

Forschungsprojekt  
Institut für angewandte Ethologie und Tierpsychologie  
PD Dr. Dennis C. Turner  
März 2008

## **Wahrnehmung von Hunden in der Gesellschaft**

Im Zusammenhang mit der Weiterbildung in Heimtierethologie/Tierpsychologie und Verhaltenstherapie durch PD Dr. Dennis C. Turner, I.E.T., Institut für angewandte Ethologie und Tierpsychologie, Hirzel mit Betreuung durch PD Dr. Dennis C. Turner



Abschlussarbeit von  
Bettina Stemmler  
Bergstrasse 4  
CH- 8309 Birchwil  
info@scotties.ch  
079 409 23 82

# Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	S. 2
2. Theoretischer Hintergrund	S. 3
3. Experiment	S. 4
3.1 Design/Operationalisierung	S. 4
3.1.1 Variablen	S. 4
3.1.2 Stichprobe	S. 5
3.1.3 Durchführung	S. 6
3.2 Hypothesen	S. 8
3.2.1 Hypothese A: Wirkung der Farbe	S. 8
3.2.2 Hypothese B: Wirkung der Grösse	S. 8
3.2.3 Hypothese C: Wirkung der Anzahl	S. 9
3.2.4 Hypothese D: Maulkorbwirkung	S. 9
3.2.5 Hypothese E: Wirkung des Geschlechtes des Hundehalters	S.10
3.3 Resultate	S.11
3.3.1 Wirkung der Farbe	S.13
3.3.2 Wirkung der Grösse	S.14
3.3.3 Wirkung der Anzahl	S.15
3.3.4 Maulkorbwirkung	S.16
3.3.5 Wirkung des Geschlechtes des Hundehalters	S.16
3.4. Kritik	S.17
4. Fragebogen	S.18
4.1. Hypothesen	S.18
4.2. Methoden	S.19
4.3. Resultate	S.19
4.4. Diskussion Fragebogen	S.20
5. Fazit und Diskussion Experiment	S.21
Danksagung	S.23
Literaturverzeichnis	S.24
Anhang	
• Diagramme Experiment	
• Häufigkeitstabelle Experiment	
• Diagramme Fragebogen	
• Häufigkeitstabelle Fragebogen	
• Fragebogen mit Bilder	

# Wahrnehmung von Hunden in der Gesellschaft

## 1. Einleitung

Seit über 10'000 Jahren leben Menschen und Hunde zusammen. Würden sich den beiden Spezies nicht mehr Vor- als Nachteile aus dieser Beziehung ergeben, wäre dieses Zusammenleben nicht von so lange Dauer und Intensität gewesen. Hunde begleiten Menschen im Urwald bei den Punan auf Borneo, in der Steppe bei den Himba in Namibia, im Hochland bei den tibetischen Nomaden und in der Arktis bei den Inuit. Menschen aller Gesellschaftsschichten in industrialisierten Nationen, vom Randständigen bis zu Paris Hilton oder George Bush halten sich Hunde. Durch verbesserte Hygiene, Ernährungslage und medizinischen Errungenschaften wächst die Menschheit ständig an, immer mehr Menschen leben auf engerem Raum zusammen. Durch die Aufklärung, der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung gewinnt das Individuum in der westlichen Welt zunehmend an Bedeutung, zum Vorteil der individuellen Entfaltung, zum Nachteil sind wir mit Egoismus und Intoleranz konfrontiert. Es würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen, diese Hypothese zu untersuchen, ich stelle sie daher einfach in den Raum. Das auch das Zusammenleben zwischen Hundehalter und Nichthundehalter schwieriger wird, könnte ein Indiz dieser Entwicklung sein.

Heutzutage sind Hunde sehr präsent in den Medien, leider nicht nur im positiven Zusammenhang. In dieser Arbeit möchte ich untersuchen, wie Hunde im Alltag wirklich wahrgenommen werden. Dies in Abhängigkeit verschiedener Variablen wie der Grösse, der Farbe oder der Anzahl der Hunde. Von grossem Interesse ist auch die Maulkorbbedingung, da der Maulkorb für einige Hunderassen in einigen Kantonen Pflicht ist. Führt ein maulkorbtragender Hund zu einer Stigmatisierung und verängstigt die Menschen, oder fühlen sie sich beruhigt?

## 2. Theoretischer Hintergrund

1975 beschrieben Mugford und M'Comisky den „social lubrication“ Effekt, welcher besagt, dass Tiere als soziale Katalysatoren von zwischenmenschlichen Interaktionen wirken können, sozusagen als Eisbrecher. Deborah L. Wells untersuchte 2004, ob dieser Effekt für alle Hunde gleich gilt, oder ob es vom Hundetyp/alter abhängt. Die weibliche Versuchsperson ging mit einem hellen Labradorwelpen, einem hellen erwachsenen Labrador oder einem Rottweiler durch eine Strasse in Belfast. In der Kontrollbedingung hatte sie eine Topfpflanze oder einen Teddybär im Arm. (siehe Wells, 2004) Ich werde meine Daten mit den Daten von Wells vergleichen, wo dies möglich ist. Ich verzichtete darauf, die Menschen ohne die Hunde auf die Bank zu setzen, da der Befund breit abgesichert ist, dass es den Eisbrecher Effekt gibt. (siehe Messent 1983, Bernstein, Friedmann und Malaspina 2000 in Wells, 2004) Die Frage ist jetzt, von welchen Faktoren diese Wirkung abhängt. Meine Studie erfasst mehr Variablen der Hunde als die von Wells. Zudem habe ich männliche und weibliche Testpersonen eingesetzt und Wells arbeitete immer mit derselben Frau. Frühere Studien (siehe Messent, 1983 in Wells, 2004) zeigten, dass sich eher gleichgeschlechtliche Hundehalter ansprechen. Wie sich das zwischen Hundehalter und Nichthundehalter verhält, wird hier untersucht. Untersuchungen von Bergler aus den Achtziger Jahren zeigten, dass Hundehalter ein sehr positives Selbstbild haben, aber glauben, dass Nichthundehalter sie negativer einschätzen als sie sich selbst. Das Selbstbild der Nichthundehalter ist weniger positiv (verzerrt?) als das der Hundehalter, dafür betrachten Nichthundehalter Hundehalter weniger negativ, als Hundehalter dies meinen. Nichthundehalter können sich gut vorstellen, dass ein Hund positive Einflüsse auf die Psyche der Menschen haben kann. (siehe Bergler, 1989) Bergler untersuchte hier eine Einstellungskomponente. In meiner Studie geht es zusätzlich um das

tatsächliche Verhalten. Wie verhalten sich Nichthundehalter gegenüber Hundehalter?  
Dies soll hier an ihrem Verhalten untersucht werden.

### 3. Experiment

In diesem Kapitel geht es um das Hauptexperiment dieser Studie. Dieses Experiment beinhaltet eine Verhaltensbeobachtung von Passanten auf verschiedene Hunde. Danach wurden die Hunde fotografiert und in Form eines Fragebogens Nichthundehalter vorgelegt. Dies wird im Kapitel 4 behandelt. Interviews und Fragebogenverfahren haben den Nachteil, dass sie oft Verzerrungen der sozialen Erwünschtheit aufweisen, da die Befragten wissen, dass ihre Aussagen ausgewertet werden. Daher wurde hier im Hauptexperiment ein verdecktes Feldexperiment durchgeführt. Dies erhöht die ökologische Validität der Aussagen, wenn auch die interne Validität durch unkontrollierbare Störvariablen beeinträchtigt werden kann. Verglichen werden die im Experiment erfassten Reaktionen dann mit einer Sympathiebewertung der Fotos der Hunde, welche im Fragebogenverfahren (Kapitel 4) zusätzlich ausgeführt wurde.

#### 3.1. Design/Operationalisierung

##### 3.1.1. Variablen

Unabhängige Variable: Der Mensch sitzt auf einer Bank, der Hund sitzt davor.

Ausprägungen

UV1: Geschlecht des Besitzers

UV2: Grösse des Hundes (klein oder gross)

UV3: Farbe des Hundes (hell oder dunkel)

UV4: Anzahl der Hunde (1 oder 3)

UV5: Maulkorb (ja oder nein)

Abhängige Variablen: Verhalten der Passanten. Operationalisiert wurde das Verhalten mit möglichst objektiven Kriterien, so dass bei der Beobachtung möglichst wenig Interpretationsspielraum blieb. Diese erfassten Variablen waren die Folgenden:

Geschlecht des Passanten

Hinschauen: Ja oder Nein

Lächeln: Ja oder Nein

Bewegungsrichtung: unverändert, weg vom Hund, zum Hund hin

Minimaldistanz zum Hund in Meter

Ansprechen: Ja oder Nein

Wenn Ansprechen Ja:

- Erster Ansprechpartner (Hund oder BesitzerIn)
- Soziopositives/negatives/neutrales Gespräch (positiv, neutral, negativ)
- Dauer des Gesprächs (in Sekunden)
- Streicheln des Hundes (Ja oder Nein)

### 3.1.2. Stichprobe

Ich erfasste eine Zufallsstichprobe der vorbeigehenden Passanten an der Bank. Mit dem Geschlechterverhältnis der Passanten führte ich einen Chi Square Test durch. 55,5% der Passanten waren Frauen und 44,4% Männer. Dies gibt ein knapp signifikantes Resultat ( $\chi^2=4.05$ ,  $p= 0.044$ ), d.h., dass ich die Daten zwar verwenden kann, aber dass das Geschlechterverhältnis nicht repräsentativ zur Bevölkerung ist, es ist aber wahrscheinlich repräsentativ zu der Geschlechterverteilung vor Ort. Zu den Versuchszeiten und -orten waren mehr Frauen unterwegs. Ich erfasste 40 Passantenreaktionen pro Bedingung, das ergab 320 Datensätze. Da die abhängigen Variablen beinahe alle nominalskaliert sind, werde ich vor allem  $\chi^2$  Tests

durchführen. Bei einer Teststärke  $(1-\beta)$  von 0.8, einer Irrtumswahrscheinlichkeit  $\alpha=0.05$  und einem erwarteten mittleren Effekt, sowie einem Freiheitsgrad von 20 ( $df=(k-1) * (l-1)$ , also  $(5-1)*(6-1)$ ), wäre die optimale Stichprobengröße 233 Datensätze. (siehe Hirsig, 2003) Somit habe ich eine genug grosse Stichprobe, damit ich Auswertungen machen kann.

### 3.1.3. Durchführung

Die am Experiment teilnehmenden HundebesitzerInnen und Hunde rekrutierte ich in meinem Bekanntenkreis, mit Anschlägen in Hundesportvereinen, sowie über meine Homepage und in Hundeforen im Internet. Der

Ablauf des Experiments lief folgendermassen ab: Zuerst unterschrieben die Besitzer die informierte Zustimmung, welche über den Ablauf des Versuchs informierte und darauf hinwies, dass die Versicherung Sache der Hundebesitzer ist. Der Ort des Experimentes war entweder die Markt-

Abb. 1 Versuchssituation Winterthur



gasse in Winterthur oder der Fronwagplatz in Schaffhausen. Der Besitzer oder die Besitzerin sass auf einer Bank und der Hund sass vor der Person, so dass der Hund von den Passanten gesehen werden konnte. Ich als Beobachtende befand mich auf der Nachbarbank und hatte eine Zeitschrift als Tarnung vor meinem Datenerfassungsblatt. Für die Passanten sollte es nicht so aussehen, als hätte ich etwas zu tun mit dem Mensch-Hund Team. Dann erfasste ich die Passantenreaktionen auf den Hund. Zur Verbesserung der Interraterreliabilität nahm ich oft Rücksprache mit dem Hundebesitzer, der von seiner Perspektive besser sehen konnte, wohin der Blick der Passanten ging. Konversationszeiten mass ich mit einer Stoppuhr. Personen mit Sonnenbrille, Kinder, ins Gespräch oder in Musik

vertiefte Passanten, sowie Radfahrer wurden nicht aufgenommen. Nachdem 40 Passantenreaktionen erfasst wurden, wechselten sich die Besitzer ab und es folgte dasselbe mit dem Besitzer des anderen Geschlechts. Danach fotografierte ich den Hund für den Fragebogen und die Versuchspersonen erhielten ein grosszügiges Dankeschön in Form von Hundespielzeugen und einem Hundebuch. Die Rückmeldungen waren alle positiv. Die Personen fanden es interessant, am Projekt mitzumachen. Es ist spannend, einmal etwas genauer hinzuschauen, was Menschen so tun. Die Hunde waren alle freundlich und stadtgewohnt. Keiner der Hunde zeigte Anzeichen von grossem Stress.

<b>ID</b>	<b>Anz.</b>	<b>Rasse</b>	<b>Grösse</b>	<b>Farbe</b>	<b>Maulkorb</b>
A	1	West Highland White Terrier	klein	hell	Nein
B	1	Scottish Terrier	klein	dunkel	Nein
C	1	Labrador	gross	hell	Nein
D	1	Labrador	gross	dunkel	Nein
E	3	Border Collies	gross	dunkel	Nein
F	3	Scottish Terriers	klein	dunkel	Nein
G	1	Tervueren	gross	dunkel	Nein
H	1	Tervueren	gross	dunkel	Ja

*Tabelle 1: Versuchshunde*

Ein Tervueren wurde für dieses Experiment an den Maulkorb gewöhnt. Dazu habe ich die Besitzerin instruiert, wie sie mittels positiver Verstärkung, insbesondere Clickertraining, dem Hund den Maulkorb angewöhnen kann. Die Besitzerin setzte das sehr gut um. In Tabelle 1 ist eine Übersicht der Versuchshunde aufgelistet.



## 3.2. Hypothesen

### 3.2.1. Hypothese A: Wirkung der Farbe

Hypothese A: Wirkung der Farbe, bei Konstanthaltung der Grösse und Anzahl

Kleine Hunde hell und dunkel: A:B

Grosse Hunde hell und dunkel: C:D

$H_0$  = Zwischen den Merkmalen Farbe und Passantenreaktion besteht kein stochastischer Zusammenhang.

$H_1$  = Zwischen den Merkmalen Farbe und Passantenreaktion besteht ein stochastischer Zusammenhang.

Ich erwarte, dass helle Hunde öfters angelächelt, angesprochen und gestreichelt werden als dunkle Hunde. Die Minimaldistanz ist geringer und es wird häufiger zum Hund hingegangen in der Bewegungsrichtung als bei dunklen Hunden. Diese Tendenz wird sich sowohl bei kleinen Hunden, wie auch bei grossen Hunden. Ich denke, dass helle Hunde weniger bedrohlich wirken als dunkle Hunde. Das Hinschauen muss kein Indiz für Sympathie sein. Es ist wahrscheinlich, dass schwarze Hunde öfters angeschaut werden, vielleicht weil sich mehr Personen ängstigen.

### 3.2.2. Hypothese B: Wirkung der Grösse

Hypothese B: Wirkung der Grösse, bei Konstanthaltung der Farbe und Anzahl

Helle Hunde klein und gross: A:C

Dunkle Hunde klein und gross: B:D

Dunkle Hunde 3 Kleine und 3 Grosse E:F

$H_0$  = Zwischen den Merkmalen Hundegrösse und Passantenreaktion besteht kein stochastischer Zusammenhang.

$H_1$  = Zwischen den Merkmalen Hundegrösse und Passantenreaktion besteht ein stochastischer Zusammenhang.

Kleine Hunde werden öfters angelächelt, angesprochen und gestreichelt. Die Minimaldistanz ist geringer und es wird häufiger zum Hund hingegangen in der Bewegungsrichtung als bei grossen Hunden. Grosse Hunde werden öfters angeschaut. Dies erwarte ich so, weil ich denke, dass Passanten sich weniger ängstigen vor kleinen Hunden. Grössere Hunde sind salienter und vielleicht beunruhigender und werden daher öfters angeschaut.

### 3.2.2. Hypothese C: Wirkung der Anzahl

Hypothese C: Wirkung der Anzahl bei Konstanthaltung der Farbe und Grösse

Dunkle, kleine Hunde 1 Hund und 3 Hunde: B:F

Dunkle, grosse Hunde 1 Hund und 3 Hunde: D:E

$H_0$  = Zwischen den Merkmalen Anzahl der Hunde und Passantenreaktion besteht kein stochastischer Zusammenhang.

$H_1$  = Zwischen den Merkmalen Anzahl der Hunde und Passantenreaktion besteht ein stochastischer Zusammenhang.

Drei Hunde werden öfters angeschaut als einzelne Hunde, dies weil sie viel salienter sind. Jedoch werden sie nicht häufiger angelächelt, angesprochen oder gestreichelt als die einzelnen. Es wird öfters von den drei Hunden weggegangen in der Bewegungsrichtung, die durchschnittliche Minimaldistanz ist höher. Dies weil ein Rudel von Hunden eher beunruhigend wirken könnte.

### 3.2.3. Hypothese D: Maulkorbwirkung

3 Hypothese D: Maulkorbwirkung

Hund ohne MK – Hund mit MK G:H

$H_0$  = Zwischen den Merkmalen Maulkorb und Passantenreaktion besteht kein stochastischer Zusammenhang.

$H_1$  = Zwischen den Merkmalen Maulkorb und Passantenreaktion besteht ein stochastischer Zusammenhang.

Der maulkorbtragende Hund wird öfters angeschaut, weniger öfters angelächelt oder angesprochen/berührt. Es wird häufiger vom Hund weggegangen in der Bewegungsrichtung, wenn der Hund einen Maulkorb trägt. Die durchschnittliche Minimaldistanz ist höher. Ich denke, dass ein Hund mit Maulkorb die Passanten mehr ängstigt, als derselbe Hund ohne Maulkorb.

#### 3.2.4. Hypothese E: Wirkung des Geschlechts des Hundehalters

Hypothese E: Wirkung des Geschlechts des Besitzers auf die Passantenreaktionen

Männer – Frauen

$H_0$  = Zwischen den Merkmalen Geschlecht des Hundebesitzers und Passantenreaktion besteht kein stochastischer Zusammenhang.

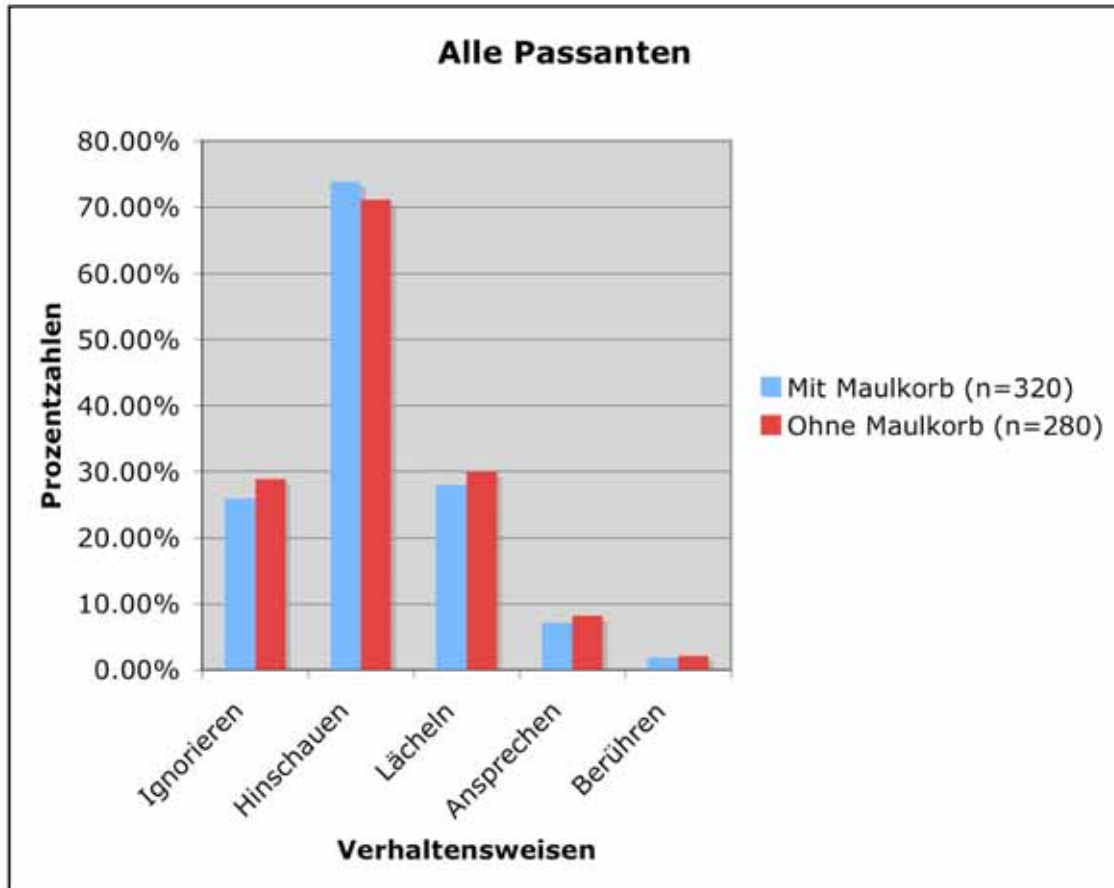
$H_1$  = Zwischen den Merkmalen Geschlecht des Hundebesitzers und Passantenreaktion besteht ein stochastischer Zusammenhang.

Hundebesitzerinnen werden generell häufiger wahrgenommen/angelächelt von Passanten, unabhängig vom Geschlecht des Vorbeigehenden. Zu Prüfen ist weiterhin, ob das Resultat von früheren Studien repliziert werden kann, dass gleichgeschlechtliche Personen sich eher anschauen.

### 3.3. Resultate

Oft waren die Verhaltensweisen von sehr kurzer Dauer, wie ein kurzer Seitenblick auf den Hund. Wurde der Hund von der vorbeigehenden Person ignoriert, beweist

Abb. 2: Alle Passanten: Verhaltensweisen über alle Hunde

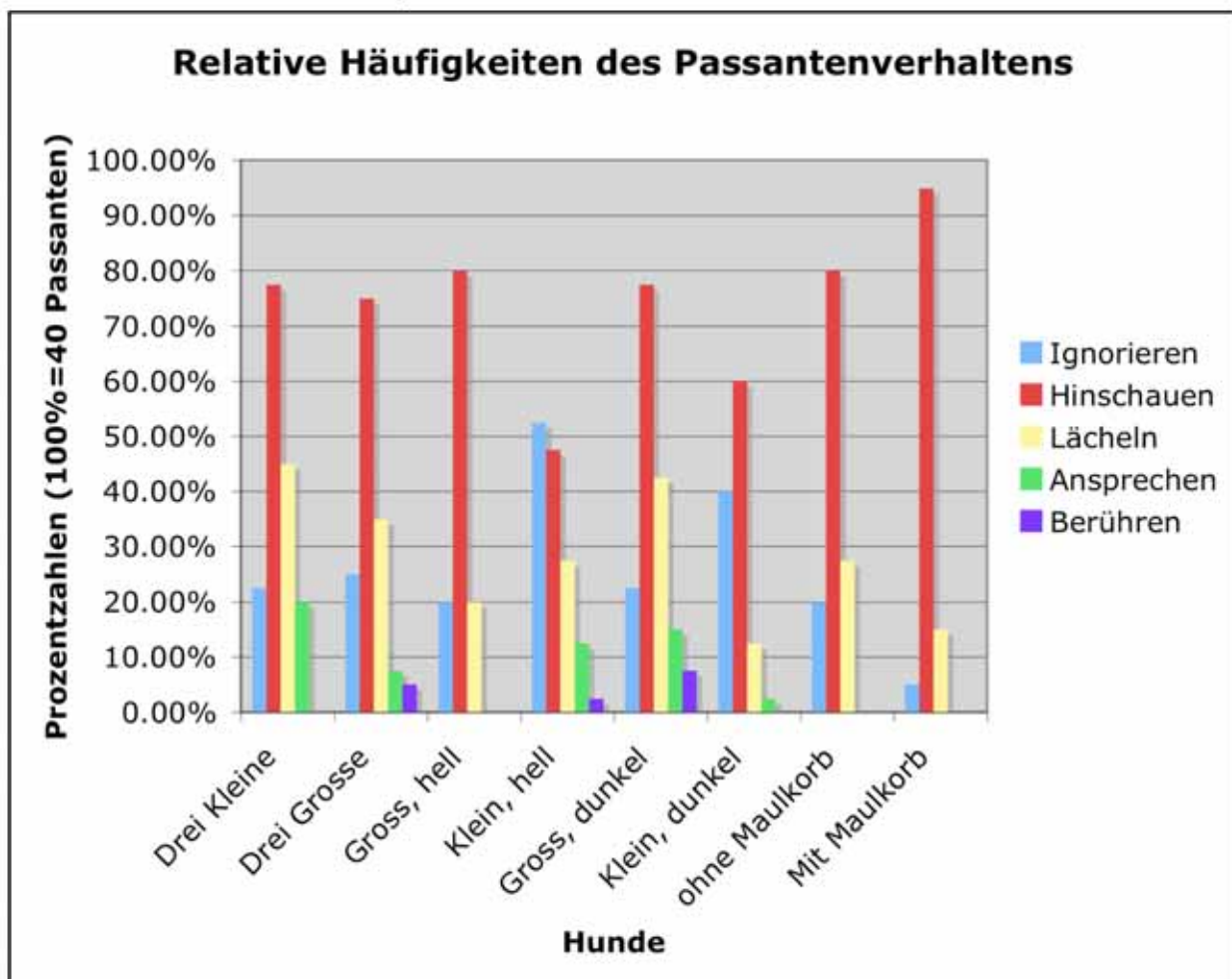


das nicht, dass die Person den Hund nicht gesehen hat. Es kann auch sein, dass die Person den Hund bewusst oder unbewusst schon auf Distanz wahrgenommen hat und dann entschieden hat, dass sie nicht hinschauen will. In Abb. 2 sind die Passantenreaktionen über alle Hunde dargestellt. Bei der deskriptiven Statistik explorierte ich die Daten aller Hunde, liess jedoch die Maulkorbbedingung weg, da dies eine zusätzliche Manipulation war. 73,8% (237 Personen) aller Passanten schauten zum Hund hin. Von diesen Personen, welche Blickkontakt aufgenommen hatten, lächelten 42,2% (84 Personen) und 11,6% (23 Personen) sprachen den Hund oder die BesitzerIn an, davon sprachen 78,3% (18 Personen) zuerst den Hund an,

100% der Ansprechenden zeigten eine soziopositive Annäherung und 21,7% (5 Personen) berührten den Hund. 92,9% der Personen zeigten keinerlei Veränderung in der Bewegungsrichtung, nur 1,8% bewegten sich zum Hund hin und 5,4% weg vom Hund. Da alle Gespräche, die stattfanden von einer soziopositiven Art waren, werde ich diese Variable nicht weiter auswerten. Die Dauer war entweder sehr kurz, z.B. eine Begrüssung, oder aber sehr lange, also zwischen 30 und den maximal erfassten 90 Sekunden. 56,5% der Gespräche dauerten nicht länger als fünf Sekunden. In Abb. 3 erkennt man die unterschiedlichen Ausprägungen der Verhaltensweisen auf die verschiedenen Hunde.

In diesem und allen weiteren Diagrammen sind das Lächeln, das Ansprechen und

Abb. 3: Passantenverhalten je nach Hund



das Berühren auf alle Passanten (=100%) berechnet. In der Tabelle im Anhang, sowie oben im Text finden sich die Zahlen konditional. Dort habe ich angegeben, wie viel Prozent der Person gelächelt haben, wenn sie hingeschaut haben. Da es ja unwahrscheinlich ist, dass jemand lächelt ohne den Hund anzuschauen, bzw. dann müsste man annehmen, dass die Person nicht den Hund anlächelt, sondern etwas anderes. Trotzdem sind die Grafiken aufschlussreicher, wenn 100% für alle Balken dasselbe bedeutet.

### 3.3.1 Wirkung der Farbe

Wirkung der Farbe, bei Konstanthaltung der Grösse und Anzahl

Kleine Hunde hell und dunkel: A:B (Die Buchstaben beziehen sich auf Tab. 1)

Bei kleinen Hunden konnte kein signifikanter Unterschied eruiert werden in der Häufigkeit des Hinschauens zwischen hellen und dunklen Hunden. Bei dem Lächeln gibt es eine gerichtete Alternativhypothese, welche bestätigt werden konnte ( $\chi^2=2.81$ ,  $p=0.047$ ). Das heisst, dass der helle, kleine Hund signifikant häufiger angelächelt wurde als der dunkle, kleine Hund. Die Standard Residualwerte zeigen, dass diese Abweichung mit einer Wahrscheinlichkeit von 95% signifikant ist. Bei den Variablen Ansprechen, Berühren und Bewegungsrichtung ist der  $\chi^2$  test nicht zulässig, da erwartete Häufigkeiten unter 5 liegen. Aber auch der dann geeignete Fishertest zeigt keine Signifikanz. Mit einem t-test verglich ich die Minimaldistanzen der Passanten, auch hier zeigte sich kein signifikantes Resultat.  $H_0$  ist somit teilweise anzunehmen, bei kleinen Hunden konnte ich, mit Ausnahme des Lächelns, keinen Unterschied in den Passantenreaktionen feststellen, wenn die Farbe variiert wird.

Grosse Hunde Hell und Dunkel: C:D

Bei den grossen Hunden konnte auch keine Signifikanz gefunden werden zwischen der Farbe und der Häufigkeit des Hinschauens. Jedoch wurde der dunkle, grosse

Hund signifikant häufiger angelächelt als der helle, grosse Hund ( $\chi=4.71$ ,  $p=0.015$ , gerichtete Hypothese). Die Standard Residualwerte zeigen, dass die Abweichung mit einer Wahrscheinlichkeit von 99% signifikant ist. Beim Ansprechen war wiederum nur der Fishertest möglich. Er zeigte ein signifikantes Resultat; der dunkle Hund wurde signifikant häufiger angesprochen ( $p=0.013$ , gerichtete Hypothese). Jedoch konnte keine Signifikanz gefunden werden beim Berühren oder der Bewegungsrichtung. Bei dem t-test auf die Minimaldistanz ( $t=-2.47$ ,  $p=0.016$ ) lag die Minimaldistanz beim schwarzen, grossen Hund ( $M=1.14m$ ) signifikant höher als beim weissen, grossen Hund ( $M=0.77m$ ). Da ich stochastische Abhängigkeiten zwischen den Variablen gefunden habe, ist  $H_0$  abzulehnen. Das häufigere Anlächeln und Ansprechen des schwarzen Labradors passt nicht überein mit dem Befund der Minimaldistanz. Daher glaube ich, dass das Resultat der Distanz eher unbedeutend ist. Der schwarze Hund war extrovertierter als der Helle. Dies könnte eine Erklärung sein die positiveren Reaktionen. Menschen, die lächeln, können dies auch aus Angst oder Unsicherheit tun, dies ist hier aber kaum der Fall, da der Hund auch sehr häufig angesprochen und berührt wurde.

### 3.3.2 Wirkung der Grösse

Wirkung der Grösse, bei Konstanthaltung der Farbe und Anzahl

Helle Hunde klein und gross: A:C

Der helle, grosse Hund wurde hoch signifikant häufiger angeschaut als der helle, kleine Hund ( $\chi=9.141$ ,  $p=0.002$ ). Beim Lächeln fand sich keine Signifikanz. Der kleine Hund wurde jedoch häufiger angesprochen (Fisher Test,  $p=0.027$ ). Beim Berühren und der Bewegungsrichtung fand ich keine überzufällige Abweichung. Bei dem t-test auf die Minimaldistanz ( $t=-2.76$ ,  $p=0.007$ ) lag die Minimaldistanz bei dem kleinen, hellen Hund ( $M=1.11 m$ ) signifikant höher als beim weissen grossen Hund

( $M=0.77m$ ). Da ich stochastische Abhängigkeiten zwischen den Variablen gefunden habe, ist  $H_0$  abzulehnen.

Dunkle Hunde klein und gross: B:D

Der dunkle, grosse Hund wurde signifikant häufiger angeschaut als der dunkle, kleine Hund ( $\chi=2.85$   $p=0.045$ ). Der dunkle, grosse Hund wurde auch hoch signifikant häufiger angelächelt als der dunkle, kleine Hund. ( $\chi=9.03$ ,  $p=0.003$ , zweiseitige Wahrscheinlichkeit). Sonst fanden sich keine Signifikanzen.  $H_0$  ist abzulehnen, da sich stochastische Abhängigkeiten fanden.

Dunkle Hunde 3 Kleine und 3 Grosse: E:F

Bei diesem Vergleich fanden sich überhaupt keine überzufälligen Abweichungen.  $H_0$  ist anzunehmen.

### 3.3.3 Wirkung der Anzahl

Wirkung der Anzahl bei Konstanthaltung der Farbe und Grösse

Dunkle, kleine Hunde 1 Hund und 3 Hunde: B:F

Die drei kleinen Hunde werden signifikant häufiger angeschaut ( $\chi=2.85$ ,  $p=0.046$ ) und angelächelt ( $\chi=10.31$ ,  $p<0.001$ ) als der einzelne kleine Hund derselben Rasse und Farbe. Auch der Fishertest für das Ansprechen zeigt, dass die drei Hunde häufiger angesprochen werden ( $p=0.014$ ) Beim Berühren, der Bewegungsrichtung und der Minimaldistanz zeigte sich keine überzufällige Abweichung.  $H_0$  ist abzulehnen.

Dunkle, grosse Hunde: 1 Hund und 3 Hunde G:E

Bei diesem Vergleich wurde keine überzufälligen Abweichung entdeckt.  $H_0$  ist anzunehmen.



### 3.3.4 Maulkorbwirkung

Hund ohne MK – Hund mit MK G:H

Der gleiche Hund mit Maulkorb wurde signifikant häufiger angesehen als ohne Maulkorb ( $\chi=4.11$ ,  $p=0.022$ ). Bei der restlichen Variablen fand man keine Abweichung. Bei der Bewegungsrichtung würde es wahrscheinlich eine Signifikanz geben, sofern man die Bedingungen für den  $\chi^2$  Test erfüllen könnte. So zeigt sich mit dem t-test ( $t=-2.08$ ,  $p=0.02$ ) auch eine grössere Minimaldistanz wenn der Hund einen Maulkorb trägt (mit MK:  $M=1.19m$ , ohne MK:  $M=0.86m$ ).  $H_0$  ist abzulehnen.

### 3.3.5. Wirkung des Geschlechtes des Hundehalters

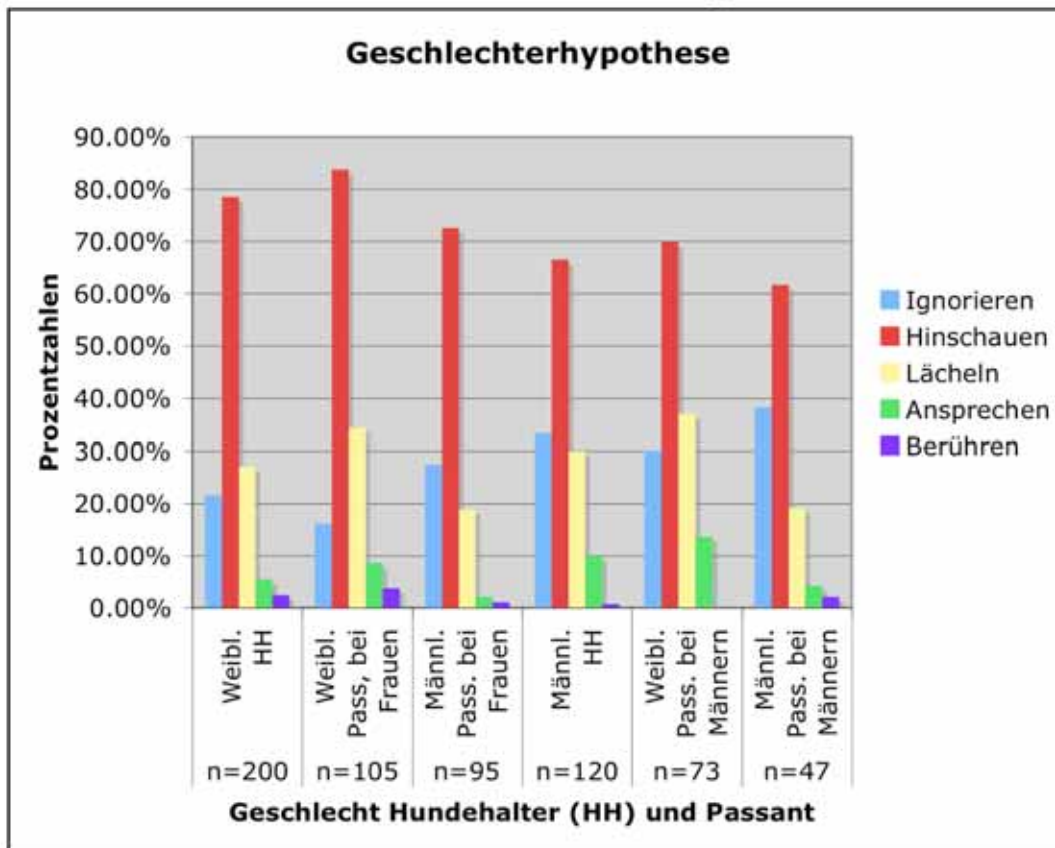
Wirkung des Geschlechts des Besitzers auf die Passantenreaktionen

Männer – Frauen (ohne Maulkorbbedingung)

Weibliche Passanten schauten hoch signifikant häufiger weibliche Hundehalterinnen mit Hund an als männliche Passanten ( $\chi=4.74$ ,  $p=0.014$ ) dies taten. Höchst signifikant häufiger lächelten weibliche Passanten weibliche Hundehalterinnen an. ( $\chi=6.523$ ,  $p=0.005$ ). Auch der Fishertest für das Ansprechen zeigt das gleiche Bild ( $p=0.034$ ).

Die Minimaldistanz lag bei den Frauen ( $M=1.067$ ) signifikant tiefer als bei den Männern ( $M=1.297$ ,  $t=2.003$ ,  $p=0.047$ ) Bei den restlichen Variablen fand sich keine Signifikanz.  $H_0$  ist abzulehnen. Diese Daten scheinen den „social lubrication“ Effekt von Mugford und M'Comisky weitgehend zu stärken. (siehe Wells, 2004) Jedoch nur für Frauen, wie die folgenden Daten für die Männer zeigen. In Abb. 4 sind die Verhaltensweisen aufgezeigt, je nach dem welches Geschlecht der Hundehalter oder der Passant hatte.

Abb. 4: Verhaltensweisen der Geschlechter im Diagramm



Männliche Passanten schauten nicht überzufällig häufiger bei dem einen Geschlecht von Hundebesitzer hin, jedoch lächelten signifikant mehr weibliche Passanten als männliche einem männlichen Hundebesitzer mit Hund zu ( $\chi=4.332$ ,  $p=0.018$ ). Die Minimaldistanz ist nur knapp nicht signifikant. Auch hier war die Distanz bei den männlichen Passanten höher als bei den weiblichen Passanten.

Der Befund, dass vor allem Personen des gleichen Geschlechtes sich anschauen (Messent, 1983 in Wells, 2004) konnte ich nur für die Frauen wieder belegen. Das Resultat, dass mehr Frauen den männlichen Hundebesitzer anlächelten, passt da nicht hinein, jedoch zu dem allgemeinen Eisbrechereffekt schon.

### 3.4. Kritik

Von der Methodik her, könnte man bemängeln, dass ich verschiedene Hundehalter verwendet habe. Das Wohlbefinden der Hunde hatte für mich jedoch Vorrang, so

dass meistens die Besitzer selbst mitmachten und nur in zwei Fällen ein Bekannter des Hundes den Hund hielt, die Besitzerin jedoch in Sichtnähe für den Hund blieb. Ebenfalls ein Kritikpunkt könnte sein, dass ich an zwei verschiedenen Orten erhob. Dies tat ich, um mehr Versuchspersonen zu rekrutieren und ihnen entgegenzukommen. Zum Teil gab es Interpretationsspielraum bei dem Beobachten. Wenn es unklar war, nahm ich die betreffende Reaktion nicht ins Protokoll. Es ist aber wahrscheinlich, dass ich als Beobachtende eine gewisse Verzerrung bewirkt habe. Videoaufnahmen hätten den Vorteil, dass man danach das Material unabhängig oder blind auswerten könnte. Aber eine Videokamera aufzustellen verzerrt das Verhalten auch, da viele Leute dann ahnen, dass etwas erhoben wird. Weitere mögliche Störfaktoren sind das Wetter, die Temperatur und die Tageszeit. Zudem ist die Geschlechterverteilung ist nicht ideal.

#### 4. Fragebogen

Nach dem Experiment, bei welchem die Passantenreaktionen erfasst wurden, erstellte ich mit den Bildern der Versuchshunde einen Fragebogen, welcher sich im Anhang findet.

##### 4.1. Hypothesen

Bei dem Fragebogen ging es darum, Personen noch offen zu den Hunden zu befragen, d.h. unverdeckt. Danach soll verglichen werden, ob die Sympathiebewertungen der Befragten mit den Ergebnissen der Verhaltensbeobachtung der Passanten übereinstimmen. Ich wollte prüfen, ob jener Hund, der den Befragten die höchste Sympathiequote erreicht, auch derjenige ist, der in Realität sehr gut abgeschnitten hat (Anlächeln, Ansprechen, Streicheln), bzw. ob die Reaktionen auf den Hund, vor dem die meisten Befragten Angst hatten, auch in Realität auffällig

waren. Auch interessant ist die Maulkorbbedingung. Hier wird sich vermutlich zeigen, dass der gleiche Hund mit Maulkorb, den Leute viel mehr Angst macht, also ohne Maulkorb.

#### 4.2. Methoden

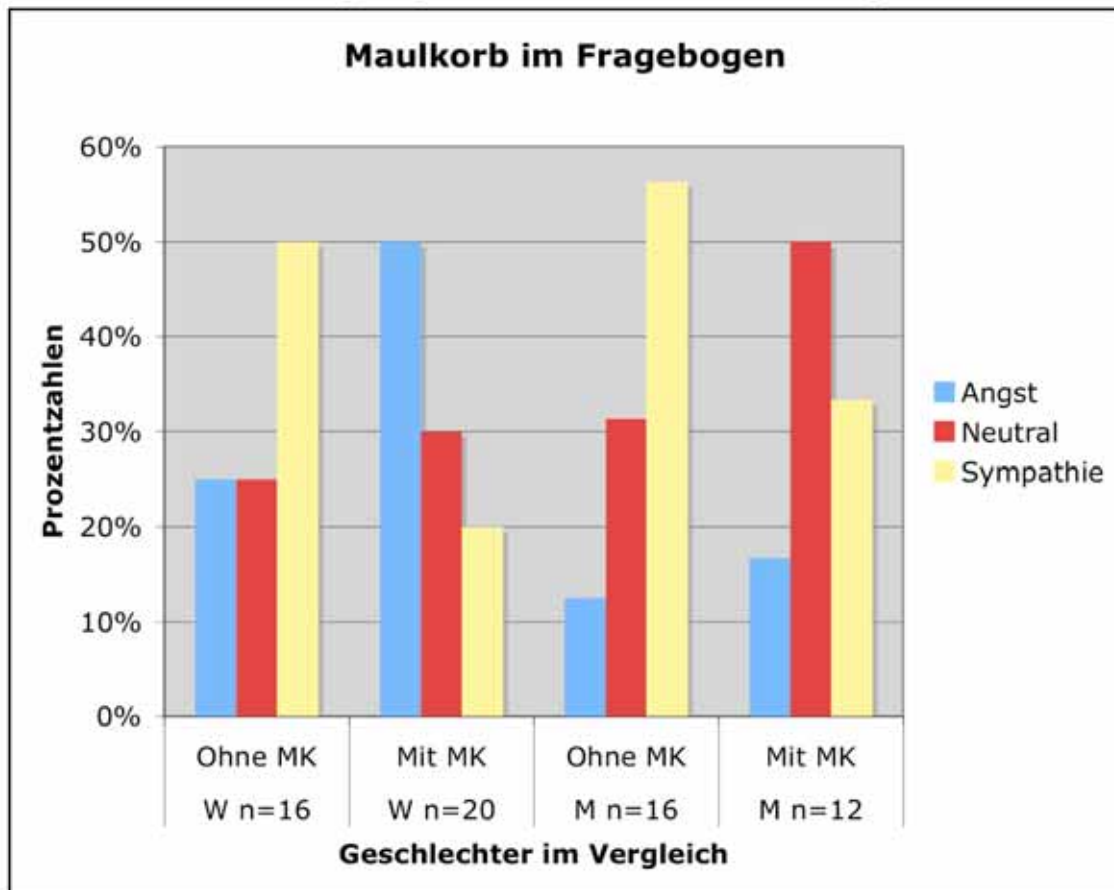
Alle Hunde wurden fotografiert und 64 Versuchspersonen, die alle Nichthundehalter waren, vorgelegt. Die Befragten sahen die Hundebilder eines nach dem anderen an, immer in der gleichen Reihenfolge, und kreuzten die Emotion (Angst, Neutral, Sympathie) an, die sie spontan empfanden. Dabei gab es zwei Serien von Fragebögen. 32 Versuchspersonen sahen den Tervueren mit Maulkorb und 32 sahen ihn ohne Maulkorb. Der Fragebogen findet sich im Anhang. Das Geschlechterverhältnis der befragten Personen weicht nicht signifikant von der erwarteten Verteilung ab. Das bedeutet, dass die Stichprobe repräsentativ ist. ( $\chi^2=1.000$ ,  $p= 0.317$ ). Zu kritisieren an der Methodik ist vielleicht, dass die Hunde nicht alle in der gleichen Position fotografiert wurden und vielleicht hätte es eine feinere Abstufung von Emotionen auf dem Antwortblatt gebraucht. Jedoch könnte man es dann nicht mehr vergleichen mit dem beobachteten Verhalten.

#### 4.3. Resultate

Mit 68,8% Sympathie lag der kleine, weisse Hund zuvorderst bei allen Befragten. Schaut man sich nur die Männer an, hat der grosse, weisse Hund am meisten Sympathie erregt. 67,9% der Männer fanden diesen Hund sympathisch. Von den Frauen fanden 83,8% den kleinen weissen Hund sympathisch. Angst hatten 20,3% aller Befragten (sowie 17,9% der Männer und 22,2% der Frauen) vor dem grossen, schwarzen Hund. 18,8% aller Befragten (16,7% der Männer, sowie 50% der Frauen!) hatten Angst vor dem maulkorbtragendem Hund, jedoch nur 9,4% vor dem gleichen

Hund ohne Maulkorb. (25% der Frauen und 12,5% der Männer) Dies ist in Abb. 5 ersichtlich. Vor den kleinen Hunden, auch wenn es mehrere sind, hatte keine Person Angst. Jedoch fanden die Frauen die drei kleinen Hunde signifikant häufiger sympathisch als die Männer ( $\chi=2.81$ ,  $p=0.047$ ). Die ausführliche Häufigkeitstabelle und Diagramme finden sich im Anhang.

Abb. 5: Maulkorb im Fragebogen: Frauen und Männer im Vergleich



#### 4.4. Diskussion Fragebogen

Der grosse, schwarze Hund hat auf dem Foto das Maul leicht geöffnet und das Licht fällt so in das Gesicht, dass die Augen gut zu sehen sind. Daher haben sich wahrscheinlich viele Leute (20,3%) vor diesem Hund geängstigt, obwohl er in Realität einer der beliebtesten Hunde war (77,5% der Menschen schauten hin, davon lächelten 54,8%). Oder vielleicht unterstreicht dieses Resultat die Hypothese, dass sich Leute wirklich mehr vor schwarzen, grossen Hunden fürchten. Der kleine,

weisse Hund war auch in Realität relativ gern gesehen: 47,5% schauten ihn an und davon lächelten 57,9%. Interessantweise war er vor allem bei den Frauen sehr beliebt. 83,3% der Frauen fanden diesen Hund sympathisch, bei den Männern waren es nur 50%. Dies ist ein signifikanter Unterschied ( $\chi=8.14$ ,  $p=0.004$ ). Vielleicht liegt das an der Werbung von dem Hundefutter mit diesem Typ Hund, das sich wahrscheinlich eher an Frauen als Zielpublikum richtet. Generell scheinen Frauen häufiger kleine Hunde sympathisch zu finden als grosse Hunde. Männer haben häufiger Sympathien bei grossen Hunden als bei kleinen Hunden, dies zeigt sich beim Vergleich über alle Hunde, wie den Prozentzahlen im Anhang zu entnehmen ist. Interessant war der grosse Unterschied zwischen dem maukorbtragendem Hund und dem gleichen Hund ohne Maulkorb. Die Befragten ängstigen sich eindeutig mehr vor dem Hund mit Maulkorb. Dies zeigte sich auch in Realität. In Realität schauten 95% den maukorbtragenden Hund an, davon lächelten 84,2% nicht, vs. die 80%, die den Hund ohne Maulkorb anschauten, davon lächelten 34,4%. Es ist anzunehmen, dass Menschen, die sich ängstigen eher nicht lächeln. Dass 15% mehr hinschauen, könnte auch ein Indiz für Beunruhigung sein. Interessant ist der Unterschied zwischen Männern und Frauen bei der Befragung. Es lässt sich überlegen, ob dies eine selbstwertdienliche Verzerrung der Männer ist, dass sie nicht zugeben wollen, dass der maukorbtragende Hund sie ängstigt. Für Frauen ist es einfacher oder sozial akzeptierter Angst zu haben und diese zu kommunizieren.

## 5. Fazit und Diskussion Experiment

Leider haben die Daten nicht immer konsistente Antworten auf meine Fragen geliefert. Die wichtigste Aussage ist, dass die Hunde eine starke Wirkung haben und dass es Unterschiede in der Wirkung gibt, je nachdem wie die Hunde aussehen. Alle Hunde wurden viel angesehen und bei den meisten Hunden gab es auch häufig ein

Lächeln. Wenn es eine Ansprache durch die Passanten gab, dann war in 78,3% der Fälle der Hund das Ansprechtsziel, bzw. 21,7% der Hundehalter. Dies stärkt den „social lubrication“ Effekt von Mugford und M'Comisky. (siehe Wells, 2004) Ziemlich deutlich waren die Ergebnisse des Geschlechtervergleiches. So zeigte sich z.B. im Fragebogen, dass Männer eher grosse Hunde bevorzugen und Frauen kleine Hunde. In der Realität werden grosse Hunde vermehrt wahrgenommen als Kleine. Einerseits, weil sie von der Grösse her salienter sind, vielleicht aber auch, weil sich Personen eher beunruhigt fühlen von grossen Hunden und daher hinschauen. Mehrere Hunde werden vermehrt wahrgenommen, auch hier ist die Frage, ob dies mit Salienz oder Beunruhigung zu tun hat. Wenn man die Befragungsdaten anschaut, deutet einiges darauf hin, dass es eher ein Phänomen der Salienz ist. Man kann mit Sicherheit sagen, dass Hunde wahrgenommen werden und dass es Unterschiede gibt, je nach dem welche Merkmale (natürlich oder menschengemachte) die Hunde aufweisen. Das Ansprechen und Berühren der Hunde war bei allen Hunden sehr selten zu beobachten. Dies kann auch an der städtischen Atmosphäre liegen. Dass überhaupt angesprochen wurde, zeigt schon, wie stark der Eisbrechereffekt von Hunden ist. Denn sonst entspricht es nicht den sozialen Normen Personen einfach so anzusprechen.

Ich bin der Meinung, dass Hunde eine Persönlichkeit haben, die auf die Umgebung wirkt, unabhängig von ihrer Farbe oder sonstigen Äusserlichkeiten. Gewisse Hunde signalisieren ihrer Umwelt, dass sie Kontakt wünschen und gerne von Fremden gestreichelt werden, andere kommunizieren, z.B. mit ruhiger Distanziertheit, das Gegenteil. Obwohl meine Versuchshunde alle sehr menschenfreundliche Hunde waren, denke ich, dass es in dieser Hinsicht auch Unterschiede gab. So verhielt sich der schwarze, grosse Hund viel interessierter (Blickkontakt, leichtes Wedeln etc) gegenüber den Passanten als meine kleine, schwarze Hündin. Es macht ihr nichts

aus, wenn Fremde sie streicheln, aber sie braucht es nicht für ihr Glück. Ein deutlicher Befund ist, dass ein Maulkorb einen Hund und den dazugehörigen Menschen stigmatisiert und die Nichthundehalter ängstigt. Ein genereller Maulkorbzwang würde die Menschen demnach nicht beruhigen. Zudem wäre dies nicht artgerecht und würde zu Verhaltensproblemen bei den Hunden führen. Wenn man die Daten mit denen von Wells (Wells, 2004) vergleicht, fällt zuerst auf, dass das Verhältnis zwischen Ignorieren und Anschauen gerade umgekehrt ist. Mehr Personen ignorierten die Versuchsperson mit Hund bei Wells. Meine Daten zeigen überall zwischen 60 und 70% Hinschauen und zwischen 20 und 30% ignorieren. Über die Ursache kann man nur Vermutungen anstellen. Meine Versuchsperson sass auf einer Bank, bei Wells war sie gehend oder vielleicht liegt es an kulturellen Unterschieden zwischen Irland und der Schweiz. Bestätigen konnte ich aber der Befund von Wells, dass ihre weibliche Versuchsperson viel häufiger von weiblichen Passanten angelächelt wurde als von Männern. Dies scheint ein ziemlich starker und universeller Befund zu sein. (siehe Messent, 1983 in Wells, 2004)

Meine Arbeit zeigte einige interessante Ergebnisse, leider sind sie nicht immer eindeutig oder konsistent. Ich bin der Überzeugung, dass man bei einer grösseren Untersuchung auf diesem Gebiet mit multifaktorieller Analyse der Daten eindeutigere Ergebnisse erzielen könnte, da sich schon mit dieser kleinen Untersuchung Einiges herauskristallisierte. Für mich war es sehr interessant und lehrreich dieses Experiment durchzuführen.

### Danksagung

Ich möchte mich bei allen Hundehalter, Hilfspersonen und deren Hunde für die Mithilfe am Experiment bedanken. Ohne sie wäre das nicht möglich gewesen. Besonders bedanke ich mich bei Susi Veskovic für das gute Maulkorbtraining mit



ihrem Hund. Natürlich bedanke ich mich auch bei allen Personen, welche den Fragebogen ausgefüllt haben. Für die tatkräftige Unterstützung bei dem Fragebogen bedanke ich mich herzlich bei Rita Wenger. Grossen Dank gehört auch Dr. Eva Waiblinger für die Statistik Beratung. Für die Betreuung der Arbeit bedanke ich mich bei PD Dr. Dennis C. Turner.

Und zuletzt danke ich Flash, der so viele Stunden unter meinem Stuhl lag und mich so bei dem Schreiben dieser Arbeit sehr unterstützte...

Abb. 6: Flash



#### Literaturverzeichnis

Bergler, R. 1989. Man and Dog. New York.

Bernstein, P. L., Friedmann, E., Malaspina, A. 2000. Animal-assisted therapy enhances resident social interaction and initiation in long-term care facilities.

*Anthrozöos* 13: 213-451.

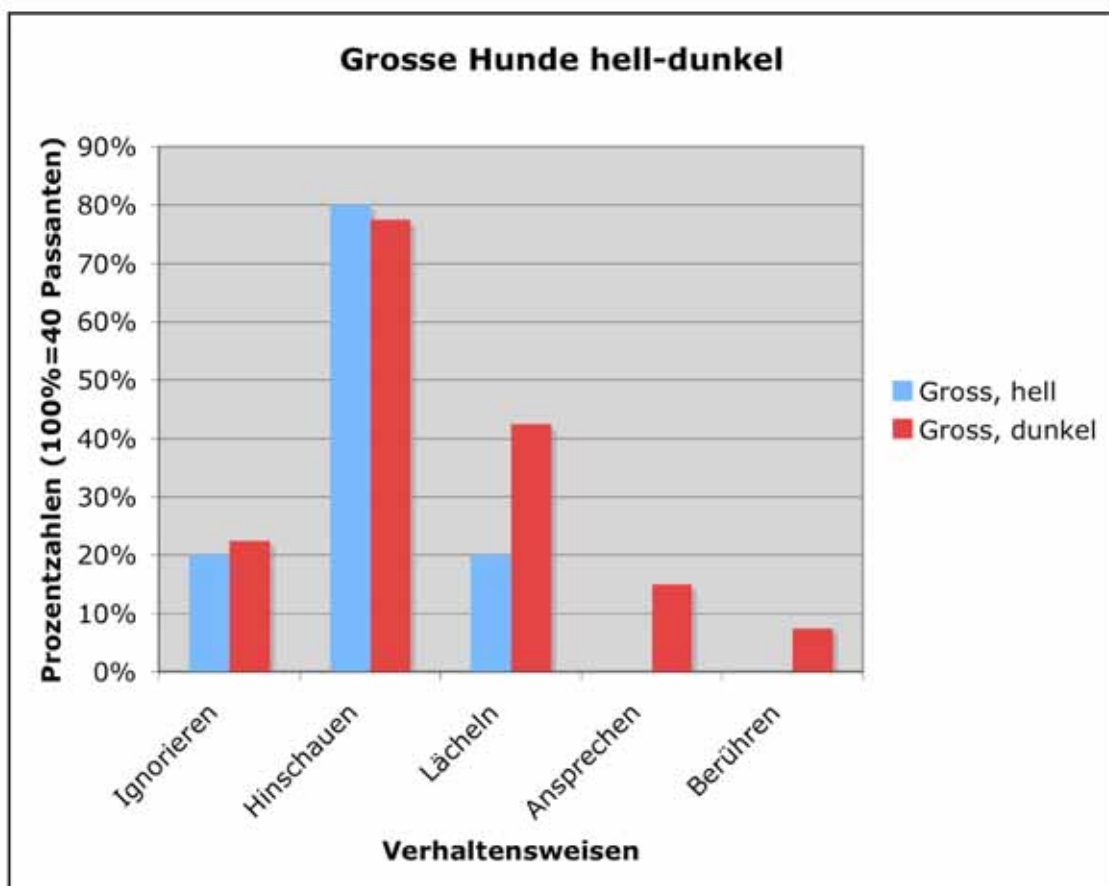
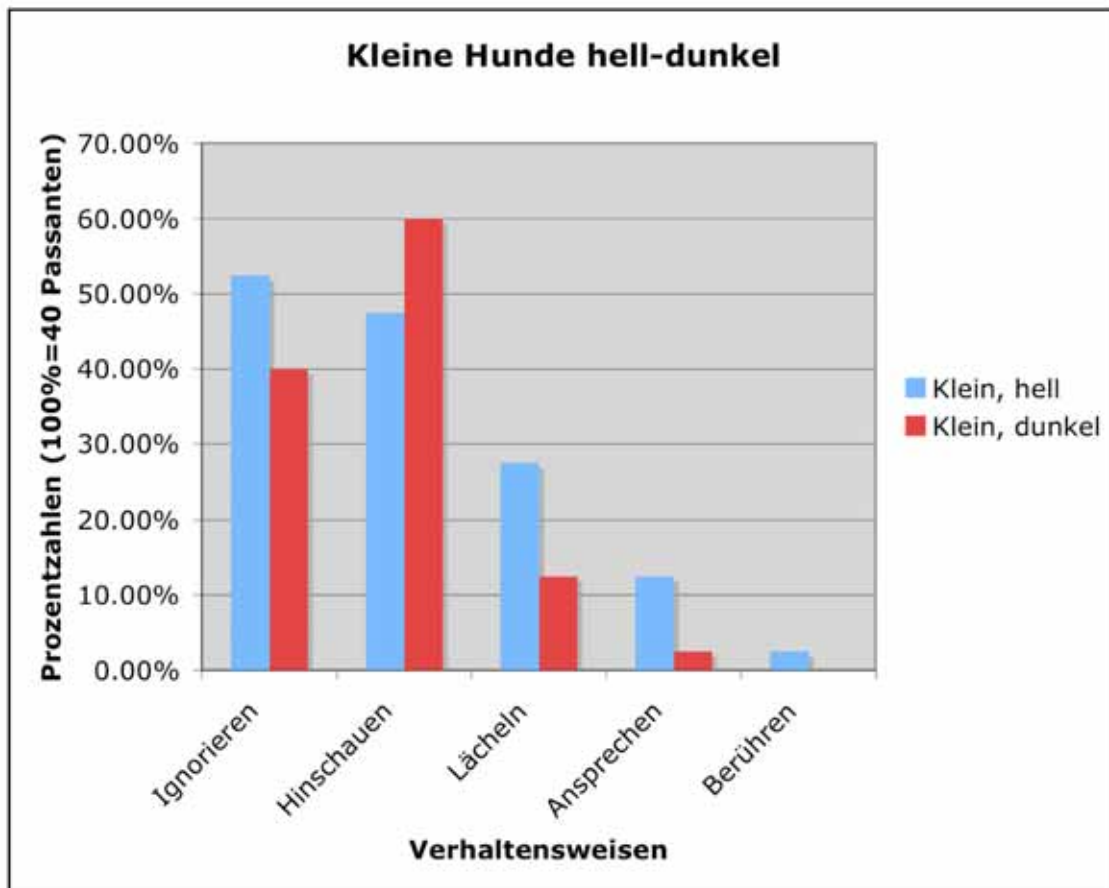
Hirsig, R. 2003. Statistische Methoden in den Sozialwissenschaften. Band 1. Zürich.

Messent, P. R. 1983. Social facilitation of contact with other people by pet dogs. In *New Perspectives on Our Lives with Companion Animals*, 37-46, eds. A. H. Katcher and A. M. Beck. Philadelphia.

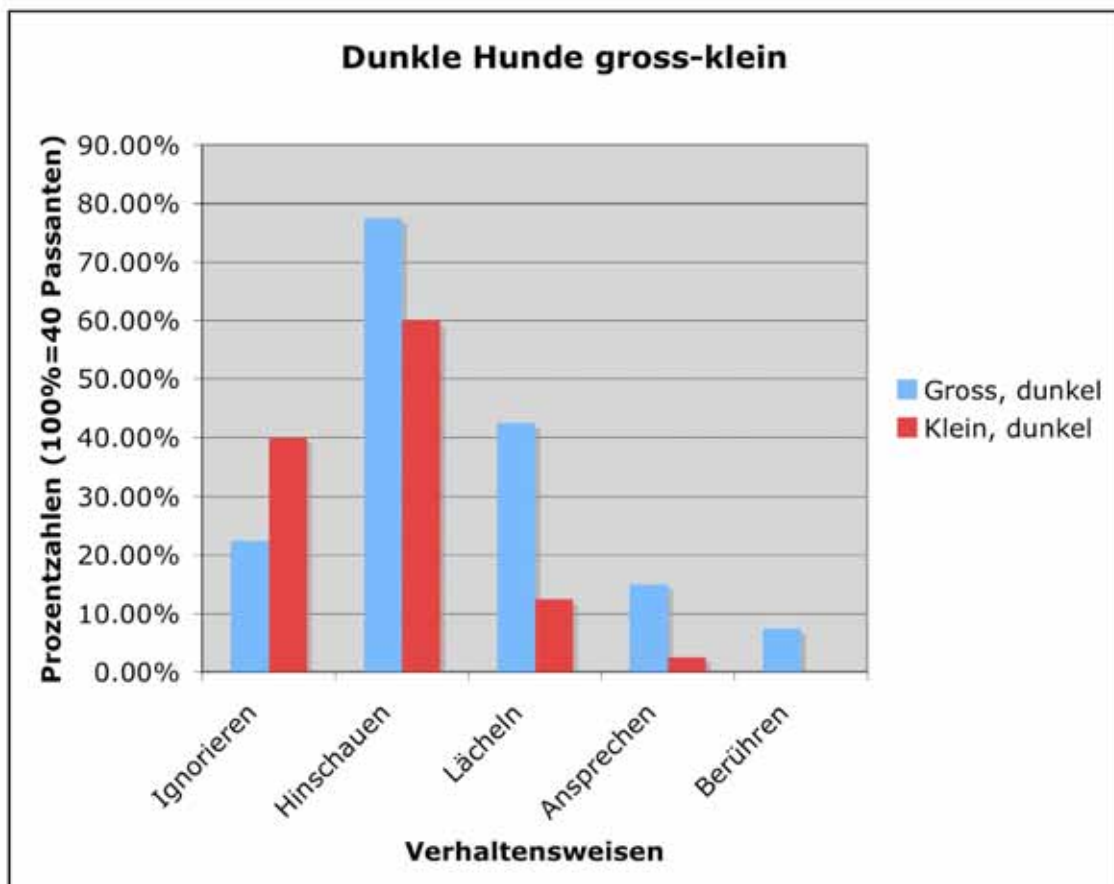
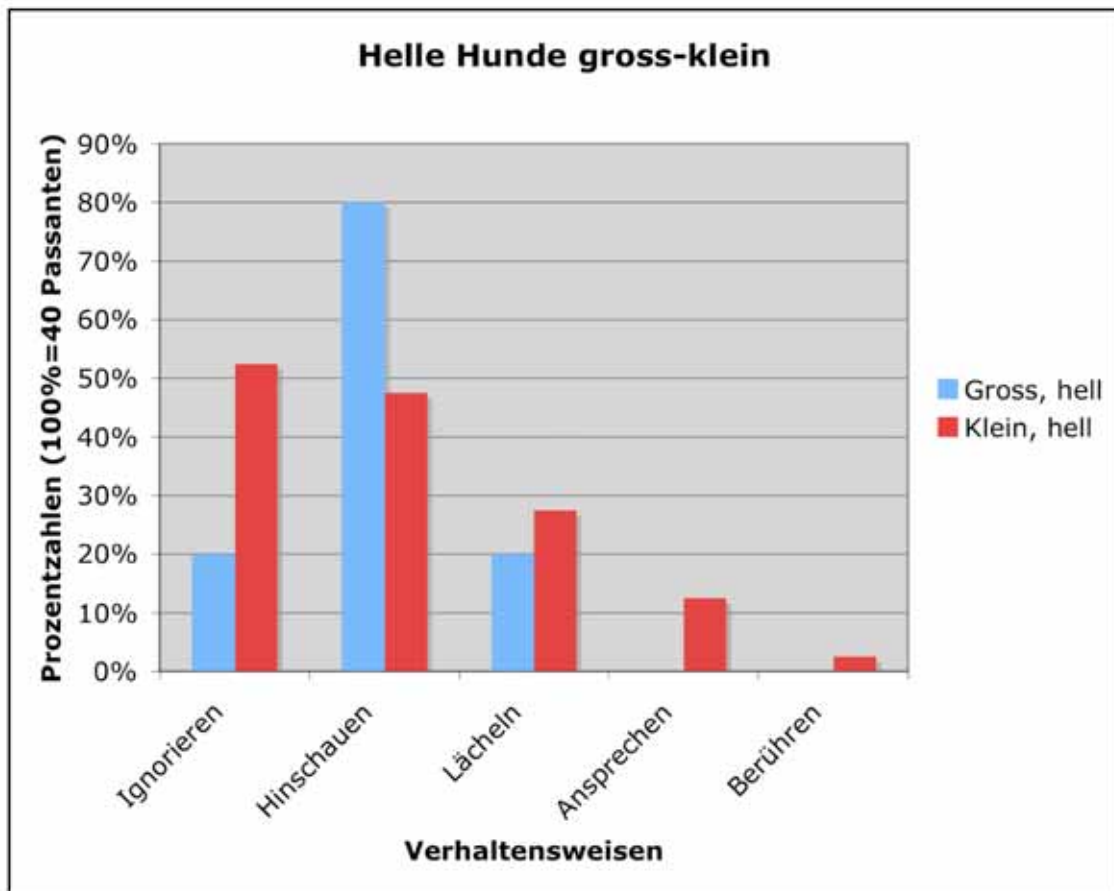
Mugford, R. A. and M'Comisky, J. G. 1975. Some recent work on the psychotherapeutic value of caged birds with old people. In *Pets, Animals and Society*, 54-65, ed. R. S. Anderson. London.

Wells, D. L. 2004. The facilitation of social interactions by domestic dogs. *Anthrozoös* 17: 340-352.

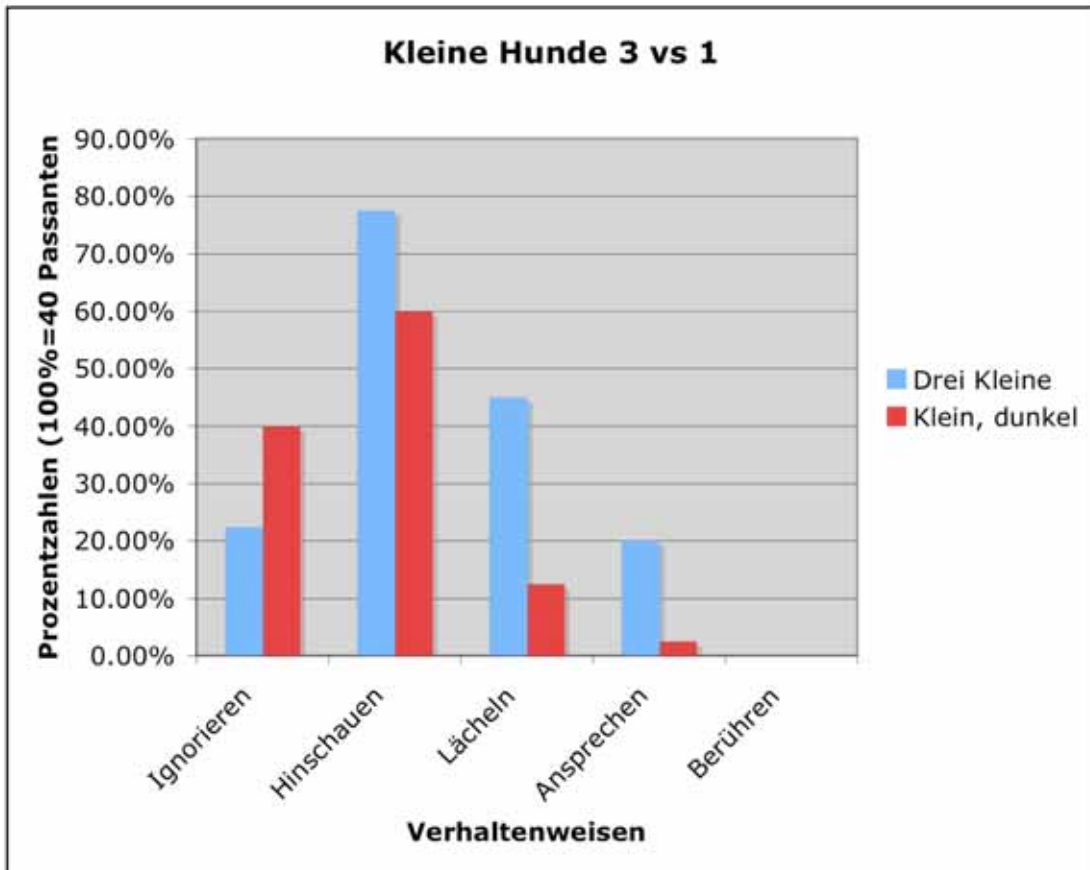
# Farbhypothese



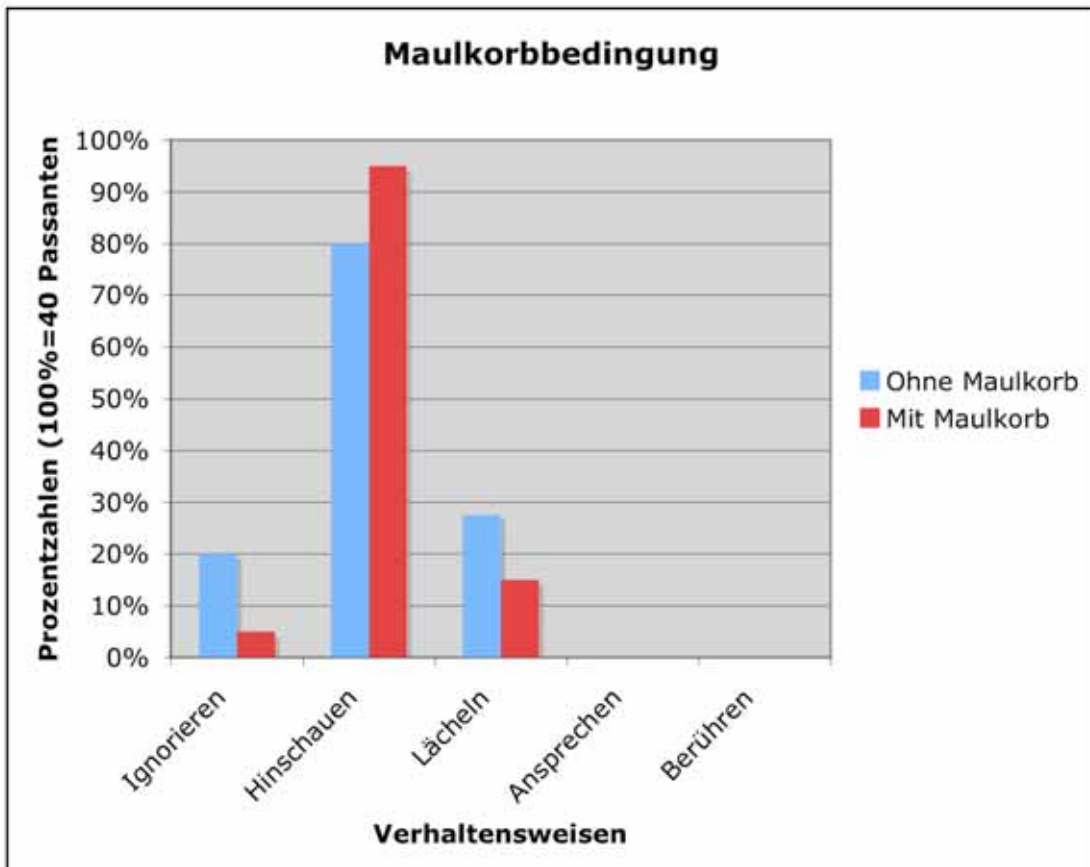
## Grössenhypothese



## Anzahlhypothese



## Maulkorbhypothese



## Häufigkeitstabelle Experiment

Hund	Bewegungsrichtung	Hinschauen	Davon anlächeln	Wenn anlächeln, ansprechen	Ansprechziel	Berühren
		Ja Nein	Ja Nein	Ja Nein	Hund Mensch	Ja Nein
TOTAL, mit MK	285 88,8% 18 5,6% 17 5,3%	237 73,8% 83 25,9%	90 38% 147 62%	23 9,7% 214 90,3%	18 78,3% 5 21,7%	5 21,7% 18 78,3%
TOTAL ohne MK	260 92,9% 5 1,8% 15 5,4%	199 71,1% 81 28,9%	84 42,2% 115 57,8%	23 11,6% 176 88,4%	18 78,3% 5 21,7%	5 21,7% 18 78,3%
Klein Weiss	37 92,5% 0 0% 3 7,5%	19 47,5% 21 52,5%	11 57,9% 8 42,1%	5 26,3% 14 73,7%	4 80% 1 20%	1 20% 4 80%
Klein Schwarz	40 100% 0 0% 0 0%	24 60% 16 40%	5 20,8% 19 79,2%	1 4,2% 23 95,8%	1 100% 0 0%	0 0% 1 100%

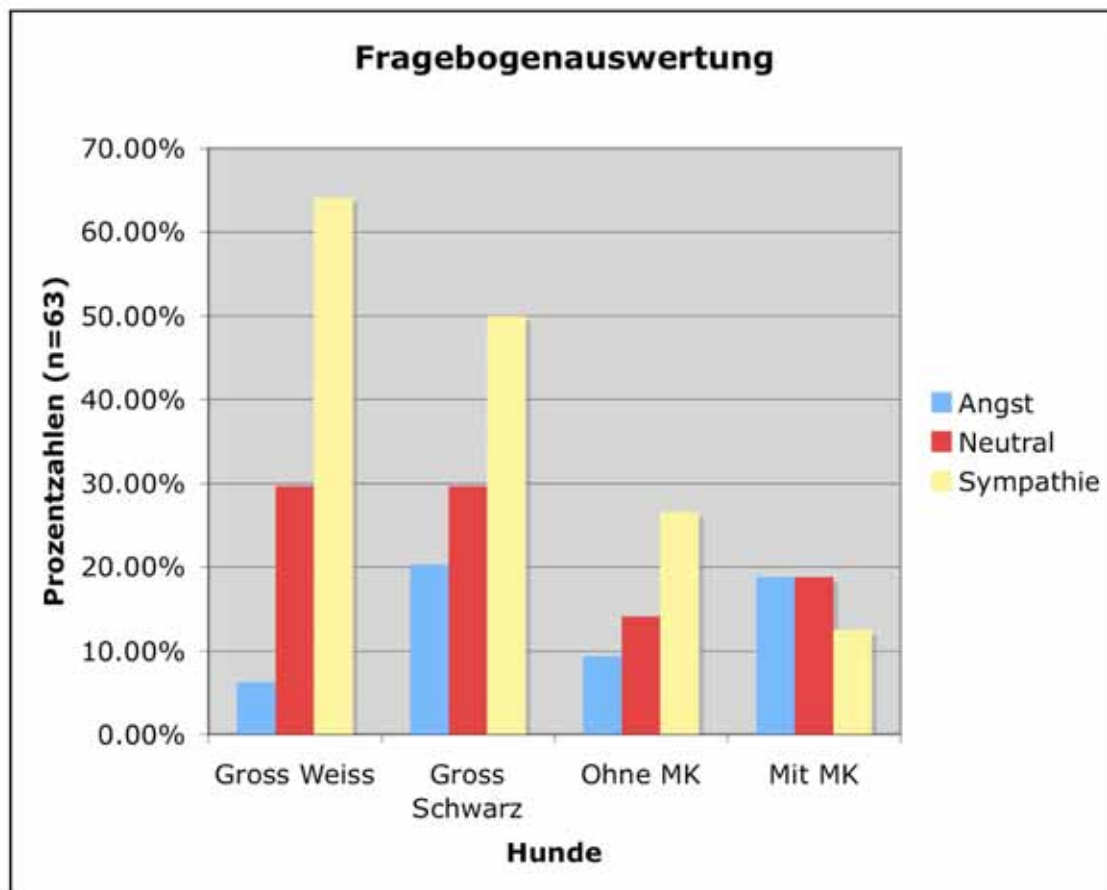
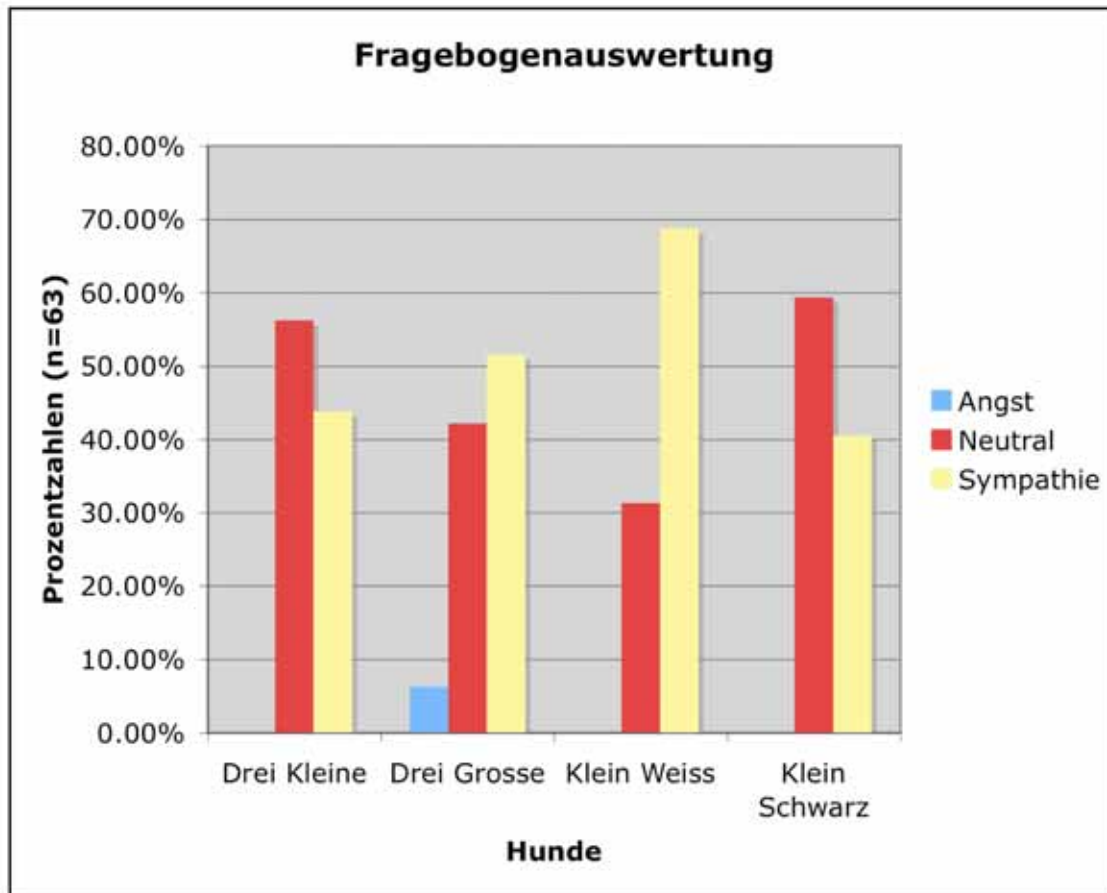
Hund	Bewegungsrichtung	Hinschauen	Davon anlächeln	Wenn anlächeln, ansprechen	Ansprechziel	Berühren
	Gleich	Ja	Ja	Ja	Hund	Ja
	Zum Hund	Nein	Nein	Nein	Mensch	Nein
	Weg vom Hund					
Gross Weiss	40 100%	32 80%	8 25%	0 0%		
	0 0%	8 20%	24 75%	32 100%		
	0 0%					
Gross Schwarz	32 80%	31 77,5%	17 54,8%	6 19,4%	6 100%	3 50%
	3 7,5%	9 22,5%	14 45,2%	25 80,6%	9 0%	3 50%
	5 12,5%					
Drei Kleine	37 92,5%	31 77,5%	18 58,1%	8 25,8%	4 50%	0 0%
	0 0%	9 22,5%	13 41,9%	23 74,2%	4 50%	8 100%
	3 7,5%					
Drei Grosse	38 95%	30 75%	14 46,7%	3 10%	3 100%	1 33,3%
	0 0%	10 25%	16 53,3%	27 90%	0 0%	2 66,7%
	2 5%					

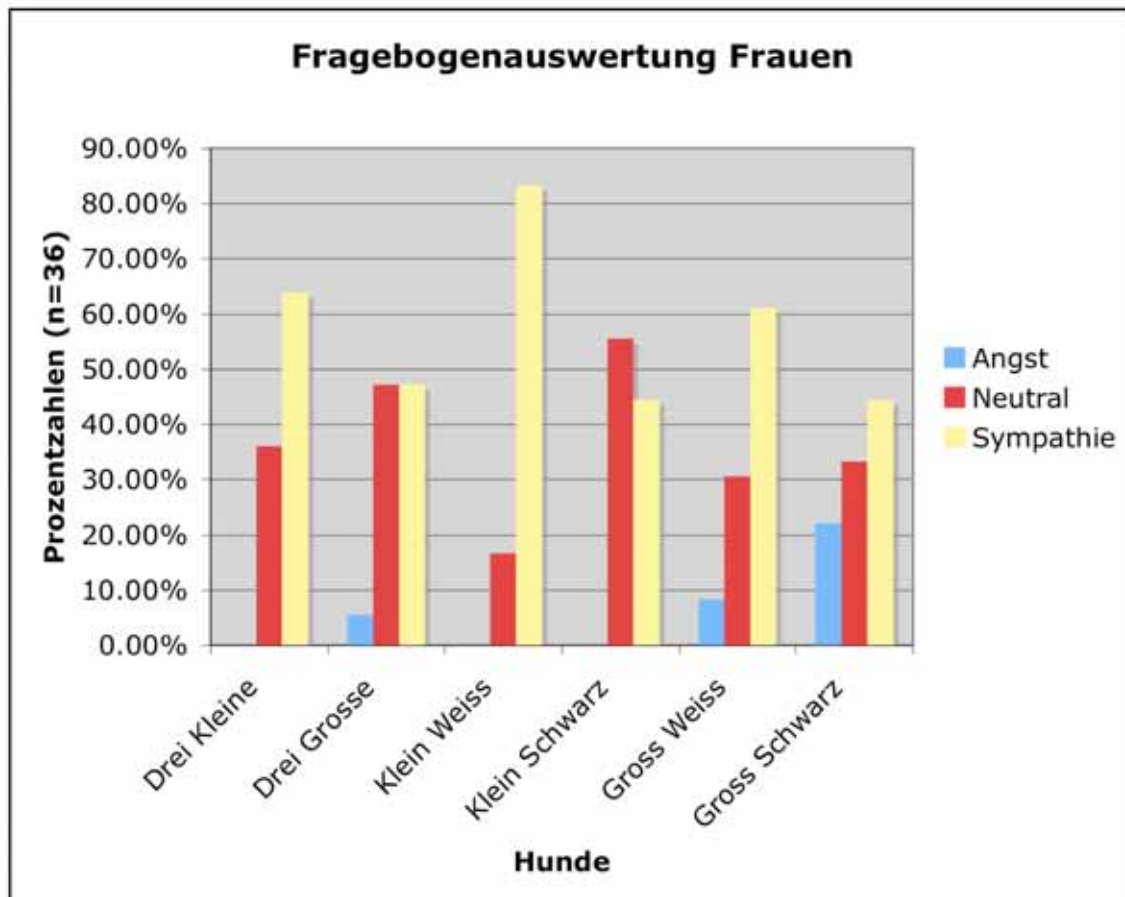
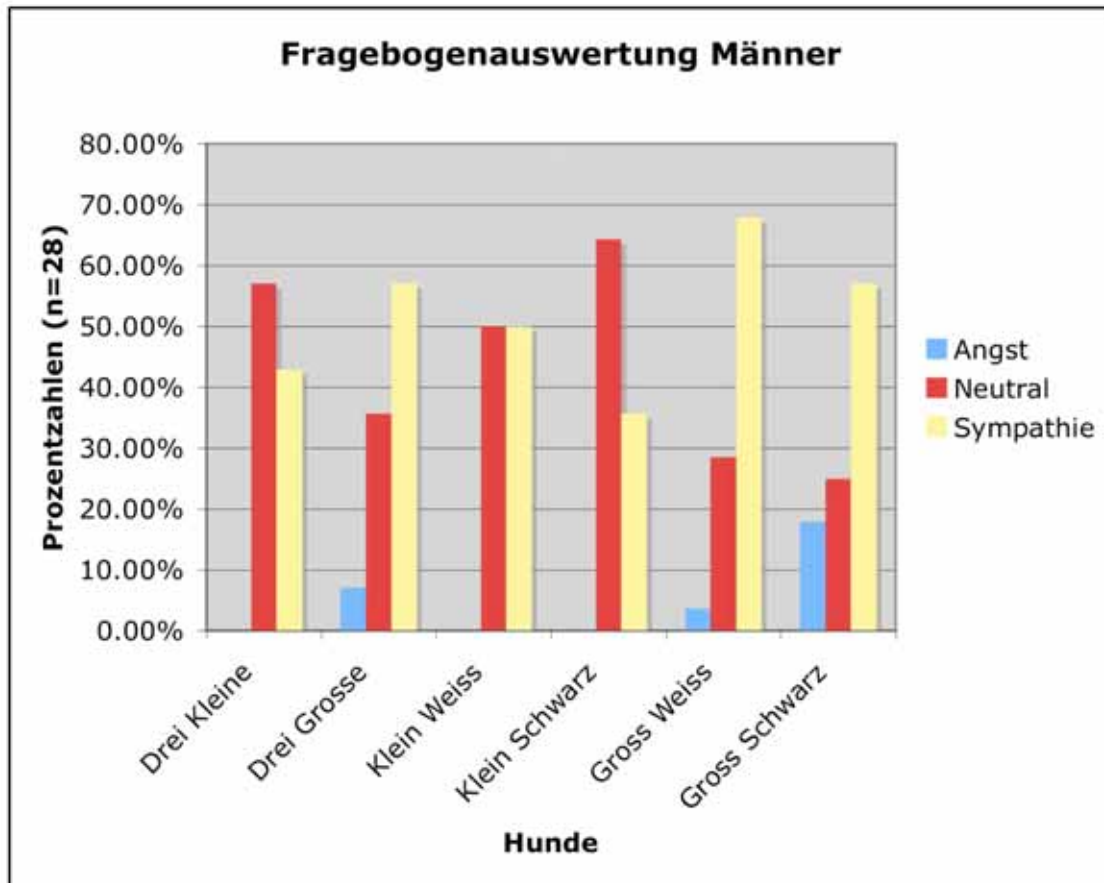
Hund	Bewegungsrichtung	Hinschauen	Davon anlächeln	Wenn anlächeln, ansprechen	Ansprechziel	Berühren
	Gleich	Ja	Ja	Ja	Hund	Ja
	Zum Hund	Nein	Nein	Nein	Mensch	Nein
	Weg vom Hund					
Maulkorb H	25 62,5%	38 95%	6 15,8%	0 0%		
	13 32,5%	2 5%	32 84,2%	38 100%		
	2 5%					
Ohne Maulkorb G	36 90%	32 80%	11 34,4%	0 0%		
	2 5%	8 20%	21 65,6%	32 100%		
	2 5%					
Kleine Hunde A, B	77 96,3%	43 53,8%	16 37,2%	6 14%	5 83,3%	1 16,7%
	0 0%	37 46,3%	27 62,8%	37 86%	1 16,7%	5 83,3%
	3 3,8%					
Grosse Hunde C, D	72 90%	63 78,8%	25 39,7%	6 9,5%	6 100%	3 50%
	3 3,8%	17 21,3%	38 60,3%	57 90,5%	0 0%	3 50%
	5 6,3%					



Hund	Bewegungsrichtung	Hinschauen	Davon anlächeln	Wenn anlächeln, ansprechen	Ansprechsziel	Berühren
	Gleich	Ja	Ja	Ja	Hund	Ja
	Zum Hund	Nein	Nein	Nein	Mensch	Nein
	Weg vom Hund					
Helle Hunde A, C	77 96,3%	51 63,7%	19 37,3%	5 9,8%	4 80%	1 20%
	0 0%	29 3	32 62,7%	46 90,2%	1 20%	4 80%
	3 3,8%	3 6,3%				
Dunkle Hunde B, D	72 90%	55 68,8%	22 40%	7 12,7%	7 100%	3 42,9%
	3 3,8%	25 31,3%	33 60%	48 87,3%	0 0%	4 57,1%
	5 6,3%					
Mehrere Hunde E, F	75 93,8%	61 76,3%	32 52,5%	11 18%	7 63,6%	1 9,1%
	0 0%	19 23,8%	29 47,5%	50 82%	4 36,4%	10 90,9%
	5 6,3%					
Einzelne Hunde B, D	72 90%	55 68,8%	22 40%	7 12,7%	7 100%	3 42,9%
	3 3,8%	25 31,3%	33 60%	48 87,3%	0 0%	4 57,1%
	5 6,3%					

# Fragebogenauswertung







### Häufigkeitstabelle Fragebogen

Hund	Drei Kleine	Drei Grosse	Klein Weiss	Gross Weiss	Klein Schwarz	Gross schwarz	Ohne MK	Mit MK
	Sympathie	Sympathie	Sympathie	Sympathie	Sympathie	Sympathie	Sympathie	Sympathie
	Neutral	Neutral	Neutral	Neutral	Neutral	Neutral	Neutral	Neutral
	Angst	Angst	Angst	Angst	Angst	Angst	Angst	Angst
Total N=63	28 43,8%	33 51,6%	44 68,8%	41 64,1%	26 40,6%	32 50%	17 26,6%	8 12,5%
	36 56,3%	27 42,2%	20 31,3%	19 29,7%	38 59,4%	19 29,7%	9 14,1%	12 18,8%
	0 0%	4 6,3%	0 0%	4 6,3%	0 0%	13 20,3%	6 9,4%	12 18,8%
Männer N=28	12 42,9%	16 57,1%	14 50%	19 67,9%	10 35,7%	16 57,1%	N=16 9 56,3%	N=12 4 33,3%
	16 57,1%	10 35,7%	14 50%	8 28,6%	18 64,3%	7 25%	5 31,3%	6 50%
	0 0%	2 7,1%	0 0%	1 3,6%	0 0%	5 17,9%	2 12,5%	2 16,7%
Frauen N=36	23 63,9%	17 47,2%	30 83,3%	22 61,1%	16 44,4%	16 44,4%	N=16 8 50%	N=20 4 20%
	13 36,1%	17 47,2%	6 16,7%	11 30,6%	20 55,6%	12 33,3%	4 25%	6 30%
	0 0%	2 5,6%	0 0%	3 8,3%	0 0%	8 22,2%	4 25%	10 50%

## Fragebogen zur Wahrnehmung von Hunden

Bitte betrachten Sie die folgenden Hundebilder und kreuzen Sie spontan an, welches Gefühl bei Ihnen das Hundebild auslöst. Mit welcher Emotion würden Sie diesem Hund in der Stadt begegnen? Bitte kreuzen Sie das Zutreffende an.

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
Neutral							
Sympathie							
Angst							

Geschlecht:

männlich

weiblich

HERZLICHEN DANK!!!

Falls Sie wünschen über die Resultate der Studie informiert zu werden, besuchen Sie ab Juni 08 meine HP [www.scotties.ch](http://www.scotties.ch)









