

Julia Westeneng

500918921

Jenisha Kumarasamy

500922135

Samya Metalsi

500822334

Joicilyne Miranda da Silva

500922368

Kayley Winkel

500920927

HOND AAN DE LIJN

TOEGEPASTE PSYCHOLOGIE HVA |
26 SEPTEMBER 2026

DE VERBORGEN
PROBLEMEN VAN
HONDEN IN DE
NATUUR

De strijd tussen
hondeneigenaren,
'wanneer eindigt dit
conflict?'

INTERVIEWS
MET
BOSWACHTER
EN ECOLOOG!

1E EDITIE



VOORWOORD

DANKWOORD

Dit onderzoek is uitgevoerd in het kader van het keuzevak Social Design aan de Hogeschool van Amsterdam. De opdracht is verstrekt door de Provincie Noord-Holland.

Het uitvoeren van dit onderzoek verliep met pieken en dalen. Er waren momenten waarop waardevolle en interessante informatie werd verzameld, maar ook periodes waarin het even onduidelijk was welke richting we moesten inslaan. Deze afwisseling maakte het proces leerzaam en uitdagend.

Graag willen wij Umberto Santos Sousa van de Provincie Noord-Holland bedanken voor de prettige samenwerking, en Aeron Vos, docent aan de Hogeschool van Amsterdam, voor de waardevolle feedback en begeleiding gedurende het traject. Ook gaat onze dank uit naar alle geïnterviewde hondeneigenaren en professionals die hun tijd en inzichten met ons hebben gedeeld.

Amsterdam, november 2025

INHOUDSOPGAVE

01	Introductie	4	02
	Double Diamond	5	
	Aanleiding	6	
	Doelgroep	7-8	
	Huidige en gewenste situatie	9	
	Technieken	10	
	COM-B model	11	
	Literatuuronderzoek	12-14	
	Het motief	15	
Ervaringen	16	03	
Procedure	17-18		
Fieldresearch	20-22		
Fieldresearch Amsterdamse Bos	23		
Fieldresearch Enquete	24-25		
Wat zeggen experts?	26-28		
Resultaten	29	04	
Conclusie	30-31		
05	Onderzoeksvraag		32
	Methode Interventie		33
	Crazy-8 methode		34
	Resultaten crazy-8		35-36
	Co-creaties inzichten	37	
	Feedback opdrachtgever	38	
	Prototype 1	39-40	
	APEASE-criteria	41	
Prototype 2	42	06	
APEASE-criteria	43		
Prototype 3	44		
APEASE-criteria	45		
Feedback opdrachtgever	46		
Prototype test	47-49		
Uiteindelijke keuze en onderbouwing	50	07	
Passend bij uitkomsten van onderzoek	51		
Psychologische onderbouwing	52		
08	Uitwerking		53-56
	Promotieplan		57
	Implementatie: PDCA		58-62
	Conclusie en advies	63	
	Advies	64	
	Discussie	65	
	Literatuurlijst	66-68	
	Bijlagen	69-79	

INTRODUCTIE

Dit verslag behandelt een onderzoek naar het gedrag van hondeneigenaren in relatie tot hondenoverlast. Het doel van het onderzoek is het gedrag van hondeneigenaren te beïnvloeden, zodat bewustzijn wordt vergroot en mogelijke hondenoverlast in natuurgebieden wordt verminderd.

In het onderzoek is eerst het gedrag van hondeneigenaren geanalyseerd.

Op basis van deze inzichten is een interventie ontworpen en getest om de effectiviteit ervan te beoordelen. Het proces laat zien hoe theorie en praktijk samenkomen om gedragsverandering te stimuleren en een concreet probleem in de natuurgebieden aan te pakken.

Het portfolio biedt inzicht in zowel de onderzoeksresultaten als de overwegingen en keuzes die tijdens het proces zijn gemaakt.

DOUBLE DIAMOND

Om structuur te geven aan het onderzoek is gebruikgemaakt van de Double Diamond methode. Dit is een ontwerpproces ontwikkeld door de British Design Council, dat helpt om op een systematische manier van een breed probleem naar een gerichte oplossing te werken. De naam verwijst naar de vorm van het model: twee diamanten die samen vier opeenvolgende fases weergeven: Discover, Define, Develop en Deliver (Design Council, 2005).

Discover - Ontdekken: Wat is er aan de hand?

In de Discover-fase wordt het probleem verkend. Dit betekent dat breed wordt onderzocht wat er speelt: welke problemen, behoeftes en gedragingen komen voor bij de doelgroep (Design Council, 2005).

Define - Afbakenen: Wat is het echte probleem?

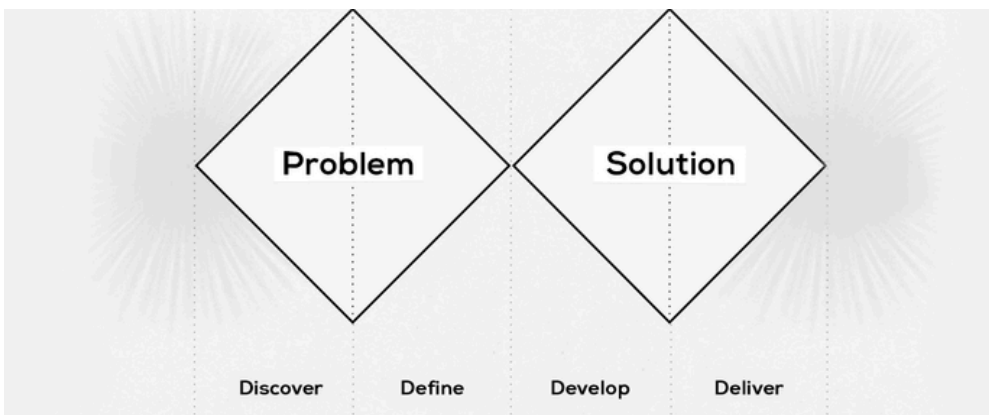
In de Define-fase worden deze bevindingen geanalyseerd en samengebracht tot een heldere probleemdefinitie: wat is nu écht de kern van het vraagstuk? (Design Council, 2005).

Develop - Ontwikkelen: Welke oplossingen zijn mogelijk?

Vervolgens richt de Develop-fase zich op het bedenken en verkennen van mogelijke oplossingen. Denk hierbij aan ideeën, interventies of concepten die inspelen op de inzichten uit de eerdere fases (Design Council, 2005).

Deliver - Opleveren: Wat werkt het best?

Tot slot draait de Deliver-fase om het uitwerken en testen van de meest kansrijke oplossing. Deze fase resulteert in een concreet eindproduct dat aansluit op de vastgestelde gedragsfactoren (Design Council, 2005).





Probleem analyse:

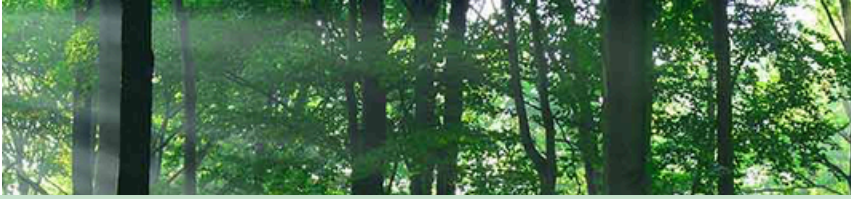
Aanleiding

In Noord-Holland bevinden zich 19 beschermde Natura 2000-gebieden (Provincie Noord-Holland, z.d.) die steeds vaker te maken hebben met overlast en schade door loslopende honden. Dit leidt tot versterking van flora en fauna en tot hinder voor andere recreanten. Voorbeelden hiervan zijn het opjagen of verwonden van schapen en reeën, het verstoren van wilde dieren door geursporen, geluidsoverlast door geblaf en het beschadigen van de natuur door het graven van gaten (Landschap Noord-Holland, 2024).

Uit eerdere onderzoeken blijkt dat honden een grote rol spelen bij het veroorzaken van schade en overlast aan zowel de natuur als bij bezoekers van de natuurgebieden. Er is gebleken dat het goed onder controle houden of aanlijnen van honden zorgt voor minder overlast en schade.

Hieruit volgt de opdracht van Provincie Noord-Holland: ontwikkel een praktisch inzetbare interventie, waardoor hondeneigenaren gemotiveerd worden om overlast veroorzaakt door hun hond binnen natuurgebieden te verminderen.

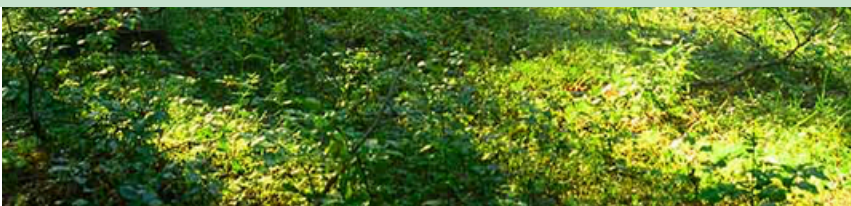
Vanuit deze informatie is de volgende hoofdvraag opgesteld: “Wat is er nodig om het gedrag van hondeneigenaren te beïnvloeden, zodat overlast door honden in de natuur wordt verminderd?”

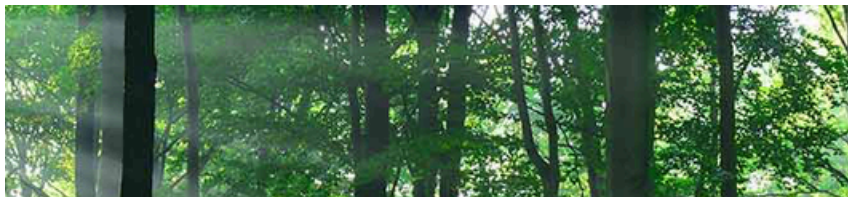


Doelgroep

Nederland telt ongeveer 1,8 miljoen honden, verspreid over diverse huishoudens. Uit de jaarlijkse Pet Monitor van de Nederlandse Voedingsindustrie Gezelschapsdieren (NVG) en brancheorganisatie Dibevo blijkt dat 45% van de Nederlandse huishoudens één of meer huisdieren heeft. Binnen veel gezinnen worden honden gezien als maatje of gezinslid; bijna de helft van de hondeneigenaren beschouwt hun hond als volwaardig gezinslid, en ongeveer een derde ziet het dier als een soort kind. Daarnaast gelooft 69% van de eigenaren dat hun hond hen begrijpt, en is 75% bereid hun leven aan te passen om de hond bij zich te houden (Van Valkenburg, 2024).

Volgens onderzoek van Eos Wetenschap hebben honden zich geëvolueerd om sociaal met mensen samen te leven en kunnen zij menselijke emoties en gedrag herkennen en daarop reageren. Zij zijn in staat om gezichtsuitdrukkingen en stemintonaties van hun eigenaar te interpreteren en emoties zoals blijdschap, angst of verdriet te signaleren. Dit vermogen tot sociale afstemming draagt bij aan een sterke emotionele band tussen hond en eigenaar en verklaart waarom veel eigenaren hun hond als maatje of gezinslid beschouwen. Door deze interactie ontstaat wederzijds begrip en vertrouwen, wat ook invloed heeft op de keuzes die eigenaren maken, bijvoorbeeld over waar en hoe zij hun hond uitlaten (Van der Jeugd, 2025).





Doelgroep

Het samen opgroeien van honden en kinderen biedt bovendien voordelen voor de ontwikkeling van kinderen. Kinderen met een hond brengen meer tijd buitenshuis door, wat bijdraagt aan een actievere levensstijl. Ook leren kinderen verantwoordelijkheid en empathie door voor hun hond te zorgen, bijvoorbeeld door het geven van eten en water (Purina, 2021).

De emotionele band tussen hond en eigenaar beïnvloedt ook het gedrag in natuurgebieden. Honden hebben behoefte aan voldoende beweging en mentale stimulatie om gezond en gelukkig te blijven. In natuurgebieden kunnen eigenaren geneigd zijn hun hond los te laten lopen om deze behoefte te vervullen. Dit kan echter in conflict komen met regelgeving, zoals aanlijnplichten in beschermde gebieden (Vier Voeters, 2025) .

Kortom, de combinatie van de emotionele band, het vertrouwen in de gehoorzaamheid van de hond en de wens voor vrijheid maakt het naleven van aanlijnregels in beschermde natuurgebieden een uitdaging. Het is daarom belangrijk dat eigenaren zowel bewust zijn van de behoeften van hun hond als van het behoud van de natuur, zodat een balans ontstaat die het welzijn van zowel dier als omgeving ondersteunt.





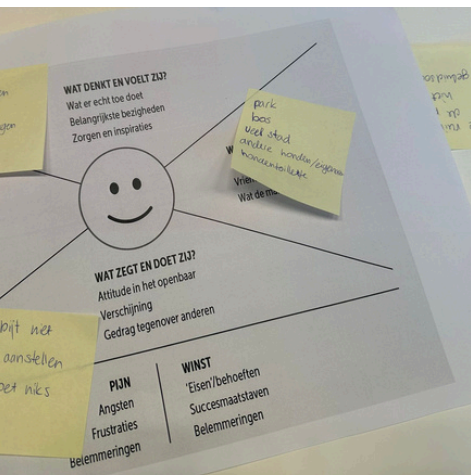
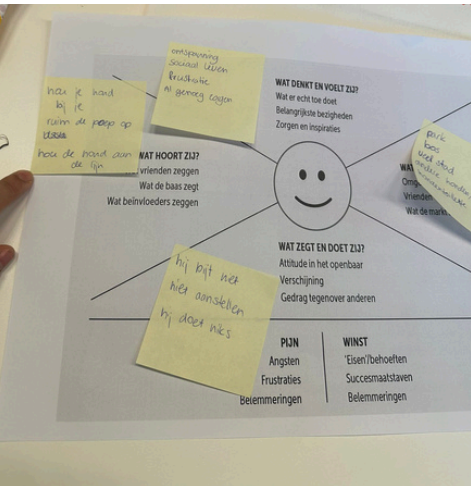
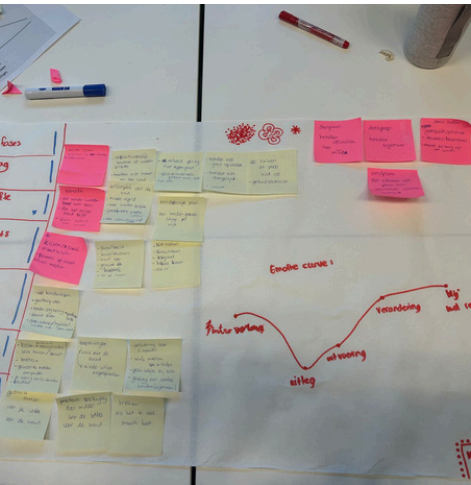
HUDIGE SITUATIE

Loslopende honden in natuurgebieden veroorzaken regelmatig verstoring van dieren en schade aan flora, doordat ze onvoorspelbaar bewegen en als bedreiging worden ervaren. Hondenbezitters bezoeken deze gebieden voornamelijk vanuit het welzijn van hun hond, zoals beweging, mentale stimulatie en veiligheid (Vier Voeters, z.d.). Sociale factoren en beperkte handhaving beïnvloeden of honden wel of niet aangeliind worden gehouden. Ervaren overlast is gebruikelijk: 36% van de eigenaren meldt negatieve ervaringen, bijvoorbeeld door honden die niet luisteren of conflicten veroorzaken. Kennis over hondengedrag en naleving van regels is variabel, waardoor incidenten en spanning ontstaan.



GEWENSTE SITUATIE

Hondenbezitters gebruiken natuurgebieden op een manier die het welzijn van hun hond combineert met natuurbehoud en veiligheid. Honden zijn los waar het ecologisch verantwoord is en blijven onder controle door goed getrainde basiscommando's. Duidelijke regels en structuur, inclusief tijdelijke aanlijnplichten op kwetsbare plekken, etc. Zo ontstaat een balans tussen hondenwelzijn, recreatie en natuurbehoud, met minder conflicten en een positieve ervaring voor gebruikers en omgeving.



Technieken

Welke technieken zijn er gebruikt en waarom?

Voor dit onderzoek is gebruikgemaakt van drie technieken: de empathy map, de customer journey en het COM-B model. De empathy map is ingezet om een dieper inzicht te krijgen in de belevingswereld van hondeneigenaren. Deze techniek maakt zichtbaar wat mensen denken, voelen, horen en doen in relatie tot het uitlaten van hun hond. Op die manier worden emoties, frustraties en motivaties concreet en kan beter begrepen worden waarom regels soms wel of niet worden nageleefd.

Daarnaast is de customer journey opgesteld om het proces van de hond uitlaten in kaart te brengen. Hierbij is gekeken naar verschillende stappen die een hondeneigenaar doorloopt en hoe de emoties daarbij fluctueren. Dit helpt om momenten te herkennen waarop motivatie kan worden vergroot of juist weerstand ontstaat.

Uit beide methodes komen inzichten naar voren die waardevol zijn voor het onderzoek. Zo wordt duidelijk welke pijnpunten hondeneigenaren ervaren, maar ook welke voordelen en pleziermomenten zij zien in het uitlaten van hun hond. Deze informatie kan worden meegenomen om strategieën te ontwikkelen die beter aansluiten bij de behoeften van de doelgroep en die hen stimuleren om hun hond vaker aangeliend te houden en de regels in natuurgebieden beter na te leven.



Com-b model

Voor het fieldresearch is gebruikgemaakt van het COM-B model als basis voor de interviewleidraad. Dit model stelt dat gedrag (Behaviour) voortkomt uit drie factoren: Capability (vaardigheden en kennis), Opportunity (fysieke en sociale mogelijkheden) en Motivation (bewuste en onbewuste drijfveren) (Michie, van Stralen & West, 2011). Het model maakte het mogelijk om vragen te structureren rond deze drie pijlers en zo beter inzicht te krijgen in welke factoren invloed hebben op het gedrag rondom het aanlijnen van honden.

Een voorbeeld hierbij is de motivatie van hondenbezitters: sommigen zijn overtuigd dat een hond vrij moet kunnen lopen, terwijl anderen veiligheid belangrijker vinden. Door vragen te stellen over zowel kennis (bijvoorbeeld of men de regels kent), mogelijkheden (zijn er voldoende losloopgebieden in de buurt?) en motivatie (hoe denkt iemand over het nut van de lijn), werd duidelijk welke factoren een rol spelen in de beslissing om de hond aan of los te houden.

Door het combineren van de Double Diamond en het COM-B model ontstond een onderzoeksoptzet die zowel gedragstheoretisch onderbouwd als ontwerpmatig gestructureerd is. Dit maakte het mogelijk om diepgaand inzicht te krijgen in de gedragsredenen achter het loslaten van honden en om deze inzichten te vertalen naar praktische oplossingsrichtingen.

Literatuuronderzoek



Natuur en verstoring

In diverse regio's ontstaan discussies over de toegankelijkheid van natuurgebieden voor hondenbezitters. Zo speelde in Haarlem een debat rond het Naaldenveld, waar bewoners teleurgesteld reageerden op het uitblijven van provinciale steun om het gebied open te houden voor honden (Haarlems Dagblad, 2025). Dit illustreert de spanning tussen recreatief gebruik en natuurbehoud, een thema dat al langer speelt. Onderzoek toont aan dat loslopende honden een grotere verstoringsbron vormen dan aangelijnde honden, doordat hun bewegingen onvoorspelbaar zijn en door wilde dieren sneller als bedreigend worden ervaren. Dergelijke verstoring kan ertoe leiden dat dieren hun leefgebied verlaten, met negatieve gevolgen voor de biodiversiteit (Van de Haterd et al., 2014).

Gedragpsychologische verklaringen

Vanuit een gedragpsychologisch perspectief kan het aanlijn- of loslaatgedrag van hondeneigenaren worden verklaard met de Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991). Volgens deze theorie wordt gedrag beïnvloed door drie factoren: de houding tegenover het gedrag (bijvoorbeeld "loslopen is goed voor mijn hond"), de sociale norm ("anderen doen het ook") en de ervaren gedragscontrole ("ik kan mijn hond goed terugroepen"). Onderzoek bevestigt dat juist deze factoren sterk voorspellen of eigenaren zich aan aanlijnregels houden (Crox et al., 2024).

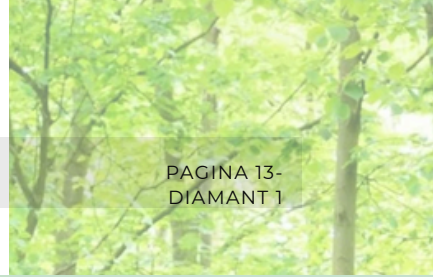
Literatuuronderzoek



Daarnaast kan de theorie van cognitieve dissonantie (Festinger, 1957) verklaren waarom sommige eigenaren hun gedrag rechtvaardigen, bijvoorbeeld door te denken dat hun hond “geen kwaad doet” in natuurgebieden. Dit helpt om de spanning tussen kennis en gedrag te verminderen. Ook speelt het concept self-efficacy (Bandura, 1986) een rol: wie veel vertrouwen heeft in zijn vermogen om de hond te controleren, onderschat eerder de mogelijke risico's of natuureffecten (Clayton & Myers, 2015).

Motivaties van hondeneigenaren

Hondeneigenaren laten hun dieren vaak los vanuit de overtuiging dat dit bijdraagt aan hun welzijn. Beweging, vrijheid en ontspanning worden gezien als essentieel voor een gezonde hond (Crox et al., 2024). Tegelijkertijd kiezen eigenaren ervoor hun hond aan te lijnen in situaties die zij als onveilig of onoverzichtelijk ervaren. Een belangrijk spanningspunt ligt in de mate van controle die eigenaren denken te hebben: velen schatten hun eigen invloed op het gedrag van de hond hoger in dan in werkelijkheid het geval is. Bovendien spelen sociale factoren een rol, zoals het zien van andere loslopende honden of het gevoel dat er weinig handhaving plaatsvindt. Deze omstandigheden vergroten de kans dat eigenaren hun hond loslaten, zelfs waar dat niet is toegestaan (Crox et al., 2024).



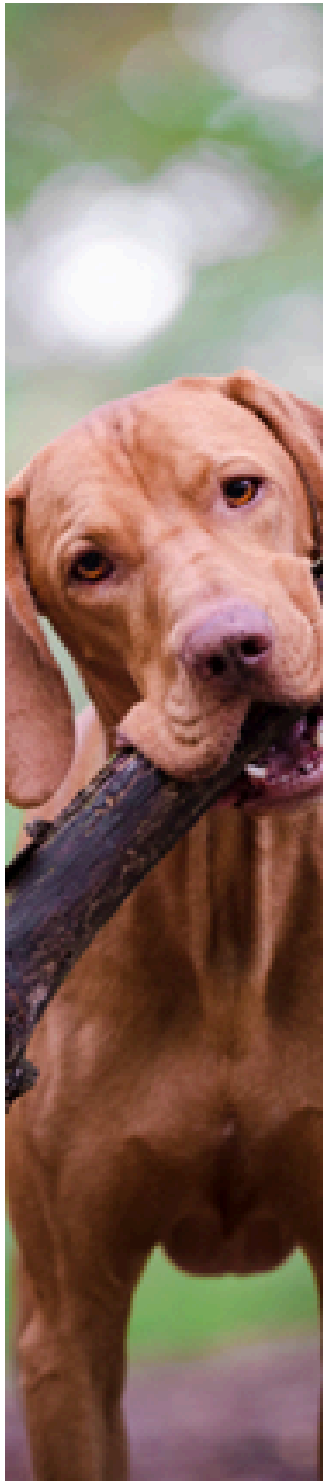
Literatuuronderzoek

Sociale invloeden

Het gedrag van hondeneigenaren wordt sterk beïnvloed door sociale normen. Wanneer in een natuurgebied de meeste bezoekers hun hond aanlijnen, voelen anderen de neiging dit gedrag over te nemen. Omgekeerd geldt dat loslopende honden een signaal kunnen afgeven dat aanlijnen niet nodig is (Redactieteam van BetterHelp, 2025). Dit sluit aan bij het principe van sociale bewijskracht van Cialdini, dat stelt dat mensen hun gedrag vaak afstemmen op wat zij bij anderen waarnemen, vooral in situaties waarin de juiste keuze onduidelijk is. Deze sociale dynamiek kan dus zowel gewenst (meer naleving) als ongewenst (meer overtredingen) gedrag stimuleren (Lazeron & van Dinteren, 2010).

Samenvatting

De literatuur toont dat losloopgebieden een waardevol onderdeel zijn van het recreatieve gebruik van natuur, maar ook bron van spanningen tussen natuurbelang, veiligheid en hondenwelzijn. Eigenaren handelen vaak vanuit positieve intenties, maar sociale invloeden, een overschatting van controle en beperkte kennis over regels zorgen voor problemen in de praktijk. Beleidsmaatregelen die gericht zijn op voorlichting, gedragsbeïnvloeding en duidelijke communicatie lijken essentieel om een evenwicht te vinden tussen mens, hond en natuur.



Het motief

‘Het motief van welzijn reikt verder dan alleen fysieke beweging.’

Het motief van welzijn reikt verder dan alleen fysieke beweging. Het begrijpen van natuurlijk hondengedrag draagt bij aan het voorkomen van gedragsproblemen en het bevorderen van geluk en ontspanning (HondenLot, z.d.). Daarbij blijkt uit onderzoek dat een goede relatie tussen eigenaar en hond leidt tot meer plezier en minder stress in de omgang, doordat langdurige stress bij honden samenhangt met de kwaliteit van de relatie tussen eigenaar en dier. Kennis van hondentaal en emoties versterkt bovendien het vertrouwen tussen mens en dier (Kenniscentrum Argos, z.d.; Piekstra, 2023). Ook maatschappelijke factoren spelen een rol: honden die goed onder controle staan veroorzaken minder overlast en dragen bij aan een positiever imago van hondeneigenaren, wat voor velen een externe motivatie kan zijn om zich in hondengedrag te verdiepen (Goois Natuurreservaat, z.d.).

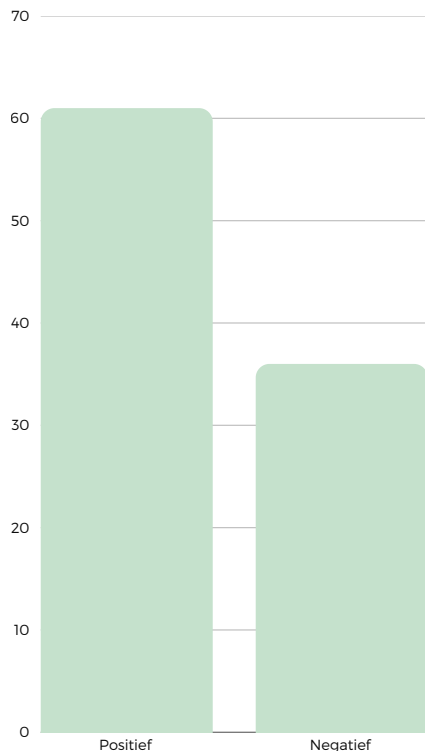


Ervaringen

Ondanks deze motivaties ervaren gebruikers van losloopegebieden zowel positieve als negatieve aspecten. Uit onderzoek blijkt dat 61% van de hondenbezitters deze gebieden met plezier bezoekt, maar dat 36% juist negatieve ervaringen heeft, soms zelfs in die mate dat men losloopegebieden mijdt (Piekstra, 2023). De ergernissen hebben vooral betrekking op het gedrag van andere honden en hun eigenaren. Voorbeelden zijn honden die zonder controle op anderen afstormen, niet luisteren naar commando's en daarmee gevaar of spanning veroorzaken. Dit gedrag kan leiden tot uiteenlopende conflicten, van kleine botsingen tot ernstige incidenten zoals beten of verwondingen.

Ook op sociale media uiten gebruikers hun frustraties, wat laat zien dat het thema breed leeft. Als achterliggende oorzaken worden gebrek aan training, onwetendheid over regels en een toename van onervaren hondeneigenaren genoemd. Mogelijke oplossingen liggen in betere voorlichting, duidelijke bewegwijzering en het trainen van basiscommando's. Daarnaast wordt het tijdelijk verplicht aanlijnen op specifieke plekken genoemd als maatregel om overlast en incidenten te beperken (Piekstra, 2023).

De literatuur maakt duidelijk dat losloopegebieden voor veel hondenbezitters waardevol zijn, maar dat ze tegelijkertijd zorgen voor spanningen tussen recreatie, veiligheid en natuurbehoud. Terwijl eigenaren vooral worden gedreven door het welzijn van hun hond, leidt een gebrek aan kennis, training en naleving van regels regelmatig tot overlast en conflicten.



Procedure



Literatuuronderzoek

Er is vooraf literatuuronderzoek gedaan, daaruit kwam naar voren dat veel hondeneigenaren zich niet volledig bewust zijn van hun eigen gedrag of van de overlast die hun hond soms veroorzaakt. Dit beeld kwam duidelijk terug in de interviews, wat laat zien dat de resultaten overeenkomen met wat eerder onderzoek al aantoonde. Dit versterkt de validiteit van ons onderzoek (Van der Donk & Van Lanen, 2019).

Interviews

Voor dit onderzoek is naar het gedrag en de beleving van hondeneigenaren is gekozen om zowel straatinterviews als diepte-interviews af te nemen. Voor beide vormen van interviews is een topiclijst opgesteld, zodat dezelfde kernvragen aan alle deelnemers werden gesteld (bijlage 1 en 2). Dit verhoogde de betrouwbaarheid en maakte het mogelijk om de antwoorden systematisch te vergelijken en analyseren (Van der Donk & Van Lanen, 2019).

Straatinterviews

De straatinterviews werden gebruikt om snel en laagdrempelig meningen en ervaringen van een divers publiek te verzamelen. Op deze manier kon in korte tijd een goed beeld worden geschetst van hoe mensen denken over honden en hondeneigenaren in de openbare ruimte. In totaal zijn er 19 personen op deze manier geïnterviewd. De straatinterviews werden uitgevoerd op verschillende openbare locaties, Utrecht, Noord-Holland en Flevoland. Zo is er een divers publiek bereikt, wat de externe validiteit versterkt (Van der Donk & Van Lanen, 2019).

Diepte-interviews

Daarnaast boden de diepte-interviews daarentegen de mogelijkheid om meer achtergrond en betekenis uit de antwoorden te halen. Tijdens deze gesprekken kon beter worden doorgevraagd op onderwerpen die in de straatinterviews naar voren kwamen, waardoor inzicht werd verkregen in het gedrag, de motivatie en de beweegredenen van hondeneigenaren. Op deze manier zijn er 9 personen geïnterviewd. De diepte-interviews vonden 1 op 1 plaats, op een locatie waar ruimte was voor persoonlijke verhalen en motivatie.

Procedure



Validiteit

Er is bewust gekozen voor een breed publiek, met deelnemers van verschillende leeftijden, geslachten en achtergronden. De leeftijd van de deelnemers varieerde van 18 tot 80 jaar, waardoor zowel jongvolwassenen, volwassenen als ouderen vertegenwoordigd waren. Hoewel er meer vrouwen dan mannen zijn geïnterviewd, is er bewust op gelet dat ook mannen werden meegenomen in het onderzoek, zodat verschillende perspectieven vertegenwoordigd bleven. Deze brede spreiding in leeftijd, geslacht en achtergrond maakte het mogelijk om uiteenlopende ervaringen en inzichten te verzamelen, wat de externe validiteit van het onderzoek vergroot (Van der Donk & Van Lanen, 2019).

Data

Na afloop van de dataverzameling zijn alle interviews gecodeerd en thematisch geanalyseerd. De ruwe data, bestaande uit straatinterviews en diepte-interviews, is geanalyseerd aan de hand van het COM-B-model. De interviews zijn verwerkt in een Excelbestand, waarbij relevante uitspraken zijn gecategoriseerd en per gedragscomponent van het model visueel zijn beoordeeld met kleurcodering: groen (aanwezig) of rood (ontbrekend). Dit is terug te vinden in de bijlage. Deze methode maakte inzichtelijk welke gedragsfactoren aanwezig zijn bij hondeneigenaren en welke ontbreken met betrekking tot verantwoordelijk gedrag in natuurgebieden.

Fieldresearch



Psychologische capaciteit

Tijdens de interviews is vaak naar voren gekomen dat er een tekort is aan kennis over de schade die een hond kan aanrichten aan de natuur. Denk hierbij aan de geur van honden die al invloed kan hebben op de wilde dieren in de omgeving. Zo wordt er gezegd: "Ik wist niet dat de geur honden ook overlast gaven aan de natuur."

"Ik ben mij niet bewust dat honden slecht kunnen zijn voor natuurgebieden. Ik wist niet dat de geur al impact heeft."

Verder wordt er gezegd dat honden juist goed voor de natuur zijn. "Natuur kapot maken geloof ik niet en ben ik het niet mee eens. Tegen deel zelfs. Honden zijn goed voor de natuur."

Daarnaast wordt het belang van opvoeding en verantwoordelijkheid nemen benoemt, zo ook om minder overlast aan de natuur te geven. "Ik vind het belangrijk dat ze vrijheid krijgt en kan spelen met andere honden. Maar ik snap ook dat honden schade kunnen veroorzaken in de natuur, bijvoorbeeld aan dieren of planten. Daarom moet je je hond goed opvoeden zodat hij geen overlast geeft."

Tot slot kennen enkele geïnterviewde de regels wel voldoende in de gebieden waar er vaak gewandeld wordt.

Fysieke capaciteit

De hondeneigenaren geven aan dat de fysieke capaciteit om met de hond te lopen voldoende aanwezig is. "Ik laat mijn hond 3 keer per dag uit, in de ochtend, middag en avond." Dit laat zien dat de hondeneigenaren fysiek instaat zijn om met de hond te lopen. Kortom dit heeft geen impact op het vraagstuk.

Fieldresearch



Fysieke gelegenheid

Meerdere hondeneigenaren geven aan dat de fysieke gelegenheid niet altijd voldoende aanwezig is. Denk hierbij aan onduidelijke borden of te weinig loslooplekken.

"De borden in Amsterdam vind ik niet altijd duidelijk. Vaak google ik eerst of je hond ergens los mag, maar in het park zelf staat het niet altijd goed aangegeven."

"Ik mis voldoende loslooplekken, het voelt alsof ik ze vaak een soort "illegaal" los laat lopen. Er zijn ook te weinig parkeerplaatsen."

"Ik mis meer hondenroutes eigenlijk."

"Ik zou heel graag meer kleine loslooplekken in Amsterdam zien. In andere plaatsen in Noord- Holland hebben ze veel van die kleine weilandjes waar honden vrij kunnen rennen zonder dat mensen er last van hebben. Dat zou echt helpen."

Daarnaast wordt aangegeven dat de huidige regels in bepaalde gebieden als te streng wordt ervaren. "Er zijn te strenge regels bij uitlaatplekken."

En een enkele geïnterviewde geeft aan tevreden te zijn met de hoeveelheid losloop-/ uitlaatgebieden. "Er zijn wel genoeg uitlaat plekken, maar er morgen er wel meer bij."

"Ik vind dat er wel genoeg honden uitlaatplekken zijn."

Sociale gelegenheid

Hondeneigenaren geven aan dat sociale druk hen ertoe aanzet zich beter aan de regels te houden.

"Maar soms loop ik met mijn vriendin, dan ruim ik wel altijd de ontlasting van mijn hond op. Ja, hahah ik voel dan druk."

Verder wordt er aangegeven dat er overlast wordt ervaren door andere honden en de eigenaren, voornamelijk als de hond slecht luistert.

"Ik heb last van andere honden die los zijn, voornamelijk als ze niet goed luisteren naar de eigenaar."

"Soms heb ik wel last van andere loslopende honden. Dan is de eigenaar nergens te zien en loopt er wel een hond op die van mij af."

Fieldresearch



Reflectieve motivatie

Als het gaat om de reflectieve motivatie is terug te zien dat de hondeneigenaren bewuste afwegingen maken voor wanneer de regels wel en niet worden gevolgd. Verder wordt er aangegeven dat de overlast voornamelijk door andere wordt veroorzaakt.

“Ik vind niet dat ik een hondenprobleem heb, mijn hond doet niets. Het zijn vaak van die grote honden die overlast veroorzaken.”

“Ja, ik snap wel dat mensen last kunnen hebben van honden, sommige hondeneigenaren zijn echt asociaal.”

“Ik ken de regels goed en ik hou me er altijd aan. Anderen hebben daar moeite mee.”

“Ik luister goed naar regels als ik zelf de risico's zie. Soms overtreed ik de regels wel als ik zie dat er niemand is. Ik kan me voorstellen dat mijn hond soms lastig is, ik kan me voorstellen dat als je bang bent voor honden dat het dan intimiderend kan zijn.”

Verder wordt er begrip getoond naar handhaving in drukker gebieden, maar juist niet in gebieden waar het rustig is.

“Ik vind de handhaving goed omdat het er weinig is. Weet je wat ik stom zou vinden, als ik mijn hond uitlaat bij een rustig gebied en hier een boete voor krijg. Bij een drukker gebied zou ik het wel begrijpen.”

Tot slot wordt er benoemt dat de hondeneigenaren bereidt zijn om zich aan de regels te houden als het gaat om de veiligheid van andere mensen of dieren. Ook wordt er aangegeven dat de meer informatie over de impact van hun hond ervoor zou zorgen dat de regels eerder worden gevolgd.

“Als het echt onveilig is, voor andere mensen of dieren dan wil ik me zeker aanpassen en dan zou deze boodschap mij ook raken.”

“De impact laten zien wat het nou doet om een hond niet aan te lijnen en wat het doet voor andere honden, dat zou mijn gedrag laten veranderen.”

Fieldresearch



Automatische motivatie

Er komt uit de interviews naar voren dat de band tussen de hond en de eigenaar een grote rol spelen. Zo wordt er gezegd.

“Mijn hond betekent veel voor mij en dat zij gelukkig is dus ook.”

Verder spelen gewoontes ook een rol, denk aan het wel of niet opruimen van ontlasting. “Ik ruim wel altijd netjes de ontlasting van mijn hond op.”

De niet-hondeneigenaren die geïnterviewd zijn tijdens de straatinterviews gaven aan last te hebben van bijvoorbeeld hondenpoep die niet opgeruimd wordt, blaffende honden en honden die loslopen maar niet luisteren. Er wordt voornamelijk aangegeven dat ze meer behoefte hebben aan hondeneigenaren die meer verantwoordelijkheid nemen. Ook zou het volgens hun helpen als er meer afvalbakken zijn, meer handhaving en eventueel een voorlichting of verplichte training.



Figuur 1
Visualisatie van honden in een bos. Afbeelding gegenereerd met Copilot (Microsoft, 2025).

FIELDRESEARCH

Het Amsterdamse bos

In het Amsterdamse Bos zijn interviews afgenomen met hondeneigenaren om extra inzicht te verkrijgen in de doelgroep. Deze gesprekken dienden ter aanvulling op de eerdere field- en deskresearch. Zo is er een beter begrip van de behoeften, gewoonten en ervaringen van hondeneigenaren in hun natuurlijke omgeving.

De interviewresultaten gaven vooral bevestiging van de eerder verzamelde informatie, wat de betrouwbaarheid van de bevindingen versterkt (Van der Donk & Van Lanen, 2019).



Figuur 2

Visualisatie van interview met hondeneigenaren in een bos. Afbeelding gegenereerd met Copilot (Microsoft, 2025).

Fieldresearch enquête



Om meer inzicht te krijgen in de ervaringen, gedragingen en opvattingen van hondenbezitters rondom het gebruik van natuurgebieden, is een enquête opgesteld en verspreid onder de doelgroep. De vragenlijst richtte zich op onderwerpen als frequentie van natuurbezoek, kennis van regels, naleving van aanlijnplicht en de beleving van voorzieningen in deze gebieden. De enquête is voornamelijk ingevuld door personen uit de directe omgeving van de onderzoekers.

Doel

De enquête heeft als doel om aanvullende informatie verzamelen die de literatuur aanvult met praktische inzichten uit de dagelijkse praktijk van hondenbezitters. De resultaten geven een beeld van hoe ervaren hondenbezitters omgaan met regels, welke motieven zij hebben om hun hond los of aangelijnd te laten lopen, en welke verbeterpunten zij zien in het beheer van natuurgebieden.

Deelnemers

De enquête is ingevuld door hondenbezitters, voornamelijk uit Utrecht en Gelderland. De meeste respondenten hebben al meerdere jaren een hond, vaak tussen 4 en 10 jaar. Slechts een klein deel is pas recent hondeneigenaar geworden. De meerderheid van de hondenbezitters laat hun hond regelmatig uit in natuurgebieden, meestal 1–2 keer per week of 1–3 keer per maand. Slechts enkelen geven aan dat ze dit zelden of nooit doen. Natuurgebieden spelen dus duidelijk een belangrijke rol in het dagelijks leven van de meeste respondenten. De voorzieningen in natuurgebieden (zoals paden, afvalbakken en borden) worden gemiddeld met een 6 uit 10 beoordeeld. Sommige respondenten vinden dat er te weinig losloopgebieden zijn, terwijl anderen juist tevreden zijn met het huidige aanbod.

Fieldresearch



Kennis en vaardigheden

Qua kennis van regels (zoals aanlijnplicht of beschermde zones) scoren de meeste deelnemers tussen de 3 en 4 op een schaal van 5. Dat suggereert dat de meeste hondeneigenaren vrij goed op de hoogte zijn, maar er is ruimte voor meer bewustwording.

De luistervaardigheid van honden in natuurgebieden scoort ook hoog, gemiddeld een 3,8 tot 4,5 op 5. Mensen die hun hond al langer hebben, geven vaak aan dat hun hond beter luistert, wat duidt op ervaring en training als belangrijke factoren.

Respondenten die hun hond langer dan 10 jaar hebben, scoren hoger op kennis van regels en gedrag van hun hond dan nieuwe hondeneigenaren.

Er is een duidelijke wens voor meer losloopmogelijkheden. Vooral veilige plekken waar honden vrij kunnen bewegen zonder overlast te veroorzaken.

Enkele respondenten benadrukken dat het gedrag van andere baasjes soms een probleem vormt, niet zozeer de regels zelf.

De belangrijkste reden om een hond te hebben is gezelschap en beweging, en veel mensen vinden het belangrijk dat hun hond vrij kan lopen voor beweging of plezier.

Ervaring

De gemiddelde hondenbezitter in deze enquête is ervaren, redelijk goed geïnformeerd en verantwoordelijk. De meeste vinden natuurgebieden belangrijk voor het welzijn van hun hond, maar zien graag meer losloopzones en betere communicatie van regels.

Het gedrag van baasjes en het naleven van regels lijkt een aandachtspunt waar nog winst te behalen valt.

Wat zeggen experts?

Boswachter

Om te beginnen zijn er een aantal vragen gesteld aan een boswachter die werkzaam is in landschap Noord-Holland. De vragen die zijn opgestuurd zijn terug te vinden in de bijlage. De boswachter benoemt dat honden een grote invloed kunnen hebben op de natuur, zo houden bijvoorbeeld broedvogels veel afstand van de gebieden waar honden lopen. Zo wordt het gebied waar de vogels kunnen nestelen steeds kleiner, wanneer de honden verder van de paden af lopen.

De boswachter zegt: “We zien de laatste jaren een trend, dat mensen steeds langere hondenlijnen gaan gebruiken, zodat de honden evengoed 10-15 meter buiten de paden kunnen en daar snuffelen en hun geur achterlaten.” Verder geeft de boswachter aan dat er regelmatig conflicten plaatsvinden tussen hondeneigenaren met fietsen en ruiters.



Figuur 3
Visualisatie van interview met hondeneigenaren in een bos. Afbeelding gegenereerd met Copilot (Microsoft, 2025).

De honden die loslopen kunnen voor gevaar zorgen voor deze twee groepen. Daarnaast zorgen loslopende honden ook voor overlast bij andere hondeneigenaren, of mensen die angstig zijn en speciaal in een gebied lopen waarbij honden aangelijnd moeten zijn. Tot slot is in het Helderse duingebied het aantal hondeneigenaren kleiner dan dat van andere recreanten. In dit gebied is de boswachter ook een BOA en zijn ze erg streng aan het handhaven, hierdoor is het aantal loslopende honden in dit gebied vrij laag.

Ecoloog

Ook is ervoor gekozen om een ecoloog, in dit geval van Elsen Ecologie, te benaderen om meer inzicht te krijgen in de effecten van honden op het ecosysteem. De ecoloog baseert zijn antwoorden op onderzoek naar verstoringfactoren voor strandbroeders op het strand van Terschelling.

Wat zeggen experts?

Uit de antwoorden blijkt dat er geen informatie beschikbaar is over het effect van geurmarkeringen, zoals urine of feromonen, op het vestigingsgedrag of broedsucces van vogels en kleine zoogdieren. Wel zijn er duidelijke indirecte effecten van hondenverstoring vastgesteld. Loslopende honden veroorzaken grotere verstoring bij strandbroeders dan wandelaars, fietsers of voertuigen. Vogels vluchten over grotere afstanden, blijven langer uit de buurt van hun nest en ervaren intensievere stress doordat honden dichterbij komen. Bovendien kunnen honden die behandeld zijn met anti-vlooimiddelen chemicaliën in wateren brengen, waardoor macrofauna sterft en de voedselketen in de omgeving wordt beïnvloed.

De ecooloog verwacht dat vooral grondbroedende vogels en kleine zoogdieren, zoals konijnen en hazen, het meest worden geraakt. Ook kwetsbare habitats, zoals duinvalleien met water en pioniersplanten, lopen extra risico door vertrapping en vergiftiging via anti-vlooimiddelen.

Het gedrag van hondeneigenaren speelt hierbij een belangrijke rol. Loslopende honden veroorzaken aanzienlijk meer verstoring dan aangelijnde honden, en onwetendheid over de gevolgen draagt bij aan de problematiek. Veel eigenaren realiseren zich niet dat hun hond aanzienlijke ecologische effecten kan hebben.



“Om deze effecten te beperken, adviseer ik om zones te creëren waar honden los mogen lopen, bij voorkeur in gebieden zonder kwetsbare vegetatie of broedvogels. In kwetsbare gebieden is het beter om honden strikt aangelijnd te houden of zelfs een losloopverbod in te stellen. Op deze manier kan er een balans worden gevonden tussen recreatie en natuurbehoud, zodat kwetsbare ecosystemen zoveel mogelijk met rust worden gelaten, terwijl hondenbezitters hun huisdieren op verantwoorde plekken kunnen uitlaten.”

Wat zeggen experts?

Hondengedragdeskundige - verhuisdieren

Uit het interview met een hondengedragdeskundige van Verhuisdieren blijkt dat honden, net als andere dieren, hun natuurlijke gedrag moeten kunnen uitvoeren om hun welzijn te behouden. Gedragingen zoals graven, wrijven en blaffen zijn instinctief en kunnen niet volledig worden afgeleerd zonder negatieve gevolgen voor het dier. Wel is het mogelijk om dit gedrag te kanaliseren naar situaties waarin het geen schade veroorzaakt. Zo kan een hond bijvoorbeeld op bepaalde plekken graven waar dit geen risico vormt, of kan het jachtinstinct worden gestimuleerd door middel van zoek- of speurspelletjes waarbij geen andere dieren worden geschaad. Volgens de deskundige is het belangrijk om hierbij het gezonde verstand te gebruiken en tegemoet te komen aan de natuurlijke behoeften van het dier.

Wat betreft overlast noemt de deskundige vooral het niet opruimen van hondenpoep als een groot milieuprobleem. Ontlasting kan resten van medicijnen en parasietenbestrijdingsmiddelen bevatten, wat schadelijk is voor de natuur. Voor recreanten ontstaat de meeste overlast door eigenaren die hun hond niet onder controle hebben. De omgeving speelt een belangrijke rol in het gedrag van honden. In drukke gebieden zoals parken, bossen en stranden, waar veel mensen en dieren samenkomen, kan het jachtinstinct van honden sneller leiden tot overlast.

Volgens de deskundige is Nederland inmiddels zo dichtbevolkt dat fauna te weinig ruimte heeft en honden steeds vaker aangelijnd moeten blijven om conflicten te voorkomen. Tegelijkertijd vraagt zij aandacht voor het welzijn van honden, dat volgens haar steeds meer onder druk komt te staan.

Om overlast te beperken, is volgens de deskundige een combinatie van verantwoordelijkheid en ruimte nodig. Hondeneigenaren moeten worden gewezen op hun plicht om hun hond goed op te voeren, onder controle te houden en ontlasting op te ruimen. Tegelijkertijd moeten er meer veilige losloopgebieden komen waar honden vrij kunnen bewegen, rennen en spelen zonder schade aan te richten aan flora, fauna of andere recreanten.

“Ik adviseer gemeenten en natuurbeheerders om beleid te voeren dat zowel het milieu als het welzijn van honden in balans houdt. Dat betekent enerzijds duidelijke regels, goede voorlichting en handhaving, en anderzijds meer toegankelijke en veilige gebieden waar honden gewoon hond mogen zijn.”



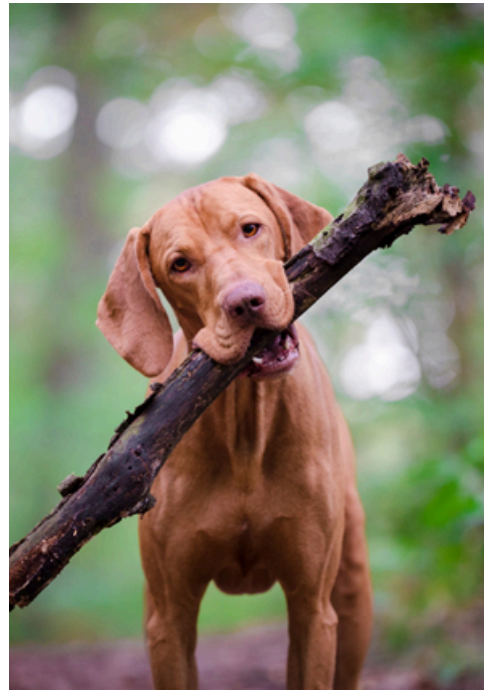
Resultaten:

Wat is er uit ons onderzoek gekomen?

De lezer wordt nu meegenomen in de Define-fase.

De analyse laat zien dat veel hondeneigenaren zich niet bewust zijn van de schade die hun hond kan aanrichten aan de natuur. Er is weinig kennis over het probleem. Vaak wordt aangenomen dat vooral andere honden en hun eigenaren overlast veroorzaken. De eigen rol in het veroorzaken van schade wordt nauwelijks herkend, wat duidt op een gebrek aan motivatie en verantwoordelijkheidsgevoel.

Daarnaast blijkt dat de kennis over gedragsregels in natuurgebieden beperkt is. Veel respondenten zijn niet op de hoogte van de aanlijnplicht, het broedseizoen of de opruimplicht. Deze onwetendheid wijst op een tekort in de capability-component van het COM-B-model. Ook de gevolgen van niet-handhaven van regels worden niet goed ingeschat. De meeste uitspraken zijn op deze punten rood gemarkeerd. (Zie bijlage)



Het opportunity-component laat een gemengd beeld zien. In sommige gebieden ontbreken duidelijke borden of wordt aangegeven dat er weinig tot geen handhaving is. In andere gevallen zijn de regels wel bekend, maar worden deze bewust genegeerd omdat sociale controle of sancties ontbreken. Dit wijst erop dat de fysieke en sociale omgeving niet altijd ondersteunt in het gewenste gedrag.

Uit de totaalanalyse blijkt dat het grootste knelpunt ligt bij het gebrek aan kennis (capability) en bewustwording/motivatie. Deze combinatie belemmert gewenst gedrag zoals het aanlijnen van honden, het opruimen van uitwerpselen en het respecteren van natuurgebieden.

Conclusie:

Wat is er uit ons onderzoek gekomen?

Op basis van de analyse met het COM-B-model kan geconcludeerd worden dat het gedrag van veel hondeneigenaren in natuurgebieden voornamelijk wordt beïnvloed door een gebrek aan motivatie en kennis. De meeste respondenten zijn zich niet bewust van de ecologische schade die honden kunnen veroorzaken, noch van de regels die in natuurgebieden gelden.

Daarnaast wordt de verantwoordelijkheid vaak buiten zichzelf gelegd, wat wijst op beperkte reflectieve motivatie. Tegelijkertijd wordt in sommige gevallen ook sprake van gewoontegedrag en gemak, wat duidt op het ontbreken van automatische motivatie.

Voor effectieve gedragsverandering is het daarom noodzakelijk om in te zetten op zowel reflectieve motivatie (bewust nadenken over eigen gedrag en de gevolgen daarvan) als automatische motivatie (gewoonten, impulsen en emoties die gedrag aansturen). Reflectieve motivatie kan worden versterkt door gerichte communicatie, voorlichting en het zichtbaar maken van de impact van honden op de natuur. Automatische motivatie kan worden beïnvloed door herhaling, positieve beloning en het creëren van sociale normen, zodat gewenst gedrag als vanzelfsprekender wordt ervaren.



Daarnaast blijkt uit sommige interviews dat informatie die wél beschikbaar is (zoals borden of regels), vaak niet wordt opgemerkt of niet wordt begrepen. Dit kan duiden op een tekort aan aandacht of mentale betrokkenheid, wat ook onder psychologische capaciteit valt. Het versterken van psychologische capaciteit is essentieel om gewenst gedrag mogelijk te maken. Het naleefgedrag van hondeneigenaren wordt daarnaast sterk beïnvloed door onderliggende psychologische en sociale mechanismen.

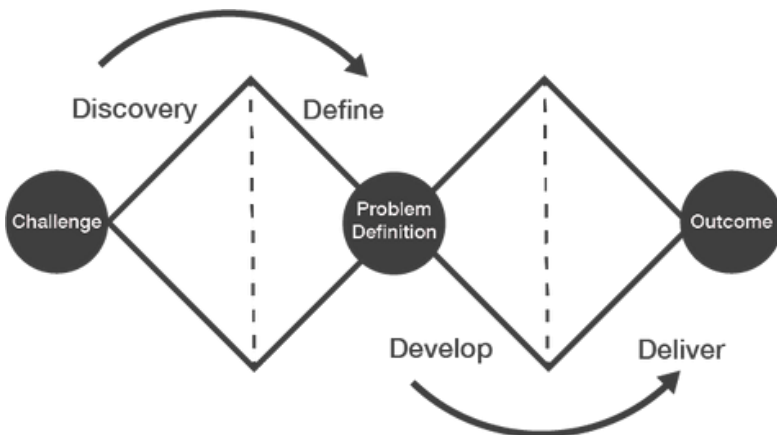
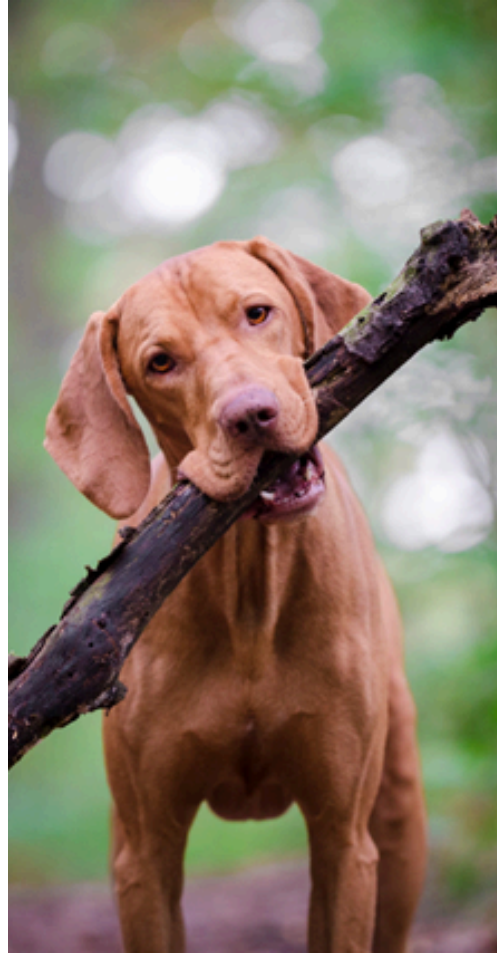
Persoonlijke overtuigingen over het welzijn van de hond, het vertrouwen in eigen vermogen om de hond te controleren en de waargenomen gedragingen van anderen spelen hierbij een centrale rol. Deze factoren beïnvloeden elkaar voortdurend en bepalen in belangrijke mate of regels worden nageleefd of genegeerd. Bovendien leidt de spanning tussen kennis en gedrag, samen met een overschatting van eigen controle en de kracht van sociale normen, ertoe dat bestaande maatregelen niet altijd het gewenste effect hebben.

Conclusie:

Wat is er uit ons onderzoek gekomen?

Het probleem met honden in natuurgebieden draait vooral om gedrag. Een goede aanpak vraagt meer dan alleen het delen van regels. Wat nodig is is het vergroten van bewustzijn, het versterken van realistisch zelfvertrouwen en het benutten van sociale motivatie. Zonder voldoende kennis en inzicht vindt gedragsverandering meestal niet plaats, zelfs niet wanneer motivatie en gelegenheid aanwezig zijn.

Voor interventies betekent dit dat zowel theoretische kennis, zoals regels en mogelijke gevolgen van loslopen, als praktische kennis, zoals het corrigeren van een hond nodig is.



ONDERZOEKSVRAAG



Na de conclusie is er een nieuwe passende onderzoeksvraag ontstaan wat dit onderzoek brengt in een nieuwe fase namelijk de diamant 2, Develop-fase.



Hoe kan Provincie Noord-Holland hondeneigenaren bewust maken van de schade die hun hond aanricht?



Methode interventie

Camilia Dallali is benaderd vanwege haar expertise in hondengedrag en haar positieve, beloningsgerichte aanpak. Als oprichter van Ethical Dog Trainers in Amsterdam beschikt zij over uitgebreide praktijkervaring en een wetenschappelijk onderbouwde visie. Haar bijdrage verhoogt de betrouwbaarheid van het onderzoek, doordat de verkregen inzichten afkomstig zijn van een deskundige bron. De interne validiteit wordt versterkt doordat haar kennis direct aansluit bij het onderzochte thema: de invloed van honden en hun baasjes op natuurgebieden. Daarnaast draagt haar brede ervaring met uiteenlopende situaties en doelgroepen bij aan de externe validiteit, omdat haar bevindingen breder toepasbaar zijn op vergelijkbare contexten buiten dit onderzoek (Van der Donk & Van Lanen, 2019).

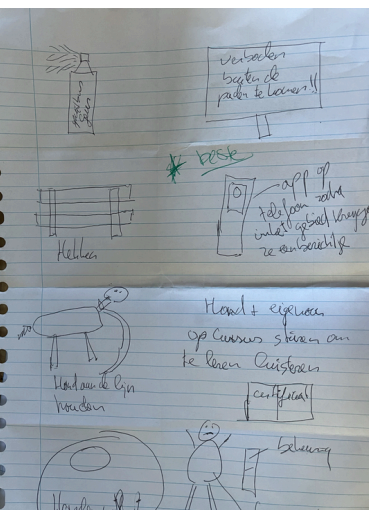
Om een interventie te ontwikkelen, is ervoor gekozen om co-creatiesessies te organiseren. Co-creatie en creativiteit zijn sleutelbegrippen voor innovatie.

Co-creaties houdt in dat verschillende mensen, zoals eindgebruikers en experts samen iets ontwikkelen of veranderen. Door deze samenwerking wordt de betrokkenheid vergroot en ontstaat er meer draagvlak voor verandering (Nigten, 2025).

Daarnaast zorgen co-creaties ervoor dat de doelgroep direct invloed heeft op wat er wordt ontwikkeld, waardoor het resultaat beter aansluit bij de praktijk en de kans op succes groter wordt. Het is daarom een goede methode om een interventie te bedenken, omdat het de denkkraft van meerdere betrokkenen benut, verschillende perspectieven samenbrengt en ervoor zorgt dat de interventie beter past bij de echte behoeften van de doelgroep in plaats van op aannames te ruste (Nigten, 2025).

De methode die voor dit onderzoek gekozen is om tijdens de co-creatiesessies te gebruiken, is de Crazy 8-methode.

CRAZY 8 METHODE



De Crazy 8-methode is een creatieve denktechniek waarbij er in acht minuten acht verschillende ideeën tekent op een vel papier dat in acht vakjes is gevouwen. Door de tijdsdruk word er gedwongen om snel te werken, niet te twijfelen en gewoon te doen, wat vaak verrassende en gevarieerde resultaten oplevert. Soms ontstaat het beste idee pas bij schets zeven of acht. Het schetsen is hierbij essentieel het helpt om snel ideeën te visualiseren zonder te letten op technische uitvoering of details. (Don Bosco Sint-Denijs-Westrem, z.d.).

Zo worden meer mogelijkheden ontdekt dan wanneer er alleen wordt nagedacht, zo wordt er verder gedacht dan alleen de eerste instinct, word er spontaner gewerkt en kunnen ideeën makkelijker vergelijken. Ook ontwikkel je een beter gevoel voor vorm en compositie. Crazy 8 helpt dus om het creatieve proces op gang te brengen door snel te tekenen in plaats van lang na te denken, waardoor er sneller tot originele visuele oplossingen wordt gekomen (Don Bosco Sint-Denijs-Westrem, z.d.).

Deze methode is ingezet om zoveel mogelijk ideeën te verzamelen. Hiervoor zijn mensen uit de doelgroep geworven via het eigen netwerk. Zij hebben de Crazy Eight-methode toegepast om creatieve en originele ideeën te bedenken. In totaal namen twee mannen en acht vrouwen deel, met leeftijden variërend van 21 tot 53 jaar. De deelnemers kwamen uit Utrecht, Flevoland en Noord-Holland.

Na de co-creatiesessies zijn alle ideeën gezamenlijk besproken en geanalyseerd. De ideeën die het vaakst voorkwamen en als het meest haalbaar werden beschouwd, zijn verder uitgewerkt. Uiteindelijk zijn drie van deze ideeën ontwikkeld tot prototypes. Deze prototypes zijn vervolgens voorgelegd aan de opdrachtgever voor feedback.

Na het verwerken van de ontvangen feedback is gekeken naar de APEASE-criteria om de meest geschikte interventie te selecteren. Op basis hiervan is Prototype 3 gekozen als definitieve interventie. Dit prototype is daarna opnieuw getest binnen het eigen netwerk met leden van de doelgroep. De verkregen feedback is gebruikt om de interventie verder te verfijnen en te verbeteren.

RESULTATEN CRAZY 8

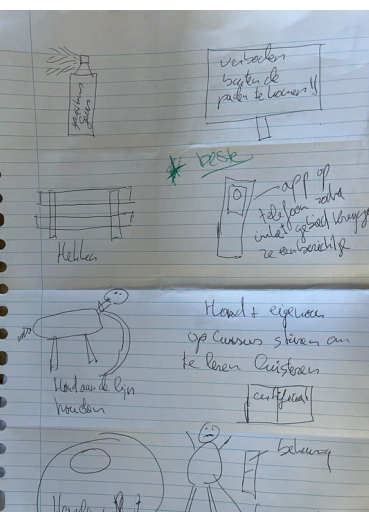
Niet alle verzamelde gegevens zijn volledig uitgewerkt in de resultaten. De ruwe data is opgenomen in de bijlage. De onderstaande resultaten geven een overzicht van de meest genoemde ideeën door de doelgroep.

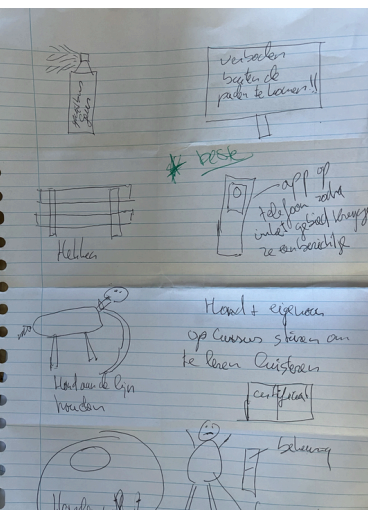
Het eerste idee is een afgebakend gebied voor honden, waar zij vrij kunnen loslopen binnen een begrensde gebied in een park of bos. Dit gebied zou voorzien zijn van een hek, duidelijke regels en eventueel eenvoudige speelobjecten zoals tunnels of sprongen. De voordelen zijn dat het een gecontroleerde omgeving biedt, conflicten voorkomt en sociale interactie tussen hondeneigenaren stimuleert. Nadelen zijn het moeten onderhouden en de beperkte ruimte binnen parken. Dit idee is uitgewerkt in een prototype (zie Prototype 2 voor meer informatie).

Het tweede idee is een hondenspeeltuin met hindernissen, klimobjecten en tunnels. Dit stimuleert beweging bij honden en bevordert contact tussen eigenaren. De nadelen, zoals hoge kosten, veel onderhoud en ruimtegebrek, wegen echter zwaarder. Ook overlapt het idee met Prototype 2, waardoor het is afgefallen.

Het derde idee is een app voor hondenbezitters met informatie over regels, trainingslocaties, uitlaatplekken en communityfuncties. Zo hebben eigenaren altijd actuele informatie en kunnen ze met anderen in contact komen. De nadelen zijn de hoge ontwikkelkosten, het onderhoud en de noodzaak van regelmatige updates.

Het vierde idee is een social-media pagina met informatie. Een instagram-pagina waarop informatie, tips en aankondigingen worden gedeeld. De voordelen van dit idee is dat het gratis en eenvoudig is, het is direct bereikbaar voor de doelgroep, stimuleert communicatie, bewustwording en interactie. De nadelen zijn dat niet iedereen social-media gebruikt, minder toegankelijk voor de oudere doelgroep en er is iemand nodig die de pagina beheert. Toch is ervoor gekozen om dit idee verder uit te werken (zie prototype 1 voor meer informatie).





RESULTATEN CRAZY 8

Het vijfde idee gaat over informatieborden in het gebied, dit idee is door bijna alle deelnemers genoemd. De borden zouden informatie geven over de regels van de hondenuitlaatplekken, en zo visuele ondersteuning bieden. Nadelen zijn echter dat borden vaak genegeerd worden en weinig invloed hebben op gedrag. Daarnaast gaf de opdrachtgever tijdens de introductie aan dat borden geen geschikte interventie zijn, waardoor dit idee is afgefallen.

Het zesde idee is een online training voor hondeneigenaren, gericht op kennis, gehoorzaamheid en verantwoord gedrag in de natuurgebieden. De training helpt eigenaren hun hond beter te begrijpen en versterkt de band tussen mens en dier. Omdat deelname vrijwillig is, kan het bereik beperkt zijn. Toch is besloten dit idee verder uit te werken (zie Prototype 3 voor meer informatie).

Het zevende idee was een verplichte toets voor het adopteren van een hond, bedoeld om verantwoorde keuzes te stimuleren en misstanden te voorkomen. Dit idee is vervallen, omdat het juridisch en organisatorisch niet haalbaar bleek en veel administratie zou vereisen.

Het achtste idee gaat over palen met gratis poepzakjes en afvalbakken in natuurgebieden, om opruimgedrag te stimuleren. Dit idee is afgewezen, omdat het slechts een klein deel van de overlast vermindert, de geur van honden en de kuilen die zij graven blijft onveranderd.

Co-Creaties inzichten:

Camilia Dallali

Om beter te begrijpen hoe het gedrag van honden en hun baasjes invloed heeft op onze natuur, legden we een schriftelijke vragenlijst voor aan Camilia Dallali. Zij is gedragsdeskundige en oprichter van Ethical Dog Trainers in Amsterdam. Ze is gespecialiseerd in hondengedrag en -lichaamstaal en werkt volgens een krachtvrije, beloningsgerichte, positieve aanpak. Na opleidingen bij o.a. de Martin Gaus- en Tinley Academy richtte ze zich op het bevorderen van beter begrip tussen mens en hond. Haar missie is om hondeneigenaren te leren kijken door de ogen van hun hond met kennis, empathie en respect. Zo kan mens en dier in balans samenleven, ook in de natuur. Haar inzichten laten zien dat de sleutel tot verandering niet ligt in strengere regels, maar in kennis, bewustwording en een positieve benadering.

Volgens Camilia Dallali zijn veel gedragingen van honden (zoals blaffen, graven, zich aan bomen wrijven, etc.) instinctief, ze zijn aangeboren en niet gebaseerd op ervaring of leerprocessen. Dat betekent dat dergelijk gedrag niet volledig kan worden afgeleerd. Wel kan het tot op zekere hoogte worden beïnvloed via habituatie of conditionering, maar dat vraagt intensieve en blijvende training. Omdat de meeste eigenaren daar weinig tijd of motivatie voor hebben, ligt de nadruk volgens haar op management: zorgen dat het instinct geen kans krijgt. Denk aan het aanlijnen van honden of het creëren van fysieke barrières in kwetsbare natuurgebieden.

Dallali benadrukt dat het naleven van regels begint bij kennis en bewustwording. Veel hondeneigenaren weten volgens haar te weinig over hondengedrag, lichaamstaal, natuurlijke behoeften en etiquette in de openbare ruimte. De oplossing ligt volgens haar niet in overheidsmaatregelen of sancties, maar in een cultuuromslag van binnenuit. Vanuit die overtuiging richtte zij samen met Maureen Kemeling en Wenda Las van Bennekom het team Verantwoord Eigenaarschap op. Deze organisatie zet zich in om eigenaren te leren wat verantwoord omgaan met honden betekent, met aandacht voor welzijn, gedrag en omgang in de publieke ruimte.

Een van de initiatieven van Dallali is het geplande evenement 'Blaffende Breinen', een laagdrempelig en gratis concept, de pilot zal in mei 2026 van start moeten gaan. Tijdens dit evenement beantwoorden kynologische experts vragen van hondeneigenaren over uiteenlopende gedragingen, van verlatingsangst tot probleemgedrag. Het doel is om hondeneigenaren op een toegankelijke manier te informeren en bewust te maken van hun rol in het gedrag van hun hond.

Volgens Dallali is een positieve benadering essentieel. Omdat het onderwerp vaak emotioneel ligt bij eigenaren, is het belangrijk om met "fluwelen handschoenen" te werken. Ook het principe "hier wel, daar niet" kan bijdragen aan beter naleefgedrag. Door gebieden waar honden welkom zijn zo in te richten dat ze daar op natuurlijke wijze kunnen spelen, snuffelen en bewegen, wordt het makkelijker om andere zones te ontzien. Dit zorgt voor minder frustratie bij eigenaren en meer draagvlak voor regels. Dallali ziet daarnaast kansen in samenwerking tussen hondentrainers, natuurorganisaties en asielen. Verantwoord Eigenaarschap werkt al aan dergelijke verbindingen.

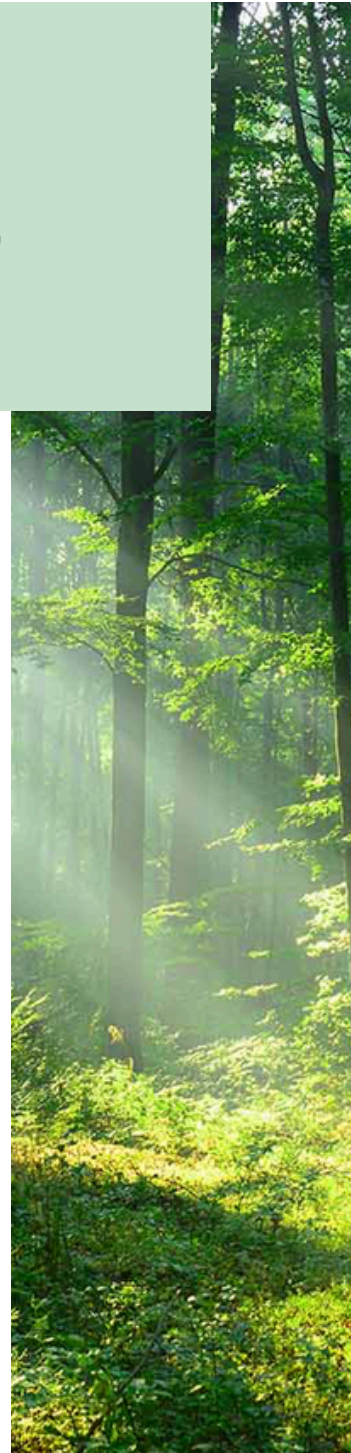
Dallali merkt op dat in de wereld van de kynologie, maar ook daarbuiten, ego's soms de samenwerking in de weg staan en dat dit nooit het uitgangspunt mag zijn. Valkuilen die zeker ontwijkt moeten worden volgens Dallali zijn het willen opleggen van regels van bovenaf. Ook wijst ze op het beperkte effect van waarschuwingsborden aan de ingang van wandelgebieden, die volgens haar zelden worden gelezen. Het veranderen van gedrag vraagt tijd, betrokkenheid en samenwerking. Niet door te beleren of te verbieden, maar door kennis, begrip en aantrekkelijke alternatieven te bieden. Alleen dan ontstaat er een duurzame balans tussen hond, mens en natuur.



Feedback opdrachtgever

Na het uitvoeren van de Crazy 8-methode met verschillende deelnemers zijn alle ideeën samengevoegd en geanalyseerd. Daarbij is gekeken naar welke ideeën het vaakst voorkwamen, welke realistisch en haalbaar waren en welke het meest kansrijk leken om goed te werken. Uit deze analyse kwamen drie hoofdideeën naar voren, waar vervolgens prototypes van zijn ontwikkeld. Er is nu een begin gemaakt aan de Deliver-fase, er wordt nu toegewerkt naar het kiezen van het beste idee.

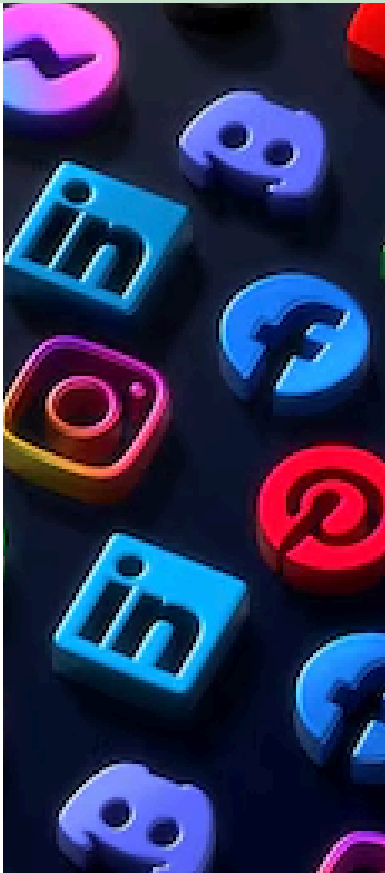
Vervolgens zijn deze 3 prototypes naar de opdrachtgever gestuurd, die feedback heeft gegeven op de uitgewerkte concepten. Op basis van deze terugkoppeling is het meest realistische en haalbare prototype geselecteerd door de opdrachtgever en de onderzoekers. Vanuit dit gekozen prototype is een draaiboek opgesteld, dat dient als basis voor het testen van de uiteindelijke interventie.



Prototype 1

Uit de co-creatie sessies kwam duidelijk naar voren dat er onder hondeneigenaren behoefte is aan een laagdrempelig, overzichtelijk platform waarop informatie te vinden is over de regels in natuurgebieden, opvoedingstips en praktische handvatten voor verantwoord gedrag. In plaats van een aparte app is er gekozen om in te zetten op bestaande en populaire sociale media zoals Instagram, TikTok en Facebook.

Deze platforms bieden de mogelijkheid om direct te communiceren met de doelgroep, visueel aantrekkelijke content te delen en interactieve elementen toe te passen zoals een beloning, polls en quizen.



De inhoud van het sociale media account zal bestaan uit de volgende onderdelen:

- Overzichtelijke kaarten en visuals met per regio of natuurgebied de belangrijkste regels (aantlijnplicht, broedseizoen, verboden gebieden).
- Korte educatieve video's over onderwerpen zoals: hoe herken je stress bij je hond, waarom rustgebieden belangrijk zijn, hoe leer je 'hierkomen'.
- Tips & reminders voor wandelingen, opvoeding en omgang met andere honden en mensen.
- Winacties en challenges (zoals '#HondInBalans') waarbij deelnemers prijzen kunnen winnen door verantwoord gedrag te tonen of kennisvragen goed te beantwoorden.
- Samenwerkingen met influencers, zoals hondentrainers, boswachters of bekende hondenaccounts, om bereik en geloofwaardigheid te vergroten.

PROTOTYPE 1

Dit idee sluit inhoudelijk aan op de drie kernfactoren van gedrag volgens het COM-B-model: Reflectieve motivatie wordt gestimuleerd doordat volgers herhaaldelijk worden geconfronteerd met de gevolgen van hun gedrag (denk aan educatieve content over verstoring van natuur). Door visuele voorbeelden en informatieve video's worden mensen aanzet tot nadenken over hun rol en verantwoordelijkheid.

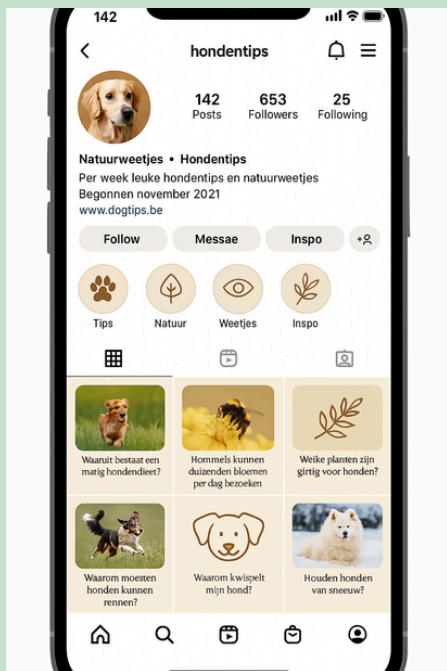
Automatische motivatie wordt versterkt door herhaling van positieve gedragsboodschappen, visuele triggers (zoals herkenbare pictogrammen of vaste hashtags), sociale normvorming (via influencers en user-generated content) en beloning via winacties. Hierdoor ontstaat gewenst gedrag dat steeds meer als gewoonte wordt ervaren.

Psychologische capaciteit wordt vergroot door op een toegankelijke manier kennis aan te bieden: eenvoudig taalgebruik, visuele ondersteuning, korte formats en praktische tips die direct toepasbaar zijn. De informatie wordt bovendien aangeboden op platforms waar de doelgroep al actief is, wat de kans op opname en begrip vergroot.

Door het inzetten van social media als platform wordt niet alleen voorzien in een bestaande behoefte onder hondeneigenaren, maar wordt tegelijkertijd op een effectieve manier gewerkt aan gedragsverandering. De combinatie van educatie, herhaling, sociale beïnvloeding en beloning vormt een krachtig middel om het bewustzijn en het gedrag van de doelgroep duurzaam te beïnvloeden.



Figuur 4
Visualisatie van instagram pagina over honden. Afbeelding gegenereerd met Copilot (Microsoft, 2025).



Figuur 5
Visualisatie van hele instagram pagina over honden. Afbeelding gegenereerd met Copilot (Microsoft, 2025).

APEASE CRITEREA

A – Affordability (Betaalbaarheid)

- Het gebruik van social media is kostenefficiënt vergeleken met een eigen app of fysieke campagne.
- Belangrijkste kostenposten: contentcreatie, communitybeheer, advertenties en influencer-samenwerkingen.
- Er kan gewerkt worden met gefaseerde investering: starten met één kanaal of regio, daarna opschalen.
- Conclusie: betaalbaar en schaalbaar.

P – Practicability (Praktische uitvoerbaarheid)

- De interventie is goed uitvoerbaar:
 - Er is geen nieuwe systeem nodig (gebruik van bestaande platforms).
 - Content kan relatief eenvoudig geproduceerd worden (foto's, korte video's, etc.)
 - Geen speciale apparatuur of locatie vereist.
 - Het beheren van accounts en communitymanagement vereist wel een structureel team of beheerder.
- Het is praktisch uitvoerbaar mits er voldoende middelen (tijd, personeel) beschikbaar zijn.

E – Effectiveness (Doeltreffendheid)

- Social media hebben een groot potentieel om gedragsbeïnvloeding te realiseren via:
 - Herhaling van boodschappen → automatische motivatie.
 - Educatieve content → reflectieve motivatie
 - Beloning en sociale normvorming → versterking gewenst gedrag

A – Acceptability (Aanvaardbaarheid)

- Het gebruik van bestaande socialmediaplatforms zoals Instagram, TikTok en Facebook sluit goed aan bij de leefwereld van hondeneigenaren. Deze kanalen zijn populair, vertrouwd en laagdrempelig, waardoor de interventie als natuurlijk en niet opdringerig wordt ervaren.
 - De toon van de content (visueel, luchtig, positief) past bij de informele setting van social media
 - De samenwerking met influencers vergroot de geloofwaardigheid en acceptatie.
 - Eventuele risico's: sommige hondeneigenaren vermijden social media of ervaren irritatie bij te veel content of winacties.

S – Side-effects/Safety (Bijwerkingen/Veiligheid)

- Aandacht nodig voor online veiligheid en privacy (datagebruik, etc.)
- Kans op verkeerde interpretatie van regels bij oppervlakkige content → noodzaak van duidelijke bronvermelding en link naar officiële informatie.
- Overmatige nadruk op 'leuke content'.
- Irritatie of moeheid bij overmatige campagne.
- 'Scroll fatigue' en verminderde aandacht: Social media worden vaak vluchtig gebruikt; gebruikers consumeren veel content snel, wat kan zorgen dat belangrijke boodschappen niet duurzaam blijven hangen.

E – Equity (Gelijkheid)

- Het gebruik van social media sluit aan bij een groot deel van de doelgroep, maar niet iedereen is actief op deze platforms (bijv. oudere hondenbezitters of mensen zonder socialmediagebruik).
- Door meerdere kanalen (Instagram, Facebook, TikTok) te combineren, wordt brede inclusiviteit bevorderd.
- Aanvullende offline communicatie (folders, posters, natuurgebiedborden) kan ongelijkheid verder verkleinen.
- Conclusie: redelijk inclusief, maar aanvullend bereik buiten sociale media is wenselijk.

PROTOTYPE 2

Tijdens de co-creatie sessies kwam naar voren dat zowel hondeneigenaren als andere bezoekers behoefte hebben aan duidelijke, eerlijke en overzichtelijke verdeling van de ruimte in natuurgebieden. Veel conflicten en overlastsituaties ontstaan doordat bezoekers verschillende verwachtingen hebben van een wandeling in het bos of park: waar de één zijn hond vrij wil laten rennen, zoekt de ander juist rust, natuurbeleving of veiligheid voor kinderen en dieren.

Om die spanningen te verminderen en het gedrag van alle gebruikers positief te beïnvloeden, stellen we voor om duidelijk afgebakende zones in te richten binnen bestaande natuurgebieden:

- Hondenzones: gebieden waar honden vrij kunnen loslopen, spelen en elkaar ontmoeten. Deze zones kunnen worden voorzien van natuurlijke afscheidingen, duidelijke paden en hondvriendelijke voorzieningen zoals afvalbakken en watertappunten.
- Rust- en natuurzones (verboden voor honden): gebieden waar honden niet zijn toegestaan, omdat hier beschermde diersoorten leven, broeden of schuilen. Door deze zones te beschermen tegen verstoring, wordt de biodiversiteit behouden en krijgen kwetsbare dieren de rust die ze nodig hebben.

Zo ontstaat er een balans tussen vrijheid voor honden en bescherming van de natuur. Door de omgeving slim in te richten, wordt gewenst gedrag vanzelfsprekend gemaakt: hondeneigenaren weten precies waar ze terecht kunnen, en niet-hondeneigenaren ervaren minder overlast.



Herhaling van *Figuur 3*, opnieuw weergegeven ter ondersteuning. Afbeelding gegenereerd met Copilot (Microsoft, 2025).

Dit idee sluit aan bij de drie kernfactoren van gedrag volgens het COM-B-model:

- Fysieke en sociale gelegenheid (Opportunity): Door de omgeving fysiek aan te passen, wordt het gemakkelijker en vanzelfsprekender om je aan de regels te houden. Wegaanduiding, natuurlijke afscheidingen en duidelijke plattegronden maken gewenst gedrag praktisch haalbaar. Bovendien ontstaat er een sociale norm iedereen weet dat honden in bepaalde zones thuishoren en in andere niet. Dat zorgt voor meer wederzijds begrip en minder handhaving.
- Reflectieve motivatie: Bezoekers worden gestimuleerd om bewust na te denken over hun rol om de natuur te onderhouden. Informatieborden en communicatie in het park leggen uit waarom sommige zones honden verbieden, bijvoorbeeld omdat daar beschermde diersoorten broeden of rusten. Dit vergroot het besef dat de maatregelen niet bedoeld zijn om te beperken, maar om te beschermen.
- Automatische motivatie: Herhaalde blootstelling aan de zone-indeling (bewegwijzering, herkenbare pictogrammen, vaste looproutes) zorgt ervoor dat het gedrag hond aanlijnen of juist vrij laten een gewoonte wordt. Zo ontstaat gewenst gedrag dat steeds meer vanzelf gaat, zonder dat er voortdurend toezicht nodig is.
- Psychologische capaciteit: Door heldere communicatie (visuele kaarten, eenvoudige symbolen en korte uitleg) weten bezoekers precies wat de regels zijn en waarom die gelden. Dit vergroot hun kennis en hun vermogen om het gewenste gedrag te vertonen zonder verwarring of weerstand.



Figuur 6
Visualisatie van hondvrij gebied in een bos. Afbeelding gegenereerd met Copilot (Microsoft, 2025).

APEASE CRITEREA

A – Affordability (Betaalbaarheid)

- Veel kosten voor fysieke inrichting
- Kosten kunnen worden gedeeld tussen gemeenten, natuurorganisaties en partners.

P – Practicability (Praktische uitvoerbaarheid)

- De praktische uitvoerbaarheid is realistisch maar afhankelijk van samenwerking:
 - Vereist afstemming tussen terreinbeheerders, gemeenten en natuurorganisaties.
 - De inrichting (bewegwijzering, natuurlijke afscheidingen, paden) vraagt een initiële investering in ontwerp en onderhoud.
 - Na realisatie is het onderhoud relatief beperkt en is minder handhaving nodig omdat het gedrag door de omgeving wordt gestuurd.
- Het is goed uitvoerbaar, maar vereist afstemming tussen de betrokken partijen en aanvankelijke investeringen.

E – Effectiveness (Doeltreffendheid)

- Door fysieke scheiding en visuele signalering wordt ongewenst gedrag ontmoedigd.
- Ondersteunt zowel reflectieve motivatie (begrip voor natuurbehoud) als automatische motivatie (gewoontegedrag via herhaling).
- Vermindert conflicten, stress en overlast in natuurgebieden.

A – Acceptability (Aanvaardbaarheid)

- Deze interventie is over het algemeen goed aanvaardbaar, omdat het inspeelt op de behoeften van zowel hondeneigenaren als andere bezoekers
 - Hondeneigenaren krijgen duidelijkheid en vrijheid in specifieke hondenzones.
 - Andere recreanten ervaren meer rust, veiligheid en natuurbeleving in hondvrije zones.
 - De duidelijke communicatie over het waarom van de maatregel (bescherming natuur en dieren) vergroot begrip en draagvlak.

S – Side-effects/Safety (Bijwerkingen/Veiligheid)

- Minder risico op bijtincidenten, verstoring van fauna en conflicten tussen bezoekers.
- Helderheid voorkomt misverstanden of stress bij handhaving.
- Concentratie van honden in kleine zones kan leiden tot meer interactie of incidenten tussen honden. Dit vraagt om goede inrichting en toezicht.
- Onvoldoende ruimte of oneerlijke verdeling.
- Verwarring over grenzen of borden.
- 'Wij-zij'-gevoel
- Verminderd gevoel van vrijheid

E – Equity (Gelijkheid)

- Inclusief ontwerp waarin iedereen, hondenbezitter of niet, ruimte vindt die past bij zijn behoeften.
- Toegankelijkheid kan versterkt worden door voldoende spreiding van zones en goede informatievoorziening (online kaarten, borden).
- Niet toegankelijk voor mensen met mobiliteitsbeperkingen of beperkte reismogelijkheden.

PROTOTYPE 3

De online cursus “Jouw Hond in de Natuur – Verantwoord & Gehoorzaam” is ontwikkeld voor hondeneigenaren die hun hond willen opvoeden tot een betrouwbare en gehoorzame metgezel, met respect voor natuur en omgeving. De cursus bestaat uit vier interactieve modules met duidelijke video's, korte quizzen, praktijkopdrachten en een eindtoets.

De eerste module behandelt de rol van de hondenbezitter in de natuur en de invloed van keuzes op het gedrag en welzijn van de hond en de omgeving.

De tweede module richt zich op gehoorzaamheid en controle in elke situatie. De nadruk ligt niet op standaardcommando's, maar op het ontwikkelen van een betrouwbare luistervaardigheid bij de hond — ook bij afleiding, in drukke of spannende omgevingen.

Aan bod komen onder meer geavanceerde terugroeptechnieken, het opbouwen van aandacht, werken met positieve bekrachtiging en het creëren van wederzijds vertrouwen.

De module biedt strategieën die helpen om gewenst gedrag te behouden, zelfs in situaties waarin andere prikkels de hond kunnen afleiden. De derde module biedt inzicht in de effecten van honden in natuurgebieden, zoals verstoring van wilde dieren, schade aan planten en de betekenis van opruimplicht. De vierde module bevat een eindquiz over verantwoord hondengedrag, gehoorzaamheid en natuurbescherming.

Na succesvolle afronding ontvangt de deelnemer een digitaal certificaat en een goody bag. De cursus bevat daarnaast downloadbare trainingsschema's, wandelchecklists en een overzicht van regels in natuurgebieden. Het lesmateriaal is mobielvriendelijk en geschikt voor honden van alle leeftijden, inclusief herplaatsers of ongetrainde volwassen honden.

Jouw Hond in de Natuur – Verantwoord & Gehoorzaam

Leer hoe je op een verantwoorde manier met je hond omgaat in de natuur



Module 1: Jouw rol als hondenbaas in de natuur

Inzien hoe jouw gedrag direct invloed heeft op het welzijn van je hond en op de natuur waarin jullie bewegen.

[Start module](#)

Module 2: Gehoorzaamheid en controle in elke situatie

Je hond leren luisteren in ál situaties, ook bij afleiding of in drukke, spannende omgevingen

[Start module](#)

Module 3: Honden en natuur – wat je (niet) ziet

Begrijpen waarom regels in natuurgebieden bestaan en hoe jouw hond daar veilig en verantwoord kan bewegen

[Start module](#)

APEASE CRITEREA

A – Affordability (Betaalbaarheid)

- De cursus moet financieel haalbaar zijn voor zowel de aanbieder als de deelnemer.
 - Online format beperkt kosten (geen fysieke locatie nodig).
 - Digitale materialen (video's, quizzen, certificaat) zijn schaalbaar zonder hoge extra kosten.
 - Gratis voor deelnemers
 - Goody bags 5 - 10 euro

•

P – Practicability (Praktische uitvoerbaarheid)

- Gaat over hoe gemakkelijk de cursus kan worden uitgevoerd in de praktijk.
 - Modules zijn kort, mobielvriendelijk en toegankelijk.
 - Modules kunnen in eigen tempo worden uitgevoerd tijdens wandelingen.
 - Geen speciale apparatuur of locatie vereist.

E – Effectiveness (Doeltreffendheid)

- Meet of de cursus daadwerkelijk leidt tot beter gedrag en verantwoordelijkheid bij hondeneigenaren.
 - Inhoud richt zich op gedragsverandering (bij hond én eigenaar).
 - Praktische oefeningen en terugkoppeling verhogen leerrendement.
 - Lage kosten per deelnemer tegenover groot bereik → kosteneffectief.

A – Acceptability (Aanvaardbaarheid)

- Hoe goed de doelgroep (hondeneigenaren) en belanghebbenden (natuurorganisaties, gemeenten) het programma accepteren.
 - Positieve toon, gericht op samenwerking en respect voor natuur.
 - Relevantie voor brede doelgroep (ook volwassen honden).
 - Aantrekkelijke beloning (certificaat + goody bag) verhoogt motivatie.

S – Side-effects/Safety (Bijwerkingen/Veiligheid)

- Worden er negatieve effecten verwacht voor deelnemers, honden of omgeving?
 - Inhoud kan niet goed aan sluiten bij ervaringsniveau deelnemers
 - Verouderde of foutieve informatie, Regels in natuurgebieden veranderen, of inzichten in training evolueren.

E – Equity (Gelijkheid)

- Bevordert de cursus gelijke toegang en kansen voor verschillende groepen.
 - Online beschikbaarheid → toegankelijk voor iedereen met internet.
 - Geschikt voor alle honden (jong, oud).
 - Geen dure materialen of speciale vaardigheden vereist.
 - Rolstoelvriendelijk





Figuur 6
Visualisatie van hondeneigenaren in
de duinen. Afbeelding gegenereerd
met Copilot (Microsoft, 2025).

Feedback opdrachtgever

- Idee 1 (de cursus)

De beoordelaar vindt het concept interessant en waardevol, vooral omdat het toegankelijk is voor hondeneigenaren. Wel is er onzekerheid over de behoefte vanuit de doelgroep: willen hondeneigenaren dit echt? Er wordt aangeraden om het idee te toetsen bij experts, zoals hondentrainers of communicatie-experts, om te bepalen of de inhoud aansluit bij de praktijk en de beleving van de doelgroep.

- Idee 2 (informatief platform / app)

Dit idee wordt als onrealistisch beschouwd binnen de context van de opdracht. De feedback benadrukt dat er nog te weinig bestaande data. Daarnaast is het lastig om dit idee concreet te testen of te onderbouwen bij de doelgroep. Hoewel het informeren van mensen wel waarde heeft, is het risico groot dat het ontwerp te abstract blijft.

- Idee 3 (herinrichting van gebieden / gedragsverandering rond losloopzones)

Dit idee wordt als interessant ervaren, maar roept veel vragen op over de uitvoering: Hoe ziet zo'n gebied eruit? Hoe worden nieuwe regels gecommuniceerd? Het idee vraagt dus om een sterk communicatie- en gedragsontwerp.

Prototype testen

Figuur 7
Visualisatie van hondeneigenaren in de duinen. Afbeelding gegenereerd met Copilot (Microsoft, 2025).

Testfase van het prototype

Om de gebruiksvriendelijkheid, aantrekkelijkheid en relevantie van het prototype te toetsen, is het concept van de online cursus “Jouw Hond in de Natuur – Verantwoord & Gehoorzaam” gepresenteerd aan verschillende hondeneigenaren. De presentatie werd ondersteund door een visuele uitleg via een Canva-presentatie waarin de opbouw van de cursus, de inhoud van de modules en de interactieve onderdelen (zoals quizzen, praktijkopdrachten en het certificaat) werden toegelicht.

Na de presentatie hebben de deelnemers een beoordelingsformulier ingevuld met zowel kwantitatieve als kwalitatieve vragen. Op die manier konden we zowel meetbare als inhoudelijke feedback verzamelen over de duidelijkheid, motivatie, toepasbaarheid, aantrekkelijkheid en hoe waardevol de cursus door deelnemers werd ervaren. Daarnaast voerden we korte gesprekken om toelichting te krijgen bij hun antwoorden.

De testgroep bestond uit verschillende typen hondeneigenaren: jongvolwassenen en volwassenen met uiteenlopende ervaringsniveaus met honden en natuurgebieden. Dit zorgde voor een breed beeld van hoe de cursus in de praktijk ontvangen zou worden.

Belangrijkste resultaten van de feedback

De algemene indruk van het prototype was positief. De deelnemers vonden de cursus duidelijk, nuttig en relevant, en waardeerden vooral dat het concept laagdrempelig, online en interactief is.

- De goodybag en het digitale certificaat werden vaak genoemd als motivator om deel te nemen.
- De opbouw in vier modules werd als overzichtelijk ervaren.
- De cursus werd gezien als een goed middel om bewustwording te creëren over het effect van honden in natuurgebieden.

Prototype testen

Herhaling van *Figuur 7*.
Opnieuw weergegeven ter
ondersteuning van de conclusie.
Afbeelding gegenereerd met Copilot
(Microsoft, 2025).

Aandachtspunten uit de feedback

- Meerdere deelnemers gaven aan dat de duur van de modules onduidelijk was. Ze wilden weten hoeveel tijd ze eraan kwijt zouden zijn.
- Sommigen vonden dat module 3 (over natuurimpact) minder aansprekend was en adviseerden om de volgorde van de modules te herzien, zodat de cursus start met praktische trainingstips over gehoorzaamheid en daarna pas de natuurthema's behandelt.
- Er was behoefte aan meer verduidelijking over het beloningssysteem: wanneer, hoe vaak en op welke manier er beloond moeten worden.
- Een deelnemer stelde voor om herinneringen of opvolgcommunicatie toe te voegen, zodat mensen ook na afronding van de cursus herinnerd worden aan wat ze geleerd hebben.
- Ook werd genoemd dat het goed zou zijn om de cursus kort en flexibel te houden, zodat deelnemers het kunnen volgen in korte etappes.

Verbeterpunten en aanpassingen aan het prototype

Op basis van de verzamelde feedback hebben we een aantal concrete verbeteringen voor het prototype geformuleerd:

- Tijdsindicatie per module toevoegen: Bij elke module wordt aangegeven hoeveel tijd het volgen ervan kost (bijv. "ca. 20 minuten"). Dit maakt de cursus overzichtelijker en verlaagt de drempel om te starten.
- Herinneringsfunctie toevoegen: We onderzoeken de mogelijkheid om deelnemers periodiek een korte reminder of tip te sturen, zodat de opgedane kennis beter blijft hangen.
- Optie voor modulaire deelname: De cursus wordt zo ingericht dat deelnemers hem in delen kunnen volgen, bijvoorbeeld één module per week, om het beter aan te laten sluiten bij hun tijd en motivatie. Ook kan er tijdens een module gepauzeerd worden, zodat ze op een ander moment weer door kunnen bij waar ze gebleven waren.
- Promotiestrategie uitbreiden: Naast sociale media wordt de promotie gericht op dierenwinkels, dierenartsen, asielen en hondenscholen, omdat dit plekken zijn waar veel hondeneigenaren komen.

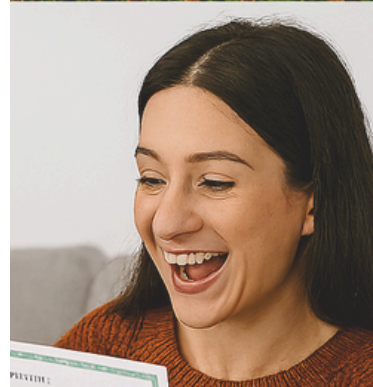
PROTOTYPE TESTEN

Conclusie

Figuur 8
Visualisatie van hondeneigenaren in
het bos met herten. Afbeelding
gegenereerd met Copilot (Microsoft,
2025).



De testfase heeft waardevolle inzichten opgeleverd in hoe hondeneigenaren het prototype ervaren. Over het algemeen is de inhoud goed ontvangen, maar de feedback heeft duidelijk gemaakt dat duur, volgorde en interactie belangrijke factoren zijn voor succes. Door deze punten aan te passen, zal de cursus niet alleen duidelijker en aantrekkelijker worden, maar ook beter aansluiten bij de praktijk en de motivatie van hondeneigenaren.



Herhaling van Figuur 7,
Opnieuw weergegeven ter
ondersteuning.
Afbeelding gegenereerd met Copilot
(Microsoft, 2025).

Uiteindelijke keuze en onderbouwing

Op basis van de feedback is gekozen voor idee 1 (de cursus), om de volgende redenen:

- Toegankelijk en haalbaar – In tegenstelling tot idee 2 en 3 is dit concept concreet, uitvoerbaar binnen de opdracht en goed te testen met de doelgroep. De cursus kan stap voor stap worden ontwikkeld en snel worden gevalideerd in de praktijk.
- Duidelijke toegevoegde waarde – De cursus draagt direct bij aan beter begrip en verantwoordelijk gedrag van hondeneigenaren, wat aansluit bij de kern van het vraagstuk: het verminderen van verstoring in natuurgebieden door honden en hondeneigenaren.
- Feedback bevestigt potentie – De beoordelaar noemt het concept “interessant en waardevol”, wat aangeeft dat de basis sterk is, mits het goed wordt onderbouwd met inzichten uit onderzoek en praktijkervaring.
- Ruimte voor verdieping en samenwerking – Door samen te werken met hondentrainers en communicatie-experts kan de inhoud van de cursus verder worden verfijnd en afgestemd op wat de doelgroep echt nodig heeft.
- Beheersbare scope en meetbare impact – De cursus is geschikt voor een prototype of pilot, waarmee in korte tijd kan worden getest of het concept aanslaat en daadwerkelijk bijdraagt aan bewuster gedrag.

Passend bij uitkomsten van onderzoek

Figuur 9
Visualisatie van hondeneigenaren in het bos met herten en persoon die hondenpoep opruimt. Afbeelding gegenereerd met Copilot (Microsoft, 2025).

Het idee sluit sterk aan bij deze inzichten over gedragsverandering. Het concept speelt zowel in op reflectieve motivatie als op automatische motivatie. Door middel van voorlichting, bewustwording en het zichtbaar maken van de impact van honden op natuurgebieden stimuleert de cursus reflectie en inzicht in eigen gedrag. Tegelijkertijd worden via praktische oefeningen, herhaling en positieve feedback nieuwe gewoonten en routines bevorderd, waardoor gewenst gedrag vanzelfsprekender wordt.

Daarnaast richt de cursus zich op het versterken van psychologische capaciteit door informatie op een begrijpelijke, interactieve manier aan te bieden. Deelnemers leren niet alleen wat de regels zijn, maar ook waarom ze bestaan en hoe ze hun hond effectief kunnen begeleiden in verschillende situaties. Hierdoor wordt zowel kennis als zelfvertrouwen vergroot.



PSYCHOLOGISCHE ONDERBOUWING

Reflectieve motivatie

- De inhoud vergroot het bewustzijn over de invloed van menselijk gedrag op de hond en de natuur. Inzichten in oorzaak-gevolgrelaties stimuleren zelfreflectie en versterken de intrinsieke motivatie om gewenst gedrag te vertonen. Volgens het COM-B-model (Michie et al., 2011) vormt bewustwording een belangrijke stap in gedragsverandering, omdat kennis en overtuigingen de motivatie direct beïnvloeden.

Automatische motivatie

- Door herhaling, positieve bekrachtiging en het aanleren van routines wordt verantwoord gedrag vanzelfsprekender. Beloningsmomenten, zoals het behalen van een certificaat of het ontvangen van een goody bag, activeren het dopaminesysteem, wat zorgt voor positieve associaties en herhaling van gewenst gedrag (Deci & Ryan, 2000; Schultz, 2015).

Psychologische capaciteit

- Theoretische kennis wordt gecombineerd met praktische toepassing, waardoor deelnemers niet alleen begrijpen wat verantwoord gedrag is, maar ook hoe dit kan worden uitgevoerd. Dit vergroot de zelfeffectiviteit, oftewel het vertrouwen in eigen kunnen, wat volgens Bandura (1997) essentieel is voor duurzame gedragsverandering.

Relevantie en zingeving

- De koppeling tussen hondenopvoeding en natuurbescherming vergroot de persoonlijke betekenis van het leerproces. Wanneer gedrag wordt ervaren als nuttig en maatschappelijk waardevol, stijgt de intrinsieke motivatie om het vol te houden (Ryan & Deci, 2017).

Beloning en voltooiing

- Het afronden van de cursus met een tastbare beloning zorgt voor een gevoel van competentie en voltooiing. Onderzoek naar online leerplatforms laat zien dat erkenning en beloning de kans vergroten dat deelnemers een cursus volledig afronden en het geleerde gedrag blijven toepassen (Frontiers in Psychology, 2022; BMC Psychology, 2023).



Figuur 10
Visualisatie van hondeneigenaar aan het oefenen met hond. Afbeelding gegenereerd met Copilot (Microsoft, 2025).

Uitwerking

Module 1:

Jouw rol als hondenbaas in de natuur.

Doel:

Inzien hoe jouw gedrag direct invloed heeft op het welzijn van je hond én op de natuur waarin jullie bewegen.

Inhoud:

- Wat jouw keuzes als hondenbezitter betekenen voor het gedrag, de veiligheid en het welzijn van je hond én de omgeving.
- De verantwoordelijkheid van een hondenbaas: hoe jouw houding, stemgebruik en gedrag invloed hebben op rust en controle.
- Waarom opvoeden meer is dan alleen 'zit' leren: over vertrouwen, duidelijkheid en consistentie.
- Praktische voorbeelden uit dagelijkse wandelingen – met realistische scenario's opgenomen in natuurgebieden.

Vorm:

- 1 korte video (5–7 minuten), gepresenteerd door een erkende hondengedragstrainer en ondersteund door beelden uit echte natuurgebieden.
- Een korte reflectieoefening: “Wat zegt jouw gedrag over jouw leiderschap?”
- Mini-quiz met 5 vragen over verantwoordelijkheid en veiligheid.

De cursus combineert praktische training, gedragsinzicht en natuurbewustzijn op een toegankelijke en wetenschappelijk onderbouwde manier. De totale cursusduur is ongeveer 1,5 uur. De cursus bestaat uit vier interactieve modules met duidelijke instructievideo's, korte quizvragen, praktijkopdrachten en een eindtoets.

Elke module kan afzonderlijk worden afgerond, zodat deelnemers de training in hun eigen tempo kunnen volgen en later eenvoudig kunnen verdergaan waar ze gebleven zijn.

Psychologische onderbouwing:

Deze module is gebaseerd op inzichten uit de leerpsychologie en sociaal gedrag bij honden. Door bewustwording te creëren over eigen gedrag, verhoogt de eigenaar zijn zelfcontrole — een principe dat aansluit bij self-efficacy-theorie. De eigenaar leert dat rust, duidelijkheid en consequent gedrag veiligheid en vertrouwen bevorderen, wat stress vermindert bij zowel hond als eigenaar.



Figuur 11
Visualisatie van de hondencursus.
Afbeelding gegenereerd met Copilot (Microsoft, 2025).

Uitwerking

Module 2:

Gehoorzaamheid en controle in elke situatie

Doel:

Je hond leren luisteren in álle situaties, ook bij afleiding of in drukke, spannende omgevingen zoals het bos of het strand.

Inhoud:

- Opbouw van betrouwbare basiscommando's: hierkomen, zit, blijf, los — met aandacht voor timing, stemgebruik en belonen.
- Praktische tips voor verantwoord loslopen en tijdig aanlijnen.
- Positieve opvoedingstechnieken, zoals clickertraining en werken met beloningen in plaats van straf.
- Veelvoorkomende fouten bij hondentraining (zoals herhalen van commando's, verkeerde timing of inconsequent gedrag) en hoe je die voorkomt.

Vorm:

- 1 praktijkvideo's met demonstraties door een professionele kynologisch instructeur en echte cursushonden.
- Downloadbare trainingsschema's om thuis stap voor stap te oefenen.
- Korte quiz over trainingsprincipes en timing van beloningen.

Module 2

Gehoorzaamheid en controle in elke situatie

Doel:

Je hond leren luisteren in álle situaties, ook bij afleiding of in drukke, spannende omgevingen zoals het bos of het strand.

Inhoud:

- Opbouw van betrouwbare basiscommando's: hierkomen, zit, blijf, los — met aandacht voor timing, stemgebruik en belonen.
- Praktische tips voor verantwoord loslopen en tijdig aanlijnen.
- Positieve opvoedingstechnieken, zoals clickertraining en werken met beloningen in plaats van straf.
- Veelvoorkomende fouten bij hondentraining (zoals herhalen van commando's, verkeerde timing of inconsequent gedrag) en hoe je die voorkomt.

Vorm:

1 praktijkvideo's met demonstraties door een professionele



Video afspelen

Figuur 12

Zoveel: visualisatie van de hondencursus.
Afbeelding gegenereerd met Copilot (Microsoft, 2025).

Psychologische onderbouwing:

De training is gebaseerd op operante conditionering en positieve bekrachtiging. Door gewenst gedrag te belonen en ongewenst gedrag te negeren, leert de hond op een natuurlijke en stressvrije manier wat gewenst is (Bohnen & de Greef, 2016)

Ook wordt gebruikgemaakt van het "ABC-model" (Antecedent – Behavior – Consequence), waarmee baasjes leren begrijpen waarom hun hond bepaald gedrag laat zien.

Uitwerking

Module 3:

Honden en natuur – wat je (niet) ziet

Doel:

Begrijpen waarom regels in natuurgebieden bestaan en hoe jouw hond daar veilig en verantwoord kan bewegen

Inhoud:

- Inzicht in de onzichtbare effecten van honden in natuurgebieden:
 - Verstoring van wilde dieren, zoals broedvogels en reeën.
 - Schade aan planten, vegetatie en ecosystemen.
- De opruimplicht uitgelegd: waarom hondenpoep niet zomaar verteert en welke schade het kan aanrichten aan bodem en waterkwaliteit.
- Hoe jouw gedrag invloed heeft op andere wandelaars, kinderen en hondenbezitters.
- Concrete regels en richtlijnen per type natuurgebied (bos, duin, heide, strand).

Vorm:

- Educatieve video met beelden van een boswachter die uitlegt wat honden in de natuur veroorzaken, zelfs als je dat niet ziet.
- Infographic-downloads met tips over verantwoord wandelen.
- Een korte kennistoets aan het eind van de module.

Psychologische onderbouwing:

Deze module maakt gebruik van principes uit de milieupsychologie.

Door inzicht te geven in de gevolgen van gedrag, ontstaat intrinsieke motivatie om regels na te leven.

Het benadrukken van de positieve gevolgen van goed gedrag (rust in de natuur, veiligheid, respect) versterkt duurzaam gedrag.

Honden en natuur – wat je (niet) ziet



Doel

Begrijpen waarom regels in natuurgebieden bestaan en hoe jouw hond daar veilig en verantwoord kan bewegen

Inhoud

- Inzicht in de onzichtbare effecten van honden in natuurgebieden
- Verstoring van wilde dieren, zoals broedvogels en reeën
- Schade aan planten, vegetatie en ecosystemen
- De opruimplicht uitgelegd, waarom hondenpoep niet zomaar verteert en welke schade het kan aanrichten aan bodem en waterkwaliteit

Vorm

- Educatieve video met beelden van een boswachter die uitlegt wat honden in de natuur veroorzaken, zelfs als je dat niet ziet
- Infographic-downloads met tips over verantwoord wandelen

Psychologische onderbouwing

Deze module maakt gebruik van principes uit de milieupsychologie. Door inzicht te geven in de gevolgen van gedrag, ontstaat intrinsieke motivatie om regels na te leven. Het benadrukken van de positieve gevolgen van goed gedrag frust in de



Figuur 14.
Visualisatie van hondeneigenaar aan
het oefenen online.
Afbeelding gegenereerd met Copilot
(Microsoft, 2023).

Uitwerking

- Positieve bekrachtiging zorgt voor beter leerresultaat en sterkere band tussen hond en baas.
- Zelfdeterminatietheorie (Deci & Ryan) verklaart waarom mensen beter leren als ze zich competent, autonoom en verbonden voelen.
- → Daarom bevat de cursus keuzevrijheid (modules in eigen tempo), duidelijke feedback (quizresultaten) en positieve beloningen (certificaat en goody bag).
- Sociale normactivatie uit de milieupsychologie motiveert verantwoord gedrag in de natuur, doordat deelnemers begrijpen dat hun gedrag invloed heeft op anderen en op de leefomgeving.

Module 4:

Test je kennis + beloning

Inhoud:

- Een eindquiz met vragen over:
 - Verantwoord hondengedrag
 - Gehoorzaamheid
 - Natuurbescherming
- Na succesvolle afronding:
- Een digitaal certificaat van deelname
- Een goody bag met hondenspeeltjes, snacks en een poepzakjeshouder (zolang de voorraad strekt).

Vorm:

- Online eindtoets (30 vragen)

Doel:

Leren op een leuke manier afsluiten en gemotiveerd blijven om het geleerde toe te passen in de praktijk.

Extra's en praktische informatie:

- Duur van de cursus: ongeveer 1,5 uur (verdeeld over 4 modules).
- Flexibel: je kunt op elk moment stoppen en later verdergaan.
- Lesmateriaal: video's, quizen, opdrachten, PDF-downloads (trainingsschema's, wandelchecklists, regels in natuurgebieden en samenvattingen van de cursus v).
- Toegankelijkheid: geschikt voor honden van alle leeftijden — van pup tot herplaatser.
- Mobielvriendelijk: te volgen via telefoon, tablet of laptop.
- Goody bag: gemiddeld €5 per stuk, zorgvuldig samengesteld met diervriendelijke en praktische producten.



CERTIFICATE
OF COMPLETION

Figuur 15

Visualisatie van hondeneigenaar blij met certificaat en goodybag.
Afbeelding gegenereerd met Copilot
(Microsoft, 2025).

Promotieplan

Online campagne (Social media & influencers)

- Samenwerken met influencers in de honden- of natuursector (bijv. hondentrainers, boswachters, hondenvloggers).
- Contenttypes:
- Korte reels over wat er mis kan gaan met loslopende honden.
- Voor- en na-beelden van goed opgevoede honden.
- Challenges: “#MijnPupLuistert” of “#PupInBalans” om sociale norm te veranderen.

Flyers (Offline campagne)

- Verspreiden via dierenwinkels, dierenartsen, puppycursussen, trimsalons en hondenspeelvelden.
- Heldere en aantrekkelijke boodschap, zoals: "Net een pup? Zorg dat je het goed aanpakt – voor je hond én de natuur!". "Volg de gratis online cursus 'Verantwoord op pad met je pup'".
- De cursus wordt gepromoot na puppytrainingen, omdat deelnemers (blijkt uit interviews) na deze trainingen vaak gemotiveerd zijn om hun kennis verder uit te breiden.
- Promotiekanalen: social media, flyers en mond-tot-mondreclame tijdens de puppycursussen.
- De cursus wordt verspreid via dierenwinkels en dierenartsen door middel van flyers.
- Samenwerking met dierenwinkels en dierenartsen om goodybags samen te stellen, wat de zichtbaarheid en aantrekkelijkheid van de cursus vergroot en naamsbekendheid van de winkel of dierenartsenpraktijk vergroot.

Implementatie: PDCA

PLAN-fase:

De interventie “Hond aan de lijn” richt zich op het vergroten van kennis, bewustwording en motivatie van hondeneigenaren in de provincie Noord-Holland. De online cursus bestaat uit vier modules die inzicht geven in het gedrag van hondeneigenaren en de invloed daarvan op de natuur. Omdat veel hondenbezitters aanvankelijk defensief reageren op dit onderwerp, is gekozen voor een implementatiestrategie die aansluit bij psychologische principes van gedragsverandering en bij de Diffusion of Innovations-theorie (Rogers, 2003).

Een innovatie verspreidt zich het meest succesvol wanneer deze eenvoudig te begrijpen is, een duidelijk voordeel biedt en aansluit bij bestaande waarden en overtuigingen van de doelgroep. Daarom is de cursus bewust laagdrempelig en visueel aantrekkelijk vormgegeven, met een nadruk op positieve communicatie. Deelnemers worden niet aangesproken op wat zij “fout” doen, maar op wat zij kunnen bijdragen aan een gezondere en veiligere natuur voor mens en dier (Rogers, 2003).

De inhoud van de cursus is onderbouwd met verschillende psychologische theorieën. In lijn met de Theory of Planned Behavior richt de interventie zich op drie belangrijke determinanten van gedrag: de houding ten opzichte van aanlijnregels, de ervaren sociale norm binnen de gemeenschap van hondeneigenaren, en de ervaren controle over het eigen gedrag (Ajzen, 1991). Daarnaast stimuleert de cursus intrinsieke motivatie door gebruik te maken van de Self-Determination Theory, waarin autonomie, competentie en verbondenheid centraal staan (Deci & Ryan, 2000).

De beloningsmodule is ontworpen op basis van de principes van positieve bekrachtiging (Skinner, 1953): gewenst gedrag wordt beloond, wat de kans vergroot dat het gedrag zich herhaalt. De beloning in deze interventie, een certificaat en een kleine goodiebag, ondersteunt het gevoel van waardering en versterkt de motivatie om de cursus te voltooien.



De PDCA-cyclus is een eenvoudig, cyclisch model voor continue verbetering van processen of projecten. Het bestaat uit vier stappen:

1. **Plan:** waarbij een plan wordt opgesteld en de doelen worden dan geformuleerd
2. **Do:** Waarbij de uitvoering van de plan wordt beschreven.
3. **Check:** Waarin de resultaten van de uitvoering worden gemeten en geëvalueerd.
4. **Act:** Waarin op basis van de evaluatie verbeteringen worden doorgevoerd, zodat de interventie steeds verbeterd kan worden

Implementatie: PDCA

Om de verspreiding van de interventie te bevorderen, wordt in deze planfase onderscheid gemaakt tussen verschillende typen hondeneigenaren, zoals beschreven door Rogers de innovators en early adopters, vaak hondeneigenaren die al actief zijn op het gebied van natuurbehoud of hondentraining, worden als eerste benaderd. Deze groep kan als voorbeeld dienen voor de bredere doelgroep en bijdragen aan een positieve diffusie van de cursus (Rogers, 2003).

Binnen het vakgebied van gedragsverandering is het bovendien essentieel dat interventies duurzaam uitvoerbaar zijn. Herhaalbaarheid is een belangrijk kenmerk van succesvolle implementatie (Fixsen et al. 2005). Daarom wordt de interventie zó ontwikkeld dat na de afronding van de cursus er een samenvatting wordt gedeeld, zodat de kennis niet vergaat en de duurzaamheid wordt gewaarborgd.

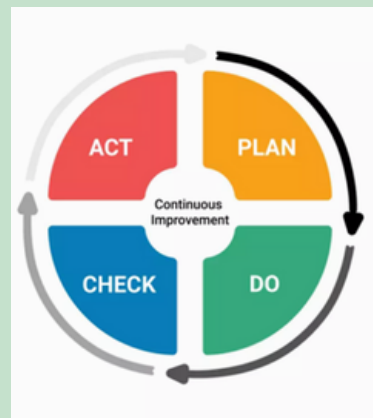
Do-fase:

In de do-fase wordt de interventie daadwerkelijk uitgevoerd. De online cursus "Hond aan de lijn" wordt gelanceerd via het platform van de Provincie Noord-Holland en actief gepromoot onder hondeneigenaren.

De uitvoering bestaat uit vier interactieve modules:

1. Jouw rol als hondenbaas in de natuur
2. Gehoorzaamheid en controle in elke situatie
3. Honden en natuur, wat je niet ziet (over onzichtbare overlast en verstoring)
4. Test je kennis + beloning

De modules bevatten video's, praktijkvoorbeelden, quizzen en reflectievragen, waardoor deelnemers actief worden betrokken bij hun leerproces. De inzet van afwisselende werkvormen is gebaseerd op de principes van actieve verwerking en multimediaal leren, wat de kans op gedragsverandering vergroot (Mayer, 2009).



De PDCA-cyclus is een eenvoudig, cyclisch model voor continue verbetering van processen of projecten. Het bestaat uit vier stappen:

1. Plan: waarbij een plan wordt opgesteld en de doelen worden dan geformuleerd
2. **Do**: Waarbij de uitvoering van de plan wordt beschreven.
3. Check: Waarin de resultaten van de uitvoering worden gemeten en geëvalueerd.
4. Act: Waarin op basis van de evaluatie verbeteringen worden doorgevoerd, zodat de interventie steeds verbeterd kan worden

Implementatie: PDCA

De promotiecampagne wordt uitgevoerd via sociale media, dierenwinkels, hondenscholen en samenwerkingen met influencers die affiniteit hebben met natuur of dierenwelzijn. Door positieve framing en visuele communicatie wordt het onderwerp toegankelijk gemaakt, met nadruk op de voordelen voor zowel hond als eigenaar. Promotiematerialen, zoals flyers en posters, worden verspreid bij dierenwinkels en lokale evenementen.

De beloningsmodule wordt in deze fase eveneens praktisch uitgevoerd. Na afronding van de cursus ontvangen deelnemers een digitaal certificaat en een goodiebag ter waarde van €5 tot €10, afhankelijk van de samenstelling. Deze beloning wordt gefinancierd vanuit mogelijke sponsor- of samenwerkingsverbanden met dierenwinkels of partners, aangezien de interventie geen vooraf vastgesteld budget heeft en ruimte biedt voor creatieve invulling.

De cursus wordt drie keer per jaar met een goodybag aangeboden en zonder goodybag is die heel het jaar beschikbaar. Deze uitvoering vergroot de deelname van de doelgroep door in te spelen op het schaarsesteprincipe van Cialdini, waarbij beperkte beschikbaarheid de motivatie tot deelname versterkt.

De inhoud blijft actueel en maakt het mogelijk om feedback van eerdere deelnemers te verwerken. De verzamelde gegevens, zoals deelnamecijfers, voortgang en feedback, vormen de basis voor de evaluatie in de volgende check-fase.

Check-fase:

Na de uitvoeringsperiode wordt geëvalueerd of de interventie "Hond aan de lijn" het gewenste effect heeft. De evaluatie richt zich op bereik, tevredenheid, gedragsintentie en adoptiegedrag. Hiermee wordt vastgesteld of de cursus effectief is in het vergroten van kennis, bewustwording en motivatie bij hondeneigenaren (Ajzen, 1991; Rogers, 2003).



De PDCA-cyclus is een eenvoudig, cyclisch model voor continue verbetering van processen of projecten. Het bestaat uit vier stappen:

1. **Plan:** waarbij een plan wordt opgesteld en de doelen worden dan geformuleerd
2. **Do:** Waarbij de uitvoering van de plan wordt beschreven.
3. **Check:** Waarin de resultaten van de uitvoering worden gemeten en geëvalueerd.
4. **Act:** Waarin op basis van de evaluatie verbeteringen worden doorgevoerd, zodat de interventie steeds verbeterd kan worden

Implementatie: PDCA

De effectiviteit wordt gemeten via een kennistest in module 4 en een online enquête waarin deelnemers hun mening geven over de inhoud, vormgeving en motivatie. De vragenlijst is gebaseerd op de Theory of Planned Behavior en meet houding, ervaren sociale norm en gedragscontrole rondom het aanlijnen van honden (Ajzen, 1991). Daarnaast wordt gekeken naar deelnamecijfers en feedback van partners zoals dierenwinkels, hondenscholen en natuurorganisaties.

Het meten van acceptatie en adoptiegedrag is essentieel om te bepalen in welke fase van diffusie de doelgroep zich bevindt (Rogers, 2003). Als blijkt dat vooral de innovators en early adopters deelnemen, kunnen in de volgende cyclus strategieën worden ontwikkeld om de late majority te bereiken, bijvoorbeeld via extra promotie of succesverhalen van eerdere deelnemers. Ook de praktische uitvoerbaarheid wordt geëvalueerd, zoals de samenwerking met partners en de haalbaarheid van de beloningsmodule. Deze informatie is nodig om te beoordelen of de interventie duurzaam kan worden voortgezet en kan worden opgenomen in bestaande structuren (Fixsen et al., 2005).

De resultaten van deze evaluatie vormen de basis voor de volgende fase (Act), waarin verbeteringen worden doorgevoerd om de interventie verder te optimaliseren.

Act-fase:

Op basis van de bevindingen uit de evaluatie wordt de interventie "Hond aan de lijn" verder verfijnd en opgeschaald. Modules die in de CHECK-fase als te lang of minder duidelijk werden ervaren, kunnen worden aangepast en voorzien van extra visuele en interactieve elementen om de betrokkenheid te vergroten, conform principes van multimediaal leren (Mayer, 2009). Wanneer blijkt dat deelnemers moeite hebben met gedragscontrole, worden praktische workshops of demonstraties toegevoegd en wordt ondersteunend materiaal aangevuld met concrete tips voor het aanlijnen van honden in natuurgebieden, in lijn met de determinanten van gedrag uit de Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991).



De PDCA-cyclus is een eenvoudig, cyclisch model voor continue verbetering van processen of projecten. Het bestaat uit vier stappen:

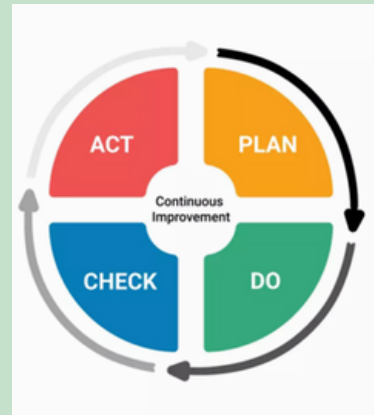
1. Plan: waarbij een plan wordt opgesteld en de doelen worden dan geformuleerd
2. Do: Waarbij de uitvoering van de plan wordt beschreven.
3. Check: Waarin de resultaten van de uitvoering worden gemeten en geëvalueerd.
4. Act: Waarin op basis van de evaluatie verbeteringen worden doorgevoerd, zodat de interventie steeds verbeterd kan worden

Implementatie: PDCA

Daarnaast ligt de focus op het vergroten van bereik en adoptie. Succesverhalen van innovators en early adopters kunnen worden gedeeld via sociale media, lokale partners en influencers, zodat ook de early en late majority worden bereikt volgens de Diffusion of Innovations-theorie (Rogers, 2003). Samenwerkingen met hondenscholen, dierenwinkels en natuurorganisaties worden versterkt om werving, begeleiding en monitoring van gedragsverandering beter te ondersteunen.

Voor de duurzaamheid van de interventie worden processen en procedures vastgelegd, zodat de cursus minder afhankelijk is van specifieke personen en meerdere keren per jaar herhaald kan worden zonder extra ontwikkelkosten (Fixsen et al., 2005). Financiële en praktische middelen, zoals goodiebags of digitale beloningen, worden geoptimaliseerd zodat de beloningen structureel uitvoerbaar blijven, gebaseerd op positieve bekrachtiging (Skinner, 1953). Tegelijkertijd kan monitoring van effect blijven plaatsvinden via enquêtes, kennistests en feedback van partners, zodat verbeteringen continu kunnen worden doorgevoerd en de interventie in een volgende PDCA-cyclus kan blijven leren en groeien.

Op deze manier zorgt de ACT-fase ervoor dat “Hond aan de lijn” niet alleen effectiever en aantrekkelijker wordt voor deelnemers, maar ook breder wordt verspreid en duurzaam wordt ingebed, zodat het gewenste gedrag, het consequent aanlijnen van honden in natuurgebieden, structureel kan worden bevorderd.



De PDCA-cyclus is een eenvoudig, cyclisch model voor continue verbetering van processen of projecten. Het bestaat uit vier stappen:

1. **Plan:** waarbij een plan wordt opgesteld en de doelen worden dan geformuleerd
2. **Do:** Waarbij de uitvoering van de plan wordt beschreven.
3. **Check:** Waarin de resultaten van de uitvoering worden gemeten en geëvalueerd.
4. **Act:** Waarin op basis van de evaluatie verbeteringen worden doorgevoerd, zodat de interventie steeds verbeterd kan worden

CONCLUSIE EN ADVIES

Op basis van het onderzoek en de co-creatie met hondeneigenaren en hondengedragexperts is geconcludeerd dat de online cursus "Hond aan de lijn" de meest haalbare en effectieve interventie is om hondeneigenaren bewust te maken van de schade die hun hond aanricht in natuurgebieden. De cursus combineert reflectieve en automatische motivatoren, waardoor deelnemers niet alleen kennis vergaren over regels en gedrag, maar ook praktisch leren hoe zij hun hond effectief kunnen begeleiden (COM-B model; Michie et al., 2011). Door interactieve modules, praktijkvoorbeelden en positieve bekrachtiging (Skinner, 1953) stimuleert de cursus zowel intrinsieke motivatie als zelfvertrouwen bij deelnemers, wat volgens de Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 2000) essentieel is voor het ontwikkelen van duurzaam gedrag.

De co-creatie met de doelgroep en de toetsing via de prototype-test hebben bevestigd dat de interventie goed wordt ontvangen, mits duur, volgorde en interactie worden afgestemd op de gebruikerservaring. Het positieve advies van Camilia Dallali ondersteunt de gekozen aanpak: de cursus werkt krachtvrij, belonend en positief, vermijdt top-down regelhandhaving en sluit aan bij de behoefte aan een cultuuromslag vanuit de eigen motivatie van hondeneigenaren. Hiermee wordt een defensieve houding omzeild en wordt gedragsverandering op een natuurlijke, duurzame manier gestimuleerd.

Potentiële bijeffecten zoals een mismatch tussen inhoud en ervaringsniveau, verouderde informatie of veranderende regels kunnen worden opgelost door de cursus periodiek te updaten en samen te werken met hondentrainers en natuurorganisaties. Dynamische content, korte update-modules en feedbackloops zorgen ervoor dat de cursus actueel blijft en aansluit bij zowel nieuwe als ervaren hondeneigenaren. Dit vergroot de effectiviteit en voorkomt dat deelnemers afhaken door irrelevante of verouderde informatie (Mayer, 2009; Ajzen, 1991).

Kortom, de online cursus biedt een concreet, uitvoerbaar en meetbaar middel om hondeneigenaren bewust te maken van hun impact op natuurgebieden. Het concept combineert haalbaarheid, motivatie en praktische toepasbaarheid, en vormt daarmee een sterke basis voor een pilot die gedragsverandering daadwerkelijk kan stimuleren.

ADVIES

Figuur 16
Visualisatie van hondeneigenaar met hond.
Afbeelding gegenereerd met Copilot
(Microsoft, 2025).



01 Implementatie en pilotfase:

Start met een kleinschalige pilot om duur, volgorde en interactie te optimaliseren op basis van gebruikersfeedback.

03 Positieve, belonende aanpak:

Vermijd sancties of top-down regelgeving; focus op kennisoverdracht, bewustwording en aantrekkelijke alternatieven om gewenst gedrag te stimuleren (Dallali, 2023; Deci & Ryan, 2000).

05 Opschaling en diffusie:

Begin bij innovators en early adopters, en benut succesverhalen om de bredere doelgroep te bereiken volgens de Diffusion of Innovations-theorie (Rogers, 2003).

02 Periodieke updates en samenwerking:

Werk samen met hondentrainers, natuurorganisaties en communicatie-experts om inhoud actueel en relevant te houden en veranderende regels of inzichten snel te verwerken.

04 Monitoring en evaluatie:

Gebruik korte kennistests, reflectievragen en partnerfeedback om effectiviteit continu te meten en de cursus bij te sturen (Ajzen, 1991; Michie et al., 2011).



Door deze aanpak wordt een duurzame gedragsverandering bewerkstelligd waarbij hondeneigenaren kennis, bewustwording en praktische vaardigheden ontwikkelen om hun honden verantwoord in natuurgebieden te begeleiden.

DISCUSSIE

Tijdens het onderzoek is gemerkt dat er te veel is geluisterd naar de opdrachtgever. Hoewel de interventie voorkeur uitging naar het ontwikkelen van een Instagram-pagina, werd uiteindelijk gekozen voor de training op advies van de opdrachtgever. Achteraf gezien had meer op eigen inzichten vertrouwd moeten worden, omdat dat beter aansloot bij de onderzoeksuitkomsten en doelgroep.

De eerste co-creatiesessie in het Amsterdamse Bos, waarbij de omgekeerde brainstormmethode werd gebruikt, verliep niet zoals gehoopt. De resultaten waren meer geschikt voor de fieldresearch en niet voor de co-creaties. Daarom werd aanvullend de Crazy 8-methode toegepast om alsnog meer en creatievere ideeën te verzamelen. Deze keuze pakte goed uit, maar zorgde wel voor enige vertraging, waardoor het vervolg van het onderzoek wat chaotischer verliep.

Ondanks deze tegenslagen zijn waardevolle lessen geleerd over het kritisch afwegen van keuzes, het bewaken van de onderzoekslijn en het tijdig aanpassen van de aanpak wanneer resultaten achterblijven.



Literatuurlijst

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Bohnen, E. & De Greef, M. (2016). *Skinner: leren en conditioneren*. Geraadpleegd op 31 oktober 2025 van, <https://volwassenenleren.nl/burrhus-frederic-skinner-leren-en-conditioneren/>

Cialdini, R. B., Kallgren, C. A., & Reno, R. R. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), 1015–1026. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.6.1015>

Clayton, S., & Myers, G. (2015). *Conservation psychology: Understanding and promoting human care for nature*. Chichester, UK: Wiley Blackwell.

Copilot. (2025). Afbeelding van hondeneigenaren wandelend in het Amsterdamse Bos [AI-gegenereerde afbeelding]. Microsoft.

Crox, N., Hiemstra, L., & Warmerdam, M. (2024). Gedragsstrategie honden aanlijnen. Geraadpleegd op 10 september 2025, van <https://nationaleparken.nl/sites/default/files/2025-03/Gedragsstrategie%20honden%20aanlijnen.pdf#page=5.00>

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). *Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being*. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.

Design Council. (2005). *The Double Diamond Design Process Model*. London: Design Council. Geraadpleegd op 27 september van, <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/>

Don Bosco Sint-Denijs-Westrem. (z.d.). Creative Turbo: Crazy 8. Geraadpleegd op 24 oktober 2025, van https://grafischetechnieken.be/cursussen/oefeningen_grafische/project_kast_crazy8/theorie_crazy8.html?

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Goois Natuurreservaat. (z.d.). Aanpassing hondenbeleid. Geraadpleegd op 29 september 2025, van <https://gnr.nl/actueel/afgeronde-projecten/project-aanpassing-hondenbeleid>

Fixsen, D. L., Naoom, S. F., Blase, K. A., Friedman, R. M., & Wallace, F. (2005). *Implementation research: A synthesis of the literature*. Tampa, FL: University of South Florida.

Haarlems Dagblad. (2025, 28 juni). Geen hoop van de provincie voor de hondenuitlaters in Naaldenveld. Geraadpleegd op 26 september 2025, van <https://mwnl.eu/V2330ws/mQry4hJ46w>
HondenLot. (z.d.). Welzijn op het gebied van gedrag. Geraadpleegd op 22 september 2025, van <https://hondenlot.nl/welzijn/gedrag>

Kenniscentrum Argos. (z.d.). Hondentaal: Begrijpen wat je hond vertelt. Geraadpleegd op 29 september 2025, van <https://www.kenniscentrumargos.nl/artikelen/hondentaal/>



Literatuurlijst

Landschap Noord-Holland. (2024, 31 mei). In natuurgebied Naaldenveld blijven honden welkom, mits aan de lijn. Geraadpleegd op 30 september 2025, van <https://www.landschapnoordholland.nl/nieuws/natuurgebied-naaldenveld-blijven-honden-welkom-mits-aan-de-lijn>

Lazeron, N., van Dinteren, R. (2010). Overtuigingskracht en beïnvloeding. Bohn Stafleu van Loghum, Houten van, https://doi.org/10.1007/978-90-313-7816-6_11

Mayer, R. E. (2009). Multimedia Learning. Cambridge University Press.

Michie, S., van Stralen, M. M., & West, R. (2011). The behaviour change wheel: A new method for characterising and designing behaviour change interventions. *Implementation Science*, 6(42).

Nigten, A. (april, 2015). Co-creatie en creativiteit, sleutelbegrippen voor innovatie. Geraadpleegd op 24 oktober 2025, van https://research.hanze.nl/ws/portalfiles/portaal/16461094/Co_creatie_en_creativiteit_sleutelbegrippen_vo_or_innovatie_NIOC2015_ANigten20150417.pdf

Piekstra, S. (2023, 8 maart). Loslopende hondeneigenaren vormen een probleem in losloopgebieden. Geraadpleegd op 24 september 2025, van <https://www.onzehond.nl/actueel/loslopende-hondeneigenaren-vormen-een-probleem-in-losloopgebieden/>

Provincie Noord-Holland. (z.d.). Natuurbescherming. Geraadpleegd op 30 september 2025, van <https://www.noord-holland.nl/Onderwerpen/Natuur/Natuurbescherming>

Purina. (2021, 9 november). 10 Voordelen van samen opgroeien van honden en kinderen. Geraadpleegd op 30 september 2025, van <https://www.purina.nl/op-zoek-naar-een-huisdier/artikelen/hond-aanschaffen/nieuw-huisdier/voordelen-hond-voor-kinderen>

Redactie team Betterhelp. (2025) Gevolgen van sociale druk. Betterhelp. Geraadpleegd op 10 oktober 2025, van <https://www.betterhelp.com/advice/general/how-does-social-pressure-impact-our-choices/>

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.

Skinner, B. F. (1953). *Science and Human Behavior*. The B.F. Skinner foundation.

Van Der Donk, C., & Van Lanen, B. (2019). *Praktijkonderzoek in zorg en welzijn* (3rd ed.). Coutinho
Van de Haterd, R.J.W., Hoefslot, G., & Krijgsveld, K.L. (2014). Effect van honden op de natuur. Geraadpleegd op 10 september 2025, van https://www.hoevelakenbereikbaar.nl/wp-content/uploads/2022/02/140605-Honden_en_natuur_Waardenburg_2014-2.pdf

Van der Jeugd, A. (2025, 6 mei). Waarom je hond of kat een gezinslid is geworden. Eoswetenschap.eu. Geraadpleegd op 30 september 2025, van <https://www.eoswetenschap.eu/psyche-brein/waarom-je-hond-kat-een-gezinslid-geworden>

Van Valkenburg, K. (2024, 27 maart). Huisdieren en geld: Pet Monitor 2023. Groenkennisnet. Geraadpleegd op 30 september 2025, van <https://groenkennisnet.nl/nieuwsitem/huisdieren-en-geld-pet-monitor-2023>



Literatuurlijst

Van Zeeland, E. (2019). Marketing Design: met Costumer Journey Mapping. Boom.

Vier Voeters. (2025, 1 augustus). Honden en hun behoeften. Geraadpleegd op 30 september 2025, van <https://www.vier-voeters.nl/onze-verhalen/tips-en-handleidingen/honden-en-hun-behoeften>



Bijlage

Vragen voor de boswachter:

Kunt u beschrijven wat u de afgelopen jaren heeft waargenomen over de invloed van honden op de natuur in dit gebied?

Hoe ervaart u zelf de balans tussen hondenbezitters en andere bezoekers in het gebied?

Wat vindt u de grootste uitdaging bij het combineren van natuurbehoud en recreatie met honden?

Kunt u een situatie beschrijven waarin het juist heel goed ging tussen honden, natuur en andere bezoekers?

Welke invloed hebben honden volgens u op andere bezoekers en honden in het natuurgebied?

Straatinterview vragen:

Niet-hondeneigenaren vragen:

- Wat is voor jou de grootste irritatie van honden/ hondeneigenaren in jouw omgeving?
- Waarom vind je dat zo vervelend?
- Hoe ga je daarmee om?
- Wat zou een oplossing kunnen zijn voordat probleem?

Hondeneigenaren:

- Heb je het idee dat jouw hond overlast kan veroorzaken? Waarom wel/ niet?
- Heb je last van andere honden/ hondeneigenaren? Zo ja? Waar heb je last van?
- In welke gebieden laat je jouw hond uit?
- Op welke tijden laat je je hond uit?
- Wat zou voor jou een oplossing zijn? (Mochten zij hebben gezegd dat ze last hebben van andere honden)

Bijlage

Diepte interviews

Interviewleidraad:

Interviewvragen hondeneigenaren – volgens COM-B

1. Capaciteit (kennis, vaardigheden, ervaring)

- Hoe lang heeft u al een hond?
- Wat weet u over de regels rondom honden in natuurgebieden (aanlijnen, losloopzones, bescherming dieren)?
- Hoe ervaart u het om uw hond goed onder controle te houden (aan de lijn of los)?
- Hoe goed denkt u dat uw hond luistert in een natuurgebied, bijvoorbeeld bij andere honden, mensen of wilde dieren?

2. Omgeving (sociale en fysieke context)

- Hoe vaak laat u uw hond uit, en waar gaat u meestal naartoe (buurt, park, natuurgebied)?
- Hoe vaak bezoekt u natuurgebieden met uw hond?
- Wat vindt u van de voorzieningen in natuurgebieden (paden, afvalbakken, borden met regels)?
- Hoe duidelijk vindt u de regels in natuurgebieden? (Bijvoorbeeld borden, markeringen)
- Wat vindt u van de handhaving in natuurgebieden (boetes, waarschuwingen, controle)?
- Vindt u dat er genoeg losloopgebieden in de buurt zijn? Waarom wel/niet?
- Hoe ervaart u het gedrag van andere honden en hondeneigenaren in natuurgebieden?

3. Motivatie (waarden, overtuigingen, emoties)

- Waarom heeft u een hond? Wat betekent een hond voor u?
- Waarom vindt u het belangrijk dat uw hond los kan lopen?
- Wat zijn volgens u de voordelen en nadelen van uw hond aanlijnen?
- Wat zijn volgens u de voordelen en nadelen van wandelen in natuurgebieden?
- Wat zou u graag anders zien wanneer u met uw hond in een natuurgebied loopt?
- Hoe vindt u dat uw hond zich gedraagt in een natuurgebied, en hoe belangrijk vindt u dat ten opzichte van andere mensen, natuur en dieren?

Bijlage

Prototype 1

Social media als gedragsstimulerend kanaal

Uit de co-creatie sessies kwam duidelijk naar voren dat er onder hondeneigenaren behoefte is aan een laagdrempelig, overzichtelijk platform waarop informatie te vinden is over de regels in natuurgebieden, opvoedingstips en praktische handvatten voor verantwoord gedrag. In plaats van een aparte app (eerdere feedback van opdrachtgever gaf, is gekozen om in te zetten op bestaande en populaire sociale media zoals Instagram, TikTok en Facebook. Deze platforms bieden de mogelijkheid om direct te communiceren met de doelgroep, visueel aantrekkelijke content te delen en interactieve elementen toe te passen zoals winacties, polls en quizen.

Inhoud van het social media-account

Het account zal bestaan uit de volgende onderdelen:

- Overzichtelijke kaarten en visuals met per regio of natuurgebied de belangrijkste regels (aansluitplicht, broedseizoen, verboden gebieden).
 - Korte educatieve video's over onderwerpen zoals: hoe herken je stress bij je hond, waarom rustgebieden belangrijk zijn, hoe leer je 'hierkomen'.
 - Tips & reminders voor wandelingen, opvoeding en omgang met andere honden en mensen.
 - Winacties en challenges (zoals '#HondInBalans') waarbij deelnemers prijzen kunnen winnen door verantwoord gedrag te tonen of kennisvragen goed te beantwoorden.
 - Samenwerkingen met influencers, zoals hondentrainers, boswachters of bekende hondenaccounts, om bereik en geloofwaardigheid te vergroten.
- Onderbouwing: aansluiting op motivatie en capaciteit

Dit idee sluit inhoudelijk aan op de drie kernfactoren van gedrag volgens het COM-B-model:

- Reflectieve motivatie wordt gestimuleerd doordat volgers herhaaldelijk worden geconfronteerd met de gevolgen van hun gedrag (denk aan educatieve content over verstoring van natuur). Door visuele voorbeelden en informatieve video's worden mensen aangezet tot nadenken over hun rol en verantwoordelijkheid.
- Automatische motivatie wordt versterkt door herhaling van positieve gedragsboodschappen, visuele triggers (zoals herkenbare pictogrammen of vaste hashtags), sociale normvorming (via influencers en user-generated content) en beloning via winacties. Hierdoor ontstaat gewenst gedrag dat steeds meer als gewoonte wordt ervaren.
- Psychologische capaciteit wordt vergroot door op een toegankelijke manier kennis aan te bieden: eenvoudig taalgebruik, visuele ondersteuning, korte formats en praktische tips die direct toepasbaar zijn. De informatie wordt bovendien aangeboden op platforms waar de doelgroep al actief is, wat de kans op opname en begrip vergroot.

Door het inzetten van social media als platform wordt niet alleen voorzien in een bestaande behoefte onder hondeneigenaren, maar wordt tegelijkertijd op een effectieve manier gewerkt aan gedragsverandering. De combinatie van educatie, herhaling, sociale beïnvloeding en beloning vormt een krachtig middel om het bewustzijn en het gedrag van de doelgroep duurzaam te beïnvloeden.

Bijlage

Aantekeningen co-creatie Amsterdamse bos Interventie werven

Personen 1 Leeftijd senior, vrouwen

- hoe meer honden,
- Geen overlast door haar eigen hond
- Poep opruimen aan de riem houden, goed letten op de hond

Persoon 2&3 vrouwen, leeftijd middel

- Ze zijn er niet, hond mag los
- Luisteren naar borden
- Broedseizoenen, gwn doen
- Werden aangesproken en dat hielp
- Prima dat er meerdere plekken een deel wel en een deel niet lopen met hond

- Pitbulls asociale mensen
- Amsterdamse bos gaat het goed, hondeneigenaren zijn de baas

Persoon 4 vrouw midden leeftijd

- Dierenartsen spelen een rol
- Meer lessen over opvoeden
- Ontweten en lak aan hebben
- Informatie, ze staan er niet bij stil
- Met ballen gooien geeft te veel adrenaline
- Regels zijn duidelijk
- Kleine bord van broedseizoen

Persoon 5 man middel

- hond luistert
- Rekening houden met andere
- Hondenzakjes plaatsen
- Te weinig plekken natuurgebieden
- Plekken aanwijzen waar wel en niet mag
- Meer vuilnisbakken plaatsen, te veel met die dingen lopen

Persoon 6 vrouw senior

- hondeneigenaren,
- Sinds festivals
- Broedgebieden afsluiten
- De tijdstippen
- En leeftijden
- Bepaalde plekken iets neerzetten voor oriëntatie/ inlezen
- Verdelen van de borden

Bijlage

Aantekeningen co-creatie Amsterdamse bos Interventie werven

Eerste interview: echtpaar (50-60 jaar) met kleine aangelijnde hond.

- Hond altijd aangelijnd (riem van ongeveer 5 meter).
- Tevreden over het bos; ervaren geen overlast van andere honden.
- Wel angst dat hun kleine hond aangevallen wordt door grotere, loslopende honden.
- Vinden aanlijnen belangrijk om angst bij kinderen te voorkomen.
- Voorstel: alle honden zouden aangelijnd moeten zijn.
- In eerste instantie wat terughoudend in het gesprek; vinden dat mensen meer schade aan de natuur veroorzaken dan honden.

Tweede interview: Twee vriendinnen (30-40 jaar) met grote loslopende hond

- Tevreden over het bos; ervaren geen overlast.
- Honden hebben veel energie - bos is geschikte plek om te rennen.
- Benadrukken belang van goede training en sociaal gedrag bij honden.
- Voorstel: hondentraining verplicht stellen.
- Klagen over hondenpoep op de paden.
- Oplossing: meer prullenbakken plaatsen.

Derde interview: Echtpaar (50-60 jaar) met loslopende hond

- Tevreden over het bos, maar merken toegenomen drukte (door mooi weer).
- Hebben soms te maken gehad met drukke of agressieve honden.
- Zien het probleem niet in het loslopen, maar in gebrek aan training.
- Voorstel: verplichte hondentraining bij aanschaf van een hond.
- Vinden dat er genoeg borden en regels zijn, maar dat mensen zich er niet altijd aan houden.
- Vergelijken het met verkeer: regels bestaan, maar niet iedereen volgt ze.
- Pleiten voor balans tussen regels en vrijheid in de natuur.

Vierde interview: Twee vrouwen (30-40) met kleine loslopende hondjes

- Tevreden over de situatie; ervaren geen overlast.
- Vinden dat alleen agressieve honden aangelijnd moeten zijn.
- Stellen dat honden juist agressief worden als ze nooit vrij kunnen spelen.
- Voorstel: honden moeten kunnen rennen en contact hebben met soortgenoten.
- Stoornis: veel hondenpoep in het bos.
- Oplossing: betere naleving van regels en verplichte hondentraining.

Bijlage

Prototype 3

Gedeelde natuur, gescheiden honden en rustzones

Tijdens de co-creatie sessies kwam naar voren dat zowel hondeneigenaren als andere bezoekers behoefte hebben aan duidelijke, eerlijke en overzichtelijke verdeling van de ruimte in natuurgebieden. Veel conflicten en overlastsituaties ontstaan doordat bezoekers verschillende verwachtingen hebben van een wandeling in het bos of park: waar de één zijn hond vrij wil laten rennen, zoekt de ander juist rust, natuurbeleving of veiligheid voor kinderen en dieren.

Om die spanningen te verminderen en het gedrag van alle gebruikers positief te beïnvloeden, stellen we voor om duidelijk afgebakende zones in te richten binnen bestaande natuurgebieden:

- Hondenzones: gebieden waar honden vrij kunnen loslopen, spelen en elkaar ontmoeten. Deze zones kunnen worden voorzien van natuurlijke afscheidingen, duidelijke paden en hondvriendelijke voorzieningen zoals afvalbakken en watertappunten.
- Rust- en natuurzones (verboden voor honden): gebieden waar honden niet zijn toegestaan, omdat hier beschermde diersoorten leven, broeden of schuilen. Door deze zones te beschermen tegen verstoring, wordt de biodiversiteit behouden en krijgen kwetsbare dieren de rust die ze nodig hebben.

Zo ontstaat er een balans tussen vrijheid voor honden en bescherming van de natuur. Door de omgeving slim in te richten, wordt gewenst gedrag vanzelfsprekend gemaakt: hondeneigenaren weten precies waar ze terecht kunnen, en niet-hondeneigenaren ervaren minder overlast.

Onderbouwing: aansluiting op het COM-B-model

Dit idee sluit aan bij de drie kernfactoren van gedrag volgens het COM-B-model:

- Fysieke en sociale gelegenheid (Opportunity)
- Door de omgeving fysiek aan te passen, wordt het gemakkelijker en vanzelfsprekender om je aan de regels te houden. Wegaanduiding, natuurlijke afscheidingen en duidelijke plattegronden maken gewenst gedrag praktisch haalbaar. Bovendien ontstaat er een sociale norm iedereen weet dat honden in bepaalde zones thuishoren en in andere niet. Dat zorgt voor meer wederzijds begrip en minder handhaving.
- Reflectieve motivatie
- Bezoekers worden gestimuleerd om bewust na te denken over hun rol om de natuur te onderhouden. Informatieborden en communicatie in het park leggen uit waarom sommige zones honden verbieden, bijvoorbeeld omdat daar beschermde diersoorten broeden of rusten. Dit vergroot het besef dat de maatregelen niet bedoeld zijn om te beperken, maar om te beschermen.
- Automatische motivatie
- Herhaalde blootstelling aan de zone-indeling (bewegwijzering, herkenbare pictogrammen, vaste looproutes) zorgt ervoor dat het gedrag hond aanlijnen of juist vrij laten een gewoonte wordt. Zo ontstaat gewenst gedrag dat steeds meer vanzelf gaat, zonder dat er voortdurend toezicht nodig is.
- Psychologische capaciteit
- Door heldere communicatie (visuele kaarten, eenvoudige symbolen en korte uitleg) weten bezoekers precies wat de regels zijn en waarom die gelden. Dit vergroot hun kennis en hun vermogen om het gewenste gedrag te vertonen zonder verwarring of weerstand.

Bijlage

ENQUETE RESULTATEN
DE LINK NAAR DE RESULATEN ^

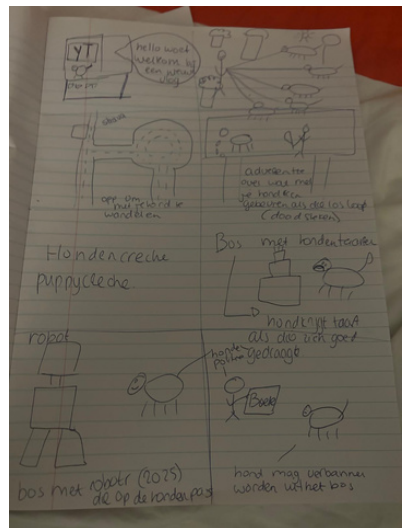
Crazy 8

Vrouw 21 & 50 jaar Almere



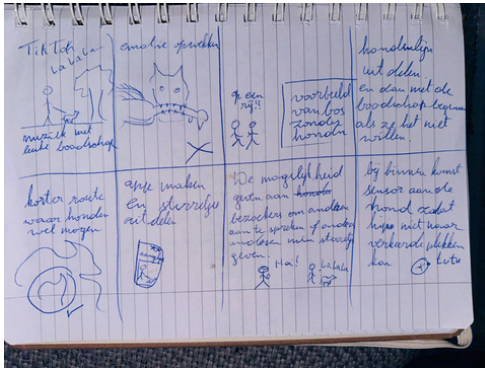
Vrouw 28 jaar Utrecht

Vrouw 25 jaar Utrecht

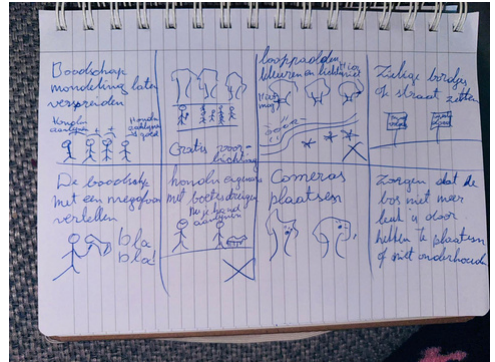


Crazy 8

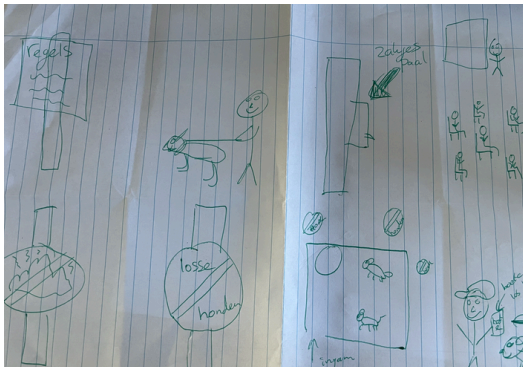
Vrouw 23 jaar Amsterdam



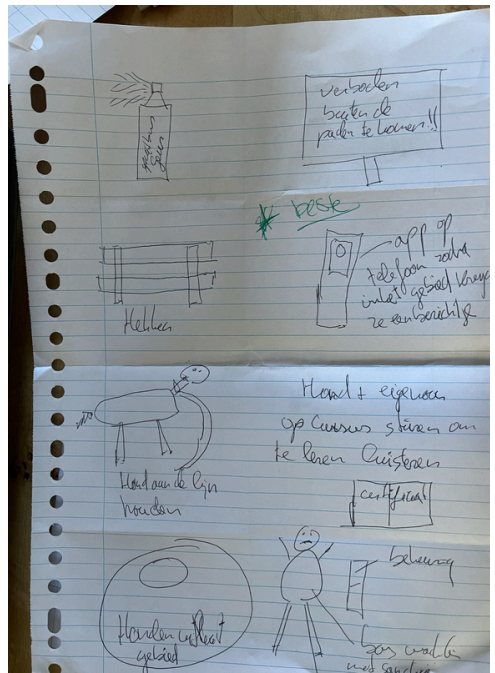
Vrouw 22 jaar Amsterdam



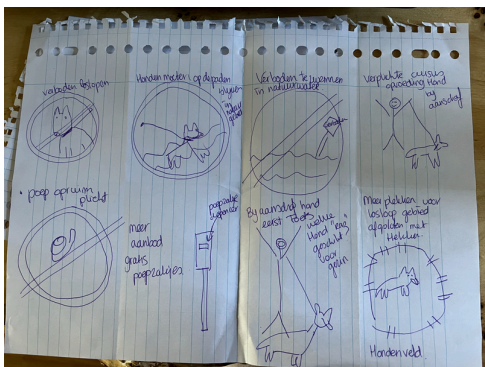
Man 53 jaar Zandvoort



Man 21 jaar Zandvoort



Vrouw 42 jaar Zandvoort



Prototype testen powerpoint

https://www.canva.com/design/DAG3QlDkoks/Cc_2ew_53QO1YatW8x_0eQ/edit

Ruwe data diepte en straat-interviews

https://icthva-my.sharepoint.com/:x:/r/personal/julia_westeneng_hva_nl/Documents/Uitwerken%20ruwe%20data.xlsx?d=w6d652b2d8f1140f181b35d211fdbcedc&csf=1&web=1&e=4i4oFN