

Waar

Copyright foto

trek
jij de
grens?

Voor een HondZakelijk werkbezoek kreeg ik een rondleiding in een hondenpension met een hondvriendelijk beleid waarbij de hond altijd met meerdere honden in een kennel zit. Ik zag honden die kwispelend voor het hek stonden, lekker in hun mand lagen of ‘buiten speelden’. Eén hond trok mijn aandacht: een witte Keeshond.

TEKST: **MARLEEN VAN BAAL** | FOTO'S: **SHUTTERSTOCK**

Hij zat in het midden van zijn kennel. Zijn blik was strak op de gang gericht. Hij hijgde, trilde over zijn hele lijf en als zijn drie kennelgenoten langs hem opliepen, zag je hem heel licht een wijkende beweging maken. Toen hij ons zag, veerde hij op. Ik kan zijn blik niet anders omschrijven dan ‘hoopvol’.

Ik vroeg de medewerkster of deze hond hier wel op zijn plek was. Ze zei: “O ja, dat is Ozzy. Hij komt hier ongeveer één week per maand omdat zijn baas dan voor zijn werk naar het buitenland moet.” Ik keek nog eens naar de hond, hij keek mij nu recht aan, met een ronduit verwachtingsvolle blik. Dit voelde helemaal niet goed voor mij. Ik vroeg of dit zijn normale gedrag was. “Ja” zei de medewerkster. “Hij vindt andere honden niet leuk. Hij eet ook slecht. Maar zijn baas zegt altijd dat hij daarmee mooi op gewicht blijft en dat hij hem dan lekker kan verwennen in de weken bij hem thuis. En als Ozzy écht moe wordt, gaat hij uiteindelijk wel slapen, hoor!” Ik vroeg haar nog of er geen andere oplossing was, omdat ik sterk de indruk had dat Ozzy niet happy was. “Nou nee, de eigenaar wil hem alleen bij ons brengen. Hij brengt Ozzy hier al vijf jaar.”

De grens van welzijn

Nu was de werkwijze in het pensioen niet de reden van mijn bezoek, dus kon ik niet meer doen dan mijn zorg uiten. Maar toch... Ozzy achtervolgt mij in mijn gedachten. Want waar ligt de grens van welzijn? Ik realiseer mij heel goed dat de grens van welzijn op veel manieren onder druk staat. Want jouw inkomsten worden bepaald door het koopgedrag van de klant. Dat maakt de wens van de klant vrijwel altijd bepalend. De klant wil iets en jij levert het en je behoudt de klant. Kies je ervoor om het niet aan te bieden, dan zal de klant het product of de dienst ergens anders aanschaffen.

Dus ik begrijp het als ik in de winkel konijnenhokken voor de verkoop zie staan, die ruimte bieden aan slechts één konijn. De meeste mensen willen tenslotte maar één konijn en deze mag niet te veel ruimte innemen. Dat

Copyright foto

“Maar toch... Ozzy achtervolgt mij in mijn gedachten. Want waar ligt de grens van welzijn?”

konijnen bij voorkeur samen leven en veel bewegingsruimte nodig hebben, is niet waar de gemiddelde consument van op de hoogte is en wat hij zomaar zal aannemen. Behalve natuurlijk als de voorlichting en de vakkennis in die winkel goed op orde is.

Ook bij hondenscholen zie ik een botsing tussen wat men aanbiedt en wat wenselijk zou zijn. Bazen willen dat hun hond leert luisteren, dus gaan ze naar de hondenschool. Ik zie regelmatig honden volledig overprikeld het trainingsveld op komen, nog voor de les begonnen is. Zij zijn eigenlijk niet meer in staat om te focussen en iets te leren. Deze honden en hun bazen zouden wellicht beter begeleid kunnen worden in een privéles. Maar de klant kiest daar niet voor en besluit elke week toch het hele uur vol te maken, ook al komt daar behoorlijk wat frustratie bij kijken voor zowel mens als hond.

WAT ZOU JIJ DOEN?

In mijn artikel vertel ik het verhaal over Ozzy, de witte Keeshond. Elke maand verblijft hij één week in het pension. In een hok met gezelschap van andere honden, een fijne mand en lekker eten. Maar Ozzy houdt niet van andere honden en gedurende zijn pensionweek rust en eet hij vrijwel niet. Hij komt al vijf jaar in dit pension en zowel eigenaar als pensionhouder hebben zich neergelegd bij zijn gedrag.

Mijn vraag aan jou: stel dat jij een eigenaar bent van een hondenpension en Ozzy is jouw klant. Wat zou jij doen?

- ❑ **Niets.** De medewerkster en de eigenaar hebben gelijk. Het is maar één week per maand. De andere drie weken van de maand heeft hij het meer dan goed.
- ❑ **Ozzy mag zeker blijven komen,** maar ik zou iets doen aan zijn verblijfplaats. Misschien zoveel mogelijk alleen huisvesten en als het druk is, dan zou ik een heel rustige hond bij hem plaatsen.
- ❑ **Ozzy mag niet meer komen.** Hij heeft het niet naar zijn zin, wat voor mij echt een voorwaarde is om een hond in mijn pension op te nemen. De eigenaar zal echt naar een andere oplossing moeten zoeken.

Reageren? Stuur je reactie naar redactie@dibevo.nl

Morele spagaat

Het is een ingewikkeld en tegelijkertijd interessant gegeven. Want waar ligt de grens van welzijn en waar ligt de verantwoordelijkheid van de ondernemer in de dierenbranche? Ik denk dat ik zonder twijfel kan stellen dat het merendeel van de ondernemers het allerbeste voor de dieren van hun klanten wil. Tegelijkertijd betreft het werk en ben je hiervan afhankelijk om een prettig inkomen te genereren. Je werkt daar ook hard voor. Dan is het dus best heel lastig als de klant, die belangrijk is voor jouw inkomen, producten of diensten wil afnemen die niet altijd het beste zijn voor hun dier. Dat zet jou als ondernemer in een soort morele spagaat.

En toch denk ik dat we wel degelijk een statement kunnen en eigenlijk ook wel móeten maken. Juist wij. De klant komt tenslotte bij ons om een product of dienst af te nemen voor zijn geliefde dier, omdat wij de deskundigen zijn als het gaat om welzijn voor dieren. De klant verwacht deskundig advies van ons. En dat kunnen wij bieden. Wij hebben tenslotte toegang tot de informatie van de maker van een product, wij hebben een netwerk van andere deskundigen die wij kunnen raadplegen. Maar dat niet alleen: wij hebben vakkennis en weten daardoor veel van dieren.

Met die informatie kunnen wij klanten optimaal informeren, hun adviseren en opties voorleggen. Daarmee zijn wij als ondernemers in de dierenbranche in staat het verschil te maken. Uiteraard zal het nooit 100% zijn. We zijn tenslotte niet verantwoordelijk voor het gedrag en de keuzes van onze klant. Maar we kunnen ze wel informeren,

adviseren en stimuleren om na te denken en vervolgens weloverwogen keuzes te maken. Gebaseerd op eerlijke informatie waarbij het welzijn van het dier centraal staat. Belangrijk is wel dat je dan ook incalculeert dat een klant kan kiezen om een product of dienst niet (meer) aan te schaffen, omdat hij zich realiseert dat het niet goed is voor zijn dier. Het mooiste zou zijn als jij dan een goed alternatief kunt aanbieden, zodat je toch nog iets kunt verkopen. Maar bedenk ook dat als de klant niet koopt door een weloverwogen beslissing, hij jouw eerlijke advies enorm zal waarderen. Dan koopt hij wellicht niet nu, maar reken maar dat hij bij je terugkomt en anderen over jou vertelt. En daar hebben jij, de klant én de dieren op de lange termijn het meeste baat bij! ←

MARLEEN VAN BAAL coacht ondernemers in de hondenbranche vanuit haar bedrijf HondZakelijk, waarbij ze zich zowel op de zakelijke en praktische als de persoonlijke kant van het ondernemerschap richt. Ben je benieuwd

HOND
ZAKELIJK

wat HondZakelijk voor jou kan betekenen? Mail Marleen dan via marleen@hondzakelijk.nl voor een gratis telefonische InZicht-sessie. Binnen een halfuur krijg je waardevolle tips en weet je of een HondZakelijk-coachtraject bij jou past.

