik was zelf de doorslaggevende factor.

* Vraag 9 n.v.t. er is niet vergeleken met andere producten.

Interview Alexandra van der Linden

- J: (1) Even kijken ja het zijn eigenlijk maar 10 kleine vragen, maar zou je me eerst even kort wat over jezelf kunnen vertellen; waar je woont, hoe oud je bent, wat voor opleiding je misschien gedaan hebt?**
- A: Ja, ik ben Alexandra van der Linden, 27 jaar oud, woon in Dronten. Ik heb de opleiding International food business aan de Aeres gedaan, nu 4 jaar werkzaam voor Plukon als logistiek manager. En, heb een dressuurpaard.
- J: Wat doe je zoal in de dressuur, als in rij ook wedstrijden of meer voor jezelf?**
- A: Ja ook wedstrijden. Ik heb hem gekocht als 2,5-jarige hengst, zelf opgeleid, wat pech onderweg gehad. En ja, we willen nu eigenlijk gewoon in de sport lopen. Ja wij lopen 1,5 jaar lopen we zeg maar achter, hij wordt nu 6. Ja vanwege de blessures is hij er gewoon tussenuit geweest en ja, ik ben een al langzame hervatter.
- J: Ja nou, ja soms is dat ook maar beter.**
- A: Ja, ik zie er alleen maar het positieve van, dus ja precies.
- J: (2) Ja en wat voor soort producten heb je in je bezit wat je zou kunnen zeggen dat dat therapeutische producten zijn?**
- A: Ik heb een Bucas Therapy deken. Ik heb de Horseware Ice-Vibes, ik heb de absorberende neus bontje en ik heb de Catago FIR-Tech peesbeschermers
- J: (2) En zoals voor de revalidatie, heb je daar ook bijvoorbeeld gebruik gemaakt van producten waarvoor je voor betaald hebt voor het gebruik? Dus zeg maar een aqua trainer sessie of zoiets?**
- A: Ja. Hij is in zijn eerste, hij heeft twee verschillende blessures gehad, daarvoor is het revalidatietraject vrijwel gelijk geweest. Alleen in de, hij is heeft een gewrichtsvliesontsteking is de knieën gehad, daarvoor hebben we 3 keer in de week afbouwend naar twee keer in de week, naar een keer in de week, voor de periode van 4 maanden - zeg ik even uit mijn hoofd - in de aquatrainer. Vervolgt op de Vitaafloor. Daarna is die zeg maar van april tot en met oktober goed geweest, heeft hij getraind, heeft hij gewoon ja gelongeerd en gereden. Toen heeft hij een dubbele peesblessure in de tussenpees opgelopen. Toen hebben wij hem op aluminium achter ijzers met een brede tak gezet en is hij 3 keer per week gelaserd in combinatie met de Vitaafloor. Na een week of 10 is hij toen pas voor de eerste keer weer in de Aquatrainer gaan. Maar ik heb hem dus laten laseren, op de Vitaafloor gehad en in de Aquatrainer.
- J: En waar heb je dat gedaan?**
- A: Bij Marjon van der Heijkant.
- J: (3) Dus in jouw geval, zeg maar in ieder geval voor de Aquatrainer, Vitaafloor en de laser, daar ben je echt terechtgekomen vanwege dat je paard een blessure had. Maar zoals voor de Ice-Vibes, de Bucas deken en Catago peesbeschermers; waarom heb je die eigenlijk aangeschaft?**
- A: De Ice-Vibes heb ik aangeschaft omdat ik 3 keer per dag moest koelen, dus dat was gemak. Ehm ja, de deken heb ik gekocht op reviews en eigenlijk het zelf willen proberen wat ze voor effect het heeft. En ja en de FIR-Tech kappen vind ik gewoon mooi haha.
- J: (4) En toen je die producten voor het eerst zag, waar was dat eigenlijk? Of van hoorde?**
- A: De Ice-Vibes heb ik echt aanraden ook van de dierenarts zeg maar, die zei van joh 3 keer per dag koelen is ja, je mag het van mij doen maar ik heb zelf de Ice-Vibes. Zo

ben ik daar eigenlijk aan terecht gekomen. Dus dat is echt op advies eigenlijk van de dierenarts. En de deken via **Instagram**. Nou ben ik ook wel een fanatiek instagrammer dus. Oh ik heb trouwens nog wel een leuk product! Dat is namelijk de **Equiband**.

J: Equiband, die ken ik nog niet.

A: Als je erop gaat zoeken, ja, ze worden gebruikt door Horses in Hands en CFDC, zij is een bitfitter en revalidatietrainer. En in de periode van de peesblessure heb ik met hem (paard) aan de hand gewerkt in combinatie met deze banden, die zorgen ervoor dat er vanuit buik als wel billen meer aanspanning op de spieren plaatsvindt.

J: Oké, er begint me wel iets te dagen. Ik ga het heel even snel googlen hoor.

A: Je ziet ze nu voornamelijk ook door Catago gemaakt. Ik, even kijken, want je hebt namelijk verschillende. Je moet hem echt eventjes bekijken bij CFDC, bij Chrissy Fens. Via haar heb ik hem ook aangemeten gekregen. Dat is namelijk de echte waardoor ook, zeg maar, het wetenschappelijk onderbouwde stuk van toepassing is. Ze heeft ook best wel een heel mooi stuk van op haar site geschreven, want dit is echt een medisch hulpmiddel. In plaats van hoe het door nu Catago wordt geprofileerd als zijnde een mooie, ja, toepassing op het longeren.

J: Ja precies, die gebruiken het nu meer als een hulpstuk. Nou ik ga daar even induiken straks. En die heb je zelf ook aangeschaft? Of die heb je gebruikt tegen betaling?

A: Ja die heb ik **eerst gehuurd** en daarna ook zelf aangeschaft.

J: (4) En daar ben je terecht gekomen via?

A: Eehm **Google**? Misschien ook wel via **Instagram**. Ik heb in ieder geval veel revalidatieartikelen gelezen om te kijken hè; je ik komt zeg maar van de kliniek terug met het **advies hij moet een sterkere achterhand krijgen**. Nou, je mag alleen maar rechtuit stappen, dus ja dan ga je wel proberen niet zelf het wiel opnieuw uit te vinden. Dus daar ben ik wel gaan googelen wat kan ik doen; wat voor oefeningen kan ik doen, waarmee kunnen we dat vergroten of versterken terwijl de intensiteit van een wandelsessie niet vergroot wordt.

J: (5) En toen je zeg maar op zoek was, zoals bijvoorbeeld naar die Equiband, dan kom je dat ergens tegen via Google. Wat was het nou eigenlijk dat je dat las en denkt van, hier wil ik meer van weten?

A: **Dat het een wetenschappelijk onderzocht iets is**. Dus het is een bewezen product en dat is eigenlijk een beetje hetzelfde als de Ice-Vibes, die hebben ook een wetenschappelijke onderbouwing. De Bucas deken daarentegen niet, maar dat heb ik wel zelf ondervonden. Door de reactie van het paard te lezen zeg maar.

J: Ja precies, want die deken daar zie je wel echt verschil mee sinds je dat bent gaan gebruiken?

A: Ja, eehm tenminste wat ik aan mijn paard heb gezien op dat moment, hij mocht 3 keer per dag een stukje stappen. Het was een jong paard, best wel hoog in het bloed, dus hij spatte gewoon de pan uit zeg maar. Dat is op zich niet gek, want hij staat voor bijna 23 uur per dag op de box, daar zie je gewoon in het lichaamsgebruik van het paard een, nou ja, een ontevreden dier. Die probeert natuurlijk op alle mogelijke prikkels die hij ervaart een reactie te geven. En toen ik die deken ben gaan gebruiken was er zoveel meer ontspanning in zijn lenden partij, in zijn rug te zien. En ook in gedrag. Dus of dat ik daar definitief van kan zeggen dat zijn spieren losser zouden zijn, nee. Wat je wel gewoon ziet is dat hij een veel ontspannere houding heeft.

- J: Want nu is hij door de blessures heen en je gebruikt het nu nog steeds?**
- A:** Ja!
- J: Ja want het grappige is dat ik mensen die ik er dan nog vraag zeggen dan ja die heb ik dan gebruikt en dan nu ligt het hier in de kast.**
- A:** (7) Nee, nee, nee, ik ben echt, na elke zware training, na elke dressuur training die ik met hem rij, komt hij zowel in de Ice-Vibes als met de Bucas deken op stal te staan. Ik heb ook wel redelijk wat mensen aangestoken met mijn werkwijze. **Ja je je ziet gewoon dat het voor de paarden aangenaam is.** Weet je, je zorgt er eigenlijk voor dat hè, melkzuur in de spieren makkelijker door het lijf worden opgeruimd zodat ze minder spierpijn ervaren. Ze **staan er gewoon zoveel lekkerder bij** en dan denk ik ja, ik heb de materialen toch al en het **bevordert de algehele training.**
- J: En als je dan nu denkt; want je hebt ze natuurlijk in de eerste instantie, in ieder geval Ice-Vibes, aangeschaft vanwege een blessure. Denk je dat je nu ook meer openstaat om dit soort producten te kopen terwijl ze geen blessure hebben, meer voor het welzijn of duurzaamheid van het paard?**
- A:** Jazeker, ja ik had ze al, maar mijn ouders hebben ook een paard die hebben gezien op het moment dat dat ze een keer een dik been hebben, omdat ze getrapt zijn op de wei, omdat ze zich verstart hebben, omdat ze gewoon niet fit zijn. Nou we knopen die Ice-Vibes erom, gaan er een stukje mee stappen en die benen zijn weer dus. Dus zij hebben ze aangeschaft. Vriendin van mij heeft dat gezien, paard is bij de buitenrit langs bankje gekomen, ze heeft 3 dagen de Ice-Vibes van mij om gehad en ze zegt wat een grandioos product. Die is ze ook gaan kopen. Ik ben er absoluut voorstander van. Ik geef ook best wel veel geld uit aan het welzijn en de duurzaamheid van mijn paard.
- J: Hoeveel denk je, als je dat op een schaal zou zetten, hoeveel denk je dat het zou zijn?**
- A:** Per jaar, ja toch wel tussen de € 750 en de € 1.000.
Nee kijk en het is wel, ik ben wel iemand die leest van doet het. Hè zoals ik zei, Catago heeft daarop ingespeeld dat zij ook zo'n longeerhulp hebben gemaakt. Die is veel goedkoper dan de Equiband, maar achter de Equiband daar moet je zowel een consult aanschaffen om hem aan te meten. En een controle te hebben, want het is een medisch hulpmiddel. Als het niet goed zit dan maak je er meer mee kapot dan dat je er goed mee doet zeg maar. Dat vind ik wel heel belangrijk in het gebruik van zulke materialen. Op het moment dat de regel ook op gaat, baat het niet dan schaadt het niet, dan vraag ik me ook af ja wat is dan de baat erbij.
- J: (8) Ja precies, maar is dat dan ook als jij zoekt naar dat soort producten, als je zoekt naar informatie hierover, dan vind je het dus belangrijk dat er een onderbouwing achter zit. Wetenschappelijk misschien. Is er nog meer want jij belangrijk vindt, waar je tegenaan liep misschien wel tijdens het zoeken naar info over verschillende producten?**
- A:** Ja klopt onderbouwing vind ik heel belangrijk. Waar ik tegen aanliep, ja **dat er heel veel mensen zijn die niet gekwalificeerd zijn om zulke informatie te delen.** Je hebt een KNHS-diplomaatje en je bent hele theorie aan het loslaten. Dan denk ik joh ga jij eerst even de studieboeken in om inderdaad een wetenschappelijke dieronderzoeker te zijn zeg maar om er wat van te vinden. Hè dat vind ik bijvoorbeeld in de behandelingen, mijn paard staat onder behandeling van zowel een

dier fysiotherapeut als ook osteopaat. Ik vind het heel belangrijk wat voor opleiding zij hebben genoten en wat voor scholing zij blijven doen.

J: Als in, misschien hebben ze de laatste bijscholing wel 10 jaar geleden gedaan?

A: Ja dan denk ik joh, weet je, je bent misschien wel een praktijk mens, maar het paardenlichaam verandert ook hè. Met fokkerij zijn we bepaalde dingen aan het in fokken waardoor dingen veranderen. J

J: (8) Zijn er nog meer dingen zeg maar, het kunnen ook praktische dingen zijn, waar je tegenaan bent gelopen?

A: Nee denk ik niet, want ik heb namelijk, ik ben ja zowel voor de Bucas deken als wel voor de Ice-Vibes heb ik het product gekocht toen waren er nog zulke leverproblemen als dat er nu zijn. Ik vind het op zich, prijs, ja sommige dingen worden wel hè door de marketing echt te duur gemaakt voor wat het is. Misschien ook nog wel hè, op Instagram wordt heel veel gepost door bijvoorbeeld ook grote ruiters dus natuurlijk het marketingcampagne stukje erachter. Maar ze hebben zelf geen idee wat het doet.

J: Nee dus die promoten alleen van dat ze dat ding gebruiken of omdoen.

A: Ze hebben geen idee wat voor toegevoegde waarde het heeft of wat het juiste gebruik ervan is waardoor ook wel veel foutieve informatie verspreid wordt.

J: En denk je als je kijkt naar dat je sommige producten wel van Instagram af hebt, zie je dat dan gewoon voorbijkomen als een aanbevolen bericht of is dat toch ook via bekende ruiters?

A: Nee, ik heb op de **#revalidatietrainer** gezocht of **#revalidatie**, heel specifiek eigenlijk op topic.

J: (6) En heb je bijvoorbeeld ook, zoals de Ice-Vibes die je heb je meteen op advies van de dierenarts aangeschaft. Maar zoals de Bucas deken, nou weet ik niet wanneer je hem gekocht hebt, maar er zijn nu natuurlijk van andere merken ook al dat soort producten. Volgens mij heeft Kentucky nu ook al een Recuptex deken. Heb je dat soort producten wel eerst vergeleken?

A: (9) **Ja, absoluut.** Maar pasvorm, ik heb al mijn dekens van Bucas dus **pasvorm was voor mij wel leading.** Ik wist dat de dekens van Bucas hem heel goed zaten. Ik heb het hele liner systeem van Bucas en daar past de therapie natuurlijk ook in.

J: Dus eigenlijk was de keuze dan al snel gemaakt.

A: Ja alhoewel ik wel heel duidelijk heb gekeken naar wat is het verschil met Back on Track, wat is het verschil met Kentucky, wat is het verschil met Rambo, wat is het verschil met Catago, wat is het verschil met LeMieux.

J: En wat gaf dan nou uiteindelijk de doorslag om toch voor Bucas te kiezen?

A: (9) Het liner systeem. **Het gemak.** Dat ik wist welke maat ik nodig had en dat hij er gewoon onder paste. Misschien ook nog wel dat de Bucas deken een **waardevast product** is; zou ik het voordeel er niet van zien dan zou ik er geen geld op toeleggen om hem weer te verkopen.

J: (10) Nee precies dan ben je ook voor niet zoveel verlies hem weer kwijt. Heeft misschien iemand of iets invloed gehad op de uiteindelijke beslissing om te gaan kopen of niet?

A: **Nee.** Wat betreft de Ice-Vibes was echt advies van de **dierenarts.** Dat was echt van oké ja, 3 keer per dag koelen is inderdaad wel heel intensief, hoe kunnen we dat dan makkelijker doen. Daar heeft de dierenarts ook gewoon uit eigen ervaring aangegeven dat het heel veel gemak oplevert, dus ja daarin heeft ze zeker wel

- geholpen om de keuze te maken om het aan te schaffen. Nou zijn er natuurlijk ook mensen die hebben gezegd “joh je bent niet goed wijs, je gaat er toch niet zoveel geld aan uitgeven”, dat heeft geen invloed gehad.
- J: En je had het zo straks over de prijs van sommige dingen zijn te duur voor wat het is. Waar denk je dat dat daarop vastzit?**
- A:** Ja merknaam maakt het dan zo duur en ook wel de hype denk ik. En ook bijvoorbeeld de Bucas dekens die zijn volgens mij in twee jaar tijd; ik dacht dat je die eerder voor zeg maar om nabij € 160 kopen, die zijn nu gewoon in de volle mep € 198. Dat is echt wel erg de vraag naar het product waardoor het gewoon overprijsd wordt.
- J: Ja dat is inderdaad wel bijzonder. Ik zal even kijken of ik alle vragen heb gehad. Ja ik heb als laatste vraag nog; als je mensen om jou heen bekijkt die ook dit soort producten hebben, waarom denk je dat ze die in eerste instantie aanschaffen?**
- A:** **Vanwege mij?** Nee ik denk echt in mijn omgeving hebben het laatste jaar 5 mensen de Bucas deken aangeschaft en 3 mensen de Ice-Vibes, allemaal omdat ze het van mij gebruikt hebben en hebben gezien wat voor resultaten het oplevert.
- J: Oké. Op dat moment, hebben ze het alleen maar aangeschaft omdat ze het van jou gehoord hadden, hadden ze op dat moment een blessure of wilden ze iets extra doen voor een paard?**
- A:** In het geval van bijvoorbeeld de Ice-Vibes hadden ze zelf last van dikke benen, zwelling omdat ze een trap hadden gehad op de wei ofzo en toen hebben ze gezien wat voor eenvoud de Ice-Vibes eigenlijk hebben en hoe snel resultaten geboekt worden. Daarna hebben ze ze ook gekocht eigenlijk, van dat is altijd handig om in het kastje te hebben liggen zeg maar. Hetzelfde geldt eigenlijk voor de Bucasdeken. Ze hebben omdat ik heb gezegd doe die Bucas deken eens op omdat hij na de training zo zwaar aanvoelde, toen hebben ze ook gewoon zo’n deken gekocht. Dat komt natuurlijk ook omdat er dan, het kan worden betaald, dus daar valt dan wel een beetje de regel van mensen met een grotere portemonnee geven daar makkelijker geld aan uit.
- J: Ja, maar die doen het dan vooral eigenlijk voor welzijn en duurzaamheid?**
- A:** **Ja welzijn en duurzaamheid,** ja die hebben niet een directe blessure nee.
- J: Gewoon omdat ze beleefd hebben dat het beter is voor hun paard.**
- A:** Ja beleefd, ervaren hebben dat ik ja dat het effectief werkt.
- J: Dus zou je daarom ook uit eigen ervaring zeggen dat mensen die het via via horen sneller overgaan tot koop dan als ze het ergens voorbij zien komen?**
- A:** Ja en zeker op het moment dat het echt uitgeprobeerd kan worden. Dus ze hebben dan ook kunnen testen zonder dat het geld heeft gekost, dat het effectief is, zien daar het voordeel van in en gaan dan over tot koop.
- J: Zou dat bij jou denk je ook zo zijn? Dat als je iets voorbij ziet komen wat je eerst kunt huren, dat heb je natuurlijk bij die Equiband ook gedaan.**
- A:** Ik wil net zeggen ja, dat heb ik inderdaad zo even gedaan met de Equiband, **dat vind ik wel prettig.** Hetzelfde geldt eigenlijk met een bitfitter, ik vind het prettig dat er iemand is die er verstand van heeft, aangeeft van dit is het juiste product, maar **dat ik het eerst zelf kan ervaren totdat ik over ga tot koop.** Nou is het wel ook verschillend in aanschafwaarde. Op het moment dat het 2 of 3 tientjes kost dan denk ik nog eerst van ik probeer het wel.
- J: Ja maar ja, voor dat je bijvoorbeeld een Vitafloor gaat kopen wil je die misschien wel eerst huren.**

- A: Ja nou daar heb ik ook serieus over nagedacht, om ervoor te zorgen dat we een Vitafloor zouden krijgen. Voor de periode dat ik zeker wist dat ik eruit lag, heb ik gekeken naar de mogelijkheden om voor een kort termijn de Vitafloor te kunnen huren.
- J: **En wat is de reden dat je dat toen niet hebt gedaan?**
- A: Omdat ze niet beschikbaar waren. Alle modellen waren op dat moment in de verhuur dus dat ging niet. Ik heb toen Petra aan de telefoon gehad en toen zei ze ik zou met alle liefde er één willen komen brengen, maar ze hadden op dat moment alles dus in de verhuur zitten. Volgens mij hebben ze er 2 of 3 die ze in de verhuur hebben. Het was een heel prettig gesprek en ze heeft me zeker ook advies gegeven van wat ik wel en niet kon doen, hier kun je misschien nog kijken. Ik heb toen ook de Molenkoning benaderd, die hebben we ook zo'n ja, zelfde soort. Uiteindelijk komt het erop neer dat de vibrering in de plaat zit. Goed, ik kende het al vanwege de kennis bij de Aquatrainer. Dus voor mij was door de mogelijkheid van het tijdelijk huren van, omdat de aanschafwaarde hoog is, een voordeel.
- J: **ja precies en als je kijkt, want je hebt dan zegmaar de Vitafloor en de Molenkoning vergeleken, stel nou dat ze beide beschikbaar waren geweest voor verhuur. Waarom zou je dan wel voor de één en....**
- A: Vitafloor! Vitafloor omdat ik dat kende van de **Aquatrainer**. Dan is het echt gewoon puur omdat zij dat ook had, dan had ik dat ook willen hebben. Dat is dan bekend.
- J: **En van de Molenkoning, had je daar al wel eerder van gehoord?**
- A: Als je het specifiek hebt over de trilplaat van de Molenkoning, was het puur omdat ik was gaan zoeken op internet of dat er ook andere leveranciers waren.
- J: **Oké, dan heb ik mijn vragen gesteld.**
- A: Super!
- J: **Aan wil ik je heel erg bedanken voor je openheid en je informatie.**
- A: Hartstikke graag gedaan. Als je nog vragen hebt naar aanleiding van dingen die ik heb gezegd, schroom dan ook niet om te bellen en dan wens ik je heel erg veel succes met je scriptie!
- J: **Bedankt! Nog een fijne avond!**

Interview Nina Pot

J: (1) Het zijn maar 10 vraagjes zo ongeveer, maar zou je me eerst even wat kunnen vertellen over jezelf; wie je bent, hoe oud je bent, wat voor opleiding je doet, dat ik een beetje een idee heb?

N: Ja helemaal goed. Ik ben Nina Pot. Ik ben 24 jaar oud en ik doe op het moment geen opleiding meer. Ik werk fulltime in de paarden. 's Ochtends werk ik op een fokkerij stal. Dus echt gewoon puur met het fokken en het ja jonge paarden beleren dat soort dingen. Zeg maar echt vanaf het moment dat ze geïnsemineerd totdat het moment dat ze eruit komen en dan daar opbouwen. 's Middags werk ik op de stal waar mijn eigen paardje staat. Hier geef ik zelf ook privélessen en groepslessen op de manege zo en mensen met eigen paarden. En daar help ik ook met de sport paarden opleiden en verkopen. Dusja lekker druk bezig!

J: Ja want wat voor opleiding heb jij gedaan?

N: Ik heb op het, ja toen was het nog het Groenhorst in Barneveld, daar heb ik niveau 3 afgerond. Toen was het gewoon echt alleen puur de paardenhouderij of paardensport. Ik weet nu dat ze het wel in meerdere takken hebben verdeeld. Het was bij mij gewoon van iedereen meldt zich aan, alle namen worden in een pot gestopt, maakt niet uit welk niveau je hebt. Ja mijn klas was ook heel erg verdeeld, bijvoorbeeld 50% wist nog niet eens wat een harde borstel was en de rest had allemaal op een stal gewerkt of werkte nog in de paarden of deed iets met paarden. Het was gewoon heel erg verschillend. Toen hebben ze het wel van ons aangenomen dat er gekeken moet worden naar wat voor niveau sommige mensen hebben om vanuit daar de klassen in te delen zeg maar.

J: Ja precies, want anders komt er ook wel wat frustratie onderling denk ik.

N: Ja, we moeten natuurlijk ook vanuit school uit gaan rijden. Sommige mensen daar, ja weet je het niet lullig bedoeld, maar die rijden vanuit de manege één keer per week dus dat is heel anders dan mensen met een eigen paard of die al voor een handelsstal hebben gewerkt paarden zadelmak maken. Dat is dan toch wel anders.

J: Nou wel goed dat ze daar nu iets mee gedaan hebben. Alleen jij bent al van school af dus ja.

N: Ja ben ik ook wel blij mee, alleen wat je zegt ik ben al van school af. Ik wil wel weer terug naar school. Ik heb toen nadat ik toen mijn diploma had gehaald nog wel thuis studie gedaan, heb ik mijn ORUN gehaald voor de basis sport en daar wil ik wel verder mee gaan. Maar natuurlijk corona kwam dus alles op laag pitje gezet. Er is ook wel heel veel veranderd, er zijn dus steeds meer regeltjes waar je je aan moet houden. Als je ORUN-diploma had mocht je eerder gewoon alle niveaus lesgeven tot dat je zelf wilde. Het is op zich ook wel beter hoe het nu is, maar weet je ik zat ook net in die omschakeling dus dat is dan lastig.

J: (2) Ja precies dan had je liever in die oude regels gezeten want dan mocht je wel alles met één papiertje. Maar, even kijken. Want mijn onderzoek gaat over, ja therapeutische producten noem ik het eigenlijk maar, en wat voor producten heb jij, of gebruik jij die hieronder kunnen vallen?

N: Ik gebruik **de Bucas Therapy deken**, daarvan gebruik ik de 0 g versie heet het volgens mij. Dat is echt een soort van vliegende deken die eigenlijk 0 g is maar wel met dat magnetische veld erin. Ik heb van van **Veredus de magnetische bandjes**, die kan je zeg maar om de kootholte heen doen en is eigenlijk een beetje hetzelfde als de deken zeg maar. Ik heb een **laserapparaat**, ik durf alleen niet zo te zeggen wat voor

een merk dat is, die hebben we echt vanuit de dierenarts vanuit het buitenland geregeld. Voornamelijk voor wonden die onder de huid zitten en echt dat littekenweefsel losser te maken, die gebruik ik ook. Dat zijn echt de dingen die ik voornamelijk op mijn eigen paard gebruik.

J: (2) En ben je ook wel eens ergens naartoe geweest voor een behandeling bijvoorbeeld zoals Aquatraining?

N: Niet per se ergens voor naartoe geweest, maar ik heb die wel bij mijn stage bij Academie Bartels gezien, nou echt op. Ik heb daar een paar keer mee mogen kijken, zelfs paarden in mogen zetten, dus dat is ook echt wel een aanvulling van je training zeg maar. Als je dat echt aan huis hebt of je kan regelmatig op pad met je paard en hij heeft er echt baat bij, dan moet je dat echt doen. Mijn nieuwe paard dat vindt het helemaal niks (aquatraining).

J: Daar heb je het dus wel mee geprobeerd?

N: Ja dat wel. Maar we hebben nu een soort van eigen Aquatrainer gemaakt, dus gewoon een logeer cirkel niet opgehoogd maar uitgegraven. Dan moet je echt van die regelaars omdoen en dan in het midden is een verhoging waar je als mens op kan staan. Dus een goedkopere oplossing dan de Aquatrainer zeg maar.

J: Maar dat vindt ze wel oké?

N: Ja dat vindt hij wel oké. En heel veel heuveltraining zeg maar, wat je gewoon zelf op het terrein regelmatig kan meepakken. Dat is dat makkelijker dan elke keer ergens heen gaan, moet je speciale afspraak maken en dit heb je dan gewoon op je eigen

J: (3) En de producten die je zelf nu gebruikt, dus die Bucas deken, die bandjes en de laser, waarom heb je die eigenlijk aangeschaft?

N: Ja, ik ben eigenlijk begonnen met die Bucas Therapy deken, toen had ik mijn oude paard nog en toen ging ik net werken op een handelsstal. Een hele goede vriendin van mij, die jij morgen gaat interviewen, die had die deken voor haar eigen paard dat was net dat die deken een beetje zo'n soort hype waren geworden. Ik dacht, ja het zal wel niet werken, dus toen zei zij nou probeer hem een keer. Ik hem toen eigenlijk, ja dat stond er ook op, die moet je echt opbouwen die dingen. Want het is echt wel iets voor het paard dat ze denken ja hmm, wat is dit. Dus ik ben gewoon gaan opbouwen en met mijn oude paardje zag ik echt gewoon de eerste dag, de eerste 10 minuten, zag je hem gewoon relaxen. Vanuit dat punt ga je gewoon kijken van oké 10 minuten voor rijden, 10 minuten na het rijden. Je merkt gewoon gelijk al het is een heel ander paard. Ik dacht van misschien zit het tussen mijn oren of wat dan ook, maar steeds maar uitbreiden zodat hij hem gewoon dag en nacht om kon hebben. Vanuit dat dat punt heb ik dan ook het halsstuk gekocht. Nou altijd, top combinatie. Ja de ontspanning die je naar je paard toe kan bieden zonder dat je er te veel aan frummelt zeg maar altijd. (7)

J: (3) Ja dus die heb je eigenlijk meer omdat je die van iemand kon proberen, maar je had niet bijvoorbeeld een probleem waar je een oplossing voor zocht om maar zo te zeggen?

N: Jawel, mijn oude paard had heel erg last van zijn hals-/ nekgewrichten zegmaar. Dan puur met die deken voor zijn rug. Nou dan pak je dat stukje, zeg maar als je zijn hals hebt dat loopt natuurlijk door naar zijn rug, daar leg je natuurlijk het zadel op en hij ging elke keer liggen als ik erop wilde stappen dus daar zat wel echt een probleem. Fysio is geweest, hij is op de foto geweest, met zo'n warmtescan gekeken waar de

- problemen dan zitten. Nou daar zag je echt dus bij **schoft, hals en bij zijn nek**. Nou en daar heeft die deken juist de goede oplossing voor geboden zeg maar.
- J: (6) En heb je daarvoor eerst ook nog naar andere producten gezocht of kwam je eigenlijk meteen via die vriendin van jou hier op uit?**
- N:** Nou het was zegmaar, Bucas is op zich **qua kwaliteit een prima bedrag**, want je hebt ook nog dure deken met zo'n massage ding. Dat soort dingen daar moet je gewoon erbij blijven, stopcontacten enzo. Dat is gewoon een veel moeilijkere oplossing, volgens mij heet die een Equi plus ofzo en die zijn volgens mij € 3.000. Ja als je 100% zeker weet dat het werkt en je hebt meerdere paarden, nou dan werkt het top. Maar als je er maar één hebt, om te proberen, dan is wel een grote uitgave om te doen. (7)
- J: En die Veredus bandjes, waarom heb je voor die gekozen?**
- N:** Dat is eigenlijk zeg maar een beetje hetzelfde als de deken, daar zitten ook die magneetjes in. Het is gewoon een kootholte bandje en eigenlijk door die magnetische functie trekkende de rode bloedcellen sneller door de benen heen. Dus als ik gesprongen heb deed ik dat altijd, bij een zwaardere training **Mijn andere paard was weer wat ouder dus die kreeg stalbenen** waarbij ik ze gebruikte. Bij de handelsstal werden ze ook gebruikt bij paarden die op concours hadden gelopen, weet je, dat **je net even dat extra stapje kan doen** in plaats van inpakken met klei. Gewoon een simpel bandje dat je om kon doen om dan toch je paard die afvalstoffen makkelijker uit het lichaam te kunnen laten halen. (7)
- J: (3) En die laser, die heb je ook echt gebruikt op het moment dat je een probleem had?**
- N:** Eehm ja, bij **peesblessures, halswervels**, bij veulens die doorligplekken hebben; ja zo'n klein veulentje die kan je wel naar de kliniek brengen, als je hem aan huis met dat apparaat zo even kan scannen dat hele huid herstelt dan is dat natuurlijk **makkelijker en veel minder stress**.
- J: (4) En de Bucas deken gaf je al aan, dat was via een vriendin van jou dat je daarbij kwam, maar die andere producten, hoe kwam je daarbij terecht?**
- N:** Die bandjes?
- J: Ja.**
- N:** (5)Ja die heb ik weer **via via afgekeken bij iemand een concours**, **ik was eigenlijk gewoon benieuwd wat het nou was**. Als je Veredus ook opzoekt zijn het meestal van die hele dure beenbeschermers. Ja en die bandjes kosten iets van € 25, dat ik dacht op zich is het niet duur. Het is eigenlijk gewoon een klein stukje stof met een magneetje er volgens mij in met de naam Veredus er op maar het werkt echt top. Dat had ik eigenlijk niet verwacht dat het zo zou werken zeg maar. (7)
- J: (5) Maar dat had je dat gewoon bij iemand gezien en toen dacht je dat wil ik gewoon graag proberen omdat je de lage prijs zag?**
- N:** Eigenlijk ja, je bent natuurlijk meerdere dagen op concours en dan maak je een babbeltje met elkaar. Dan heb je het ook een beetje over welke producten iedereen gebruikt en toen deed ze elke keer 's avonds die bandjes om. Toen vertelde ze dus dat dat helpt voor de rode bloedcellen, voor de afvalstoffen, voor dikke benen, **dan** **hoef je ze niet elke keer te wandelen zo 's ochtends vroeg**. Dus ik da hé dat ga ik proberen dan kan ik een half uur langer slapen. En het bleek gewoon top te werken. (7)

- J: (6) Dus dit product heb je gewoon gekocht omdat je overtuigd was van het product of omdat je het via iemand anders gehoord had die er al van overtuigd was. Dus heb je het nog vergeleken met andere vergelijkbare producten?**
- N:** Ehm nee die deken wel echt, met echt die dure variant zeg maar, maar die heeft echt een massage functie. Maar ja ik dacht toen, ik hoor zoveel goede dingen over die Bucas, mijn vriendin zei hij werkt ook, ik heb hem toen zelf getest en pas toen heb ik het zelf gekocht. Ik wilde eerst testen om te kijken of het überhaupt werkt. Het kon natuurlijk ook gewoon een hype zijn van goh, iedereen wil zo deken omdat iedereen zo'n deken heeft. Maar het is echt wel dat het werkt.
- J: (8) Heb je toen je zocht naar informatie over deze producten, liep je toen wel eens ergens tegen aan? Nou je gaf net zelf wel aan de prijs als je bijvoorbeeld kijkt naar die hele dure massagedeken.**
- N:** Jazeker, dat is zeker wel de prijs. Je betaalt natuurlijk wel voor iets van kwaliteit, maar ja, je moet het natuurlijk wel eerst in je eigen handen hebben voordat je het daadwerkelijk kan vergelijken. Ik zou mensen wel echt adviseren als ze de Bucas Recuptex nemen dat ze dan niet de 0 grams variant nemen, want die is echt zo stuk zegmaar. Het is gewoon een dunne stof en dan op de rug zit dan dat magnetisch veld maar ja, als je dat klittenband iets te te ver doet dan heb je dus eigenlijk gewoon zo'n soort lelijke plek. En bandjes heb ik nu 4 jaar, maar zijn nog nooit stuk gegaan. Ze hangen gewoon aan de staldeur, ik kan ze in de wasmachine stoppen, er gebeurt echt niks mee. Dat is toch gewoon echt wel ja, goedkoop voor € 25.
- J: En ja zoals die andere deken hè, die duurdere. Zou je denk je daar sneller wel tot koop overgaan als je ze bijvoorbeeld zou mogen proberen? Als je die eerst zou kunnen huren of van iemand zou mogen proberen?**
- N:** Ja ik denk het aanschaffen voor één paard is natuurlijk best wel weetje, het is prima dat je dat dan koopt voor je eigen paard. Je kan hem altijd nog verhuren aan andere mensen, dat is wel een optie. Maar het is wel een bedrag, om dat dan uit te lenen aan mensen dan vraag je je wel af of die er wel voorzichtig mee omgaan, als je erbij wil blijven dan gaat daar weer tijd inzitten.
- J: Nee precies daar vind je het gewoon te duur voor.**
- N:** Nee precies en stel je voor ik had nog op de handelsstal gewerkt, die de eigenaar had gezegd ik koop het voor de sportpaarden en ik had het voor mijn paard mogen gebruiken, dat was gewoon een heel andere situatie geweest.
- J: (9) En toen je vergeleek met die andere deken, heb je toen alleen op basis van prijs denk je vergeleken?**
- N:** Ja ook een beetje op kwaliteit zeg maar. Die Bucas Therapy deken die kon je zeg maar uitbreiden tot de hele dag. In het begin was het een uur voor het rijden, een uur na rijden, dat het het beste werkte. Toen hebben ze onderzocht dat je hem gewoon eigenlijk altijd op kon houden en dat vind ik gewoon, ja, makkelijk? Die andere deken moet je je echt bedenken hoeveel uur van tevoren ga ik hem opleggen, wat wil ik qua trainen doen, en ja die andere massagedeken dat is eigenlijk al een hele training al ineens voor je paard. Dus in dat opzicht kan je wel makkelijker trainen met je paarden maar ja. Je moet dan wel je hele schema omgooien en met die Bucas deken weet ik gewoon hij is wel wat extra relaxter en wat lekkerder los. En met die massage denken dan moet je echt gaan plannen van oké ik kom 3 uur van tevoren op mijn stal en dan ga ik die deken opgooien, moet je erbij blijven staan.

Want hij kan natuurlijk niet losstaan anders gaat hij misschien rollen of hij gaat schuren en het gaat stuk.

J: (10) En heeft er nog iets of iemand invloed gehad op de beslissing of je iets wel of niet hebt gekocht?

N: Nou eigenlijk niet. Ja je hoort eigenlijk altijd van alles of van probeer dit eens, maar eigenlijk je moet eigenlijk altijd een beetje zelf gaan kijken. Want elk paard is natuurlijk anders. Ik heb ook wel gehoord van iemand ja die Bucas deken werkt gewoon mijn paard niet, ja dat kan.

J: En wat denk jij dat de invloed is van social media?

N: Ja ik denk dat dat social media, ja dat is heel groot weet je. Als er een nieuwe collectie online komt in een bepaald kleurtje, iedereen wil dat hebben. Bucas is gewoon heel goed merk, ook altijd geweest. Bucas dekens zitten eigenlijk gewoon altijd goed. Ja tenzij je een paard met een iets met een brede borst hebt maar daar hebben ze ook speciale uitvoeringen, de Bucas Big Chest ofzo. Ze zijn echt wel gewoon commercieel bezig, ze weten wel wat ze doen. Ik denk ook al was het niet heel erg op media geweest met die Bucas Therapy dekens, ja alle topsporters je zag ze overal. Het is gewoon een hele rare tijd, iedereen doet en voelt social media. Iedereen wil met met de mode mee. Dat was toen met die Epplejeck Warnings dekens die waren weer een hele tijd in, nu met de vliengendekens met unicorns erop.

J: Denk je dat je je daar zelf ook door laat leiden?

N: Af en toe, vroeger, nou vroeger, ik wat jonger was. Dan ja, je wil een beetje erbij horen, het is eigenlijk een beetje hetzelfde als hoe het nu met de KEP Italia's gaat. Volgens mij met die meiden van 16, 17, 18, 19 jaar dat was toen precies zo'n tijd van "je hoort er niet bij omdat je geen KEP Italia hebt". Het ligt er ook aan op welke stal je staat, wat voor discipline je rijdt. Wil je lekker een recreatief ruitertje zijn dan is het natuurlijk anders dan dat je echt de sport ingaat. Ja dat ja dat ja blijft gevoelig.

J: Maar wat voor een therapeutische producten heb je nog op je verlanglijstje staan en waarom?

N: Ja dat is eigenlijk de Equiplus singel. Ik weet niet of je die kent?

J: Nee die ken ik nog niet.

N: Dat is eigenlijk een soort van, ja longeersingel. Ik heb er foto's van. Er zit dan een ding voor aan de borst zodat die goed blijft liggen. Die gaat net zoals die deken, pakt bepaalde spieren. Die gaat hij dan zomaar op bepaalde standjes zetten en die gaat dan trillen en dat heb ik nu een paar keer van ook iemand die western rijdt gezien. Die kwam toen met die singel langs, toen zag ik dat bij een ander paard en toen dacht ik hmmm; mijn paard heeft een blessure en eigenlijk is dit ook eigenlijk een soort van training voor de spieren maar hij staat eigenlijk stil. Hij is toch geblesseerd en mag maar 10 keer 10 minuten per dag lopen, nou dan gaat hij dus die singel gewoon om krijgen. Om gewoon ook zijn mind een beetje bezig te houden met toch zijn spieren alles. Dat zou ik nog wel echt op mijn lijstje willen hebben. Maar ook als je paard niet is geblesseerd en je gaat wat hoger trainen, wat moeilijkere oefeningen gaat pakken, dan kan je hem toch op die manier ondersteunen.

J: Ik ga hem even opzoeken.

N: Ja volgens mij Equiplus. Hoe heet zij ook alweer. **Jamie Verkerk.**

J: Ohja die ken ik wel.

- N: Die is wel bekend In de western sport toch? En zij kwam toen met die singel want ik heb toen op de Eemvallei gestaan en gewerkt en daar stonden ook twee western klantjes die ook serieus met die singels bezig waren.
- J: Ik weet wel dat Jamie ook de Equissage heeft; Niagara Equissage Pulse heet dat, is dat het? Blauw met geel zijn de oudere modellen.
- N: Ja het is wel die wat je zegt ja. Die vind ik echt top. Het is echt wel een ding maar ja. Ze zei toen een keer van ik ge hem verkopen, dus ik vroeg wat wil je voor hebben. Ik dacht ja ga dat uitgeven voor één paard? Ze zei je kan dan net zoals ik doe dat je dan bij mensen langsgaat. Maarja, ik heb niet snel smetvrees. Maar sommige mensen, dan heeft hun paard gezweet en dan denk ik spoel hem even af of haal een borstel erover. Ik vind dat zonde van het product en dan leg ik daarna dat vieze ding op mijn schone paard, nee. Maar toch, het is wel een bedrag dat je gaat nadenken in hoeverre ga ik het gebruiken. In het begin ben je er natuurlijk helemaal fan van en dan ja na een tijdje wakkert dat dan gewoon een beetje af. Mijn ambities zijn ook niet zo dat ik denk van ja, ik wil over 10 jaar op de Olympische Spelen rijden.
- J: **Als dat tegen die tijd wel zo is dan word je gesponsord door dit soort producten, dan hoeft je die niet meer zelf te kopen!**
- N: Ja ik wil gewoon lekker genieten van mijn paardje en ik wil hem gewoon helpen waar het kan, komen we ver of niet, ik wil hem niet te veel hoeven pushen. We moeten het wel leuk blijven vinden.
- J: **Ja dat is het allerbelangrijkste. Oké even kijken, even checken of ik alle vragen allemaal gesteld heb hoor. Ja dat heb ik!**
- N: Nou top!
- J: **Super bedankt in ieder geval.**
- N: Geen probleem, als je nog iets te binnen schietm je hebt mijn Instagram.
- J: Helemaal goed, dan stuur ik je een berichtje.
- N: Ja en anders gewoon een spraakbericht. Als je iets bent vergeten te vragen of je kan op papier niet helemaal goed verwoorden wat ik heb gezegd dan hoor ik het wel.
- J: Doe ik!
- N: Succes verder met de laatste lootjes!
- J: Bedankt, fijne avond verder!

Interview Michelle de Waard

- J: (1) Zou u me in het kort wat kunnen vertellen over uzelf; leeftijd, opleidingen et cetera?**
- M:** Ik ben zelf actief in de springsport, heb ook altijd eventingsport gereden. En ja af en toe nog wel wat lesgeven hier en daar.
- J: Voor gewoon erbij, ertussen door zegmaar; ben je ooit met je ORUN begonnen omdat je echt wilde gaan lesgeven?**
- M:** Eeh ik ben de paardensport opleiding ooit gaan doen, toen ben ik ook ORUN gaan doen dat ik dacht dat ik misschien wel wat meer ging lesgeven maar ik werkte toen ook nog in de paarden, dat doe ik nu ook niet meer. Ik doe gewoon echt hobbyhouden zegmaar. Ik vind het heel leuk om mensen te begeleiden en mensen te helpen en dat soort dingen, doe ik ook heel graag, maar om daar mijn volledige baan van te maken, nee. Is gewoon lastig ook, laten we eerlijk wezen. Oja en ik ben nog heel actief met veilingen, veiling Dronten bijvoorbeeld, run ik de boel zegmaar achter de schermen. Dat mensen op tijd de baan in gaan enzo. Misschien is dat ook nog handig om te weten.
- J: (2) Ja dat is wel leuk om erbij te doen ja! En als we het hebben over therapeutische producten voor je paard, wat heb je zelf in je bezit of waar maak je gebruik van bij iemand anders?**
- M:** Nou ik heb eigenlijk alles zelf in bezit, ik ben nooit zo van het lenen. Eehm Ice-Vibes, de therapiedeken van Bucas en eehm ja ik heb Hydez socks gehad. Ik heb eventing gereden dus ik heb best wel wat dingen gehad. Ik heb van die eeh om te koelen van die buisjes om om de benen te doen waar het water doorheen komt, die heb ik een keer gewonnen. En voor de rest gebruik ik gewoon behandelingen van buitenaf zegmaar. Maar qua producten is dat het zegmaar wel.
- J: (2) En wat voor behandelingen van buitenaf gebruik je?**
- M:** Nou ik heb mijn paard nu, eindelijk weer in de opbouwfase, maar die heeft met een blessure gestaan een half jaar en eeh aquatraining doe ik er nu bij. Mijn chiropractor is Pieter de Vries, die heb ik er altijd wel één keer in de zoveel tijd bij, ben ik heel te spreken over. Nu ga ik voor het eerst naar een nieuwe osteo toe een keer. Ja weetje ik ben wel iemand die naar de dierenarts gaat maarja ook iemand die wel producten gebruikt van buiten af.
- J: (3) En toen je zegmaar op zoek ging naar dit soort producten, was er dan een bepaald probleem waar je een oplossing voor zocht?**
- M:** Eehm in eerste instantie niet, voor mij was eeh, de Ice-Vibes is een mooi voorbeeld; ik had zoiets van die van mij springt met heel veel vermogen, beste klappen erop, ook in die lage klassen, dat ik zoiets had wat kan ik doen om toch na die training de pezen een extra steuntje in de rug te geven. Nou dan was dit een perfecte oplossing. Ik maak zelf de benen nat, koelpacks erom want ze vriezen niet vast aan de benen; dat vind ik het voordeel van die van de Ice-Vibe. Lekker koud, je hoeft er niet mee te gaan stappen want het trilt, dus je zet ze ermee op stal en het doet zijn werk, dat vind ik wel heel fijn (7)
- J: Ja dus dat was eigenlijk gewoon ondersteuning en eigenlijk voor de duurzaamheid en welzijn van je paard.**
- M:** Ja en ook het praktische dat ik er dan niet mee hoef te stappen, want die van mij is niet aan de hand te stappen dus dan eeh is dat best wel lastig.
- J: (3) En zoals die Bucas deken?**

- M: Nou ik dacht eigenlijk gewoon in eerste instantie er waren zulke goede referenties over van wie weet helpt het. Maar eerlijk is eerlijk, ik merk geen verschil bij mijn paard. Mijn paard is van nature een heel los paard. Dusja heel eerlijk ik merkte niet dat hij heel los was zoals ik dat bij andere mensen hoor die verhalen, eehm dus daar had ik zoiets van hmm ik weet het niet. Ik heb hem, ik zie het wel. Nou nu is hij natuurlijk geblesseerd, wat ik wel heb gedaan is van het winter als extra onder deken heb ik, ik heb die stapmolen versie, die heb ik als extra onderdeken gedaan. Dus dat het niet een te dikke deken is maar toch de warmte heeft, nou dat heeft die natuurlijk wel dus daar heb ik hem dan nu voor. En nu hij natuurlijk geblesseerd is en ik weer aan het opbouwen ben leg ik hem af en toe op want het zal geheid iets goed doen voor de spieren. Ik merk het lichamelijk niet maar het zal geheid iets doen. Dat is meer waarvoor ik het nu eventueel gebruik. Maar het is niet dat ik zeg ik merk grote verschillen met een Recuptex op. Voor mijn paard niet.
- J: Ja ik heb gisteren inderdaad iemand geïnterviewd, die merkte er heel veel verschil van.
- M: Ja een stalgenoot die jij van ons ook gaat doen, Alexandra, die merkt ook heel veel verschil ervan en ik gewoon totaal niet. Ik gebruik hem gewoon vanuit praktisch oogweten.
- J: En je hebt hem toch dusja haha.
(4) En waar heb je deze producten voor het eerst langs zien komen of van wie heb je er voor het eerst van gehoord?
- M: Oeh. Ik denk dat ik die Ice-Vibes via Stal Bakker-Frederiks heb gezien ooit, tig jaar terug. Eehm ja en inderdaad de socials, de websites, onderling. Ja ik weet eigenlijk niet meer bij wie ik wat heb ontdekt, nee.
- J: Denk je dat je daar gevoelig voor bent als je het online voorbij ziet komen?
- M: Ja! Ja ik ben daar heel gevoelig voor, ik ben heel influencebaar haha.
- J: (4) En zoals die aquatrainer enzo, hoe ben je daar terecht gekomen?
- M: Via de dierenarts. Hij zei van ja dat is wel een hele goede ondersteuning maar wilde mensen er eigenlijk niet naar toesturen want je moet het echt zelf betalen. Eehm, maargoed ja ik had wel goede ervaringen met een eerder paard een keer gehad en toen had ik zoiets van ja dit paard is niet zo revalideerbaar. Hij wil heel graag werken dus die legt zich er niet bij neer. Dus ik dacht ik moet iets hebben om hem een houvast te geven ja dus dan maar twee keer in de week de aquatrainer, kan hij zich daarin vastbijten. Naja dat is inderdaad een goede combinatie geweest met zijn revalidatie.
- J: En eehm, toen je die andere producten zoals de Ice-Vibes en de Recuptex deken toen je dat tegenkwam heb je je daar eerst in verdiept?
- M: Tuurlijk, absoluut ja.
- J: (5) En waarom ben je je in die producten gaan verdiepen?
- M: Eeh nou vooral de Ice-Vibes, puur voor het herstel om blessureleed te voorkomen. Ja en hoe ben ik me daarin gaan verdiepen; ja echt lezen naja en ik wist ook wel mensen die hem al hadden wat zij ervan vonden. Hoelang blijft het koud, kan ik ze meenemen bij wijze van op concour in een koeltas, dat soort dingen. Mijn doel was toen nog om ook met dit paard de eventing in te gaan, dat ik dacht dan hoef je niet meer gaan te kleien maar dat je dit dan kon gebruiken. Naja nu is het geen eventer, dus dat is er nooit meer van gekomen. Maarja wel inderdaad eerst uitzoeken wat is het, wat kan je er allemaal mee, want het is natuurlijk best wel een aankoop. Naja en

vooral inderdaad wat zijn de referenties ervan. Dat was ik wel echt aan het opzoeken, ja.

J: (6) Want heb je vergeleken met andere producten?

M: Eehm **ja** ik heb eerder ook andere koelleggs gehad maar dat waren meer de vorm van transportbeschermers. Ja daar zaten een soort bolletjes in en dat was dan in het begin niks, die moet je dan eerst twee uur in het water leggen, zuigen ze zich helemaal vol, kan je ze om de benen doen, gaat die ook koelen. Werkt prima maar zet ze er niet mee op stal want je hele stal is zeiknat, er loopt natuurlijk allemaal water uit. Eehm, was prima maar één keer een tikje ertegenaan, waren ze al lek en dat soort dingen. Dus vandaar dat ik zoiets had van er moet gewoon iets anders zijn. En op zich heb ik altijd wel aan coldpacks gedacht, maar ik vond ze nooit flexibel genoeg. Ja ga maar eens gewoon een coldpack in een bandage om je paard zijn been doen, dan moet je hem eerst weer soepel krijgen, nou vriest dat weer vast. Ja daar zat het me allemaal een beetje tegen. Maar eigenlijk wilde ik wel zoiets en toen zag ik dit en toen dacht en toen dacht ik ja dit moet het zijn. Het is **gewoon heel makkelijk in gebruik**, je haalt het uit de vriezer, je doet ze om, trilplaten eraan en ja je hebt een stimulerende bloedsomloop.

J: (6) En bij die deken, want daar zijn ook best veel andere soorten nu van, tenminste ik weet dat Kentucky nu ook een Recuptex deken heeft. Heb je die ook nog vergeleken?

M: Ja nee die van Kentucky was er toen nog niet want ik ben toen eerst begonnen met een vliegendekentje eerst van de Recuptex versie. En je had toen wel die van Back on Track, maar die was nog duurder dus toen dacht ik nja. En ja Bucas ja, het is natuurlijk een dekenmerk. Ik ben zelf geen Bucas gebruiker verder maar **het is natuurlijk wel gewoon een dekenmerk** en eehm ja toen dacht ik die zullen daar wel over nagedacht hebben. Ik denk Back on Track ook hoor, ja het is gewoon een gevoel geweest.

J: (8) En tijdens het zoeken naar informatie naar dit soort producten, liep je toen nog ergens tegenaan, wat je niet kon vinden of iets wat tegenviel?

M: **Nee, eigenlijk niet, nee.** Ik kon eigenlijk alles wel vinden wat ik wou. En eehm, ja voor de rest eeh nee anders had ik het denk ik ook niet gekocht haha.

J: (6) Nee en zoals bij de aquatrainer, daar ben je gewoon afgegaan op de dierenarts; heb je daar verder nog wat onderzoek naar gedaan of?

M: Eehm nou ik heb wel eens eerder aquatrainer gedaan, we hebben er bij ons twee in de buurt zitten. We hebben gewoon **de luxe dat we er twee in de buurt hebben zitten** terwijl een ander er een uur voor moet rijden. **Bij mij zitten ze binnen een kwartier afstand.** Nou goed, ik ben in het verleden bij de één geweest, een vereniging genood, nou daar had ik slechte communicatie uiteindelijk mee, toen dacht ik oké nu verder. We hebben een revalidatiestal verder op zitten dus ik dacht ik ga daar eens informeren, nou dat voelde gewoon heel goed dus daar ben ik heengegaan. Ja en je weet de verhalen al want het is allemaal in de buurt dus je kent alle verhalen van de stallen zeg maar. En aquatraining ja, **door de opleiding en alles weet je ook wel wat het doet met revalidatie en eerdere ervaringen.** Het is niet dat ik daarover ben gaan googlen en whatever nee.

J: Over die revalidatiestal, dan heb je het denk ik over Fenna van Lelymare Horses?

M: Ja, klopt, ja.

- J: Oja daar ben ik zelf toen ook met die van mij geweest, maar voor mij was dat 1,5 uur rijden, dat vond ik gewoon echt te ver.**
- M:** Ja dat snap ik echt. Ja ik sta natuurlijk bij Jan Wiebe, naast de Paardenplaats, maar voor mij is het echt maar een kwartiertje rijden. Dronten uit en je bent er eigenlijk al. En die andere zit in Biddinghuizen en ik denk dat die eigenlijk nog verder rijden is dan die in Lelystad als ik dat zou vergelijken ja.
- J: (10) Heeft er iets of iemand uiteindelijk invloed gehad op de beslissing om iets wel of niet te kopen?**
- M:** Eehm, **de Ice-Vibes niet**, daar was ik zelf gewoon heel erg over te spreken, 100%. De therapie denk ik wel, omdat ik best **goede verhalen op stal** hoorde dat het zo goed werkte, denk ik wel dat dat mij de doorslag heeft gegeven. Ik ben er niet ontevreden over, want ik gebruik hem nog wel voor andere dingen want het zal geheid iets goed doen, alleen ik merk er gewoon niks aan bij mijn paard laat ik het zo zeggen.
- J: Ja en je had het ook over die Hydez socks?**
- M:** Klopt ja, mijn vorige paard die **heeft een trailer ongeluk gehad** en die heeft de stang helemaal krom geslagen. Die had de dag daarna natuurlijk **einschuss poten** en toen heb ik die Hydez socks opgehaald, en eerlijk is eerlijk dat werkte echt goed ja. Binnen drie dagen moest ik eigenlijk al kleinere sokken hebben. Ja dat is echt compressie, ja dat vond ik echt heel fijn. Maar die heb ik ook alleen maar daarvoor gebruikt eigenlijk.
- J: (5) Ja en dat product kende je al en daarom heb je daarvoor gekozen?**
- M:** Ja toen zat ik nog heel erg in de **eventingsport** en toen in die periode werd Hydez nog **heel erg gepromoot met die pakken en de sokken** en ja dat was op dat moment, ja, toen had die dat ongeluk gehad en toen dacht ik ja compressie ik moet iets. Daar kan je ze dag en nacht mee op stal zetten, ik denk, ja dat is het enige wat ik op dat moment wist en door natuurlijk al die promotie ervan, en eeh, ja ik moest gewoon heel snel een keus maken want ze die dag ophalen dus ik moest naar Limburg die dag.
- J: En zijn er producten die je misschien nog op je lijst hebt staan die je ooit nog zou willen hebben?**
- M:** Mmmm. Moet ik echt heel eerlijk zeggen, ik weet eigenlijk niet echt wat er nu op de markt is wat dat betreft. Volgensmij, ik ben wel altijd van de nieuwe snufjes enzo inderdaad. **Maar ik heb nou niet zoiets wat ik denk dat staat zo op mijn lijstje nee.**
- J: Maar zou je zeggen dat jij echt wat zoekt naar aanleiding van als je ergens tegenaan loopt of zou je ook zeggen van ik zoek iets omdat het goed is voor mijn paard? Zoals bijvoorbeeld een massagedeken ofzo.**
- M:** Oeh massagedeken dat is ook wel leuk! Eehm nee, kijk ja laten we eerlijk wezen zo'n massagedeken klinkt heel leuk en zou het heel lekker vinden voor mijn paard maar jongens, we rijden landelijk, zo realistisch ben ik dan ook. Ik zou het wel doen als ik het nodig vind voor hem, niet omdat ik het lekker voor hem zou vinden. Ik bedoel hij krijgt alle aandacht, hij staat als eerste vooraan. Dus nee ik zou het niet alleen doen omdat ik het lekker vind voor hem, zo'n type ben ik niet. Nee ik ben wel realistisch, als ik het nodig heb vanwege blessureleed of als ik iets is wat echt functie heeft in mijn training, in mijn ontwikkeling, whatever, dan doe ik het. Ik bedoel die van mij gaat soms om de vier weken naar de smid voor nieuwe ijzers, nou vier weken is echt vlot. 's Winters staat hij voor om de vijf weken dus dat is al veel en kijk dat doe ik ook gewoon omdat het nodig is. Daar zeur ik niet over, dat doe ik. Dus als er iets nodig is

omdat het nodig is dan koop ik het ook, ja. Maar het is niet dat ik denk dat vindt hij lekker of dat is fijn.

J: Als je zegmaar een budget zou moeten geven aan wat je max. zou zijn wat je voor dit soort producten zou willen uitgeven, wat zou je dan zeggen?

M: Eehm. Ja dat vind ik lastig omdat je altijd vergelijking hebt. Want die Ice-Vibes heel eerlijk, ik had er zelfs € 300 voor neergelegd, echt waar, ik vind dat echt een topproduct. Die Recuptex deken, ja ik vind dat heel moeilijk. Maar voor mij als het echt noodzakelijk is, interesseert me de prijs niet. Daar ben ik gewoon heel duidelijk in, als mijn paard het nodig heeft dan heeft hij dat nodig en dan koop ik dat. Het is niet dat ik zwem in het geld, dat absoluut niet, maar ik kies voor een paard en als hij iets nodig heeft dan koop ik dat. Als hij naar de dierenarts moet morgen dan gaat hij ook gewoon. Dan ga ik niet een week stappen. Ik ga niet wachten na een week en dan ga ik gewoon weer verder, nee ik ga gewoon naar de dierenarts. Zo simpel ben ik daarin.

Dus voor mij ja, ik durf daarin ook moeilijk aan te geven wat is mijn grens daarin. Ja als het nodig is dan is het nodig. Er zijn natuurlijk grenzen, ik ga bij wijze van geen Ice-Vibes kopen van € 1.000 euro dat doe ik niet.

J: Ja maar dan vergelijk je natuurlijk wel wat doet het product ten opzichte van de prijs.

M: Juist, ja inderdaad. Ja, kijk moet hij aan de lasertherapie, kan ik zelf dat ding kopen. Is het goedkoper omdat hij 6 jaar aan de lasertherapie moet, ja wie ben ik dan om dan geen € 2.000 aan een laserapparaat om het maar zo te zeggen.

J: Ja dat weeg je dan toch weer af.

M: Ja dat weeg je dan toch weer af ja.

J: Aangezien je aangaf dat je best wel beïnvloedbaar bent door social media, van welke social media maak je zelf gebruik?

M: Vooral Insta. En Facebook ook wel. Oja en ik kijk ook wel eens YouTube video's, is natuurlijk ook social. Maar vooral eeh, ik zit vooral veel op Insta en Facebook ook wel een beetje.

J: En denk je dat je je dan meer laad leiden door de aanbevolen berichten en advertenties of influencers?

M: Ik denk eerder influencers, ruiters die gebruik maken van dat soort producten en er heel tevreden over zijn. En tuurlijk ben ik wel zo realistisch, ze zijn er tevreden over want ze krijgen ervoor betaald. Maar ik denk dan ook wel dat ze het niet zullen gebruiken als ze het niet goed vinden. En omdat ik nog best wel veel op concoursen voorbij zie komen en ik zo hier en daar nog wel wat mensen ken via via ook. Ja dan is het voor mij ook heel makkelijk om gewoon een berichtje te doen van is dat echt zo of is het alleen reclame. Ja als ik dat zou willen kan ik daar natuurlijk zo achter komen en dan ga ik daarna wel even een review achterlaten ja.

J: Ja en als je kijkt naar die aquatrainerssessies, maar je kan van nog meer producten wel van dat soort sessies boeken. Hoeveel zou je daarvoor over hebben om maximaal per behandeling te betalen?

M: Eehm, ja ik moet eerlijk zeggen ik heb in eerste instantie een 10-rittenkaart gedaan. Dan krijg je natuurlijk een korting en daar zit dan 2 of 3 keer een massage bij. Daarvan dacht ik ja hij staat stil dus dat is dan wel weer lekker en het is nooit verkeerd natuurlijk want hij had wel wat spieren vastzitten, dus dat was heel goed. Ja ik vind het wel heel veel geld als ik eerlijk ben, het is maar een half uurtje. Ja

hoeveel ben ik er bereid voor te betalen, als het goed is is het goed, als het nodig is is het nodig. Moet ik het dubbele doen dan zou ik het dubbele doen. Maar ik ben nu wel zo dat ik weer in de opbouw ben dat ik dingen moet gaan managen dat het helemaal niet meer past met mijn tijd. Dat ik zeg ik ga één keer in de week, als ik straks dan nog de eindcontrole heb gehad dat ik er dan nog mee door blijf gaan. Want dan vind ik het eigenlijk te duur.

Interview Enola Wams

J: (1) Zou je me eerst in het kort wat over jezelf kunnen vertellen zoals leeftijd, waar je vandaan komt, wat voor opleiding of werk je doet bijvoorbeeld?

E: Ik heb eerst de kappersopleiding gedaan, toen ben ik een tijdje kapster geweest. Toen heb ik toch de switch gemaakt naar de paarden. Toen heb ik in Groenhorst in Almere, een paar maanden, twee maanden op school geweest en toen ging ik stagelopen. Toen vond ik eigenlijk al niet zo heel leuk omdat ik toen al ja eehm op wat hoger niveau reed en ik toen moest beginnen met poetsen, vlechten, maarja ik reed al op Z-niveau ook bij de pony's. Dusja het was voor mij niet echt relevant dat ik dat nog deed. Maarja je moet de opleiding doen en ik mocht niet bij het derde jaar instromen, wel kappersopleiding niveau 3 afgestudeerd. Maarja dat mocht niet. Toch begonnen en dat vond ik eigenlijk echt niet heel erg leuk, want ik had dan ook bijvoorbeeld een groepje waaraan ik les moest geven terwijl ik eigenlijk ja, ook zelf les nam om dingen te leren. Dus daar kwam ik niet zoveel verder mee. Toen zei ik naja ik zing gewoon de eerste 2 maanden uit, dan ga ik gewoon 2 maanden op stage en dan ga ik het wel zien of ik nog terugga. Maar toen kreeg ik eigenlijk in de eerste 5 dagen een fulltimebaan aangeboden dus toen ben ik gelijk gestapt met school. Toen ben ik op een internationale handelsstal gaan werken als ehm internationaal showgroom eigenlijk en voor 34 showpaarden ben ik groom geweest voor 3,5 jaar ongeveer. Daar deed ik dan ook een beetje snelle handel bij, dus het klaarmaken en verkopen. Ehm en 2/ 3 keer per week ging ik dan weg met paarden op concours voor springen. Ik ben een paar keer 5 dagen weggeweest, CSI Bonheiden, Engeland, Amerika; met het vliegtuig met de paarden vliegen, heb ik ook allemaal gedaan. Ehm dat eigenlijk gedaan. Toen was ik eigenlijk een soort van bedrijfsleider. Na 4 jaar gingen de eigenaren van het bedrijf uit elkaar, jammer genoeg. Ik had meer een klik met de vrouw dan met de man. Nouja de vrouw ging er helaas uit en de man bleef over. Toen zijn we naar een andere locatie gegaan in Wierden. Daar ben ik in meegegaan maar eigenlijk klikte dat niet heel goed. Omdat hij best wel dominant was. Je mag van mij wel iets zeggen maar wel op een normale manier. Dus daar kwam uiteindelijk onenigheid en ruzie van dus toen ben ik weggegaan. Toen heb ik 2 maanden even niks gedaan, even bijgekomen van alle drukke jaren werken eigenlijk. En toen had ik eigenlijk m'n lesgeef papieren gehaald, mijn ORUN, dus toen ben ik op een manege in Almere gaan lesgeven. Omdat het met de gezondheid van mijn vader niet zo goed ging wilde ik graag in de buurt blijven werken. Dus daar heb ik 8 tot 9 maanden lesgegeven, maar het verdiende niet goed en de dingen die ik wilde veranderen aan het bedrijf daar gingen zij niet heel erg in mee. Dus toen dacht ik naja ik ga op zoek naar iets anders maar ik zie dit nog even uit. Toen heb ik zelf een handelsbedrijfje begonnen met iemand die een beetje investeerde in mij om de handel een beetje op te zetten. Toen ben ik in contact gekomen via via toen we een paard verkocht hadden aan een andere stal, die bood me meteen in het eerste gesprek een fulltimebaan aan. Toen geswitcht en nu zit ik in Muiderberg. Dus ik zit eigenlijk sinds december hier. Ik werk 3 ochtenden op stal, rij de handelspaarden, geef 1 dag les en draai 2 dagen de horeca hier.

J: Oké leuk!

E: Ja dus dat is in het kort een beetje mijn werkervaring.

J: Nou dan heb je al veel gedaan! Veel verschillende dingen in ieder geval.

E: Jazeker, ik ben 22 maar al veel gedaan al.

- J: (2) En als we het hebben over therapeutische producten, wat voor producten heb je dan in jouw bezit of maak je gebruik van?**
- E:** Ik heb sowieso die **Bucas Recuptex** deken, die heb ik dan, die heb ik voor mijn paard aangeschaft toen ik nog wedstrijden reed en ik merkte wel direct verschil daarvan. Dat mijn paard wat, ja je moet natuurlijk opbouwen die Recuptex Dekken, dat staat er in ieder geval op dat je die per zoveel uur moeten opbouwen. En je merkt het best wel dat je paard daar wat aan had zegmaar. Dat hij ook na de training, dat je echt wel zag dat hij aan het relaxen was en onder het solarium bijvoorbeeld met die deken op dat werkt echt top. En ook ik gebruik die dan gewoon als onderdeken en dan een gewone deken eroverheen. Ook met vervoer dat het echt een werking geeft in het lichaam dat het echt ja rust geeft zegmaar. Dat dat merkte je wel, ook dat ze soepeler werden, natuurlijk niet alles, maar het werkt wel mee. Ik heb nu een 4 jarige uit het land gehaald, die heb ik al sinds veulen, die heb ik toen ze van de opfok afkwamen gelijk die deken opgedaan. Wel natuurlijk gewoon opgebouwd, maar daar zag je ook aan dat ze zoiets had van wat is dit om mijn lijf. Maar geeft dus echt reactie.
- J: Ja dat is wel bijzonder om te zien.**
- E:** Als je hem zelf ook om doet, mijn moeder werd heel erg misselijk. Het heeft wel een andere werking in je lichaam.
- J: Daarom snap je wel waarom ze zeggen dat je moet opbouwen.**
- (4) En toen je die deken kocht, was er toen iets van een probleem waar je een oplossing voor zocht of waarom ben je bij die deken terechtgekomen?**
- E:** Ik had hem al een paar keer gewoon op **Instagram** voorbij zien komen. **Ik dacht van dat zou misschien kunnen werken die bloedsomloop**, maar mijn vader zei meteen van ja dat is onzin, niet geloven weetje dat soort gekke dingen. Maar ja toen kwam er volgens mij een keertje toen ik bij Veldstar nog werkte een paard binnen met die deken om en toen had ik hem nog nooit in het echt gezien. Toen ging ik een beetje voelen en kijken hoe die stof was. Toen zat ik later met mijn opa en oma aan tafel en die zeiden bestel hem gewoon we kijken wel dus toen heb ik hem eigenlijk een beetje gekregen. En zo doende eigenlijk.
- En je hebt ook van **Veredus van die bandjes, die je om de koot kan doen**. Dat werkt ook echt **voor dikke benen**.
- J: Ja en daar zit ook hetzelfde iets in hè?**
- E:** Ja daar zit ook zo'n soort magnetisch, een heel klein balletje zit erin. Het drukt niet ofzo, maar het zit gewoon in de stof verwerkt. En echt waar, als een paard na een zware training dan deed ik hem vaak in de klei zetten de hele benen, natte kranten en stal bandages om. Die van mij heeft eigenlijk altijd met rondom stalbandages gestaan en daarna 4 van die bandjes om, die had echt geen dikke benen de volgende dag. En ik heb ook van die magneten aan het halster, die had mijn moeder nog van vroeger. Die van mij heeft een oogafwijking en die had ik het halster zeg maar om gedaan als hij buiten stond en je zag, nou ik weet niet of het heeft gewerkt, maar je zag dat dat oog wel iets vooruitging. Je ziet toch dat het iets doet met je paard.
- J: (4) Ja precies. En nou zei je net van de Bucas deken, die heb je voor het eerst voorbij zien komen op Instagram. Maar zoals die Veredus bandjes, waar je die voor het eerst voorbij zien komen?**
- E:** Ja Veredus is eigenlijk natuurlijk een beetje springsport. **Ik zag er ooit wat paarden in de vrachtwagen staan bij anderen** met die bandjes om en toen dacht ik wat is dat.

(5) Eigenlijk ben ik een beetje gaan googlen, omdat ik dat Veredus logotje herkende, wat het was. En toen dacht ik hé het is maar € 26,95 ik bestel twee paar en ik kijk even wat doet zeg maar. Dus eigenlijk ja op wedstrijd, volgens mij was het op CSI Bonheiden ja, en toen zag die de beesten in de vrachtwagen staan. Zo ben ik er eigenlijk opgekomen

J: (3/5) En je bent je meer gaan verdiepen in dat product omdat jij had een paard die daar snel last van had hè? Van die dikke benen.

E: Ja die is wat gevoelig voor veranderingen, dingen, geluid, blind aan één oog, ja die is wel gevoeliger voor dat soort dingen. En die Recuptex deken werkte zo goed, dus toen dacht ik ja magneten aan de benen dat moet ook wat doen.

J: (7) En wat denk je nou wat het product zo interessant maakt?

E: Ja de Recuptex deken was wel toen een hype omdat iedereen het kocht, want iemand anders had het ook zegmaar. **Maar ik vind wel dat mensen eigenlijk niet impulsief moeten komen maar gewoon moeten kijken naar het product.** Want mensen denken ook al bond, bijvoorbeeld bond beschermers, is heel leuk maar als je ze niet nodig hebt. Je moet dan kijken wat voor je paard wel nodig is. Want ik heb een vos met 4 witte benen, als ik geen bont omheen doet liggen de benen open. Dus ik heb met een reden bond. Ik heb met een reden de deken gekocht, omdat ja, **hij was wel iets ouder, beetje stram in zijn lijf** soms en ik merkte wel dat het met die deken dat het beter ging daarna. Ik denk wel dat mensen soms niet te impulsief dingen moeten kopen of € 180 moet uitgeven, maar iets meer naar het paard moeten kijken. Ja weet je die vierjarige kwam net uit het land, had in principe ook niet nodig, maar omdat ik die werking weet bij andere paard, dacht ja. Het kan alleen maar voor positief werken eigenlijk.

J: (3) Ja en toen had je die deken natuurlijk al. Want als je dan nu kijkt, stel je had alleen die vierjarige en je had die deken nog niet, had je die deken dan gekocht?

E: Had ik hem niet gekocht nee. Nee omdat je natuurlijk niet weet wat die vierjarige uit het land, ja als ik de werking niet wist denk ik niet dat ik het had gekocht nee.

J: (8) En liep je ergens tegenaan tijdens het zoeken naar informatie over dit soort producten?

E: Nee eigenlijk niet. Op een gegeven moment kwam die hals ook uit van die Recuptex deken, die heb ik dan niet, Nina heeft die trouwens wel. Alleen ja ik weet niet, ik weet het niet want daar zit het alleen bij die kap zit het in, zeg maar dat stofje. Maar ik weet niet, dat trekt mij niet zo. Nee Ik weet niet, dat is meer een beetje persoonsgebonden wat je ook ervan vindt.

J: Nee, daar ben je niet van overtuigd.

E: Ik vind het een andere stof als waar de rug van gemaakt is.

J: (6) En als je kijkt, ik weet niet of toen jij die deken gekocht hebt, dat er toen al heel veel anderen soorten waren. Maar ik weet dat er nu wel heel veel andere merken zijn die ook dat soort dingen hebben. Heb je dat toen die tijd ook vergeleken met andere merken?

E: Er was geen andere toen nog. Nou hoe lang heb ik die ene misschien al, 4 jaar, misschien langer. Ik denk niet dat er toen, ja, misschien die Veredus bandjes misschien waren die er toen al. Maar ik weet niet of er dekens zelf waren, dat zou ik niet weten.

J: Ja je hebt behalve Recuptex nu natuurlijk ook nog allemaal andere, met infrarood enzo.

- E: Ja je hebt ook dat hele pak, van een soort zwemstof die je helemaal kan dichtritsen op je paard. **Ja** die had je toen wel al, maar die was echt **duur** (9) € 300 of zo dus dan dacht ik nou ik begin even met die.
- J: **Ja precies, maar ja dat is ook weer met een andere werking volgensmij, dat is geen magneet in ieder geval.**
- (10) En heeft er iets of iemand invloed gehad op de beslissing of je wel of iets niet zou kopen? Of?**
- E: **Ja, mijn opa en oma.** Ja want ik twijfelde zo, want ik wist niet of het werkte en ik had al zoveel dekens. Ja toen zeiden ze nou we kopen hem gewoon en jij bepaalt de helft dus oké, toen hebben we gelijk besteld. Maar ik was wel zover dat als ik hem niet die dag had besteld, dan had ik hem de volgende dag denk ik wel zelf besteld.
- J: **En heb je nog producten die je op je lijstje hebt staan of iets waar je nog aan denkt wat je zou ik willen kopen?**
- E: Ja je hebt van die **grijze soort sokken** die je kan omdoen, van 'ingrape' ofzo. Daar heb je nu ook bandages van, onderlappen. Die sokken, die zou ik heel graag nog willen, maar die zijn echt heel duur.
- J: **Incrediware of zo?**
- E: Ja die. Die kan je ook nat maken, dat ze dan al die filmpjes posten enzo. Die dat zou ik nog graag willen hebben, maar dat is meer een beetje een hebbeding. **Maar dan wil ik de hele lijn, dan wil ik ook de stalbandages, dan wil ik alles.**
- J: **Het is inderdaad voor de doorbloeding en drainage van het lymfesysteem.**
- E: Ja, dus bijvoorbeeld paarden met een einschuss been, daar zou ik dit zeker adviseren ja. Want je hebt hem ook voor om het spronggewricht, die hebben ze ook. Maar ja dat zou meer een hebbeding zijn.
- J: **(3) Maar dat, waarom zou je dat dan willen kopen?**
- E: Ja, gewoon **om te willen proberen wat het doet.** Ja.
- J: **(4) En waar heb je dat voor het eerst voorbij zien komen?**
- E: Ehm volgens mij **Instagram**. (5) **Want ik postte volgens mij iets en toen wilde ik iets taggen, maar toen schreef ik het verkeerd en toen kreeg ik hun Instagram naam. En toen ben ik het eigenlijk gaan opzoeken.** Ik heb toen ook wel eens contact met ze gehad om dingen te vragen over het product. Ja eigenlijk op die manier, ook via Instagram. **En dat heeft me gewoon zo overtuigd.**
- J: **(3) Ja, maar dit product wil je dus niet per se aanschaffen omdat jouw paard iets heeft dat je met dit product zou willen oplossen?**
- E: Nee, ja dit zou ik echt meer willen hebben om te **proberen** wat het doet met mijn paard. Misschien ook wel om te willen hebben **voor het geval dat.**
- J: **Als je kijkt naar hoeveel geld zou jij maximaal overhebben om dit soort producten aan te schaffen voor je paard?**
- E: Als het werkt?
- J: **Ja dat is altijd de vraag, of het werkt natuurlijk. Of als je het via iemand anders hoort.**
- E: Zoals die Ice-Vibes dat heb ik al gezien dat dat werkt, maar dan zou ik wel dat bedrag ervoor over hebben als mijn paard dat nodig zou hebben. Dan zou ik wel een paar honderd euro, dat zou ik zeker investeren als je ook weet dat het een beetje werkt. Je hebt wel van die sokken die je dan kan aantrekken, dan denk ik ja, ik vind het een beetje een twijfelgeval. Zou het echt werken? Maarja ik heb nog niemand in mijn

omgeving gehad die ze heeft. Maar als je een keer iets kan voelen, zoals ik bij die Recuptex deken heb gedaan, ja dan zou ik er wel € 300 voor over hebben.

J: En als je kijkt naar sommige producten die je eerst kan huren, dat zijn dan vaak wel duurdere producten, maar denk je dat je daar gevoelig voor bent? Als je iets huurt en het bevalt, om het dan te kopen?

E: Hmm ja, ja. Als hij het nodig heeft ja. Dan doe ik echt alles, dan maakt het me helemaal niks uit eigenlijk nee. Als ze het nodig hebben en het maakt beter of prestatiegebonden of het helpt, ja dan zou ik het doen.

J: En ehm. Ik ben even mijn vragen aan het doorlezen of ik nu alles heb. Zie je in jouw omgeving dat steeds meer mensen dit soort producten hebben?

E: Ja, vooral de Recuptex deken. Ik denk twee weken geleden kocht iemand er eentje en net zag ik er weer iemand die er eentje had gekocht. Ook omdat ze het bij mij zagen. Hier was in mijn Muiderberg, op deze stal, was het eigenlijk niet zo heel veel. Niet heel veel mensen hadden hem en ik kwam met 6 paarden hierheen waarvan 3 er zo'n deken hadden. En toen vroegen ze van wat is dat voor deken dus toen ging ik ze zegmaar vertellen. En nu zag ik toch wel een paar mensen die hem hadden.

J: Dus het is eigenlijk ook wel gevoelig dat het doorverteld wordt zeg maar.

E: Ja en ik heb ook gezegd wat ik ervan vind en dat het bij mij heeft gewerkt. Ja en bij dat jonge paard van 4, dat weet ik niet of dat echt heeft gewerkt. Maar ik denk wel dat die deken er een rol in gespeeld heeft dat dingen makkelijker gingen. Dus niet een oplossing maar dingen gaan misschien wel makkelijker omdat het lichaam van zichzelf al gemotiveerd en opgewarmd is.

J: Ja meer als ondersteuning zegmaar.

E: Ja, ja hetzelfde als je een supplement neemt. Ja op die manier.

J: En denk je dan dat die mensen die bij jou op stal staan en die de deken nu ook hebben dat gewoon zomaar gekocht hebben omdat ze het gehoord hebben of denk je dat daar ook iets achter zat?

E: Eentje wel, die heeft hem gewoon impulsief gekocht omdat ik zei dat het werkte. De andere heeft het gekocht omdat haar paard heel stram was, oud en toen zei ik je moet echt zo'n deken kopen. Want het kan goed verschil maken. Maarja die heeft hem twee keer opgehad toen was het dit weer dus ja, geen deken meer nodig. Maar het gaat werken straks, denk ik.

J: Ja dus je denkt dat mensen dan toch wel ergens tegenaan lopen, of misschien wel onbewust, want diegene met dat stramme paard was niet echt op zoek naar een oplossing tot dat ze via jou hoorde van de deken.

E: Klopt dat heeft ze ook een hele tijd niet gedaan. Terwijl we al zeiden dat ze dat beest dan met de hand moest masseren en ik heb ook van die warmte gel, dat ze dat dan op die plekken moest masseren. Dat heb ik zelf ook jaren gedaan. En ik zei al dat ze de rug warm moest houden, met een deken in- en uitstappen als het weer daarnaar is, zet hem in de zon als je gaat poetsen voor het rijden. Die warmte dat trekt er echt in. Maarja dat moeten mensen dan wel echt doen. Ik ben ook meer iets van het kijken naar je paard. Ja jij kan wel topsport willen of wil dat je paard een M-proef loopt maar ja dan moet je er wel ook aan doen dat dat kan. Daar kan zeker een deken of een magneet, kan daar denk ik werking in geven.

J: Ja precies. Nou, volgensmij heb ik alle vragen gesteld.

E: Oké!

J: In ieder geval heel erg bedankt!

- E: Heb je nog meer mensen nodig om te interviewen?
- J: **Ja ik heb er nog één of twee nodig geloof ik.**
- E: Ik ga wel even rondvragen hier, ik stuur je straks nog wel even een berichtje!
- J: **Super bedankt!**
- E: Graag gedaan!

Interview Lot de Jong

- J: (1) Zou je me eerst in het kort wat kunnen vertellen over jezelf; zoals je leeftijd, waar je woont, wat je doet enzo?**
- L:** Ja nou ik ben Liselotte de Jong, 34 jaar, fysiotherapeut voor mensen en ook voor paarden. Sinds november 2016 heb ik mijn eigen praktijk bij mij aan huis. Daar behandel ik vooral mensen met pijnklachten, bewegingsbeperkingen, chronische problemen, wonden en blessures. Eehm en op de donderdag ga ik dan op pad om bij mensen aan huis hun paarden te behandelen.
- J: (2) En wat voor soort 'therapeutische producten' heb je in je bezit?**
- L:** Niet zo heel veel. Ice-Vibes. Ehm. Niks verder.
- J: (3) En wat voor probleem zocht je een oplossing voor toen je die kocht?**
- L:** Een peesprobleem.
- J: Hij had op dat moment een blessure dus?**
- L:** Ja, hij had een blessure aan zijn tussenpees die elke keer opnieuw bleef opspelen.
- J: (4) En waar heb je voor het eerst van dat product gehoord of gezien?**
- L:** Heb ik het toen gebruikt van haar? Nou, nee, ja via Sarah (Sarah de Weerd) ken ik ze. Ehm ja en nog een andere eeh veterinaire persoon. Ik weet niet eens meer of ik ze toen een keer heb geprobeerd of dat ik ze ergens voor geleend heb of niet. Dat weet ik eigenlijk niet meer. Maar zij had ze me toen een keer uitgeleend ergens voor of laten zien ergens voor en toen kwam hij met dit probleem te staan. Toen zei zij van oh dan moet je eigenlijk even die Ice-Vibes van mij lenen. Toen dacht ik ja, om nou 10 weken die Ice-Vibes van jou te lenen, dus toen heb ik ze zelf gekocht.
- J: En ehm, heb je ze voor je ze gekocht hebt daar nog verder in verdiept?**
- L:** Nee. Nee ik heb ze echt ergens eerder voor gebruikt. Maar vraag me echt niet meer waarvoor dat was. En toen dacht ik ja, dat beviel me toen heel goed.
- J: (6) Dus je hebt het ook verder niet vergeleken met andere producten?**
- L:** Nee.
- J: (7) En wat maakte het product echt goed of interessant?**
- L:** Ja, of het nou dat resultaat of herstel was. Weet je, je hebt het idee dat je er dan alles aan doet wat je kunt doen. Als hulpmiddel. Weet je als je helemaal niks eraan doet, hiermee doe je in ieder geval iets voor hem. Ter ondersteuning van het herstel.
- J: (10) En heeft er iets of iemand invloed gehad of op je het gekocht hebt of niet?**
- L:** Ehm ja zij dan, Sarah dan. Want daardoor heb ik, ja niet dat zij zei je moet het kopen, maar zij stelde wel voor om het te gebruiken zegmaar. Door haar heb ik het gekocht, omdat zij het had, maar ze heeft niet gezegd van je moet het kopen dus dat dan weer niet.
- J: En zijn er andere producten die je wel eens voorbij hebt zien komen waarvan je denkt dat zou ik nog wel eens aan willen schaffen?**
- L:** Even denken, volgensmij heb ik dat wel eens ooit van iets gedacht, maar nooit gedaan. Ik weet het zo nou niet eens. Vast wel maar zo 1,2,3 weet ik het nou niet eens. Ik ben nooit zo van het spullen kopen in die zin.
- J: Dus niet van die dekens die je nu veel voorbij ziet komen of?**
- L:** Nee, nee. Nooit over nagedacht, ga ik ook niet doen.
- J: En als je iets voorbij ziet komen op social media, zou je dan sneller ernaar gaan zoeken of zie je het zo aan je voorbijgaan?**
- L:** Nee dat zie ik voorbijgaan, ben ik totaal niet gevoelig voor. Nee ik zie zoveel van die rotzooi voorbijkomen dus dan denk ik oja het zal. Daar heb je weer een nieuwe

deken, het zal. Ik doe het altijd op verhalen van mensen en het aanraden van mensen. Dat is altijd mijn eeh beweegreden.

J: En dan ook echt omdat je het nodig hebt op dat moment, niet zomaar?

L: Ja, niet zo van het zou goed zijn voor mijn paard.

J: En als je paard op een moment wel iets nodig heeft, want ik weet dat je toen ook een behandeling met bloedzuigers bijvoorbeeld hebt gedaan, tot wat voor bedrag zou je gaan om therapeutische producten te kopen of gebruiken?

L: Ja nou die bloedzuigers vond ik wel stervens duur, heeft ook niet geholpen trouwens. Ja dat vond ik echt jammer, dat was echt duur man. Ehm, ja meestal € 200 zo'n beetje, rond € 200 dan eh komt de grens wel een keer in zicht.

J: En heb je wel eens gedacht aan zoiets aan een aquatrainer, trilplaat of loopband ofzo?

L: Ja **aquatrainer** ook wel. Ik denk ook echt wel dat dat heel goed is, maar dat is bij mij echt simpelweg tijd. Dat ik gewoon de mogelijkheid er bijna niet voor heb, dan moet ik er zoveel voor gaan plannen en voor gaan doen. Dat moet je natuurlijk eigenlijk ook wel met enige regelmaat een paar keer doen. Dan zeg ik eerlijk, dan ben ik gewoon te lui, dan is het me te veel moeite om dat te gaan regelen.

J: Zit dat ook wel ergens bij jullie in de buurt?

L: Ja ik dacht het van wel, maar waar precies geen idee. Het zit niet heel ver geloof ik. Het zal een half uur rijden zijn. **Maar zoals ja voor Joep nu zou het wel goed zijn** (heeft gallen), maar het is me gewoon te veel moeite.

J: Dus misschien ten zij hij het zo erg is dat hij het echt nodig zou hebben?

L: Ja **als ik dan inderdaad bijvoorbeeld zou horen van de dierenarts ofzo** van als je dat doet, wordt hij beter of dan zou je dat moeten doen, dan zou ik het eerder pas maken ja inderdaad. Uit nood is het dan toch weer anders.

J: Ja dus als je het dan van iemand hoort die er dan ervaring mee heeft?

L: Ja. Ja.

J: Ja want je zou niet iets kopen of gebruiken op de gok om uit te proberen?

L: Nee, zeker niet. Maar dat doe ik toch al niet veel in mijn leven, dan kan ik mijn geld beter uitbesteden.

Als een aquatrainer nou bijvoorbeeld wel **dichterbij zou zitten** zeg maar. Zoals Wierden, Goor ofzo, dan zou ik er wel sneller tijd voor maken. Als het echt om de hoek zat.

J: En hoeveel zou je voor zo'n behandeling over hebben?

L: Ik weet niet eens wat dat soort dingen kosten. Ja wat heb ik zo in m'n hoofd. **€ 80 ofzo per keer?** Ga ik opzoeken, hoe duur dat is.

Oh dat valt wel mee, € 45 - € 50 ongeveer.

King Stables, dat zit hier volgens mij ook in de buurt.

Maakt ook eigenlijk niks uit. Ja naja, eigenlijk zou ik dat ook best eens uit kunnen gaan zoeken met Joep uiteindelijk.

Ik zal er nou, ik ga er nu toch eens over nadenken. HAHA, kijk zie je! Nou heb je het er weer over, ga ik toch erover nadenken.

J: Ja ik had dat zelf ook wel hoor! Een aantal keer komt er nu in interviews al voorbij, mensen die hebben het dan over van die Veredus bandjes. Veredus dat is zo'n springmerk, die heeft allemaal van die hele dure peesbeschermers enzo. Maar die hebben schijnbaar een soort kootbandje met een magneet erin en dat schijnt

doorbloeding te stimuleren. Het schijnt echt te helpen bij paarden die last hebben van dikke benen. Alleen dit bandje kost dus maar € 35.

L: Ja en die beschermers kosten natuurlijk € 230 ofzo!

J: **Ja dus ik hoor allemaal mensen dat die dat geprobeerd hebben want het is maar € 35 euro, dus nu merk ik dat ik het ook ga opzoeken en ook denk ach € 35 kan ik zelf ook wel eens proberen voor Pepper.**

L: Ja nou dat is dan ook wel weer bij mij hoor, **dan die prijzen**. Dat is dan ook meteen; ik ben gevoelig voor prijzen. Dan denk ik € 45 - € 50, ja als je dan nog een keer een 5-rittenkaart voor een beetje goede prijs kan afspreken dan kan ik dat ook nog wel een paar keer gaan doen. En dan heb je dat bandje wat je zegt, ja dat kan je nog wel een keer gaan doen voor € 35. Maar als je nou meteen een keer € 100 per keer moet gaan betalen, net zoals die stomme bloedzuigers, dat kostte me geloof ik € 200 euro, 2 keer. En weet je als je dan ziet van het heeft superfijn geholpen, dan ben je er hartstikke blij mee, dan zou je het ook wel aanbevelen of nog een keer weer doen. Maar hij heeft nog steeds dikke vette gallen. Ze zijn misschien ietsje kleiner maar wel harder geworden dus ja toe maar.

J: **En die Ice-Vibes, die heb je toen gebruikt, maar gebruik je die nu nog steeds?**

L: Die liggen in de kast, sterker nog, ik ben de koelelementen zelfs kwijt. Die heb ik toen aan iemand meegegeven en ik weet echt niet meer aan wie. Die zijn niet zo heel duur trouwens hoor, € 30. Maar die liggen gewoon stof te vergaren zeg maar. En ik weet dat het na de training heel goed zou zijn, maar 9 van de 10 keer heb ik daar geen tijd voor. Rij ik even snel tussen de middag in m'n pauze, dan ben ik klaar en dan gooi ik hem snel weer in de wei want dan komt de volgende cliënt.

*vr. 5, 8 en 9 n.v.t. heeft zich er verder niet in verdiept of gezocht naar informatie.

Interview Armande de la Bije

J: (1) Zou je me allereerst in het kort wat kunnen vertellen over jezelf?

A: Jazeker. Ik ben Armande de la Bije, 55 jaar. Ik heb mijn opleiding eerder in Engeland gedaan bij de British Horse Society aangezien ik daar ben opgegroeid en gewoond heb tot ik 26 jaar was, daarna ben ik naar Nederland gekomen. Nouja die opleiding is internationaal erkend en ik wilde daar eigenlijk altijd weer wat mee gaan doen. Dus in 2004 zijn we hier gekomen naar Vorden. Eerst begonnen met 2 paarden en 2 pony's, altijd privélessen gegeven. Michael werkte altijd al in de zorg dus eigenlijk hebben we later die twee dingen gecombineerd hierop stal. Dus nu hebben we hier eigenlijk paarden met zorg samen.

J: (2) En wat voor soort 'therapeutische producten' hebben jullie voor de paarden?

A: We hebben een haloapparaat van Maytec, zeg maar met zout en mineralen, omdat we 2 paarden hebben met een longaandoening en 3 pony's met zomereczeem. We hebben Ice-Vibes en dan vanaf volgende week ook een Vitafloor.

J: (3) En wat voor probleem zocht je een oplossing voor toen je naar deze producten zocht? En dan met name de Ice-Vibes en de Vitafloor, aangezien mijn onderzoek gaat over het voorkomen en ondersteunen in het genezen van blessures aan de nek, rug en benen van het paard.

A: Ehm nou de Ice-Vibes was omdat ik een paard had die een peesblessure had opgelopen. Normaal gesproken deed ik altijd gewoon ouderwets koelen met de waterslang. Alleen dit duurde echt langer dan normaal. Soms is het wel een keer dik door een ongelukje in de wei of als ze zichzelf hebben aangetikt of zoiets, maar deze keer bleef er langdurig zwelling die zwelling zitten, dus ik dacht ik moet iets extra's doen. En die Vitafloor, ja ik was eigenlijk al een tijd aan het kijken naar iets van een massagedeken of een massagepad of zoiets. Meer omdat we hier veel oudere paarden en pony's hebben vanwege de kinderen, dus die wilde ik graag wat meer ondersteunen in wat ze doen stijver, duurt het langer voor ze zijn opgewarmd. Ik denk dat bepaalde producten gewoon een toevoeging zijn op wat je al doet, als je ze goed gebruikt.

J: (4) En waar heb je deze producten voor het eerst gezien?

A: Volgensmij via webshops of in vakbladen. De Ice-Vibes heb ik in een Engels vakblad voorbij zien komen eerst. De Vitafloor was via jou. En daarna, was die ook niet product van het jaar? Ohnee dat was de Vitafloor volgensmij. Bij de nominaties van product van het jaar ofzo. Ja volgensmij wel.

J: (5) En waarom ben je je meer gaan verdiepen in deze producten?

A: Ze spraken me aan. Ja ik zocht gewoon iets wat Ice kon helpen in een sneller herstel met zijn pees en voor de andere oudere beesten iets wat ze kon ondersteunen in hun dagelijkse training en gezondheid. Ook omdat het dingen zijn die je al voor mensen gebruikt. Ja en lekker makkelijk. Gebruiksvriendelijk.

J: (6) En heb je deze producten ook vergeleken met andere producten?

A: Ja. Ja gewoon gegoogled. Ik was al een tijd aan het kijken naar iets van een massagedeken of pad zoals ik al zei.

J: (7) Ja en wat heeft het dan toch gemaakt dat je deze gekocht hebt?

A: Ik vond ze makkelijk in gebruik, weinig onderhoud. De eenvoud ervan. Ja en toch ook de goede reviews. Het was wel voordat er allemaal van die vloggers waren en die trendy dingen enzo. Dus niet op basis van social media. Ik heb wel

gegoogled en er wel veel over gelezen, maar met deze dingen niet via social media ofzo erbij terecht gekomen.

J: (7) En wat denk je, nu je het product hebt – behalve de Vitafloor want die is er nog niet – wat het zo interessant maakt?

A: **Gebruikersgemak.** Het neemt niet veel ruimte in, je kan ze snel omdoen, opladen gaat makkelijk.

J: (8) En liep je ergens tegenaan toen je zocht naar informatie over dit product?

A: **Nee,** bij de Ice-Vibes niet, daar was genoeg over te vinden. En ook dat wat ik nodig had. De Vitafloor ook niet trouwens. Daar is heel veel online over te vinden op de websites zelf ook. Maar ja we hadden via jou natuurlijk contact direct met de distributeur dus die informatie was binnen handbereik.

J: (9) En op basis waarvan heb je vergeleken?

A: Nou de Ice-Vibes heb ik **niet echt vergeleken.** De Vitafloor, **ja** Ja we hebben veel oudere paarden dus het zal wel veel gebruikt gaan worden. Het gaat daar gewoon om hun gezondheid en welzijn. Dus het moet ook iets zijn dat **makkelijk is in gebruik,** dat **niet veel tijd in beslag neemt, waar niet iemand bij hoeft te blijven staan.** Ja en dan als je je een beetje in gaat lezen dan is een Vitafloor breder inzetbaar, voor meerdere dingen goed zegmaar, dan bijvoorbeeld zo'n **massagedeken of pad.** Ja en met zo'n pad moet je zorgen dat ze wel op een poetsplaats ofzo kunnen staan want anders gaan ze schuren, gaat het misschien weer kapot. Ja en de Vitafloor daar kan je ze op zetten, je zet ze vast, je zet er een kruiwagen hooi voor en ze staan. Hij komt ook bij ons in de stallen dus als je dan 's morgens aan het uitmesten bent kun je er zo al een paar achter elkaar opzetten.

J: (10) En heeft er iets of iemand invloed gehad op de uiteindelijke beslissing om iets wel of niet te kopen?

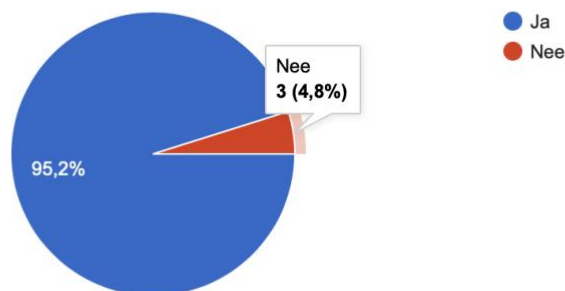
A: Ehm. **Ice-Vibes niet, dat was ik zelf.** En dat had ik **gewoon nodig** op dat moment. En ja de **Vitafloor, dat was jij** hahaha omdat jij daar stageloopt.

Bijlage V Enquêteresultaten

Bent u bekend met producten die blessures dienen te helpen voorkomen of genezen?

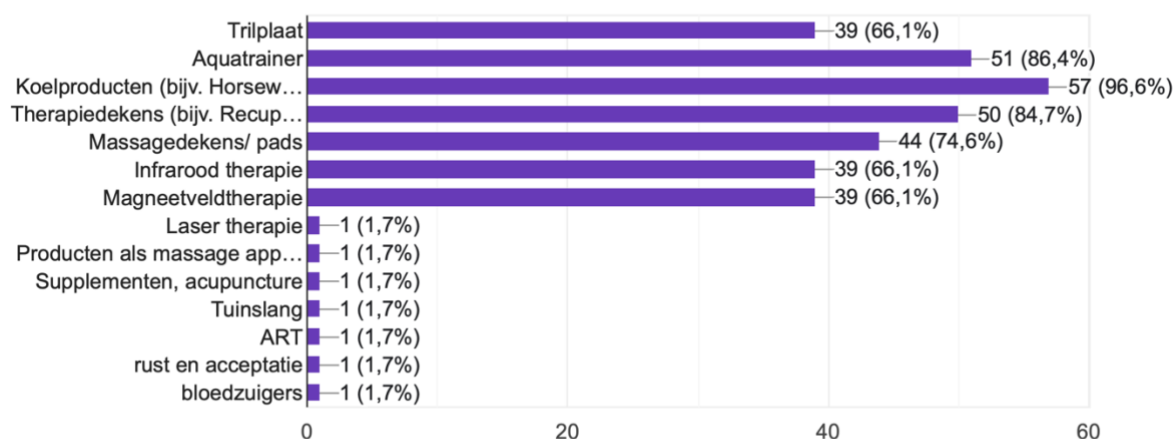
 [Kopiëren](#)

62 antwoorden



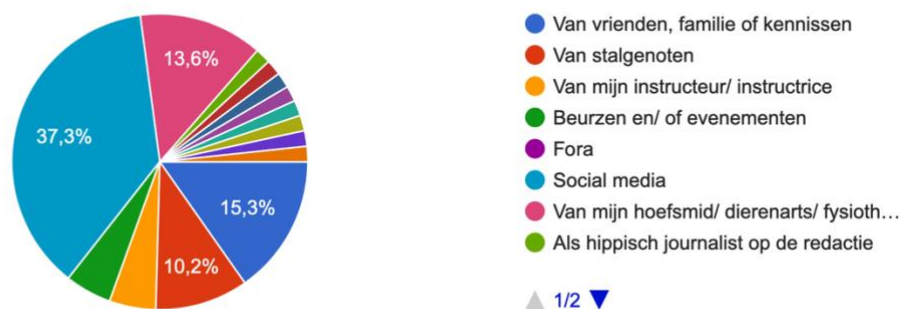
Van welke producten heeft u wel eens gehoord?

59 antwoorden



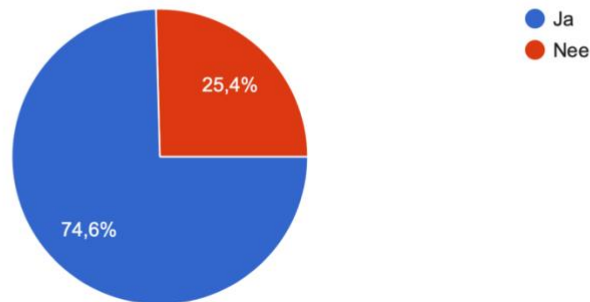
Waar heeft u het product voor het eerst voorbij zien komen of ervan gehoord?

59 antwoorden



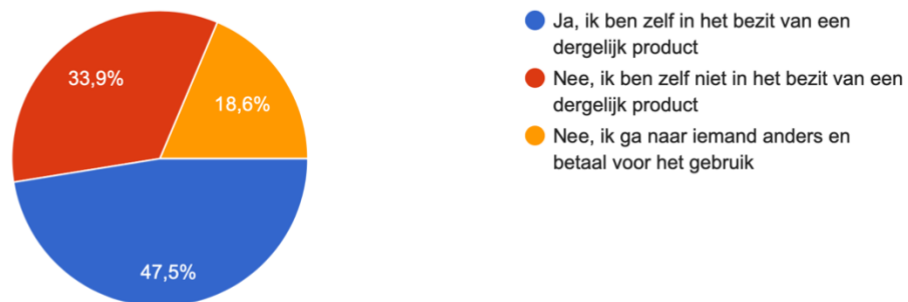
Heeft u interesse in een dergelijk product voor gebruik bij uw eigen paard?

59 antwoorden



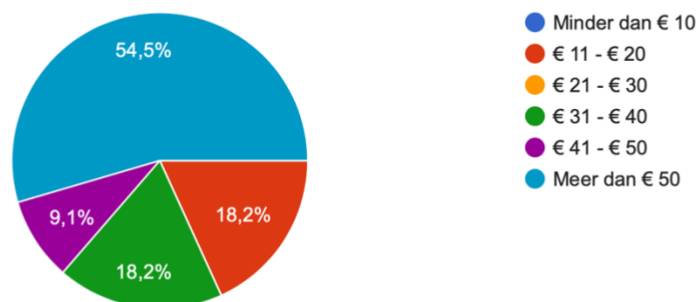
Bent u zelf in het bezit van een dergelijk product of betaalt u een derde partij voor het gebruik ervan doormiddel van sessies?

59 antwoorden



Hoeveel heeft u over om te betalen per sessie voor het gebruik van een product om blessures te voorkomen en/ of genezen?

11 antwoorden



Welk(e) product(en) heeft u in uw bezit?

39 antwoorden

Geen

Coolingsgel. Warmtegel. Infrarood laser. Nes scan. Massage deken

Magneet deken, koeling producten

ICE vibes, recuptex deken, supplementen

Koelgel en voor magneet behandeling

Ice Vibe, Recepten deken en magneetveld therapie van Magnacare

Recuptexdeken

Laser

Cooking gel en Traumeel

Koelprodukten/therapiedekens

Ice vibe boot

Ice vibes, Therapulse, Minipulse

Ice vibes, back on track, rambo iconic

Koelgel

Geen.

Koel product (niet de ice vibes)

Ice vibes, therapiedeken

-

Icevibes

Ik ben van mening dat juiste voeding en passende huisvesting de beste preventie kan zijn.
Ik ben een voorstander van Manuele Lymfe Drainage bij voorkomen en herstellen van blessures in combinatie met andere methodes als bijv een aquatrainer of magneet therapie of bij wondherstel lasertherapie.

Trilplaat horse powerplate

Meerdere

Koelproducten en massagedeken

Koelproducten & therapie deken

Ice pack

Bucas recuptex

Bucas reputex, back on track stalbeschermers

Therapiedeken

recuptex deken

Koelmiddel

Recuptex, back on track, koelgel, ice vibe

Healy en koelbandages

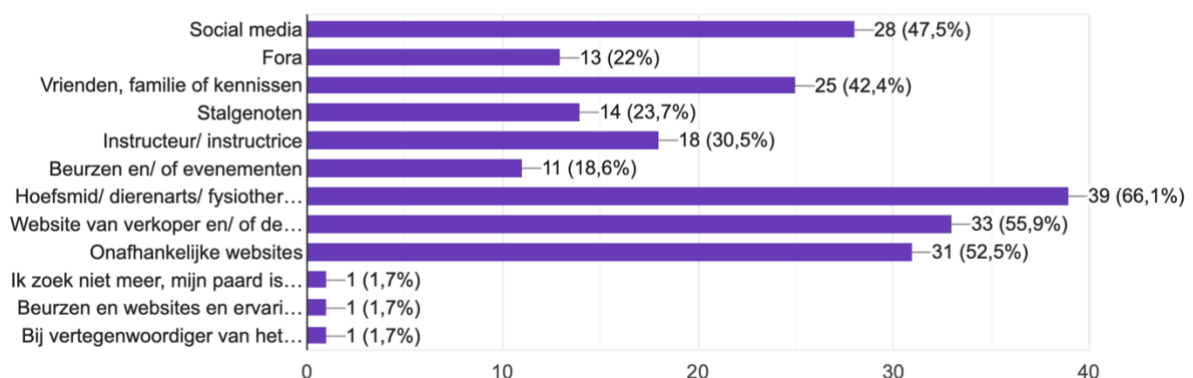
cooling gel

glucosamine en nog wel wat andere producten

Coolbeschermers

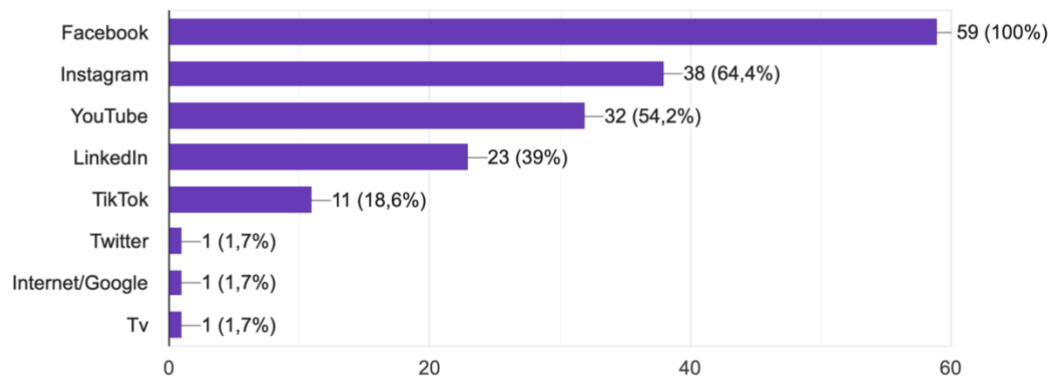
Hoe zoekt u naar informatie over dergelijke producten

59 antwoorden



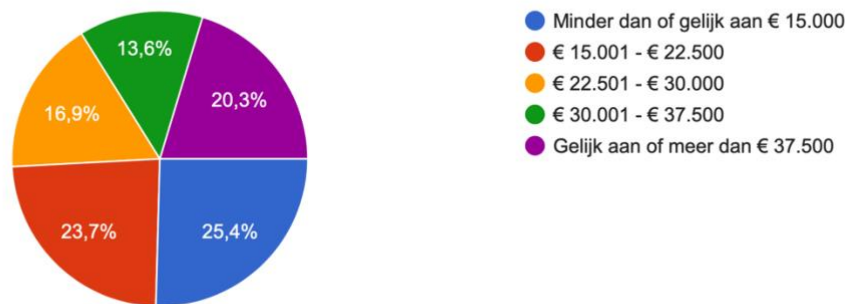
Van wat voor social media maakt u gebruik?

59 antwoorden



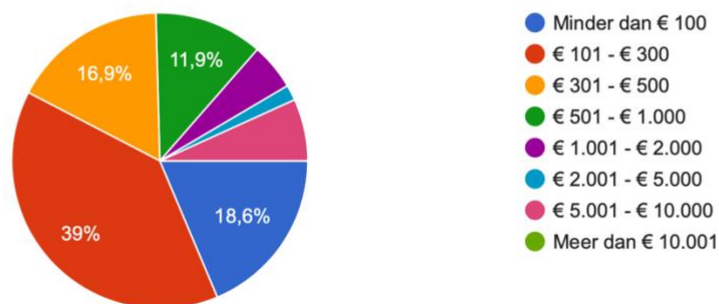
Hoeveel bedraagt uw inkomen netto op jaarbasis?

59 antwoorden



Hoeveel bent u bereid uit te geven aan producten die blessures helpen voorkomen of genezen?

59 antwoorden



Als u in bezit bent van een product dat blessures helpt voorkomen of genezen en u staat open voor een kort interview (15 - 30 minuten) laat dan uw e-mail adres hieronder achter. Alvast bedankt!

9 antwoorden

[Redacted]

[Redacted]

Ik vind de vraag over het inkomen impertinent. Mijn antwoord moet daar als niet gegeven worden beschouwd. Mijn antwoord moet zijn: wil ik niet zeggen

[Redacted]

Ik heb een Nes Mihealth, maar je contacteert best Hans Callewaert of Bruno Beyne hierover 😊

-

[Redacted]

[Redacted]

Jammer dat er geen ruimte is voor toelichting, ik vind bijv bovenstaande vraag niet zo makkelijk te beantwoorden, je kunt t een niet met t ander vergelijken en alles hangt af van de werking. Verder denk ik dat goed management en goede training een veel belangrijkere rol zouden moeten spelen in blessure preventie dan bovenstaand genoemde middelen.