

# Copyright foto

# Een

“**H**ier kwamen echt mensen in de winkel met paniek in de ogen”, vertelt Ewald Nagels van Via Natura, een van de weinige dienspecialisten die zich gespecialiseerd heeft in voeding voor hond en kat. “Tijdens de eerste lockdown in het voorjaar van 2020 was het al erg, toen werd er ontzettend veel diervoeding verkocht. Maar toen in december de harde lockdown inging, waren er mensen die echt in paniek raakten. Toen de kabinetsplannen uitlekten was nog niet direct helder of dienspecialisten zouden vallen onder winkels die essentiële levensbehoeften verkopen. Mensen waren bang dat we zouden moeten sluiten. Er stond hier een rij voor de deur die zo lang was dat hij helemaal de hoek om ging. Echte opstootjes bleven uit, gelukkig, maar er waren echt wel klanten die zich vreemd gedroegen. Klanten waarvan wij weten dat ze één klein hondje hebben, die meerdere vijftienkilozakken wilden kopen. Mensen die zo veel voeding wilden inslaan dat wij een limiet moesten stellen. Dat is vreemd hoor, om klanten te moeten uitleggen dat ze ook wat moeten overlaten voor andere dierenbezitters. Er stonden hier mensen als het ware in de winkel te ‘waken’ bij de voorraad voeding die ze verzameld hadden. Bijna met ontblote tanden om te voorkomen dat iemand anders het zou pakken. Er waren klanten die zo veel diepvriesvoeding kochten dat ze er een extra vriezer voor moesten aanschaffen. Aan het einde van de dag was de winkel praktisch leeg, alle voeding verkocht. We konden

de vriezers schoonmaken, de schappen waren leeg. Dat was onwerkelijk. Begrijp me niet verkeerd: de omzet was legendarisch, maar toch hielden we er een vreemd gevoel aan over. Het is gewoon niet leuk om de paniek van die mensen te zien, zeker omdat wij wisten dat het nergens voor nodig was. Het feit dat de winkel steeds leger raakte, dat er zo veel mensen samen met hen in de rij stonden, bevestigde enkel hun angst. Wij hebben honderden keren uitgelegd dat we gewoon open mochten blijven, dat er nog genoeg voorraad was, dat leveranciers gewoon konden blijven leveren, maar die angst kregen wij niet weg.”

# Copyright foto

# en al emotie

Lange rijen voor de dierenspecialzaak, klanten die hun auto vollaadden met hondenvoeding en mensen die elkaar bijna te lijf gingen om dat laatste blikje kattenvoer. In veel winkels hebben ze het afgelopen jaar de emotionele band die huisdiereigenaren met 'hun' diervoeding hebben, aan den lijve ondervonden. Wij vroegen ons af: waar komt dat toch vandaan, al die emotie? We vroegen het een dierenspecialzaakondernemer wiens winkel in één dag compleet werd leeggekocht, en aan GZ-psycholoog Nienke Endenburg.

TEKST: JANINE VERSCHURE | FOTO'S: SHUTTERSTOCK

## Angst

Als we hem vragen waar hij denkt dat die angst vandaan komt, zegt Ewald: "Mensen waren bang dat dierenspecialzaken zouden sluiten en dat hun voeding niet meer verkrijgbaar zou zijn. Veel van onze klanten hebben honden en katten met speciale behoeften. Vaak zijn ze lange tijd op zoek geweest naar een voeding waar hun dier het goed op doet, hebben ze bijvoorbeeld een dier met een allergie of overgevoeligheid, een dier dat ziek is geweest. Ze hebben zich zorgen gemaakt om de gezondheid van hun dier, vanwege problemen die gerelateerd waren aan de voeding. Die zorgen, de angst dat het dier weer ziek wordt, geen goede voeding krijgt of misschien zelfs wel overlijdt: dat zorgt ervoor dat bij mensen een soort oerinstinct bovenkomt om te gaan verzamelen, hamsteren, een voorraad aan te leggen. Zorgen dat jij genoeg hebt, desnoods inderdaad dan maar ten koste van anderen. Voor onze klanten zijn huisdieren gezinsleden, vaak noemen ze hen 'kinderen'. De gedachte dat er een landelijk tekort zou kunnen ontstaan aan diervoeding, en dan met name aan die speciale voeding die hun dier krijgt, veroorzaakte bij veel mensen een paniecreactie. Ze lijden nog liever zelf honger dan dat hun dier iets tekortkomt."

## Zie je wel, het raakt op!

Dr. Nienke Endenburg is als GZ-psycholoog verbonden aan de faculteit Diergeneeskunde. Ze is universitair docent, onderzoeker en specialist op het gebied van relaties tussen mens

en dier. "Het feit dat mensen gaan hamsteren, ondanks de oproepen om dat niet te doen, omdat het inderdaad helemaal niet nodig was, is de angst dat alles op zal raken. Je zag dat ook bij wc-papier: het feit dat je op tv zag dat dat met winkelwagentjes tegelijk de winkels uitgesleept werd, wakkerde de angst bij anderen alleen maar aan. Zie je wel, dachten we, het raakt inderdaad op; laten we snel naar de winkel gaan om de laatste rollen te kopen. En dan kwamen we in die supermarkt, en dan bleek alles inderdaad bijna op te zijn. Ook al wist iedereen dan diep in zijn hart ook wel dat er nog heel veel magazijnen vol toiletpapier waren. Het was met name dat toiletpapier dat je voor je gevoel moest hebben. Als er een soort oorlogssfeer ontstaat, als mensen onzeker zijn, als er sprake is van onduidelijkheid, dan wil je je vasthouden aan dingen die nog wél zeker zijn. Dan ga je van alles doen om je toch zeker te voelen, voor het geval je straks echt niet meer je huis uit mag. Het feit dat mensen hun dier zien als een gezinslid onderstreept het belang van die dieren. Die dieren zijn onze verantwoordelijkheid, daar moeten wij voor zorgen, we willen dat het ze aan niets ontbreekt. En als het moet, slepen we de laatste zakken, blikken en diepvriesworsten uit de dierenspecialzaak, zodat we thuis een veilige voorraad hebben en ons dier in elk geval niets tekortkomt."



↑  
Dr. Nienke  
Endenburg

Nienke vertelt dat er inderdaad heel veel huisdierenbezitters zijn die liever zelf honger hebben dan dat ze hun dier moeten teleurstellen. "Dat dier is jouw verantwoordelijkheid en voor veel mensen weegt dat zwaar. Die zouden als het pijpenstelen regent zelf een droge boterham eten, maar voor hun dier gaan ze door weer en wind naar de winkel. Voor sommige mensen is dat dier nog belangrijker dan zij zelf."

## Algoritmes

Je zou kunnen denken: stel dat de dierenpecialisten hadden moeten sluiten, dan konden huisdierbezitters in het uiterste geval nog terecht bij webshops of in de supermarkt. Hoe komt het dan dat die wetenschap niet dat stukje zekerheid bracht waar consumenten blijkbaar zo'n behoefte aan hadden? "Als mensen een bepaald merk of een bepaalde manier van voeren aanhangen, zijn ze daar vaak nauwelijks van af te brengen", weet Nienke. "Iemand die bijvoorbeeld rauw vlees voert, is vaak zo heilig overtuigd van de heilzame werking daarvan, dat hij er echt niet aan moet denken om zijn dier droge brokken voor te schotelen. In veel gevallen is een overtuiging gebaseerd op eigen ervaring, of op meningen van collega-huisdierenliefhebbers. Vaak oriënteren huisdierenliefhebbers die op zoek zijn naar voeding, bijvoorbeeld omdat hun dier een gezondheidsprobleem heeft, zich op het internet. Daar komen ze allerlei meningen tegen, bijvoorbeeld voor of tegen BARF. Als je dan eenmaal in een bepaalde richting gaat zoeken, vind je online steeds meer medestanders van bepaalde merken of methodes. Zoekmachines en websites maken gebruik van algoritmes, die – op basis van informatie die jij zoekt – bepalen wat jij ziet op Facebook en welke filmpjes YouTube jou aanraadt."

## Hoe een bewering jouw waarheid wordt

Nienke: "Als je dus veel online bekijkt over bijvoorbeeld corona, de manier waarop Trump de verkiezingen verloor of over het voeren van rauwe

kippenekken, krijg je automatisch steeds meer informatie over deze onderwerpen aangeboden. Je komt in groepen terecht waar iedereen vindt dat corona door Bill Gates bedacht is, dat Trump de verkiezingen gewonnen heeft of dat je kat doodziek wordt als hij blikvoer krijgt. En dan wordt zo'n bewering jouw waarheid. Als je dag in, dag uit dezelfde informatie krijgt voorgeschoteld, is de kans groot dat je het gaat geloven. In die groepen van gelijkgestemden ontstaat dan al snel een sfeer van: wij tegen de rest; een saamhorigheidsgevoel. En echt waar, dat kan net zo goed gaan over de vraag of corona bestaat, als over de bewering dat diervoederproducenten afval in hun voeding stoppen. Het lastige van mensen die op deze manier overtuigd zijn geraakt van hun eigen waarheid, is dat het ontzettend moeilijk is om ze op andere gedachten

te brengen. Iedereen die namelijk de mogelijkheid oppert dat corona misschien wel degelijk bestaat, of dat Trump misschien minder stemmen had dan Biden, hoort automatisch tot de 'tegenpartij'. Die is dus niet te vertrouwen. Voor dierenpecialzaakondernemers, maar ook voor dierenartsen is het bijna onmogelijk om met deze mensen in discussie te gaan. Voor hun gevoel lopen die namelijk aan de leiband van commerciële diervoederproducenten."

## Bubbel

Nienke: "Als jij mensen goed advies wilt geven, over een bepaalde manier van voeren of over specifieke merken, kun je er maar het best van uitgaan dat iemand die bij jou in de winkel komt, het beste voorheeft met zijn dier. Als jij oprecht bent en ze goed voorlicht, bestaat de kans dat mensen met vastgeroeste denkbeelden uit hun bubbel komen. Maar als voor iemand zijn overtuiging een soort religie is geworden, is het vaak onmogelijk om hem te overtuigen. Kijk, als iemand keuzes maakt die ten koste gaan van de gezondheid van zijn dier, dan mag je daar best wat van zeggen, maar soms zit er niets anders op dan de bubbel van jouw klant intact te laten." ←

Copyright foto



Copyright foto

Copyright foto