

Voorzomer:

- De verkoopkansen van de vijver
- Tien feiten over vlooiën en teken
- Het nieuwe huisdieren houden

Levende have van kinderboerderijen

Lease een dier!

Arie Blok Animal Nutrition staat voor kwaliteit en betrouwbaarheid. **Sterke merken** met trouwe gebruikers. 'Dichtbij de natuur' is het uitgangspunt. Alle producten zitten boordevol natuurlijke ingrediënten. En dat is exact wat de consument van vandaag vraagt.

Prima prijs, prima kwaliteit en prima marge.



Arie Blok graanproducten van hoge kwaliteit

Innovatie:

- Productontwikkeling op maat
- GMP+ gecertificeerd



HippoStar paardenvoeding

HippoStar Paardenvoeders zijn er in veel varianten: krachtvoerders, muesli's en graanmengelingen. In de topsport is HippoStar een vanzelfsprekende keuze. Maar ook voor paarden in maneges, de fokkerij en de recreatie is HippoStar onovertroffen.



Kasper Faunafood voeding voor hobbydieren

Innovatie:

- Een uitgebreid assortiment kleinverpakkingen (Hobby- en Goldline)
- Grootverpakking in nieuwe layout en in **20 kg!**



Hope Farms voeding voor konijnen, knaagdieren en fretten

- SuperTrio: compleet geperste voeding
- Select: gevarieerde Premium Mix
- Balance: gezond, uitgebalanceerd menu van geëxtrudeerde brokjes



Canex Dynamic hondenvoeding

Innovatie:

- Tarwe-glutenvrije en hypoallergene voeding
- Vrij van toegevoegde synthetische geur-, kleur- en smaakstoffen
- Boordevol natuurlijke ingrediënten



Colofon

Uitgever

Vereniging Landelijke Organisatie Dibevo
Postbus 94, 3800 AB Amersfoort
tel: 033-455 0433, fax: 033-455 2835
e-mail: info@dibevo.nl
website: www.dibevo.nl
bank: ING 6850 62287

E-mail redactie

redactie@dibevo.nl

Vaste medewerkers

Janine Verschure, Henk van Houwelingen,
Stijn Peters, Natasja Suselbeek

Grafische vormgeving

Gerard Voshaar

Advertentieacquisitie

Janny Freriks (j.freriks@dibevo.nl)

Tekstcorrectie

Joy Störmans

Druk

Veldhuis Media, Raalte

Abonnementen

- Abonnementenprijs 2016 Nederland € 96,50 (8 nummers)
- Cursisten ondernemersopleidingen € 78,50
- Medewerkersabonnementen voor Dibevo-leden met leveranciersstatus € 78,50
- Prijs van dit nummer € 9,65 (alle prijzen incl. 6% btw).
- Prijs buitenland € 153,-

Abonnementen kunnen op ieder gewenst moment ingaan en worden stilzwijgend met een jaar verlengd, tenzij je schriftelijk opzegt vóór 1 november. Een abonnementsjaar loopt van januari tot en met december.

Copyrights

Gehele of gedeeltelijke overname van artikelen in dit blad is slechts toegestaan na schriftelijke toestemming van de uitgever en onder bronvermelding.

Disclaimer

Het is mogelijk dat geïnterviewden in artikelen een mening verkondigen die niet overeenkomt met die van jou als lezer. De redactie van het Dibevo-Vakblad benadrukt dat citaten in een interview ("...") de mening van de geïnterviewde vertegenwoordigen en niet per definitie die van Dibevo. Daarnaast is Dibevo niet verantwoordelijk voor beweringen en claims in advertenties.

Over Dibevo

Dibevo is de landelijke brancheorganisatie voor ondernemers in de gehele gezelschapsdierensector. Ingeschreven bij de Kamer van Koophandel Gooi-, Eem- en Flevoland, nummer V40506478. Kijk voor meer informatie over Dibevo op www.dibevo.nl

BRANCHEORGANISATIE

Dibevo

ISSN

1878-8432



MIX
Papier van
verantwoorde herkomst
FSC® C092667

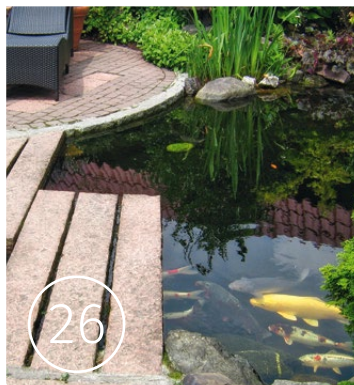
IN DIT NUMMER



12



32



26



6

DIBEVO & DE BRANCHE

Nieuwtjes van/over Dibevo-leden 6

COLUMN JOOST DE JONGH

Goeds 9

KENNISDAG OVER DE MEDIA

Help... een journalist! 11

DIEREN IN DE DIERENSPECIALZAAK

Een dierenspecialzaak zonder dieren
is als een bakker zonder brood 12

BLIK OP DE BRANCHE: GEBR. DE BOON

Vernieuw, verander, verras 17

COCCIDIOSE

De wereld van de sluipmoordenaar 18

GEZONDHEID

Tien vlooiën- en tekenfacts 21

DIBEVO & BELANGENBEHARTIGING

Uit Brussel, Den Haag en Amersfoort 23

WORKSHOPS SOCIAL MEDIA

De wondere wereld van Facebook 24

VIJVERS EN CIJFERS

"Dat ene woord" 26

BEDRIJF IN BEELD

Carnis: eerlijk voer 28

DIBEVO & INTERNATIONALE ONTWIKKELINGEN

Wat staat er in de buitenlandse bladen? 30

DIBEVO & LEDEN

Nieuwe leden en jubilerende leden 31

WEEK VAN HET HUISDIER

Het nieuwe huisdieren houden 32

BEDRIJF IN BEELD

Arie Blok Animal Nutrition 34

NIEUWE PRODUCTEN EN DIENSTEN

Noviteiten 36



Dierenwinkel XL

HENGLO – De 36-jarige Richard is al 12,5 jaar in dienst bij de vestiging van Dierenwinkel XL in Hengelo. Hij verzorgt de vogels en knaagdieren en staat soms ook klanten te woord. Niets bijzonders, zou je denken, maar Richard is wel degelijk bijzonder. Hij heeft een verstandelijke beperking en dat maakt hem niet een minder goede medewerker. “Richard is geweldig”, vertelt Remco Schlömer van Dierenwinkel XL. “Daarom wilden we van zijn jubileum iets fantastisch maken.”

Dat laatste is gelukt, want het heuglijke feit kreeg aandacht in kranten, op lokale én landelijke tv-zenders. “Het verhaal werd opgepikt door RTV Oost en Hart van Nederland”, vertelt Remco. “Ik stuurde Hart van Nederland daags van tevoren een mail en zij waren erbij op de dag dat Richards jubileum plaatsvond. Richard kwam, zoals elke dag, met de trein naar zijn werk. Op het station wachtten we hem op met een grote tractor – Richard is gek van tractoren – met daarachter een versierde platte wagen. Op die wagen stond een zetel, en zo werd Richard als een koning naar zijn werk gebracht.

Onder politiebegeleiding. Hij was compleet verrast en vond het geweldig.” Bij Dierenspecialzaak XL willen ze graag dat bedrijven en organisaties zien wat de toegevoegde waarde van iemand met een verstandelijke beperking kan zijn. Remco: “Richard heeft niet alleen voor de winkel een toegevoegde waarde, maar het is voor hem zelf ook erg belangrijk dat hij werkt. Hierdoor komt hij onder de mensen, spreekt hij met klanten en heeft hij verantwoordelijkheid. Waar veel ondernemers, bedrijven en organisaties iemand als Richard eerder zien als last, zien wij hem als verrijking van het team.”

PetsYmotion dier & kado

DEURNE – ‘Start-up RP Dogfood van de jonge ondernemer Bennie Janssen (27) komt met een revolutionaire en duurzame oplossing voor het hondenpoepprobleem. Volgende week presenteert dierenspecialzaak PetsYmotion een nieuw hondenvoer. Dit zorgt ervoor dat hondenpoeep een smakelijke lekkernij wordt voor met name de roek, een kraaiachtige vogel. Hiermee kan de overlast door hondenpoeep voor een groot deel teniet worden gedaan. Janssen, diervoedingsdeskundige, heeft anderhalf jaar aan het product gewerkt en gaat de komende periode bij de dierenspecialzaak van PetsYmotion zijn product promoten.’

Een geweldige 1 april-grap, waarin PetsYmotion de hoofdrol speelt. “Samen met een groep Deurnese ondernemers verzinnen we elk jaar zo’n grap”, vertelt Hans Steegs van PetsYmotion. “Dit jaar lieten we een professionele banner maken, er stonden artikelen in het Weekblad voor Deurne en bij ons voor de winkel stond iemand proefzakjes uit te delen. Als een klant zo’n zakje openmaakte, zat er een briefje in waarop stond dat ze er met twee voeten waren ingetrapt. Heel veel mensen hadden geen idee en waren echt helemaal verrast. Regelmatig kregen we de vraag of het ook bij andere vogels werkte. Dit was een superleuke grap, waar wijzelf misschien nog wel meer lol aan beleefden dan onze klanten!”



Dierenpension In 't Veld

HAAREN – Op zondag 3 april organiseerde Dierenwelzijncentrum In 't Veld een open dag. De opkomst was groot; er kwamen zo’n 800 mensen naar Haaren, in veel gevallen vergezeld door hun hond.

“Daar hebben we ook wel wat voor gedaan”, vertelt Anjo Brock van dierenpension In 't Veld. “We maakten de open dag via Facebook bekend, maar ook via onze nieuwsbrief. Daarnaast hebben we de nieuwsbrief en uitnodigingen in de omgeving verspreid.” Naast de inspanningen van Anjo en haar man Frans, speelde ook het weer een flinke rol bij de grote

opkomst. “Het was prachtig weer”, vertelt Anjo. “De mensen zaten hier tot acht uur ‘s avonds buiten, in hun T-shirt.” Op de open dag kwamen veel potentiële nieuwe klanten een kijkje nemen, maar Anjo vertelt dat het ook voor bestaande klanten heel leuk was. “Vaak zijn die ooit weleens achter geweest bij de dierenverblijven en de speelweides, maar voor veel klanten was dat jaren geleden. Ze vonden het leuk om het hele bedrijf weer

eens te zien. Achter op het terrein hebben wij een strook bos, ons ‘hondenbos’ waar honden heerlijk kunnen ravotten. Ook dat is iets wat sommige klanten nu pas met eigen ogen konden zien. Bij het speelbos stond een medewerker die mensen tips gaf om ervoor te zorgen dat ook hun hond gezellig met andere honden ging spelen. De meest gehoorde tip? Dat de baas zelf even buiten het hek moest gaan staan. Dan zie je vaak dat ook de terughoudende honden uit zichzelf hun soortgenoten opzoeken om te spelen.”



Discus Molenkamp

ZELHEM – Discus Molenkamp is 'klaar'. Een jaar van verbouwen is achter de rug en tijdens de openhuisdagen op 22 en 23 april werd de winkel feestelijk aan de klanten gepresenteerd. Feestelijk én smakelijk, want er was patat voor hond en baas.

“Uit het frietvet voor de baas, en voor de honden uiteraard onze Doggyfries”, lacht Arjan Berendsen. “Er is stevig van gegeten. Het was gezellig druk in de winkel en de mensen waren zeer te spreken over de winkel. Van een klant kregen we een doos gebak met foto's van honden en katten erop, zulke dingen vind ik echt heel leuk.” Een van de belangrijkste gevolgen van de verbouwing is dat de toonbank nu centraal, midden in de winkel staat. “We kunnen van achter de toonbank de hele winkel overzien”, zegt Arjan. “Bovendien hebben we de artikelen die vroeger achter de toonbank stonden, onder andere de vlooiën- en wormenmiddelen en supplementen, nu in het schap staan waar je op kijkt van achter de toonbank. Mensen kunnen daar zelf voor gaan staan en hun spullen pakken, en als het nodig is help je ze. Ik vind dat echt een aanrader: de ruimte achter je toonbank ziet er veel rustiger uit. Bij de drogist pak je ook je eigen paracetamol en vragen ze bij de kassa of je er nog vragen over hebt. Dat doen wij ook. De toonbank heeft een U-vorm en drie hoeken waar je met een klant in gesprek kunt.”

Arjan vertelt dat 'zijn' DoggyFries en hondenbier nog steeds voor tevreden klanten zorgen. “Mensen vinden het leuk”, zegt hij. “Ik verkoop ze vooral veel in pakketten. Daarin zit dan bijvoorbeeld hondenbier, een zak friet en een speeltje voor de hond. We krijgen hier regelmatig mensen in de winkel die zelf geen hondenbezitter zijn, maar die op zoek zijn naar een cadeautje voor



mensen die wel een hond hebben. Dan is dit een leuk alternatief voor een fles wijn.”

Een voordeel van de 'openhuisdagen' is volgens Arjan dat je nieuwe gezichten in de winkel ziet. “We hadden juten boodschappentassen met ons logo laten maken, iets blijvends voor de klant. Vrijdag was ik in de supermarkt en zag ik al mensen met zo'n tas lopen. Nieuwe gezichten en bekendheid. Daar doe je het voor, maar ook een blijk van waardering van je klanten, in de vorm van zo'n doos gebak. Daar word je toch vrolijk van?”

Prins Petfoods

VEENENDAAL – Prins Petfoods breidt uit met een derde pand. Dat wordt het onderkomen van het unieke onlineplatform Lifestyle for pets, dat in samenwerking met deelnemende dierenspecialisten alle activiteiten, trends en kennis op huisdiergebied samenbrengt.

Prins gebruikt het nieuwe pand, dat net als de andere twee bedrijfspanden en de fabriek aan de Accustraart in Veenendaal staat, om verder te bouwen aan het uitdragen van kennis en kunde. Lifestyle for pets, dat via www.lifestyleforpets.tv in de lucht is met een uniek online-tv-kanaal, informatieve blogs en een webshop met kwaliteitsproducten, krijgt zijn thuisbasis in het nieuwe pand. Daar is onder meer ruimte voor opnamestudio's. Daarnaast werkt Prins in het nieuwe gebouw aan een *experience center* met onder meer een dierencafé en een museum, zodat er een complete beleving op huisdiergebied ontstaat.



Vals

DOOR FRANS TEMPEL | AUREN HR SERVICES

Meedoen is belangrijker dan winnen zeggen ze. Volledig onzin natuurlijk. Bij een beetje competitie gaat het uiteindelijk maar om één ding en dat is winnen. Maakt niet uit hoe, als er maar wordt gewonnen. Dat begint tegenwoordig al als je op zesjarige leeftijd aanmeldt bij de lokale sportvereniging. Vanaf dat moment wordt wekelijks aan je gevraagd of je hebt gewonnen. Geen vraag over hoe leuk de wedstrijd was, alleen de vraag over winnen. Graag antwoorden met alleen ja of nee. Maar wat als je niet wint en dat van jezelf of anderen toch moet? Of dat je riante inkomen ervan afhangt? Wat ga je dan doen? Nog har-

der trainen, of kies je voor de makkelijkere oplossing: valsspelen? We kennen genoeg voorbeelden van topsporters die zich vergrepen aan verboden middelen of die gebruikmaakten van foute dokters met bloedtransfusies. Allemaal met maar één doel: winnen. Valsspelers kennen we ook dicht bij huis. Het gezellige avondje klaverjassen kan zomaar uitmonden in een grootschalige ruzie als het valsspelen wordt ontdekt. Vriendschap volledig verpest, maar gelukkig wel gewonnen. Dat biedt troost. En dan hebben we nog de financiële valsspelers: de zwartsparenders die voorheen hun

geld buiten het zicht van de fiscus hielden in Zwitserland, of die alleen op papier emigreerden naar een belastingparadijs zoals Monaco. Dat is belastingontduiking en dat mag niet. Belastingontwijking mag wel. Dus zoals je in de media kon lezen, kan de slager op de hoek met een vennootschap op de Britse Maagdeneilanden met een trust in Panama, op legale wijze zijn belastingdruk verlagen. Valsspelen? Jij mag het zeggen. Ik weet één ding zeker: dit jaar ga ik op vakantie naar Panama en dat heeft niets te maken met valsspelen.

Dierenspeciaalzaak De Kinderen

GEFFEN – Dierenspeciaalzaak De Kinderen bestaat 25 jaar. Het bedrijf van Bart en Anita de Kinderen dankt zijn naam aan de achternaam van het echtpaar, maar ook aan het feit dat kinderen er een belangrijke rol spelen. Ze zijn namelijk de klanten van de toekomst. Op 16 april was er een open dag in de dierenspeciaalzaak waarbij er van alles te beleven was voor de bezoekers. Zo was er gratis patat, een huisdierenfotograaf, en – natuurlijk – heel veel te doen voor kinderen. In de vorm van een dierenknuffelhoek, springkussen en de mogelijkheid om zich te laten schminken. Naast kinderen waren met name honden ook goed vertegenwoordigd. Dat kwam vooral vanwege een leuke actie die Dierenspeciaalzaak De Kinderen organiseerde in samenwerking met Beeztees. Degene die de leukste foto maakte in het Beeztees-hondenbad dat voor de winkel stond, maakte kans op een jaar lang gratis hondenshampoo van Beeztees.



Fotograaf en winnaar van een jaar lang Beeztees hondenshampoo: Daniëlle Koopmans.

Pets&Co Kleverpark

HAARLEM – Op 28 mei bestaat dierenspeciaalzaak Kleverpark, sinds kort Pets&Co, vijf jaar. Er is de afgelopen tijd voor Amanda Beck, eigenaresse van deze winkel heel veel veranderd, maar een ding bleef hetzelfde: de passie voor haar winkel.

Laten we beginnen met de overstap naar Pets&Co. Amanda: “Kortgeleden zijn we verhuisd en nu is de winkel anderhalf keer zo groot. Ik wilde graag sterker worden, groeien en Pets&Co wilde me graag hebben. Soms vond ik het lastig het gevoel te hebben ‘er alleen voor te staan’, en dat is nu niet meer het geval. Bovendien”, zo lacht ze, “past de vrolijke uitstraling van Pets&Co prima bij mij en mijn winkel.”

Amanda's website knalt van het scherm, in haar winkel (gele vloer met blauwe en rode spikkels) is geen spootje somberheid te bespeuren en ook haar stem klinkt vrolijk. Toch waren er de afgelopen tijd best wat minder leuke zaken die het leven van Amanda bepaalden. “Mijn gezondheid laat me een beetje in de steek”, zegt ze. “Ik had al zes jaar rugklachten en nu hebben ze ontdekt dat ik de ziekte van Bechterew heb, een reumatische aandoening waarbij je met name last krijgt van je heupen en onderrug. Zwaar werk en tillen is moeilijk maar we zijn nu bezig de medicatie vast te stellen en op te bouwen. Ik heb veel vrijwilligers en lieve mensen die me helpen in de winkel. De ziekte is lastig, maar ik zie elke dag als een nieuwe uitdaging en geniet van elke dag.” Die uitdaging zoekt Amanda niet alleen in haar winkel, maar ook in de media. Sinds kort is ze namelijk naast dierenspeciaalzaakondernemer ook radiopresentator. “Dat is echt hartstikke leuk”, zegt ze. “Op deze manier kun je jezelf wegzetten als specialist, laten zien – horen – dat je kennis van zaken hebt. Ik krijg hier in de winkel leuke reacties van mensen die het programma hoorden op de radio. Ik denk dat dit er ook toe bijdraagt dat mijn winkel kan groeien en uitbreiden. Want daar ga ik, ondanks alles, gewoon mee door!”



FOTO: JIANE VERSCHURE

Diertotaal Utopia

GOUDA – Peter de Klerck van Diertotaal Utopia denkt steeds groter: sinds kort is zijn vierde winkel een feit, maar die is wel ‘anders dan anders’.

“Het is een kleine winkel van zo’n 140 vierkante meter,” vertelt Peter, “gevuuld met vooral het assortiment van Van der Meer Diertotaalgroothandel. Deze vierde winkel is een pilotproject dat ik samen met Van der Meer heb opgezet. Ze hebben al een dergelijke winkel in Drachten, de mijne is de tweede.” De vierde winkel van Peter de Klerck is wel ‘gewoon’ een Diertotaal Utopia. In de schappen liggen ook de gebruikelijke privatelabelproducten, maar daarnaast enkel artikelen van Van der Meer. “Die vult Van der Meer automatisch aan”, vertelt Peter. “Zij leveren wat er dagelijks verkocht wordt. Zo kun je heel efficiënt werken en hoef je je alleen maar bezig te houden met

de verkoop, niet met inkoop. Als in deze winkel een klant een product wil dat we niet hebben, vertel ik dat dat komt vanwege ruimtegebrek maar dat we het uit een andere vestiging kunnen laten komen. De klant merkt niet eens dat de nieuwe winkel een ander type bedrijf is.”

“Wat wij doen is *replenishment*”, zegt Rick van der Meer. “Het is afgekeken van supermarkten. We lezen de kassaverkopen uit en leveren de spullen die verkocht worden. Zo neem je de winkelier een hoop werk uit handen. Ik las dat ze dit in Amerika aan het proberen zijn en wilde ook in Nederland zien of het werkt. En met de juiste winkeliers werkt het. Ons assortiment is flexibel, dat

kunnen we aanpassen aan de wens van de winkelier. Ik geloof in deze vorm van verticale samenwerking, waarin het draait om fabrikant, groothandel, winkel en consument. Bij horizontale samenwerking heb je winkels die samen een formule vormen. Daarin ben je veel bezig met verkopen aan elkaar, terwijl je bij verticale samenwerking bezig bent richting die consument te verkopen. Sommige ondernemers vinden juist het spel van inkoop, afdingen en met vertegenwoordigers in de weer zijn, heel leuk. Voor hen is deze pilot niet geschikt, omdat je in dit concept als winkelier voornamelijk bezig bent met verkopen. Dat is toch waar het om draait. Ik zeg altijd: om een goede verkoper te zijn, moet je van mensen houden, veel meer dan van dieren of spullen. Per slot van rekening verkoop je niet aan die hond, maar aan zijn baas.”

Dierbaar-middag

Op 19 april vond, op een wel heel bijzondere locatie, de jaarlijkse bijeenkomst plaats van bedrijven met het Dierbaar-keurmerk. Een selecte groep topondernemers reisde af naar de 'Universiteit van de Geit', een geitenboerderij te Hoogland, waar ze leuke lezingen kregen voorgeschoteld over omgaan met journalisten en het maken van videofilms.

Voor de lezing van David Gribnau, die een interessant verhaal hield over omgaan met journalisten, verwijzen we naar pagina 8 van dit vakblad. Corine Bruinier en Marije de Zwaan hielden een voordracht over het maken van videopresentaties.

In Nederland hebben 10 miljoen mensen een smartphone en het kijken naar videofilmpjes is hot & happening. Mensen raken niet uitgekeken op Facebook en YouTube en eigenlijk kan iedereen met een smartphone, een vaste hand en leuke dingen om vast te leggen (en die zijn er in onze branche gelukkig meer dan genoeg), een filmpje maken. Film is vaak persoonlijker dan een stukje tekst, het is leuker om naar te kijken

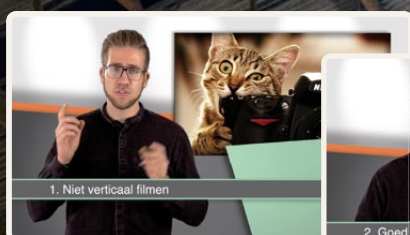


FOTO: JANINE VERSCHURE

en houdt daarom de aandacht langer vast. Bovendien zorgt een filmpje voor meer beleving van jouw product of dienst bij degene die het ontvangt.

"Het was echt een heel leuke middag", vertelt

Mieke Pape van Dibevo. "De ondernemers waren enthousiast over hetgeen ze leerden maar vooral is de middag ook een leuke gelegenheid om elkaar als 'dierbaren' te ontmoeten en 'Dierbaar-ervaringen' uit te wisselen."



← Beelden uit de instructievideo over 'vloggen'

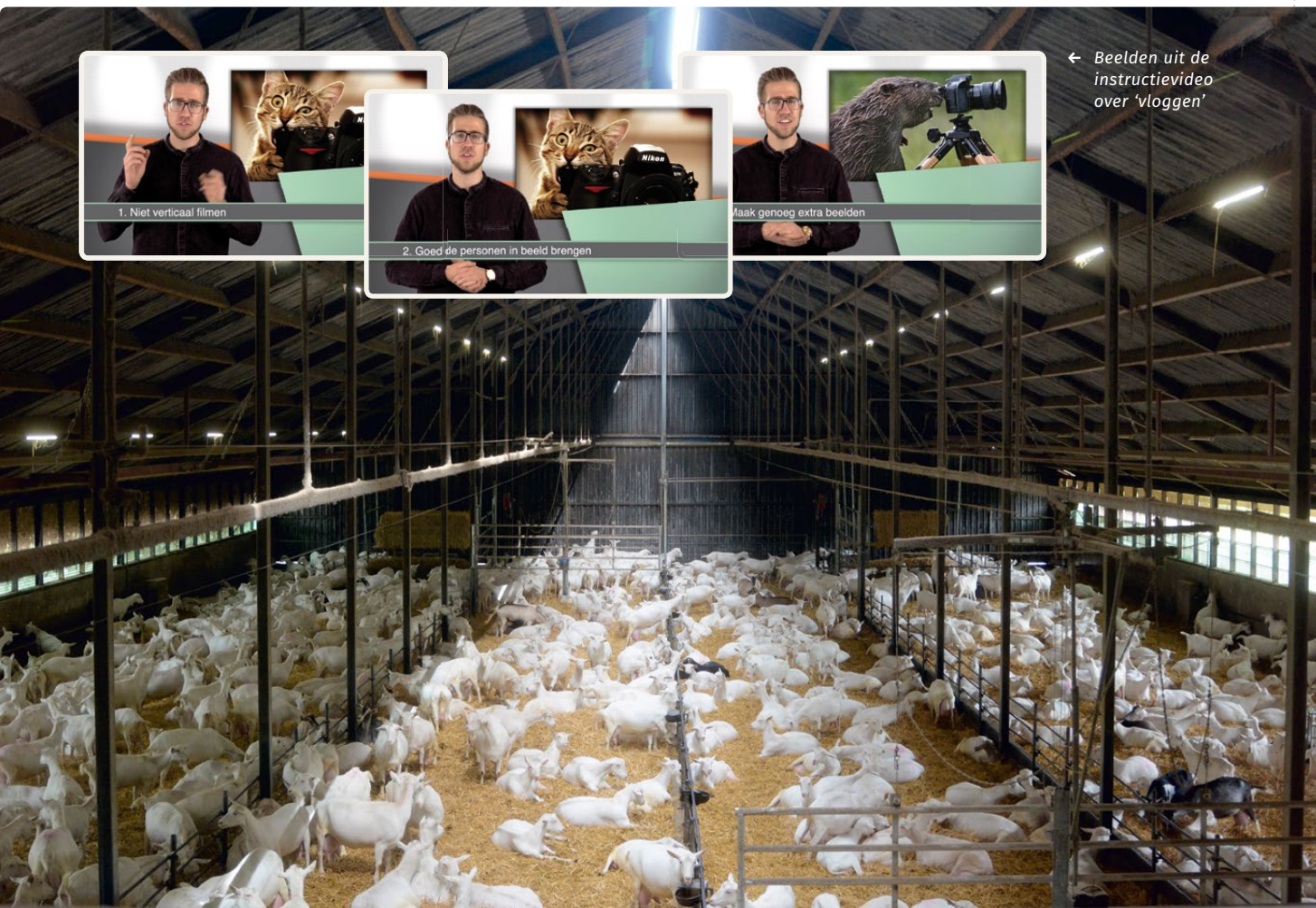


FOTO: JANINE VERSCHURE

Vanuit de zaal keken de deelnemers aan de Dierbaar-middag uit op de 900 geiten die gehuisvest zijn in de Universiteit van de Geit.

beaphar®

MILQUESTRA

"Haal eruit wat erin zit!"



Eenvoudig toe te dienen, meestal **1 tablet** per dier

- Hond **1 tablet** per **5kg** of **1 tablet** per **25kg**
- Kat **1 tablet** per **2kg** of **1 tablet** per **8kg**



Kleine tabletten



breed
spectrum

Breedst werkend ontwormingsmiddel



runder
smaak

Rundvleessmaak, zeer hoge acceptatie.



nr. 1

Bevat de **nr. 1** gebruikte werkzame stoffen voor ontworming in Nederland



Hét nieuwe ontwormingsmiddel op basis van milbemycine en praziquantel

Beaphar. De mensen die van dieren houden

Beaphar Nederland BV | 073 599 86 00 | www.beaphar.nl | www.wegmetwormen.nl





COLUMN JOOST DE JONGH

Goeds



Dat brengt deze tijd ook! Waarom? Omdat niets meer 'zomaar' gaat.

Dat maakt én houdt een mens scherp. Zeker de echte ondernemers onder ons. Die bruisen weer van ideeën. Je ziet om je heen daardoor weer veel leven in de brouwerij. Ja, letterlijk! Als je naar al die prachtige lokale bieren kijkt die door het hele land heen gebrouwen worden, altijd ingegeven door een brouwer – is ook een ondernemer – die op zoek is naar iets nieuws voor zijn klanten.

En te vinden of te bedenken is er, met een beetje geluk, altijd wel weer iets nieuws. Daarnaast, geluk is veelal voor de ijverigen. Er wordt niet voor niets gezegd 'geluk kun je afdwingen.' En als er iets misgaat, kijk eerst bij jezelf: was mijn idee wel zo briljant? Heb ik er genoeg energie in gestoken? En geef vooral niet te snel op. Het meeste succes in het bedrijfsleven is behaald door mensen die vlak voor de finish doorgingen waar anderen net te vroeg opgaven. Trouwens, daarbij nog en tip: er is niets mis met 'beter goed gejat dan slecht zelf verzonnen.'

Iets wat wél zelf is bedacht, is de verandering van het vakblad. Wat je nu in je hand hebt, is daar al weer het vierde bewijs van. Leg dit nummer maar eens naast een van vorig jaar. De moderne opmaak, de aantrekkingskracht, de inhoud, de informatie, daar zijn echt grote slagen in

gemaakt. Daardoor komen er ook weer meer adverteerders op af. Dank, dank, dank daarvoor! Waardoor weer meer ruimte voor redactie. Gevolg: een dikker blad met daarin veel te lezen.

Ook zelfbedacht zijn de Dibevo-vakdagen van eind oktober. De belangstelling die er nu al is om daar te exposeren of lezingen te geven, doet mij denken: ook dit wordt echt wat! De opzet is niet die van een vakbeurs maar van een modern ontmoetingsevent waar je samen met je collega's uit het hele land je kennis kunt bijspijkeren – altijd nodig, geloof mij nu maar! –, waar je ook ervaringen kunt uitwisselen en het nieuwste op productgebied kunt zien, waar je bij bent als de dierenpecialzaak van het jaar 2016 wordt bekendgemaakt. Dat allemaal in een locatie die barst van de sfeer.

Lezen (het vakblad) en komen (de vakdagen) dus!



Verfrissende artikelen voor honden!

Ideaal voor een lekkere verfrissing van het dier tijdens het zomerseizoen. In de auto, tijdens het spelen, training of een andere sportactiviteit. De inhoud van deze producten (kragen, harnas, mat) bevat gel die voor een lagere lichaamstemperatuur van het huisdier zorgt. Zo krijgt de hond verkoeling en kan hij zijn temperatuur beter regelen. Het speelgoed is gemaakt van duurzaam rubber en gevuld met 100% gezuiverd water. Zo kun je de producten eenvoudig bewaren in de vriezer. Na een volledige bevriezing zijn ze gebruiksklaar. Geschikt voor elk type hond en ook aanbevolen voor puppytandjes.



CROCI
SPA
Quality & Service for Pets

ITALY - HEADQUARTER
Via S. Alessandro 8
21040 Castronno (VA) - Italy
Tel.: +39 0332 870860
info@crocitradings.it

GERMANY - BRANCH
Liebigstraße 1 63110 Rodgau
Tel.: +49 (0) 6106 - 6901-50
info@amtra.de

www.croci-group.com



Wij zijn op zoek naar een enthousiaste
parttime vertegenwoordiger of agent M/V

Jij bent een gedreven verkoper, die het
een uitdaging vindt om bestaande
relaties verder uit te bouwen en actief op
zoek te gaan naar nieuwe relaties.

- ervaring in de branche is een pré
- representatief, flexibel en zelfstandig
- minimaal 3,5 dag per week
- voorkeur wonend in het midden v/h land

Heb jij interesse, mail jouw CV voorzien
van foto en motivatie uiterlijk 21 mei a.s.
naar mariella@animalfactory.nl.

Kijk voor meer bedrijfsinformatie op
www.AnimalFactory.nl.



Innovatieve producten voor uw hond

www.AnimalFactory.nl

Voordorpsedijk 29A * 3737 BL Groenekan * +31(0)302715486 * info@animalfactory.nl



& VAKDAGEN 2016
Dibbevo

30 EN 31 OKTOBER 2016

Help... een journalist!



Eind maart vond in Leusden een voor Dibevo unieke workshop plaats over omgang met de media. De moraal van het verhaal: publiciteit kan mooie dingen doen voor je bedrijf, maar ook als een journalist je benadert over minder rooskleurige zaken, is het belangrijk hem (of haar) op een goede manier te woord te staan.

TEKST: JANINE VERSCHURE | FOTO'S: HENK VAN HOUWELINGEN EN SHUTTERSTOCK

Zoals vele zaken in het leven kun je ook 'nieuws' onderverdelen in twee categorieën: goed en slecht. Goed nieuws kan gaan over leuke bedrijfsdingen zie jij zelf de wereld in wilt slingeren, terwijl je bij slecht nieuws over je onderneming wellicht liever met je hoofd veilig in het zand blijft zitten. Laten we beginnen met het goede nieuws:

Goed nieuws

Als je een leuk of wetenswaardig bericht hebt over je bedrijf dat je wereldkundig wilt maken, is een persbericht een van de middelen om een redacteur van bijvoorbeeld een krant op een eenvoudige manier van kopij te voorzien. Rondom dierendag is er vaak meer dan genoeg te vertellen, maar er zijn vaker leuke, nieuwswaardige feitjes die bijvoorbeeld regionale kranten graag publiceren. Wat denk je van een toptien van kattenrassen of hondenrassen die het vaakst bij jou over de vloer komen? Of in deze tijd van het jaar een bericht over vlooiënbestrijding waarin je en passant je bedrijf noemt? Een andere tip: mocht er zich binnen jouw klantenbestand een bekende

Opbouw van een persbericht

- Pakkende kop en liefst met wat humor.
- Nieuws: wat, wie, waarom, waar, wanneer en hoe?
- Verificatie: feiten, citaten van belanghebbenden.
- Details: achtergrondinformatie.
- Toekomst: 'wat gaat er verder gebeuren?'
- Niet te lang: maximaal één pagina, liefst korter.

Nederlander bevinden, vraag diegene dan eens of hij zin heeft om in promotionele zin wat voor je bedrijf te doen. BN-ers zijn niet voor niets bekend, vaak vinden ze het leuk om hun gezicht te laten zien en als je het vraagt: nee heb je, ja kun je krijgen. Naast een persbericht kun je natuurlijk ook een bijzondere foto maken met een heel kort onderschriftje. Beeld

zegt soms meer dan tekst.

Gribnau: "Nieuwsmomenten kun je veelal plannen. Het is vrij simpel om een jaarkalender te maken en daarop aan te geven in welke tijd van het jaar je bepaalde onderwerpen of evenementen in een persbericht wilt verwerken."

Slecht nieuws

Stel: er was brand in jouw winkel, jij staat in je nachtjapon buiten en een journalist vraagt je of er dieren gedood zijn. Wat zeg je dan? Of er was een naar bijtincident in je pension en jij krijgt de vraag hoe dat heeft kunnen gebeuren? Het zal niet dagelijks zijn dat je als ondernemer in onze branche met dergelijke crisissituaties geconfronteerd wordt, maar toch is het verstandig om er vooraf over na te denken hoe je dan te werk gaat. Gribnau: "Het is belangrijk een journalist niet als je vriend te zien, maar ook niet als je vijand. Vertel wat er gebeurd is, wat je weet maar geef liever niet je persoonlijke mening. Bedenk vooraf wat je wel en niet kwijt wilt en maak met je personeel afspraken over wie, wanneer, wat mag zeggen. Vraag of je het artikel vooraf even mag lezen om te checken op feitelijke onjuistheden, dan weet je ook zeker dat er geen woorden verdraaid worden of onzin wordt verkocht." ←

David Gribnau

De workshop werd gegeven door David Gribnau, een pr-adviseur die zich heeft gespecialiseerd in mediarelaties. Gribnau is goed ingevoerd in de wereld van journalisten en weet precies welk type nieuws kans maakt op publicatie. Dit alles met het motto dat niet alleen het bedrijf, maar ook de journalist geholpen is met een goed verhaal.



Do's-and-don'ts

- Geef feiten – geen persoonlijke meningen
- Spreek namens het bedrijf – spreek nooit voor of over anderen
- Vertel de waarheid – lieg nooit
- Wees positief – wees niet defensief, val de journalist niet aan
- Wees bereid toe te lichten – zeg nooit 'geen commentaar'
- Vertel wat en waarom – zeg niet slechts 'ja' en 'nee'
- Blijf zakelijk – praat nooit 'off the record'
- Gedraag je vriendelijk – maar onthoud: de journalist is niet je vriend
- Tot slot: het interview is niet afgelopen totdat je op weg naar huis bent



DIEREN IN DE DIERENSPECIAALZAAK

Een dierenpeciaalzaak zonder dieren is als een bakker zonder brood



Net als heel veel ondernemers en consumenten vinden we bij Dibevo dat er in een dierenpeciaalzaak of tuincentrum met een afdeling 'dier' nu eenmaal dieren thuishoren. Er is echter een groeiende groep mensen die vindt dat het welzijn van name konijnen, kleine knagers en ratten in gevaar is, als ze via de dierenpeciaalzaak of het tuincentrum verkocht worden.

TEKST: JANINE VERSCHURE

Eerlijk is eerlijk, het gebeurt: dat er een kind je winkel binnenkort, met oogjes vol liefde naar een jong konijn getrokken wordt en naar opa opkijkt met de woorden: 'Aah, mag ik deze?' Als zo'n grootouder dan zijn portemonnee trekt, zou jij hem als verkoper moeten wijzen op zijn verantwoordelijkheid naar dat konijn toe. "Soms gebeurt dat", zegt Gerrit Hofstra van Dibevo. "Maar soms ook niet. En hoewel het in sommige gevallen heus wel zo

is dat mensen ook na een impulsieve aankoop een leven lang gelukkig zijn met een dier, gebeurt het ook dat zo'n dier na een tijdje eenzaam in zijn hok zit te verpieteren. Daar willen wij als brancheorganisatie wat aan doen, en dat doen we door middel van drie projecten. Want wat ons betreft zijn de dierenpeciaalzaak en het tuincentrum met een afdeling 'dier' de meest gecontroleerde en meest transparante verkoopkanalen met gegarandeerd deskundige verkopers."

Kennis

Gerrit: "Dibevo heeft zich er al jaren voor ingezet dat er een verplichte opleiding komt voor mensen die dieren verkopen. Gelukkig is deze verplichting inmiddels ook in de wet opgenomen. Hiermee zorgen we ervoor dat de detailist de goede informatie kan geven. En dus inderdaad ook aan de bel trekt als er sprake lijkt te zijn van een onverstandige impulsaankoop. Bij twijfel kan verwezen worden naar een leaseconstructie of naar een opvang."

Dieren leasen

Dit initiatief ontwikkelde Dibevo in samenwerking met de Vereniging van Samenwerkende Kinderboerderijen Nederland (vSKBN) en Arie Blok Diervoeding. Het project 'lease een huisdier' kreeg al veel media-aandacht, onder andere in het radioprogramma *Vroege Vogels*. Gerrit: "Consumenten die overwegen een rat, konijn of kleine knager aan te schaffen, kunnen via de kinderboerderij tijdelijk zorgen voor het dier van hun keuze om te zien of het bevalt. Via een bij Dibevo aangesloten dierenpecialzaak krijgen ze een kilo gratis voer en lenen ze benodigdheden tegen een borgsom. Als het dier blijft, kopen ze die spullen. Op dit moment draait er een pilot met een kinderboerderij en het plan is om dit idee verder uit te rollen."

Dieren uit de opvang

Gerrit: "Dibevo bespreekt momenteel, in samenwerking met de Dierenbescherming, de mogelijkheden om konijnen die in de opvang zitten via de winkel aan te bieden. Dat kan zijn door de dieren in de dierenpecialzaak of tuincentrum met een afdeling 'dier' te huisvesten en van daaruit te verkopen, of door in de winkel alleen 'voorbeelddieren' te tonen. Die zijn in principe niet voor de verkoop en worden op een zo goed mogelijke manier gehuisvest. Dus in een ruim, comfortabel verblijf dat als voorbeeld kan dienen voor consumenten die thuis ook een konijn willen. Als mensen een dier willen aanschaffen, verwijst de ondernemer naar de opvang." Ook dit project, dat gedeeltelijk gesubsidieerd wordt door het ministerie van Economische Zaken, bevindt zich momenteel in de pilotfase.

Konijn als gezinslid

Peter de Klerck is eigenaar van inmiddels vier dierenpecialzaken én het Dierbaar-keurmerk. Peter betreft zijn konijnen en cavia's al jarenlang via een plaatselijke kinderboerderij, omdat hij vaak bepaald niet onder de indruk was van de kwaliteit van levende have die hij elders kocht. "De verkoop van levende have is een fractie van wat het ooit was", zegt hij. "Mijn vader zegt dat hij 25 jaar geleden soms twintig konijnen per week verkocht. Vandaag de dag



FOTO: PETER DE KLERCK



FOTO: JANINE VERSCHURE



Konijn in de kinderboerderij waar Peter de Klerck zijn dieren koopt.

FOTO: JANINE VERSCHURE

100%
NATUURLIJK

ECOSTYLE
Van nature bewaard!

GEZOND GEKRUID!

MET DE KRACHT VAN DE NATUUR

NIEUWE
VERPAKKING
VERTROUWDE
INHOUD



Elke receptuur bevat meer dan 10 soorten kruiden, vanuit kennis en ervaring samengesteld, passend bij het probleem dat speelt of juist bij de leeftijd van het dier. Zij zorgen voor een actieve ondersteuning van de spijsvertering en leggen accenten op de verzorging van de probleemgebieden. Dit zorgt voor extra diergezondheid en resulteert in een gezonde en vrolijke hond of kat.

Voor het verzorgen van de complete administratie en belastingaangiftes voor dierenspecialzaken!

- Met tussentijdse resultaten/overzichten
- Persoonlijk aanspreekpunt en begeleiding



Boekhoud- en Administratiekantoor
A. Hommersom B.V.

Burg. Lodderstraat 15 - 4043 KL Opheusden - Tel. (0488) 44 14 11
administratie@hommersom.com - www.hommersomadministratie.nl

TE KOOP

GOEDLOPEND DIERENPENSION

met woning, centraal
gelegen in Friesland.
Voor informatie:
tel. 06-51479244

Promoot je
bedrijf met
een **gastblog**

Hoe? Ga naar
dibevo.nl/gastblog
voor meer informatie

Als Europees marktleider voor
huisdieraccessoires belevt
TRIXIE Heimtierbedarf GmbH &
Co. KG nu al 5.000 retailklanten
in Duitsland met een groot assortiment van circa 6.500 artikelen
voor honden, katten, vogels, knaagdieren, reptielen en vissen. We
hebben 42 vertegenwoordigers voor het beheer van ons klantenbe-
stand in Duitsland, Oostenrijk, Frankrijk en Engeland.



In de toekomst krijgen Nederlandse dierenspecialzaken de mogelijkheid om items rechtstreeks te bestellen bij ons centrale magazijn in Duitsland. De directe levering vanuit het 43.000 m² grote logistieke centrum kan binnen 2-3 dagen na bestelling worden uitgevoerd, met een uitstekende beschikbaarheid van de producten.

Moderne technologie, snelle levering, klantgerichte service en gemotiveerde medewerkers zijn de succesfactoren, die nu dankzij de rechtstreekse verkoop nu ook voor Nederland beschikbaar komen. Veel van de TRIXIE-productlijnen zijn binnen het bedrijf ontwikkeld, geïnspecteerd en getest. Hoge kwaliteitsnormen zijn net voor ons net zo vanzelfsprekend als de zorgvuldige behandeling van klachten.

Per direct zijn wij op zoek naar een

Commercieel medewerker buitendienst Nederland

Bekijk onze website voor ons actuele vacatureaanbod:
www.trixie.de

Bent u geïnteresseerd, neem dan contact op met TRIXIE op
tel. +49 4638 2109 160, of e-mail: sales@trixie.de. Of bezoek TRIXIE
op Interzoo 2016. U vindt onze stand in Hal 6 op nummer 108.

verkoopen wij met vier winkels, als we een topverkoop hebben, er vijf. Het konijn is uitgegroeid van een dier dat vooral leuk was rond de kerst, tot een heus gezinslid. Dat is een goede zaak, en ik vind ook oprecht dat aandacht voor welzijn van dieren ontzettend belangrijk is. Niet alleen voor dat dier, maar voor onze hele sector. De lobby tegen de verkoop van levende have in dierenpeciaalzaken wordt steeds sterker, en die kunnen wij alleen het hoofd bieden door te doen wat de publieke opinie vandaag de dag van ons vraagt: uitgaan van het welzijn van dieren.”

Wat ‘goed’ is

Als je uitgaat van het welzijn van het dier, zorg je ervoor – in het geval van het konijn – dat het niet alleen hoeft te leven. Konijnen zijn groepsdieren, en als verkoper zou je jouw klanten daarop attent moeten maken. Daarnaast moet een dier goed gehuisvest zijn, maar over wat dan ‘goed’ is, zijn de meningen verdeeld. “Ik sprak laatst een collega,” zegt Peter de Klerck, “een van zijn klanten was op zoek naar een specifiek konijn, en hij verwees hem naar de opvang. Maar een dag later kwam die klant terug bij hem in de winkel om daar een konijn aan te schaffen. Bij de opvang hadden ze namelijk gezegd dat hij een verblijf nodig had van enkele vierkante meters, en dat paste niet in zijn huis.”

“Natuurlijk kan het niet zo zijn dat mensen die op een flat wonen geen konijnen kunnen houden”, vult Gerrit Hofstra aan. “Denk bijvoorbeeld aan andere mogelijkheden om de dieren de ruimte te geven om te kunnen lopen, springen en spelen. Een inklapbare ren kan ervoor zorgen dat het dier toch dagelijks de ‘poten kan strekken’ zonder dat de kooi permanent te veel ruimte inneemt in het huis van de eigenaar.”

Intelligente dieren

Als er iemand bezig is met de bewustwording van consumenten ten aanzien van konijnen en knaagdieren, is dat Bernice Muntz wel. Ze is dierentrainer en schreef verschillende boeken over het opvoeden, trainen en welzijn van konijnen. In haar nieuwe boek ‘De gelukkige cavia’, leert ze haar lezers onder andere hoe je een cavia een high five kunt leren geven, en hoe je hem leert voetballen. Maar ook de verzorging en huisvesting komen dus uitgebreid aan de orde. “Dat is ook een hot issue”, vertelt ze. “Er zijn nog steeds mensen die nauwelijks een idee hebben van hoe een konijn of een knaagdier in elkaar zit, wat zijn behoeften zijn. Maar vooral ook ontbreekt het aan kennis over hoe intelligent deze dieren zijn, wat je ze allemaal kunt leren. Konijnen en kleine knagers zijn oneindig interessanter dan veel bezitters ervan zich realiseren. Ik ben er



“Konijnen en kleine knagers zijn **oneindig interessanter** dan veel bezitters ervan zich realiseren.”

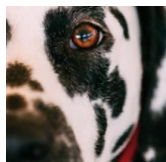
helemaal niet voor om ze te reduceren tot ‘kijkdieren’, ik vind juist dat je er actief mee bezig kunt zijn. Dat is niet alleen leuk voor de eigenaar maar komt ook het welzijn van het dier ten goede.”

Bernice is niet tegen de verkoop van levende have via de dierenpeciaalzaak, mits dat op een goede manier gebeurt. “Ik word niet vrolijk van cavia’s in glazen bakken maar er zijn zeker wel bedrijven die de konijnen en kleine knagers prachtige gehuisvest hebben, die goede voorlichting geven. Soms kom ik in een winkel en dan ben ik blij verrast over hoe mooi het er allemaal uitziet. Ik denk dat het een goede zaak is om in je winkel ‘voorbeeldkonijnen’ te houden die goed gesocialiseerd zijn. Die vinden het helemaal geen probleem om middelpunt van de belangstelling te zijn – onder begeleiding – tijdens een kindermiddag. Konijnen moeten ruimte hebben, sociale contacten en liefst wat afwisseling. Ik denk dat je dat in een dierenpeciaalzaak best kunt bieden.” ←



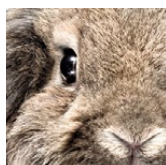
Besluit houders van dieren

Cursuscentrum Dierverzorging biedt vakbekwaamheidscursussen aan voor alle diergroepen. Deze cursussen voldoen aan de eisen volgens het nieuwe Besluit houders van dieren.



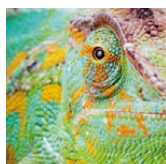
START 13 september 2016

Honden en katten



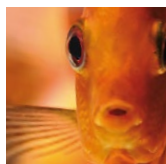
START 19 september 2016

Overige zoogdieren



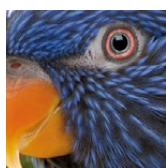
START 12 september 2016

Reptielen en amfibieën



START 3 oktober 2016

Vissen



START 12 september 2016

Vogels

Kijk voor meer informatie op www.cursuscentrum.nl/besluit.

Vernieuw, verander, verras



Vanmorgen namen we met de vertegenwoordigers onze maandaanbiedingen door”, vertelt Wim van Bennekom. “En nu gaan ze alle veertien weer op pad, met al onze

A-merken én de nieuwe artikelen. Elke maand weer leggen ze bij de winkelier iets nieuws of een monster op de toonbank, zodat die winkelier kan blijven vernieuwen en zijn klant blijft verrassen. Kijk, je kunt van de dierenpeciaalzaak iets heel ingewikkelds maken. Iedereen heeft tegenwoordig de mond vol van veeleisende consumenten, wat winkeliers er allemaal voor moeten doen. Je moet weten wat ‘omnichannel’ is, hoe je

‘crowdfunding’ kunt inzetten en hoe je ‘likes’ genereert, maar soms zoeken mensen naar iets wat er niet is. Wees aardig voor je klant, kom je beloften na en zorg ervoor dat er wat te zien en te doen is in jouw winkel. Stel dat je bij een kledingzaak komt waar steeds dezelfde kleding hangt. Dan ga je toch op een gegeven moment ergens anders heen? Vernieuw, verander, verras de klant.”

Wim vertelt dat het lief!-lifestyleconcept van Gebr. de Boon een groot succes is. “We hebben een aanhanger aangeschaft en ondernemers die een evenement of activiteit organiseren mogen die – gevuld met artikelen van lief! – voor de deur zetten. Eventueel met een

van onze vertegenwoordigers erbij. Ik hoorde laatst dat een moeder voor het schap stond en met haar twee kinderen overlegde wat ze zouden kopen. ‘We nemen nu dat speelgoed’, zei ze, ‘en dan gaan we sparen voor zo’n mand.’ En ik weet zeker dat ze volgende maand weer voor het lief!-schap staat, ziet dat er allerlei artikelen zijn bijgekomen en dan weet ze weer niet wat ze moet kiezen. Natuurlijk moet je energie in je bedrijf stoppen, maar we moeten het niet te ingewikkeld maken. Als jij er een uitdaging in ziet om te vernieuwen, er lol in hebt om het klanten naar de zin te maken en elke ochtend met plezier naar je werk gaat, dan komt die klant met plezier naar jouw winkel.”



COCCIDIOSE

De wereld van de sluipmoordenaar



In de zomermaanden en de herfst is het een geducht probleem. Coccidiose zorgt voor heel wat problemen bij diverse diersoorten; van koe tot konijn en van kip tot reptiel. En zelfs honden en katten worden niet gespaard. In grote groepen dieren houdt de infectie vaak lang aan. Dieren die eenmaal besmet zijn, zijn er goed ziek van. Voorkomen is beter dan genezen; dat geldt zeker in de wereld van deze sluipmoordenaar.

TEKST: STIJN PETERS, DIBEVO-DIERENARTS

Coccidiën zijn kleine parasieten die in de darm van dieren leven. Net als bij wormen worden dieren besmet door het eten van een eitje. Eenmaal doorgeslikt doorstaat het eitje het zuur van de maag en de basische verteeringsappen die daarop volgen. In de dunne darm komt een kleine larve uit het ei die een darmcel binnendringt. Daar start de parasiet zijn voortplanting. Één larfje kan vier tot acht nakomelingen produceren. Die nakomelingen verlaten de darmcel waarbij de cel onherstelbaar wordt beschadigd. Ze zoeken ieder een nieuwe darmcel op waar zij zich op hun beurt ook weer vermenigvuldigen. De volgende generatie nakomelingen vermenigvuldigt zich wederom in darmcellen, hoewel dat dan vaak in een ander deel van de darm is, vaak de blinde of dikke darm. Bij deze ronde worden eitjes met daarin een larfje geproduceerd die het lichaam met de ontlasting verlaten. Vaak

treden dan ook darmklachten op door de massale sterfte van darmcellen.

Complicaties in de lever

Het aantal opgenomen eitjes bepaalt hoe ernstig de klachten zijn. Ook de leeftijd waarop dit gebeurt speelt een grote rol. Een kleine hoeveelheid kan weinig kwaad. Jonge dieren krijgen op die manier de mogelijkheid om een afweer tegen de parasieten op te bouwen; zo wordt voorkomen dat het dier op latere leeftijd nog te besmetten is. Krijgt een jong dier een groot aantal eitjes binnen, dan wordt de darmschade heviger en is de kans klein dat de afweer de infectie nog kan bestrijden. Verminderde eetlust, buikpijn en waterige of slijmerige diarree zijn het gevolg. Sommige dieren overlijden door de enorme schade die de infectie aanricht.

Een ernstige complicatie doet zich voor wanneer larven door de darmcel heen de bloedbaan bereiken. Via het bloed belanden ze

onder andere in de lever en hechten ze zich daar vast. Het afweersysteem valt de larven aan, waarbij er behoorlijke schade aan de lever wordt aangericht. Doordat de leverfunctie aangetast wordt, kunnen dieren snel achteruitgaan en sterven. Dieren die de infectie overleven kunnen een langdurige infectiebron blijven doordat een deel van de achtergebleven larven zich afgeschermd heeft. Zij komen naar buiten wanneer de afweer minder actief is, bijvoorbeeld wanneer dieren ziek of zwanger zijn. De larven vertrekken naar de darmen en vermenigvuldigen zich daar of produceren eitjes waardoor andere dieren uiteindelijk weer besmet worden.

Eieren zoeken

De eitjes die in de bodembedekking terechtkomen zijn niet direct besmettelijk na het uitpoepen. De larve in het eitje moet zich eerst nog ontwikkelen tot de besmettelijke variant. Hoe snel dit proces gaat is afhankelijk van de



Eimeria bij de hond. (Bron: Rolf Nijse, Faculteit Diergeneeskunde)

omstandigheden in de omgeving. Een vochtige en warme ondergrond is ideaal. Zelfs onder minder ideale omstandigheden kan het eitje lang overleven. Er wordt van uitgegaan dat de eitjes tot twee jaar lang kunnen overleven.

Rulle en vochtige grond, zoals modder, zand en turf zijn prima geschikt voor de eitjes. De larven in de eitjes zijn zelf al goed beschermd door hun stevige omhulsel, waardoor ze bestand zijn tegen de meeste schoonmaakmiddelen. Alleen door gebruik te maken van middelen gebaseerd op ammoniak of door het gebruiken van hete stoom kunnen de eitjes effectief worden bestreden. De ondergrond maakt het echter vaak moeilijk om dit voldoende voor elkaar te krijgen. Indien mogelijk, kun je er vaak het best voor kiezen om besmette grond af te graven en het verblijf te voorzien van een nieuwe top laag.

Waar het vandaan komt

Jonge dieren lopen een coccidiose-infectie veelal op bij de fokker. Vaak duurt het enkele weken voordat ze ziek worden en symptomen vertonen. Veel dieren worden in die periode verhandeld. Ze komen in de dierspeciaalzaak of het tuincentrum terecht of worden verkocht aan een particulier. Doordat de dieren nauwelijks afweer hebben opgebouwd en in een stressvolle situatie terechtkomen, worden de symptomen duidelijk. Vooral in de zomer en de herfst leidt dat tot vervelende situaties rond-



Bij jonge dieren is de kans op sterfte het grootst.

om de verkoop van dieren. Bij een besmet dier duurt het gemiddeld twee weken voordat de eieren aan te tonen zijn in de ontlasting. In de tussenliggende periode kan er wel sprake zijn van klachten. De eitjes van de parasiet kun je met de microscoop vinden in de ontlasting. Ze zijn klein en vaak alleen goed te zien met sterke vergrotingen. De eitjes lijken op een gekookt ei dat doormidden is gesneden. De 'dooier' in het ei is de larve. Wanneer er meerdere dieren met klachten zijn is het verstandig de ontlasting van meerdere dieren te verzamelen en te onderzoeken.

Hoe kom je ervanaf?

Coccidiose zien we regelmatig bij honden, konijnen, parkieten, kippen, kalkoenen, duiven en baardagamen. De sterftেকans bij jonge dieren is het grootst. Dat risico wordt nog eens verhoogd wanneer dieren een tweede infectie oplopen. Bij honden komt coccidiose vaak voor

in combinatie met een worminfectie of zelfs parvo. In het laatste geval kunnen beide infecties dodelijk zijn. Dieren die besmet zijn met coccidiose zijn te behandelen. Er zijn specifieke middelen tegen coccidiën, maar ook antibiotica, de zogenaamde sulfapreparaten, zijn goed werkzaam om de infectie in een vroeg stadium de kop in te drukken.

In de fok wordt vaak voeding ingezet waaraan middelen tegen de parasiet zijn toegevoegd. Het gaat meestal om coccidiostatica. Deze medicijnen doden de coccidiën niet, maar vertragen of stoppen hun ontwikkeling. Daarmee wordt de besmettingsgraad laag gehouden. Ook door dieren op hygiënische manier te houden kan het aantal parasieten worden beperkt. Een gaasbodem is minder besmettelijk dan een ondergrond van zand of modder. Ook door gebruik te maken van verwarming droogt de ondergrond op en voorkom je ontwikkeling van de eitjes.

In goed overleg

Wanneer een of meerdere dieren darmklachtenverschijnselen vertonen is het verstandig de ontlasting van deze dieren te (laten) onderzoeken. Zoals eerder aangegeven kunnen er al klachten spelen zonder dat je eitjes vindt. Tijdens het microscopisch onderzoek moet je er rekening mee houden dat er zich ook andere parasieten in de ontlasting bevinden. In de normale ontlasting van konijnen komen bijvoorbeeld gisten (*Cyniclomyces guttulatus*) voor die sterke gelijkenis vertonen met coccidiën. Kenmerkend is echter de ovale vorm en de twee 'ogen' van de gist. Honden, reptielen en vogels hebben daarnaast vaak wormeieren in hun ontlasting. Deze zijn groter dan de coccidiën en hebben aan een of beide zijden een kapje, de zogenaamde poolproppen. Bij een bevestiging van de diagnose coccidiose is het verstandig contact op te nemen met de leverancier van de dieren. Door voorzorgsmaatregelen te nemen, voorkom je dat er meer besmette dieren volgen. ←

Coccidioseonderzoek van Dibevo

In het vorige nummer van het *Dibevo-Vakblad* berichtten we over het coccidioseonderzoek dat Dibevo momenteel uitvoert, in samenwerking met onder andere de Faculteit Diergeneeskunde. Daarbij vragen we Dibevo-leden om wat keutels van konijnen in de winkel te verzamelen en op te sturen, en een vragenlijst in te vullen. De ontlasting laten wij onderzoeken, en vervolgens hoor je of er coccidiën aangetroffen zijn. Wil je meedoen aan dit (gratis) onderzoek of heb je vragen, stuur dan een e-mail naar coccidiose@dibevo.com.

Het nr 1 ontwormmiddel
van de dierspecialist!

€2,50

www.no-worm.nl/cashback

Retour



NoWorm Pro



€ 2,50 retour via www.no-worm.nl/cashback
(niet geldig op No Worm Pro kleine hond & puppy en kleine kat & kitten)

No worm pro 2,5mg/25mg tabletten voor kleine honden en puppy's (milbemycine oxime, praziquantel) REG NL 113689 Vrij. **No Worm pro** 12,5 mg/125mg tabletten voor honden (milbemycine oxime, praziquantel) REG NL 113690 Vrij. **No Worm Pro** 4 mg/10 mg tabletten voor kleine katten en kittens (Milbemycine oxime, Praziquantel) REG NL 113806 Vrij. **No Worm Pro** 16 mg/40 mg tabletten voor katten (Milbemycine oxime, Praziquantel) REG NL 113807 Vrij. Registratiehouder: Alfamed S.A.S., Frankrijk. Distributeur: Emax Nederland B.V. Verdere informatie: zie bijsluiter of beschikbaar bij Emax Nederland B.V., Postbus 365, 3770 AJ Barneveld

10 vlooien- en tekenfacts

Natuurlijk weet jij een heleboel dingen wél over vlooien en teken. Dat je klanten er niet blij van worden, dat ze een risico kunnen vormen voor de gezondheid en dat je er deze tijd van het jaar heel veel vragen over krijgt. Maar er zijn ook een paar dingen die jij misschien nog niet wist over vlooien en teken.

TEKST: JANINE VERSCHURE

1 Een teek is geen insect maar een 'spinachtige'. Een tekenlarve heeft zes poten, en een volwassen teek heeft er acht. De geleedpotige vlo heeft zes poten en behoort wel degelijk tot de insecten.

2 De levenscyclus van een teek duurt meestal een jaar of twee, maar hangt af van de beschikbaarheid van voedsel (bloed).

3 De hoeveelheid vloeistof in een pipet bestrijdingsmiddel voor XL-hondenrassen is zo groot dat je het 't beste kunt verdelen. Breng een deel aan tussen de schouders en een deel op de achterhand. Bij katten is het verstandig om het hele pipet aan te brengen juist onder de schedelbasis. Daar kan hij namelijk niet bij als hij zich likt.

4 Alleen vrouwtjesteken zuigen bloed. De mannetjes zijn er enkel voor de voortplanting.

5 Vlooienvolwassenen liggen op plaatsen waar de stofzuiger niet bij kan (achter de plinten, onder de vloerbedekking) en bestrijdingsmiddelen hebben er geen invloed op. Ze kunnen tot twee jaar in huis liggen, en uitkomen als ze de tijd rijp achten.

6 Een teek in het larven- of nimfstadium is veel kleiner dan een volwassen teek. Daarom zijn jonge teken vaak moeilijk te herkennen als ze bij een mens of dier op de huid zitten.

7 Een stukje vlooienvolwassenen of een tissue met spot-on in de stofzuigerzak helpt niet om de vlooien die daarin zitten te doden. De werkzaamheid van deze middelen is namelijk gebaseerd op contact met de huid.

8 Een volwassen teek die zich maximaal heeft gevoed, laat zich van de gastheer vallen, legt dui-zenden eitjes en vervolgens het loodje.

9 Natuurlijk zijn bestrijdingsmiddelen niet gemaakt om opgelikt te worden, maar als een mens of dier het binnenkrijgt, wordt die er niet doodziek van. Wel doodziek wordt een kat die een bestrijdingsmiddel met Permethrin binnenkrijgt. Dat mag alleen worden gebruikt bij honden.

10 De *erythema migrans*: een rode, ringvormige huidverkleuring rond de tekenbeet treedt niet altijd op als iemand met de ziekte van Lyme besmet is.

Mis 't niet!

Nürnberg, Duitsland: 26 t/m 29 mei 2016



Interzoo 2016

34^e Internationale vakbeurs voor huisdierbenodigheden



Waardevolle impulsen op de grootste huisdierbeurs ter wereld

Actuele trends voor uw huisdierassortiment vindt u op de Interzoo 2016! Om de twee jaar trekken de besluitvormers van de **internationale huisdierbranche** voor de Interzoo naar Neurenberg. Hier krijgen meer dan **37.000 vakbezoekers** een uitgebreid marktoverzicht betreffende de nieuwste producten en dienstverleningen.



Meer informatie
kunt u inwinnen via

Tel +49 (0) 9 11.86 06-49 69
of op www.interzoo.com



Ontmoet en ontdek

- rond 1.700 internationale exposanten
- en een uniek aanbod spectrum
- op 110.000 m² expositie-oppervlak

Dat mag u in geen geval missen!



Wirtschaftsgemeinschaft
Zoologischer Fachbetriebe
GmbH

NÜRNBERG / MESSE

Uit Brussel, Den Haag en Amersfoort

Altijd zijn de medewerkers van Dibevo drukdoende om ondernemers het ondernemen mogelijk te maken. Hieronder een greep uit onze werkzaamheden.

Uit Brussel

Position paper

Dibevo heeft binnen de EU meegeschreven aan een position paper. Een beleidsdocument waarin de positie van 'het gezelschapsdier' is omschreven. Om te voorkomen dat er ongewenste effecten optreden, is het namelijk noodzakelijk om het gezelschapsdier apart te positioneren binnen de wetgeving. Een gezelschapsdier is immers niet zomaar 'een ding'. Dibevo is daarvoor een belangrijke partner gebleken. In het verlengde daarvan werkt het ministerie van Economische Zaken op dit ogenblik de kaders van het EU-beleid uit om te komen tot een betere bescherming van de positie van consumenten. Door de inbreng van Dibevo staat het gezelschapsdier nu ook dáárbij op het netvlies van de overheid en kunnen we ongewenste effecten van een verandering in wetgeving voorkomen.

Invasieve exoten

Invasieve exoten zijn uitheemse planten en dieren die door menselijk handelen terechtkomen in de natuur. Ze kunnen een bedreiging vormen voor de inheemse dieren en planten. In 2014 werd de Europese verordening 1143/2014 aangenomen waarin soorten werden aangewezen die je niet meer mag houden of kweken in de EU. Tijdens een overleg eind vorig jaar met het ministerie van EZ sprak Dibevo grote zorgen uit over de samenstelling van de lijst waarop soorten staan die maar in zeer beperkte delen van de EU een probleem zijn. Mede daardoor is op dit moment de lijst van invasieve exoten nog steeds niet ingevoerd. De indicatie is dat bij de samenstelling meer rekening gehouden gaat worden met de gebieden waar een soort een probleem kan vormen. De lijsten worden dus gericht toegesneden op regio's waar dat zinvol is.

Uit Den Haag

Stand van zakenbrief dierenwelzijn

"Dibevo is intensief betrokken bij allerlei activiteiten ter verbetering van dierenwelzijn. In 2015 zijn, na jaren van stijging, aanzienlijk minder gezelschapsdieren in beslag genomen." Dit is een van de positieve conclusies uit de recent verschenen 'stand van zakenbrief' dierenwelzijn van staatssecretaris Martijn van Dam aan de Tweede Kamer. In deze brief, een vriendelijker benaming voor een lijvig beleidsdocument, geeft de staatssecretaris een overzicht van allerlei zaken betreffende dierenwelzijn. Het gaat dan om landbouwhuisdieren maar ook om gezelschapsdieren, het domein van Dibevo. De staatssecretaris geeft expliciet aan dat de weg naar meer dierenwelzijn loopt via samenwerking, met alle betrokkenen. In het stuk komt de naam Dibevo veelvuldig voor. De staatssecretaris stelt vast dat het aantal gezelschapsdieren weer verder is toegenomen. Veelzeggend is in dit verband de aandacht die hij geeft aan het werk van het Landelijk InformatieCentrum Gezelschapsdieren (LICG). Het LICG, waarin Dibevo ook een belangrijke rol speelt, ontwikkelt zich steeds meer en met succes tot de verstrekker van belangrijke, wetenschappelijk getoetste voorlichting. Of het nu gaat om het voorkomen van impulsaankopen (campagne 'Voorkomen impulsaankopen huisdieren' of de campagne 'Ontmasker de foute fokker'.) In dit kader is ook vermeld dat de staatssecretaris het zogenaamde Fairfok-programma actief ondersteunt. Het zogenaamde incidentieonderzoek (naar erfelijke aandoeningen bij gezelschapsdieren) kan ook weer verder. In dit verband noemt de staatssecretaris expliciet het door de stichting Meijer Boekbinder Fonds financieel mogelijk gemaakte onderzoek naar een DNA-test voor het opsporen van erfelijke zenuwziekten bij het Kooikerhondje en de Friese Stabij. Ook dit is mede ondersteund vanuit Dibevo.

Positieflijst zoogdieren

Staatssecretaris Martijn van Dam maakt een pas op de plaats als het gaat om de positieflijst. De bewindsman wil eerst het advies afwachten van de Positieflijst Adviescommissie (PAC). Naar verluidt zal de uiteindelijke positieflijst zoogdieren pas eind dit jaar voorliggen.

Verplichte vakbekwaamheid

De laatste hand wordt gelegd aan het proces van de verplichte vakbekwaamheid. De examens worden de komende periode geconstrueerd en daarna komen ze in het registratiesysteem. Ook bij dit proces is Dibevo betrokken. Scholen beginnen nu met het aanbieden van cursussen, zodat oude diploma's – eventueel met een stukje bijscholing – voldoen aan de nieuwe wetgeving.

Ontslagwetgeving

Er wordt op dit ogenblik gesproken over een aantal veranderingen in de ontslagwetgeving. In het verlengde daarvan wordt daar ook een aanpassing van het wettelijk minimumloon meegenomen. Zoals het er nu uitziet zullen er verbeteringsmaatregelen komen voor met name mkb-bedrijven als het gaat om ontslag en ziekte. Naast deze maatregelen wordt ook gesproken over het verlagen van de vakvolwassen leeftijd van 23 jaar naar 22 jaar.

Uit Amersfoort

Rauw voer

Rauwvoeder krijgt een steeds groter marktaandeel. Gezien de specifieke kenmerken van deze wijze van voeren is Dibevo op dit ogenblik in overleg met dit deel van de sector om te komen tot een gedragen systeem als het gaat om de productie, de certificering daarvan en consumentencommunicatie.

Aan het einde van de dag zou het leven ons eigenlijk moeten vragen: wijzigingen opslaan?

De wondere wereld van Facebook



Facebook, bijna elke ondernemer doet – of wil er wel wat mee. Heel vaak horen wij bij Dibevo dat mensen meer zouden willen of meer zouden willen weten over deze vorm van social media. Dibevo gaf al eerder scholingsdagen en workshops over de mogelijkheden die Facebook biedt, maar er blijkt nog genoeg te leren. Op veler verzoek duiken we – ditmaal wat dieper – in de wondere wereld die Facebook heet.

TEKST: JANINE VERSCHURE | FOTO'S: SHUTTERSTOCK

In principe gaat de workshop over social media, maar uit de rondvraag langs de ondernemers die halverwege maart aanwezig zijn, blijkt dat eigenlijk iedereen vooral naar Van der Valk Hotel in Vught kwam om de geheimen van Facebook te doorgronden. “Facebook is toch wel het meestgebruikte socialmediakanaal”, zegt cursusleider Marian Bekkers. “Je moet het zien als een onderdeel van je hele marketingverhaal. Voordat een potentiële klant tot aankoop overgaat, moet hij een aantal keren van jou of je bedrijf gehoord hebben. Hoe vaker hij jouw boodschap hoort, hoe beter die blijft hangen. Het kost tijd om een schare Facebookvolgers op te bouwen en er zijn zeker wel manieren waarop je dat proces kunt versnellen. Wonderen moet je echter niet verwachten: social media zijn – de naam zegt het al – sociale kanalen. En iets wat ‘sociaal’ is, moet van twee kanten komen. Als jij regelmatig iets van je laat horen, zit jij in het hoofd van die klant. Daar begint ‘het’ mee.”

Wat is je doel?

Wat wil je eigenlijk? Duizenden volgers of verkochte producten,

geboekte pensionplaatsen, of ‘gewoon’ klanten die een goed gevoel bij jouw bedrijf hebben? Marian: “Zorg er wel voor dat je doel realistisch is. Van 1000 naar 1500 volgers gaat gemakkelijker dan van nul naar 500. Wat ook handig is om te weten: het activiteitsniveau van je volgers is belangrijker dan het aantal. Facebook bepaalt zelf welke berichten aan welke volgers getoond worden en de formule die daarbij gehanteerd wordt, is niet bekend. Hoe meer mensen jouw berichten delen of erop reageren, hoe groter het bereik van je berichten.”

Meer volgers kun je onder andere krijgen door Facebookadvertenties, daarover verderop in dit artikel meer. Een andere manier om jouw schare volgers te vergroten is het plaatsen van een ‘like-box’ op je website: ‘Like us op Facebook’. Marian: “En door het plaatsen van zo leuk en interessant mogelijke berichten. Ook wedstrijden en winacties doen het vaak goed, ‘raad het ras’ of ‘wie heeft de mooiste aquariumfoto’. Let wel dat je bij winacties houdt aan de regels die Facebook



Gevarieerd menu

Marian raadt aan om het plaatsen van Facebookberichten te plannen. "Als je eens per week al je berichten schrijft, kost je dat een halfuurtje en zorg jij ervoor dat je volgers op een gevarieerd menu getrakteerd worden."

Een voorbeeld van zo'n planning is:

- Maandag, een 'Wist je dat ... ?': 'Wist je dat lapjeskatten altijd poezen zijn?'
- Dinsdag, kijkje achter de schermen: Een foto van jullie team of je mascotte.
- Woensdag, quiz: 'Welke is de meest populaire hondennaam in ons bedrijf?'
- Donderdag, vraag stellen aan je volgers: Welk voer geef jij je konijn?
- Vrijdag, dier van de week: Een foto van het leukste dier in jouw bedrijf.
- Zaterdag, quote van een specialist of iemand die jouw bedrijf bezocht: Als ik later groot ben, koop ik zelf een tamme rat.
- Zondag, humor: Een grappig filmpje of foto met een pakkende tekst.

daarvoor heeft opgesteld. Ook is het belangrijk om heel regelmatig een bericht te plaatsen. Voor Facebook is vijf tot tien keer per week een mooi gemiddelde maar ook twintig keer is prima. Zorg ook voor afwisseling in die berichten, dan blijven mensen het leuk vinden om iets van jou te horen."

Wat vinden mensen leuk?

Over smaak valt niet te twisten, maar in de wereld van Facebook blijkt het dat mensen persoonlijke berichten vaak leuk vinden. Heeft jouw eigen kat een nestje? Is je bedrijfsleider jarig of zwanger? Zet het gerust op Facebook want dat werkt prima om de warme band met je klanten of volgers in stand te houden. Grappige filmpjes doen het altijd goed, net als foto's waar humor uit spreekt. Marian: "Ik zou ook aanraden om een mascotte te introduceren. Jouw eigen winkelkat of je

hond kan er op de Facebookpagina van je bedrijf voor zorgen dat mensen jou echt geloven: iemand die zelf dieren heeft, vinden ze vaak een vertrouwd adres om iets voor hun dier te kopen of om hun eigen dier onder te brengen."

Baat het niet...

Marian: "Vaak focussen mensen zich volledig op het vergroten van het aantal volgers, maar het is belangrijk je af te vragen of dat je uiteindelijke doel is. Wil je niets liever dan volgers ook klant bij je worden? Zet daarom ook jouw klant eens in de spotlights en gebruik social media om de band met je klanten te onderhouden en te versterken. Natuurlijk is het lastig in kaart te brengen wat jouw activiteiten op Facebook jouw bedrijf uiteindelijk opleveren, maar ook hier geldt: bij Facebook moet je vooral denken in de lange termijn. Het kost je niets en het levert je geheid 'iets' op." ←

Facebookadvertenties

Op maandag 4 april gaf Marian een workshop over Facebookadvertenties. *The place to be* was dit keer Alphen aan den Rijn en wederom was het aantal beschikbare plaatsen in no time bezet. Opvallend was het grote aantal dierenpensionhouders, maar ook dierenspecialisten, ondernemers en groothandels bleken geïnteresseerd in adverteren via Facebook.

"Groot voordeel van Facebookadvertenties is dat je heel gericht adverteert", vertelt Marian. "Je kunt je advertentie specifiek richten op een bepaalde doelgroep. Je kunt zelf bepalen welke interesses, leeftijd of leefgebied jouw doelgroep moet hebben en daarmee schiet je

eigenlijk bijna altijd 'raak'. Nadeel van Facebookadvertenties is dat er best een technisch verhaal aan hangt. Deze workshop is speciaal bedoeld om dat verhaal een beetje uit te pluizen en behapbaar te maken."

Stap 1: doel kiezen

Marian: "Wat wil je bereiken met je advertentie? Wil je zo veel mogelijk mensen laten doorklikken naar je website, lokale bekendheid genereren of zo veel mogelijk likes op je Facebookpagina?"

Stap 2: kiezen van je doelgroep

Wie zijn de mensen die de advertentie moet

bereiken? Marian: "Het kan zijn dat je wilt dat jouw eigen volgers de advertentie zien, maar er is ook een mogelijkheid om volgers van je concurrenten te benaderen, of bijvoorbeeld volgers van bepaalde producten die jij in je winkel verkoopt. Ook kun je je richten op doelgroepen met bepaalde interesses zoals 'kat' of 'hondengedrag'."

Stap 3: het maken van je advertentie

Marian: "Eigenlijk moet een Facebookadvertentie aan dezelfde eisen voldoen als elke tekst die je op Facebook plaatst: pakkend, niet te lang, met een prikkelende kop en liefst met een aansprekende foto of video erbij."

“Dat ene woord”



Volgens André de Voogd – specialist op het gebied van water en al wat zwemt, en directeur van Colombo, – is de gekte op vijvergebied die een jaar of tien geleden rondwaarde, verleden tijd. Dat wil echter niet zeggen dat er geen kansen meer liggen op het gebied van vijvers en vijvervissen. “Als je het goed aanpakt, kan een vijverafdeling mooie dingen doen voor je bedrijf”, vertelt hij.

TEKST: JANINE VERSCHURE | FOTO'S: ECOLAN

Ondernemers die werk maken van de presentatie, een goede verkoper op de afdeling zetten en de klanten netjes bedienen, kunnen met een vijverafdeling dat ene woord aan hun winkel toevoegen waar iedereen momenteel de mond vol van heeft. Het is inmiddels een behoorlijk uitgemolken term, maar wel een van sleutelwoorden tot succes. Een vijverafdeling maakt je winkel mooier, spannender, interessanter, zorgt ervoor dat de consument wat te doen heeft, nog even wil blijven om rond te kijken. Sorry, we kunnen er niks anders van maken: dat woord heet nu eenmaal ‘beleving’.

André de Voogd begon zijn carrière in deze branche ‘heel lang geleden’, zoals hij zelf zegt, bij een tuincentrum. “Ik merkte dat wij destijds veel vijverfolie verkochten”, vertelt hij, “maar verder hadden we niets op het gebied van vijvers. Ik ging ervan uit dat als mensen naar de winkel kwamen voor vijverfolie, er ook wel een behoefte zou zijn – of ontstaan – aan andere vijverbenodigdheden en vissen. Toen ik dat aankaartte vroeg mijn baas of ik me daarin wilde gaan verdiepen, er kwam een vijverafdeling in het tuincentrum en zo is mijn

belangstelling ontstaan. Ik weet niet of je het een ‘passie’ mag noemen. Ik heb bijvoorbeeld thuis geen vissen en geen vijver. Ik eet ze, dat wel. Maar ik zeg altijd dat ik dat doe, om te voorkomen dat ze weer gaan zwemmen.”

Golfbeweging

“Tien jaar geleden wilde iedereen een vijver”, vertelt André. “Wij konden de vraag nauwelijks aan, waren soms compleet uitverkocht. Die enorme behoefte aan waterpartijen in de tuin ontstond na 2000. Overal zag je koi en goudvissen en de tuinbranche beleefde gouden tijden. Maar op een gegeven moment zakt dat weer af en meestal kom je dan op een niveau dat ‘normaal’ is. Mensen die destijds een vijver aanlegden kregen kinderen of kleinkinderen, vonden het gevaarlijk of teveel werk, of ze wilden gewoon eens wat anders. Het is heel verstandig om, juist als je middenin zo’n periode zit waarvan je vermoedt dat-ie over enkele

jaren als ‘hype’ bestempeld gaat worden, na te denken over de toekomst. Wat doe je als die natuurlijke golfbeweging weer een neerwaartse richting laat zien? Bij Colombo waren we daar gelukkig op voorbereid, maar veel tuincentra en dierenspecialisten waren verrast toen de hype niet beel aan te houden.”

Vlucht naar voren

André: “Als je merkt dat omzetten gaan teruglopen, kun je twee kanten op: je kunt een vlucht naar achteren, of naar voren maken. Als de terugloop een assortiment betreft waar jij als ondernemer niet veel mee hebt, of waarvan je vindt dat het weinig toevoegt aan je winkel, ben je al snel geneigd naar achteren te vluchten. Je gaan snijden in de personeelskosten, haalt de verkoper van de vijverafdeling en zorgt ervoor dat er voornamelijk nog zelfbedieningsproducten liggen. Met de verkoop van enkel wat netjes en droogvoer weet je dat je de

vijverafdeling ten dode opschrijft en dat de omzetsdaling verder zal doorzetten. Maar stel nou dat het assortiment jou wel boeit en dat je een verkoper in huis hebt die er werk van wil maken? Dan zou het best eens verstandig kunnen zijn om juist naar voren te vluchten en in te zetten op vijvers en vijverbenodigdheden. De kans is dan namelijk groot





ECOLAN
Topkwaliteit vijverfolie

dat de klanten van winkels waar alleen nog netjes en droogvoer liggen, hun heil bij jou gaan zoeken.”

Hip

Op de vraag hoe je dat voor elkaar krijgt, dat al die klanten naar jou komen, zegt André: “Stel je eens een moderne achtertuin voor. Ik zie grote terrastegels, een overkapping met een loungeset, een tuinkeuken en als het even kan ook nog een hot tub. Buiten en binnen lijken een beetje in elkaar over te lopen. Er zijn nog steeds mensen die graag een vijver willen, maar wel in dezelfde sfeer de rest van hun tuin. Een natuurlijke plas water is voor veel consumenten niet ‘hip’ genoeg maar een strakke vijver, rotspartijen waar water langs stroomt of kabbelt, daar worden veel mensen nog steeds vrolijk van. Werk in je winkel met beeldmateriaal, laat zien hoe mooi het kan zijn en laat die klant beleven wat een vijver voor zijn tuin kan doen.”

Geen expert maar een verkoper

Op de vraag wat winkeliers soms fout doen op de vijverafdeling, geeft André een verrassend antwoord: “Ze zetten er iemand neer die alles

weet van vijvers en van vijvervissen. Zo’n man die thuis ook een vijver heeft en daar het liefst de hele dag over praat. Maar als hij een klant ziet, vlucht hij het magazijn is. Mijn advies: kies voor een vérkoper. Iemand die graag met mensen omgaat, die een leuke babbel heeft, mensen kan overtuigen. Met een mensenschu-

“Met een mensenschuwe expert verkoop je geen enkele vijver.”

we expert verkoop je geen enkele vijver. Een goede verkoper is een mensen mens, en die kan alles verkopen, of dat nou autobanden of vijvers zijn. En als hij niet genoeg weet over vijvers: via leveranciers kun je alle kennis vergaren die je nodig hebt.”

Water testen

André: “Laat mensen gratis in jouw winkel hun water testen. Niet twee keer per jaar, maar altijd. Ten eerste neemt die klant, als hij toch in de winkel is, bijna altijd wat mee. Ten

tweede kun je op deze manier voorkomen dat iemand stopt met zijn vijverhobby omdat-ie naar een bak groen water zit te kijken. En zelfs als uit een watertest blijkt dat er op de vijver niets of nauwelijks wat aan te merken is, kun je nog een pot Balantex verkopen ‘om ervoor te zorgen dat het ook goed blijft’.

Colombo heeft een online watertesttool ontwikkeld. Winkeliers kunnen de waterwaardes van hun klanten in die database zetten, en aan de hand van de postcode zie je hoe de waardes zich ontwikkelen. Het verbaast mij dat daarvan weinig gebruik wordt gemaakt. Wij hebben dit systeem uitgerold bij 150 winkels, die kregen allemaal een iPad, uitleg en begeleiding en er zijn er slechts 15 die actief met dit systeem werken. Waarom zou jij twee keer per jaar een watertestdag organiseren, als je jouw klanten constant het geruststellende gevoel kunt geven dat jij er bent om ervoor te zorgen dat zijn vijver gezond blijft? Kijk: die folie, die pomp en dat filter, die verkoop je maar één keer. Maar als jij inzet op onderhoud van die vijver, weet je zeker dat de klant bij je terugkomt. Om zijn water te testen, om producten te kopen om de vijver te onderhouden, vissen, en als het even kan ook om in jouw winkel ideeën op te doen, hoe hij zijn vijver nog mooier kan maken.” ←

Carnis: eerlijk voer



Zoals heel veel producten in deze bijzondere branche, zagen ook de Carnis-voeders van Distripetfood het levenslicht vanwege een bepaalde passie. In dit geval die van Annette en John Tuik, en het feit dat hun twee Berner Sennenhonden maar niet goed in hun vel wilden geraken.

TEKST EN FOTO'S: JANINE VERSCHURE

“Ze aten slecht, hadden vachtproblemen en vaak diarree”, vertelt Annette. “Wij gingen op zoek naar een ander voer, iets wat helemaal natuurlijk was, zonder overbodige toevoegingen en aantoonbaar, gemaakt van de beste ingrediënten. Toen we geen voer konden vinden waar onze honden het goed op deden, besloten we het zelf te gaan maken.”

“Wij wilden een eerlijk product”, zegt John. “Met een verpakking die zegt waar het op staat, zonder holle frasen of loze beloften. Gewoon goed voer waarvan de consument in een oogopslag ziet wat erin zit. Je hoeft niet doorgestudeerd te hebben om te begrijpen wat onze voeders al dan niet bevatten. Wij maken niets mooier dan het is, verbloemen niks, laten niks weg. Nou ja, dat doen we eigenlijk wel: alle chemische toevoegingen, die laten we weg.”

Zwarte piste omhoog

Carnis ontstond op het moment dat de crisis zich stevig geworteld had in de Nederlandse bodem. “In de tijd dat iedereen omlaag ging, gingen wij op de zwarte piste omhoog”, zegt Annette. “Wij kwamen erachter dat juist in crisistijd, mensen het geld dat ze nog wél wilden en konden uitgeven, graag besteedden aan eerlijke en goede producten. Wat dat betreft hadden we geen beter tijdstip kunnen uitkiezen om te beginnen. We zijn zelf dierenpecialzaken gaan bezoeken en je wilt niet weten hoe vaak we hoorden: ‘Nóg een merk erbij, we



hebben er al zoveel...’ Maar al snel bleek dat, als consumenten ons voer eenmaal probeerden, hun hond of kat niet meer anders wilde. Nu, zes jaar later, hebben we twee mensen in de buitendienst, zes op kantoor en nog twee stagiairs. Het gaat goed, we hebben het druk en daar zijn we ontzettend blij mee. Het plan dat wij zes jaar geleden hadden, is gelukt.”

Acceptatie

“Er is praktisch geen hond die ons voer niet wil eten”, zegt John. “Acceptatie, daar begint het mee. De consument wordt er vrolijk van als hij ziet dat zijn hond staat te springen zodra zijn hand richting voerzak gaat. Maar als die hond

er vervolgens steeds beter uit gaat zien, is hij voorgoed ‘om’. Wij zijn langzaam gaan bouwen aan ons merk, hebben heel veel hondenshows en evenementen bezocht, waren zeven dagen per week samen op pad en uiteindelijk blijkt dat een goed product zichzelf verkoopt. Tevreden consumenten blijven terugkomen naar de winkel waar ze ‘hun’ voer kunnen halen, en het blijkt dat Carnis dat kan bewerkstelligen.”

Op zich is het natuurlijk niet zo heel ingewikkeld om een voer zo lekker te maken dat praktisch elke hond het wil eten. Er zijn per slot van rekening ook maar weinig kinderen die hun neus ophalen voor patat met mayonai-



John en Annette Tuik

se of een stuk chocolade. “Het is de kunst om ingrediënten toe te voegen die niet alleen smakelijk zijn, maar ook gezond”, zegt John. “En in ons geval, moeten die dan ook nog natuurlijk zijn. In onze brokken is runderpens een mooie smaakmaker, maar ook johannesbroodmeel dat een licht zoete smaak geeft. Ook onze nieuwe brok met konijn vinden honden heerlijk, ook omdat het weer eens wat ‘anders’ is.”

Carnis biedt niet alleen vers vlees en brokken, maar er is ook een bijzonder uitgebreide snacklijn. “Ook compleet natuurlijk, dus zonder chemische toevoegingen”, zegt Annette. “Wij hebben de meest bijzondere snacks. Gisteren kregen we een nieuw product binnen dat we eerst even gaan testen. Vis, een hele wijting, compleet gedroogd. Komt gewoon uit Urk. Ook hebben we geperste vis en kabeljauwschijven maar natuurlijk ook een keur aan producten van rund, paard, eend, lam, kalkoen, fazant, ree en kip. Onze snacks zien er niet alleen verleidelijk uit, zo ruiken ze ook. Tenminste: voor honden en katten. Veel mensen die voor het eerst hier binnenkomen, moeten toch even wennen aan de geur, maar dieren worden er bijzonder gelukkig van.”

Toekomst

Als we hun vragen naar eventuele toekomstplannen, zegt Annette: “We willen graag de grens over, zouden graag onze afzetmarkt in België vergroten, daar zit nog behoorlijk wat potentie. Diepvriesvoer is in België nog niet zo ingeburgerd als bij ons, maar ook in België worden honden en katten steeds meer als een

gezinlid beschouwd. Hoe meer mensen van een dier houden, hoe meer ze bereid zijn geld uit te geven aan goed voer voor dat dier, dat geldt niet alleen in Nederland. Daarnaast willen we graag onze kattenlijn uitbreiden. Bij Carnis ligt de nadruk nu op hond, maar ook kattenmensen zijn aan het veranderen. Waar de kat vroeger een dier was dat ‘er gewoon was’, zie je vandaag dat ook de kat een echt gezinlid wordt. De moderne consument wil ook voor zijn kat het allerbeste, en laat dat nou net zijn wat wij te bieden hebben!”

Compleet verhaal

John: “Carnis heeft niet alleen geperste brokken, houdbare worsten en vers vlees voor hond en kat, maar ook een uitgebreide snacklijn, vachtverzorgingsproducten én een mooie lijn voedingssupplementen. Wat dat betreft kunnen wij in de dierspeciaalzaak een compleet verhaal bieden. Mensen die naar de dierspeciaalzaak gaan, willen het beste voor hun dier. Anders hadden ze wel een zak bij de supermarkt gekocht, of op goed geluk iets besteld op internet. Met onze producten wordt niet gestunt op internet, de consument moet ervoor naar die plek waar hij wil zijn als hij op zoek is naar kwaliteit: de dierspeciaalzaak. Waarom zou jij als ondernemer jezelf in je winkel uitputten om producten te verkopen die jouw klant overal op internet kan kopen? Aan een merk als het onze zit een verhaal. Als verkoper zou je moeten vertellen dat het honderd procent natuurlijk is, dat je weet wat je geeft en dat je dier er wel bij vaart.”

Geen toeters en bellen

“Ik ben een voorstander van supplementeren als een hond of kat ergens last van heeft”, zegt John. “Maar kruiden en fruit in hondenbrokken... van mij hoeft ‘t niet. Een hond heeft dat niet nodig”, zegt hij. Ik vind ‘t commercieel geneuzel. Ik denk dat wij nuchtere Nederlanders daar helemaal niet op zitten te wachten. Dat is ook waarom vers vlees nu zo in opkomst is: geen toeters en bellen, maar duidelijkheid. Daar houdt de moderne consument van.”

“Je moet mensen eerlijk voorlichten”, zegt Annette. “Je mag best vertellen dat er risico’s verbonden zijn aan het geven van vers vlees. Dat je bepaalde hygiëmaatregelen moet nemen, er zorgvuldig mee moet omgaan. Bij consumenten, maar ook bij winkeliers ontbreekt het vaak aan kennis. Wij vinden dat het onze taak is ervoor te zorgen dat die consument precies weet wat-ie koopt, hoe hij het moet geven, wat het voor zijn dier kan doen maar ook wat de eventuele risico’s zijn. Wij houden niet van holle kreten op een verpakking. Wat is nou eigenlijk ‘biologisch’ of ‘holistisch’? Bestaan er brokken met ‘vers’ vlees, of die elke hond lust? Volgens mij zullen er altijd honden zijn die een bepaalde smaak of structuur niet waarderen, of die gewoon slechte eters zijn. Maar als jij een voeding geeft waar meer chemische toevoegingen dan vlees in zitten, is de kans dat je dier er zijn neus voor ophaalt of dat hij er slechter gaat uitzien, behoorlijk aanwezig.” ←



Uitgelezen

Interzoo

In *Pet Trade World* staat een vooruitblik op Interzoo, die belooft dat de 2016-editie van 's werelds grootste internationale vakbeurs voor de gezelschapsdierenbranche nog imposanter wordt dan voorgaande jaren. In plaats van 1700 in 2014 zijn er dit jaar ruim 1800 exposanten die van 26 tot 29 mei Neurenberg gaan opleuken.

Weten wat de klant verwacht

In het Duitse *Zoologischer Zentral Anzeiger* (ZZA) een artikel over klanttevredenheid. De auteur belicht dat het met name bij de verkoop van dieren belangrijk is om boven tafel te krijgen welke verwachtingen de nieuwe eigenaar van zijn dier heeft. Dat lijkt voor de hand liggend, maar toch gebeurt het ook bij onze oosterburen soms dat een verkoper niet doorvraagt en een klant te gemakkelijk met zijn nieuwe dier naar huis laat gaan. Een goed verkoopgesprek kan teleurstellingen en dierenleed voorkomen.

Papegaaienwinkel

Ook in ZZA: een verhaal over Papegaaienpark Bochum. Dat is een papegaaienwinkel die alles bevat wat het hart van kromsnavel-liefhebbers sneller doet kloppen. Heel veel tamme papegaaien, informatie, voer, verblijven en papegaaienspeelgoed op een oppervlak van 1200 vierkante meter. Dat kan niet anders dan een beleveniswinkel zijn. Het is een bedrijf met dierentuinpotentie, maar hier

mogen bezoekers gratis naar binnen. Eigenaresse Heike Mundt geeft voorlichting en begeleiding aan iedereen die bij haar een papegaai koopt. Het papegaaienpark zorgt ervoor dat vogels goed gesocialiseerd zijn voordat ze op een leeftijd van minstens tien maanden naar de nieuwe eigenaar mogen verhuizen. "Wanneer je papegaaien goed gesocialiseerd, met gezondheidscertificaat, microchip en endoscopische geslachtsbepaling verkoopt, benadruk je niet alleen de waarde van de vogel, maar weet de consument ook dat wij van hem een respectvolle omgang met die vogel verlangen", vertelt Heike Mundt.

China versus Brazilië

In *Pet Worldwide* wordt de Dibevo-branche in verschillende landen onder de loep gelegd. Zo schrijft hoofdredacteur Ralf Majer-Abele in zijn voorwoord dat de markt in China momenteel een radicale verandering ondergaat. In de grote steden groeit het aantal dierenwinkels, en die variëren van armoedige zaakjes waar dieren in kleine kooitjes moeten leven, tot grote moderne speciaalzaken die in Europa of Amerika niet zouden misstaan. Hoewel aquaristiek nog steeds de hoofdmoot vormt, verpand een groeiende groep Chinese consumenten het hart aan honden en katten. Volgens de auteur is het slechts een kwestie van tijd voordat de markt in China een volume bereikt die vergelijkbaar is met de onze. Een ander artikel in deze uitgave belicht de branche in Brazilië. Daar worden meer dan

103 miljoen huisdieren gehouden, en de markt groeit met grote snelheid. Met name honden zijn populair in dit Zuid-Amerikaanse land, er worden er zo'n 37,31 miljoen (!) gehouden. Gevolgd door de kat: daarvan leven er 17,9 miljoen in het land van de samba. Hierdoor bezet Brazilië wereldwijd de tweede plaats in de ranglijst van het aantal gehouden honden en katten.

Fysieke winkel steeds belangrijker

In *Das Branchen Forum Zoo&Garten* lezen we over internetgiganten die fysieke winkels openen in binnensteden. Het Duitse *Pet-shop.de* is een van de eerste onlinewinkels die in 2010 in Oberhausen een filiaal opende. Ook is er een samenwerking tussen het online ZooRoyal met REWE. In de meeste gevallen zie je echter de 'klassieke' situatie, waarbij winkeliers zich de moeite getroosten om een website en wellicht ook een webshop te realiseren, zodat ze ook de surfende klant kunnen bedienen. "In het ideale geval", vertelt Zooma-oprichter en directeur Rolf Genz, "is er sprake van een multichannel concept. Internetconsumenten kunnen terecht in de onlinewinkel of op de website, en dat leidt vrijwel automatisch ook tot meer fysieke voetjes op de stenen winkel-vloer." Dat die fysieke winkel een peiler van groeiend belang vormt onder een eventueel succesverhaal, wordt ook uit dit artikel meer dan duidelijk.

Nieuwe Dibevo-leden

In de maanden maart en april zijn er vijf bedrijven lid geworden van Dibevo. We stellen hen graag aan je voor. We heten alle ondernemers hartelijk welkom!

BERT'S ANIMAL VERHUUR

de heer A.J. Roelofs
Molenstraat 11
6629 KJ Appelteren



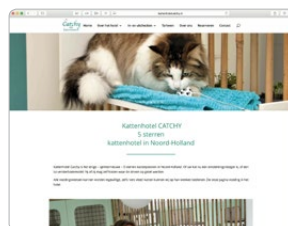
HONDENCENTRUM ALMERE

mevrouw F. Versluis
Groene Kadeweg 19
1332 BV Almere



KATTENHOTEL CATCHY

mevrouw Y. Baas
Slootgaardweg 27
1738 DC Waarland



HELICON OPLEIDINGEN

mevrouw H. Leenders
Kooikersweg 2
5223 KS 's-Hertogenbosch

RANZIJN TUIN & DIER

de heer E. van der Wal
Rijksstraatweg 11
2628 GZ Delft

Jubilerende Dibevo-leden

Dibevo is met recht trots op haar leden. Daarom geven we in elk Dibevo-Vakblad een overzicht van alle bedrijven die 5, 10, 15 jaar of langer lid zijn van onze brancheorganisatie.

5 jaar lid

DIERENSPECIALIST RISDAM

mevrouw K. Hersbach-Meijer
Korenbloem 78
1689 RZ ZWAAG

KATTENPENSION SHAKIRA

mevrouw G. van den Berg
Kastanjelaan 7
7981 ND DIEVER

10 jaar lid

DISCUS ROSMAN

mevrouw Y. & M. aan de Stegge
Haarstraat 110
7462 AT RIJSSEN

DOBEY PUTTERSHOEK

mevrouw L. Houtman
Oranjeplein 19
3297 CV PUTTERSHOEK

FAUNALAND HONDRUG

mevrouw S. Ebbinge
Zuidlaarderweg 91
9468 AD ANNEN

'T KNAGERTJE

de heer W. Kersten
Groenestraat 56
6991 GG RHEDEN

PETS PLACE

mevrouw J. Mulder
Karel de Groteplein 3
7415 DH DEVENTER

15 jaar lid

AQUARIUM COENEN BV

mevrouw en de heer J. Coenen
Koningin Julianaweg 21
5684 VA BEST

GROENRIJK TILBURG

de heer W.P.J. van de Noort
Stokhasseltlaan 39
5049 TB TILBURG

LIFE & GARDEN ETTEN-LEUR

de heer A.W. Schalk
Lage Vaartkant 11
4872 NC ETTEN-LEUR

TUINCENTRUM BULL

de heer R. Bull
Van Heemstraweg 82
6641 AG BEUNINGEN

DIERENSPECIALZAAK

BART ZEEGERS

de heer B. Zeegers
Roebroekweg 80
6414 BE HEERLEN

20 jaar lid

FAUNALAND PAUL MEEVIS

de heer P. Meevis
Beekstraat 37
6001 GG WEERT

FOKKER DIERVOEDERS BV

de heer W.P. Beelen
De Huufkes 73-75
5674 TL NUENEN

AQUA-COMPLEET

de heer A. van Leerdam
p/a Rondweg 112
2922 EX KRIMPEN A/D IJSSEL

FAUNALAND AXEL

de heer W.A.A. van den Bos
p/a J. Jordaanstraat 24
4571 MT AXEL

35 jaar

DISCUS DIERENSPECIALZAAK

PAUL GROENEVELD

de heer P. Groeneveld
Dijkstraat 63
2675 AV HONSELERSDIJK



55 jaar lid

DIERENSPECIALZAAK

P.J. HOEBEN

de heer P.J. Hoeben
Generaal Cronjéstraat 142-144
2021 JM HAARLEM



WEEK VAN HET HUISDIER

Het nieuwe huisdieren houden



Van 14 tot en met 22 mei vieren we alweer de 15e Week van het Huisdier, dé gelegenheid bij uitstek voor iedereen die werkzaam is in de dierenbranche om eens extra uit te pakken. Je klanten zijn immers gek op hun dier en dat is reden genoeg voor een feestje.

TEKST: SASKIA OBER, LICG | FOTO'S: DREAMSTIME

De Week van het Huisdier wordt georganiseerd door het LICG. Het thema is dit jaar 'Het nieuwe huisdieren houden'. Want huisdieren houden doen we al heel lang, maar er is wel veel veranderd. Er is steeds meer kennis over dieren beschikbaar, waardoor we beter voor hen kunnen zorgen. Er worden bovendien andere huisdiersoorten gehouden dan vroeger en er is andere wetgeving. Bovenal is de functie van huisdieren anders geworden. Huisdieren zijn tegenwoordig meer dan ooit lid van het gezin. Ze tellen mee en men heeft veel voor het dier over.

Houd je klanten bij de tijd

Je klanten geven veel om hun dier. Maar zijn ze ook op de hoogte van moderne methoden en mogelijkheden? Wie al jaren huisdieren houdt, blijft soms hangen in oude gewoonten. Dat is jammer, want inmiddels zijn er vaak nieuwe oplossingen, nieuwe producten en nieuwe inzichten die het leven van zowel baasje als huisdier een stuk aangenamer kunnen maken. Als huisdierspecialist kun je jouw klanten helpen om bij de tijd te blijven. Door te zorgen voor up-to-date voorlichting, bijvoorbeeld met de documenten van het LICG. En door mee te



Houden van huisdieren anno 2016



Houden van huisdieren anno 1899

doen aan de Week van het Huisdier en de vernieuwingen in de dierenbranche extra onder de aandacht te brengen.

Meedoen is eenvoudig

Meedoen aan de Week van het Huisdier hoeft niet ingewikkeld te zijn. Vertel je klanten dat de Week er is met een banner op je website of Facebook. Bovendien heeft het LICG een leuk, eenmalig onlinemagazine over 'Het Nieuwe Huisdieren Houden' samengesteld. Het geeft een kijkje in wat er zoal veranderd is door de jaren heen. Wijs je klanten erop via social media of nieuwsbrief en zet het magazine op je website. Daar kun je ook iets schrijven over wat jij een belangrijke nieuwe ontwikkeling vindt in jouw branche. Zo'n persoonlijke noot zorgt voor meer 'gezicht' achter je bedrijf en dat waarderen je klanten.

Bijdetijdse acties

Maar om die klanten iets extra's te bieden, kun je daarnaast ook een eigen actie houden. Nog niks georganiseerd? Het is nog niet

te laat! Dat is een van de voordelen van de huidige tijd: via website en social media kun je razendsnel je klanten bereiken. En als je dan toch modern bezig bent: waarom niet meteen een online-actie houden?

Vraag je klanten bijvoorbeeld een foto in te sturen van hun huisdier en plaats elke dag de mooiste op Facebook.

Een prijsvraag is een leuke manier om de kennis van je klant te testen. Verzin een paar vragen over 'Het nieuwe huisdieren houden' en zet ze online. Of vraag klanten om een korte, persoonlijke anekdote over dit thema in te sturen per mail. Beloon de beste inzendingen met een prijsje voor de 'meest bijdetijdse huisdierenhouder'!

Een 'gouwe ouwe': wat dacht je van een teken-, knip- of plakwedstrijd voor kinderen? Wie de mooiste tekening van 'het moderne huisdier' maakt, wint een plekje in de zaak en een mooie prijs. Het LICG-huisdierenspel, bijvoorbeeld. Voor zo'n actie is weinig voorbereiding nodig.

Een activiteit op locatie vraagt wat meer organisatie, maar kan ook veel geïnteres-

seerden en publiciteit trekken. Op de professionalswebsite van het LICG staan diverse suggesties, dus kijk gauw wat je kunt doen. Ook vind je daar een voorbeeldpersbericht, de banner en de link naar het onlinemagazine.

Band met klanten aanhalen

Wat voor actie je ook houdt: geef het door via de professionalswebsite van het LICG, zodat jouw actie ook op weekvanhethuisdier.nl kan worden gezet. En vergeet niet om ook de plaatselijke pers in te seinen.

Zo is zo'n speciale week een mooie kans om de band met je klanten aan te halen, hen van nieuwe informatie te voorzien, nieuwe ontwikkelingen voor het voetlicht te brengen en samen te vieren hoe leuk en belangrijk huisdieren zijn! ←

Alle info over de Week van het Huisdier vind je op professionals.licg.nl

BEDRIJF IN BEELD

Arie Blok Animal Nutrition



In de stijlvolle receptie van Arie Blok wacht ik even tot Wouter Vankeirsbilck me naar de vergaderzaal begeleidt waar het interview met hem en vertrekkend directeur Henk Blok plaatsvindt. De interieurverzorgster verontschuldigt zich omdat de deur openstond. “Het ruikt hier naar paarden,” zegt ze, “dat heb je soms in een bedrijf als dit.” Wanneer ik haar vertel dat ik juist erg gelukkig word van de geur van paard, begint een gezellig gesprek, dat heel veel zegt over hoe bijzonder dit Woerdense bedrijf is.

TEKST EN FOTO: JANINE VERSCHURE



“Ik werk hier al 28 jaar,” vertelt de schoonmaakster, “en ik houd van dit bedrijf. Dat doet eigenlijk iedereen die hier werkt, iedereen heeft hart voor de zaak. Vind je het vervelend als ik de stofzuiger aanzet?”

“Het klopt inderdaad dat wij trouwe medewerkers hebben”, glimlacht Henk Blok boven een kop thee, als ik hem het verhaal van de schoonmaakster vertel. “Daar zijn we trots op. Arie Blok is een bedrijf met een rijke historie en een prettige cultuur. Aan de ene kant vind ik het natuurlijk moeilijk om afscheid te nemen maar aan de andere kant weet ik zeker dat het bedrijf is overgedragen aan de juiste partij, die er met eenzelfde hoeveelheid respect mee omgaat, als dat de schoonmaakster erover praat.”

In goede handen

“Natuurlijk was het een hele stap om als familie de aandelen te verkopen”, zegt Henk, de



Wouter Vankeirsbilck en Henk Blok

laatste ‘Blok’ binnen dit familiebedrijf. “Maar ik wilde op tijd stoppen, nu ik nog relatief jong ben. Er heeft hier eerder een aantal partijen aan de deur geklopt met de vraag of Arie Blok te koop was, maar ik had nooit eerder echt een goed gevoel bij die eventuele kopers. Totdat een jaar of twee geleden de Belgische Groep

Aveve belangstelling toonde. Dat was al jaren een gewaardeerde relatie van Arie Blok. In tegenstelling tot sommige andere partijen, wisten we van de mensen van Aveve dat zij het bedrijf in zijn waarde zouden laten. Wij vonden en vinden het ontzettend belangrijk dat ons personeel in goede handen terecht komt, dat er niet gesaneerd of verkocht wordt, dat dezelfde naam op de gevel blijft en onze kernwaarden gehanteerd worden. Aveve kon die garantie geven. Alle bedrijven die onder de

groep Aveve vallen, draaien na de overname autonoom verder en dat is wat wij ook wilden voor Arie Blok en onze medewerkers. Arie Blok blijft hetzelfde bedrijf, met dezelfde mensen, dezelfde visitekaartjes, dezelfde bedrijfswagens en dezelfde visie. Alleen met een andere partij aan het roer.”

Over Aveve

“Ook wij zijn heel blij met deze overname”, vertelt Wouter Vankeirsbilck, de nieuwe algemeen directeur van Arie Blok. “Als Aveve willen we graag blijven groeien en met deze productie-locatie in Nederland hebben wij een mooie mogelijkheid aangeboord om die groei te bewerkstelligen.”

Groep Aveve bestaat uit drie groepen: een groep ‘veevoeding’ waar nu Arie Blok deel van uitmaakt. Daarnaast is er de groep ‘land- en tuinbouw’ die zich – de naam zegt het al – richt op de agrarische markt, met name de distributie van zaden, meststoffen en gewasbeschermingsmiddelen. De derde groep is ‘retail’, want Aveve heeft in België zo’n 250 winkels (en trouwens ook een aantal in Nederlands Limburg) die hun producten zo veel mogelijk onder de eigen merknaam aan de man brengen. “Waar- onder al jarenlang die van Arie Blok”, vertelt Wouter. “Ook hebben wij in onze winkels een aparte bakafdeling voor het bakken van bijvoorbeeld brood en taarten. In Nederland kan je onze bloemproducten terugvinden onder de naam Soezie. Dat is een vrij uniek concept, in de Aveve-winkels is het een soort shop-in-shop. Van oudsher werd er bij de verwerking van granen ook bloem geproduceerd voor humaan gebruik, vanuit die historie nemen de bakproducten binnen Aveve nog steeds een belangrijke plaats in.

Net als Arie Blok is ook Aveve een bedrijf met een rijke historie, enkele jaren terug hebben we ons 110-jarig bestaan gevierd. Aveve heeft een agrarische grondslag en legt zich voor

Sterke merken

De merken die Arie Blok voert, zijn:

Arie Blok graanproducten: snijden, breken, walsen van alle granen, gepelde haver en havermout- (vlokken). Granenmengelingen voor paarden, vogels, duiven, pluimvee, konijnen en knaagdieren.



Canex Dynamic: honden- voeding. Inmiddels dertien soorten verdeeld over drie leeftijdscategorieën.



Hope Farms: wetenschap- pelijk ontwikkelde voeding voor konijnen en knaag- dieren.



Kasper Faunafood: een uitgebreid assortiment van ‘Hobbylijn’ (voor hob- byisten die het beste wil- len) tot ‘Goldline’ (verwenproducten). Kasper Faunafood maakt voeders voor kippen maar ook voor struisvogels; voor muizen, maar ook voor apen, olifanten of kolibries.



HippoStar: een breed assortiment paardenvoe- ders, van shetlander tot topsportpaard.



een belangrijk deel toe op hobbyvoerders.

Dat is een prachtige combi, want juist in de agrarische wereld zit veel kennis, die ook op hobbydieren kan worden toegepast. Een ander voordeel is dat wij, net als Arie Blok, weten wat retail betekent. Wij weten hoe je producten moet vermarkten, hoe winkeliers denken. Arie Blok en Aveve hebben veel gelijkenissen, dat is waarom beide partijen zo’n goed gevoel heb- ben bij deze overname.”

Mooie jaren

“Synergie is een beetje een modewoord, maar in dit geval is het wel degelijk van toepassing”, vertelt Henk. “Zowel Arie Blok als Aveve weten alles over het ontwikkelen van voeders en hebben kennis op retailgebied. Dan is één en één al snel drie.”

Volgens Henk was de bijeenkomst die ter ere van zijn afscheid van Arie Blok plaatsvond – en waar ook Dibevo-voorzitter Joost de Jongh aanwezig was – vooral heel leuk. “Eigenlijk wilde ik geen officieel afscheid”, vertelt hij. “Met genodigden en zo. Maar ik ben blij met hoe het gegaan is. Mijn ‘echte’ afscheid van dit bedrijf begon al lange tijd voor die officiële afscheidsbijeenkomst en verliep eigenlijk heel geleidelijk. Ik heb hier bijna veertig jaar gewerkt, ik ken onze medewerkers maar ook de klanten en leveranciers al lange tijd. De opkomst op mijn afscheid was groot en ik kijk er met warme gevoelens op terug; op mijn afscheid maar vooral ook op al die mooie jaren bij dit bedrijf.”

Continuïteit

“In onze winkels zijn wij volop bezig met de mogelijkheden die internet biedt”, vertelt Wouter. Omnichannel retail is de geëvolueerde versie van multichannel en wil zeggen dat je niet meer ‘gewoon’ de consument benadert via verschillende kanalen (stenen winkel en internet) om je artikelen aan de man te brengen, maar dat je elke klant een ‘ervaring op maat’ biedt. Een mooi beeldscherm in de winkel waarop de klant artikelen online kan bestellen, klanten de mogelijkheid bieden om online te kopen en de goederen in de winkel op te halen. Nederland loopt wat dat betreft voor op België, maar wij zijn druk bezig om in onze winkels ook de moderne consument op zijn wenken te bedienen. Ook als diervoederproducent zijn wij constant op zoek naar nieuwe producten en productinnovaties. Innovatie, niet toevallig een van de kernwaarden van Aveve. Evenals duurzaam ondernemen en het onderhouden en koesteren van langetermijnrelaties.” ←



FOTO: ARIE BLOK

In deze rubriek publiceren wij (voor zover daar ruimte voor bestaat) gegevens over noviteiten die bedrijven schriftelijk inzenden. Publiceren in deze rubriek is exclusief voor Dibevo-leden. Aangeleverde teksten mogen 50 tot maximaal 150 woorden bevatten. Teksten worden geredigeerd in de stijl van het blad.

De redactie behoudt zich het recht voor berichten te wijzigen, te commentariëren, in te korten of zelfs te weigeren. De redactie sluit aansprakelijkheid uit voor de inhoud en gevolgen van deze rubriek. Neem voor meer informatie contact op met Janny Freriks, j.freriks@dibevo.nl



WAW innovatieve shock absorber voorkomt blessures bij hond en baas

WAW, een nieuw product van Eye4pets is een innovatief antischokstelsel ontworpen om blessures tijdens wandelingen te voorkomen, zowel bij de hond als de baas. Het absorbeert de klappen tijdens trekgedrag en maakt wandelen met de hond weer tot een aangenaam en ontspannen moment. Het werkt simpel: begint de hond te trekken, dan start WAW onmiddellijk met uitrekken, met in het begin een kleine weerstand. De weerstand past zich proportioneel aan aan de intensiteit van de trekkracht en de duur ervan. WAW werkt volledig anders dan de blessuregevoelige elastieken oplossingen. Uit testen, uitgevoerd door experts, blijkt dat WAW ruim veertig procent van de trekkracht vermindert en absorbeert. WAW is leverbaar in zeven maten en geschikt voor grote honden (vooral voor de baas), maar misschien nog wel geschikter voor gebruik bij kleinere (kwetsbaardere) honden en puppy's.

Voor meer informatie: www.wawpet.nl, info@eye4pets.com, tel. 0180 – 79 54 18

Update Hurtta-assortiment bij Gebr. de Boon

Ongetwijfeld heb je al kennis mogen maken met Hurtta, een van de beste merken op honden(sport)gebied. Hurtta ontwikkelt zijn producten in Finland, gebaseerd op het comfort en welzijn van de hond. Gebr. de Boon is sinds 2012 verdeler voor dit merk in de Benelux en voert sinds de introductie een assortiment van ruim 500 producten, volledig toegespitst op het welzijn en de veiligheid van honden. Het bestaande assortiment wordt uitgebreid met een nieuwe okergele kleur, genaamd Bolete. Deze nieuwe (mode)kleur vormt een prachtig geheel met het bestaande nylon assortiment en is dan ook een ware toevoeging op je Hurtta-presentatie. Zoals je gewend bent zijn ook de Bolete-lijnen, tuigen en halsbanden voorzien van hoogwaardig reflecterende 3M-stiksels en bestand tegen hoge trekkrachten.

Voor meer informatie: Gebr. de Boon, tel. 0183 – 66 08 22



FRONTLINE® presenteert Frontline Pet Care

Frontline Pet Care omvat een complete productlijn van shampoos en verzorgingsproducten voor alle soorten en kleuren vachten. Een lijn die het welzijn van het dier en de relatie tussen dier en eigenaar verbetert. Zeven shampoos en vijf verzorgingsproducten, vrij van parabenen en siliconen. Met Rhamnose – een suiker die de aanhechting van bacteriën op de huid verhindert en een droge

huid verzacht en hydrateert –, en Luminescine – een natuurlijk plantaardig extract dat zorgt voor een glanzend effect en dat bescherming biedt tegen uv-stralen. Een totale verzorging met een aantrekkelijke prijs- kwaliteitverhouding! De range is vanaf mei 2016 leverbaar. Voor meer informatie kun je terecht bij je groot-handel.

Drie nieuwe smaken van Naturis

De achterliggende gedachte van het Vers vlees Houdbaar-assortiment van Naturis is om een waardige vervanger te hebben voor Vers vlees Diepgevroren, bijvoorbeeld als je op vakantie gaat, vergeten bent een worst te ontdooien of als je gewoon een gezond en lekker snoepje



wilt geven aan je trouwe viervoeter. Naturis Vers vlees Houdbaar is van dezelfde grondstoffen gemaakt als het diepgevroren verse vlees. Dus van vlees dat geschikt is voor menselijke consumptie en eveneens afkomstig van EEG-goedgekeurde slachthuizen. Aan alle soorten is ook zeewier toegevoegd daar dit een natuurlijke bron van verschillende vitaminen is voor de hond. Om het verse vlees houdbaar te maken is het gestoomd en vervolgens vacuümgetrokken. Stomen is een gezonde manier om voedsel te bereiden. Doordat het vlees niet in contact komt met het water worden de smaak en de voedingsstoffen veel beter bewaard. Hierdoor zijn kwaliteit, voedingswaarde en opneembaarheid gegarandeerd. Aan de reeds bestaande smaken kip, kip/makreel, kalkoen, zalm, kip/rund en Volendamertje zijn nu drie nieuwe smaken toegevoegd: pens, lam en rund.

Voor meer informatie: www.naturis.be, info@naturis.be, tel. 0032 499 176 739



PUUR gaat over de grens!

De volledige PUUR-serie gezondheidsproducten komt dit jaar in een nieuw jasje. De komende maanden krijgen alle producten een vierkantig etiket. De producten zijn al verkrijgbaar in België, Duitsland en gaan binnenkort ook naar andere landen binnen en buiten Europa. De handige etiketten kunnen worden uitgevouwen voor de Duitse, Franse en Engelse tekst.

Voor meer informatie: info@nmlhealth.com



Nieuw: Hét groene alternatief voor vlooien- en tekendruppels

STOP! Animal Bodyguard Aromatherapie bestaat uit honderd procent natuurlijke druppels. Het is hypoallergeen, de unieke plantaardige formule is volkomen veilig voor hond, kat, konijn, cavia, fret en hamster. Volwassenen en kinderen kunnen het huisdier onmiddellijk na toepassing aanraken. Dankzij de milde samenstelling is het ook geschikt voor zogende moederdieren, pups, kittens en oudere dieren. STOP! Animal Bodyguard Aromatherapie houdt ongenode gasten op afstand. Het product kan worden verdeeld over het lichaam zonder bijwerkingen. Direct zwemmen na het toepassen vermindert de werking niet. Een verpakking bestaat uit vier glazen flesjes van 8 ml met hersluitbare dop.

Voor meer informatie: info@nmlhealth.com, info@musthavesforanimals.com, tel. 0294 - 45 58 88



Altranet introduceert Petsafe-vibratietrainer

De Petsafe-vibratietrainer is nieuw bij Altranet, Petsafe-leverancier sinds 1997. Deze vibratietrainer is een mooi alternatief voor de trainer met statische of spraycorrectie. Met de 16 vibratiestimulansniveaus en een geluidssignaal kun je de aandacht van de hond trekken en zo ongewenst gedrag aanpakken. De PetSafe VT-100-vibratietrainer heeft een bereik van maximaal honderd meter. Hij wordt geleverd met een +2 Boost voor extra afleiding, een waterbestendige ontvangershalsband en digitale afstandsbediening.

Voor meer informatie: www.altranet.nl, info@altranet.nl, tel. 0345 - 68 38 04.



Voorjaarseditie kussens in displaydoos bij Gebr. de Boon

Gebr. de Boon breidt het assortiment kussens in displaydoos uit. Het aanbieden van kussens in een displaydoos en binnen het lage prijssegment bleek een succes. Daarom is er nu ook een voorjaarseditie in vrolijke seizoenskleuren. Deze boxbedden met hun afmeting van 90 x 65cm zijn verkrijgbaar in de kleuren pastelblauw, pastelloze, taupe en corall. De kussens zijn voorzien van een stevige, afneembare katoenen hoes met rits en een los binnenkussen. De displaydozen worden compleet geleverd met kopkaart en zijn gevuld met acht kussens, twee stuks per kleur. Het geheel vormt dus een mooie presentatie op de winkelvloer.

Voor meer informatie: Gebr. de Boon, tel. 0183 – 66 08 22

Kasper Faunafood Hobbyline voor alle dieren, natuurlijk...

Het populaire Hobbyline-assortiment van Kasper Faunafood wordt regelmatig uitgebreid met nieuwe producten en omvat nu meer dan veertig verschillende soorten. Met een inhoud van 1,5 (voor de opfokproducten) tot 4 kilo is de verpakking lekker licht in gewicht, dus gemakkelijk mee te nemen. De dieren genieten steeds volop van lekker vers voer. Hobbyline wordt afgevuld onder beschermende atmosfeer (Freshpack) en blijft daardoor ook nog eens extra lang vers. Hobbyline is er voor pluimvee, sierhoenders, (water)vogels, duiven, konijnen, cavia's, geiten en noem maar op. Er zijn geen synthetische antioxidanten toegevoegd, zoals BHA/BHT en ethoxyquine. Fokkers kiezen voor Kasper Faunafood en deze topkwaliteit is nu voor iedereen beschikbaar. Kijk op de website voor het hele assortiment.

Voor meer informatie: www.kasperfaunafood.nl



Kennismiddag 'Aquaristiek: balans in de bak'

Aquaristiek speelt een steeds belangrijker rol in de dierenpeciaalzaak. Levende dieren zijn bij uitstek de manier om beleving en aantrekkingskracht te creëren in de winkel (straat) en op die manier tegenwicht te bieden aan de prijsdruk en het gemak van de onlinewinkels. Als winkelier kun je je

hierdoor met kennis onderscheiden. Maar dan moet je die kennis wel in huis hebben natuurlijk. Tijdens de kennismiddag 'Aquaristiek: balans in de bak' krijg je vele handvatten aangereikt om je klanten nóg beter te adviseren en leer je veel over het gezond houden van je voorraad.

Onderwerpen die aan bod komen

- Algemene introductie van de handel in siervissen
- Soorten vissen
- Visziekten
- Verzorgingstips
- Crossselling
- Verlichting / CO2
- Planten en inrichting
- Voeren en waterbehandeling

Voor wie?

Eigenaren van – en medewerkers werkzaam in – dierenpeciaalzaken en tuincentra met een dierenafdeling.

Data & locaties

Woensdag 1 juni in Van der Valk Hotel Vianen
Woensdag 22 juni in Van der Valk Hilversum

Meer informatie & aanmelden op
www.dibevo.nl/aquaristiek





Het merk Beeztees bestaat deze maand twee jaar! We zijn precies zoals onze naam al doet vermoeden. Een beetje gek, maar wel heel erg leuk! En dat willen we laten zien.

We bouwen ons merk uit op consumentenniveau door onze producten te koppelen aan dagelijkse, herkenbare momenten met het huisdier. Met als doel dat de consument naar de winkel komt om accessoires of snacks van Beeztees te kopen.

Samen met jullie creëren we happy moments voor huisdieren!



Volg ons!

www.beeztees.nl



Nieuw

FRONTLINE PET CARE

Expert in dagelijkse verzorging

VERZORGING
VOELDE NOOIT ZO
GOED

SHAMPOOS • CARE PRODUCTS



Vraag ernaar bij uw dierenarts of dierenhulpzoon!



A SANOFI COMPANY