Dibevo &VAKBLAD

5

HÉT VAKBLAD VOOR ONDERNEMERS IN DE GEHELE GEZELSCHAPSDIERENBRANCHE

* 2016 *

Eropuit!

→ De zomerhits van 2016

→ Dieren de winkel uit?

→ Je klanten op vakantie

Ons Assortiment bestaat uit:

Koudgeperste brokken met hoog vleesgehalte

- *kip/rund*
- *zalm*
- *lam*
- *konijn*

Natuurlijke snacks
100% Vleesworsten
Natuurlijke supplementen en vachtverzorging

Carnis

voor vitale viervoeters

Carnis, een compleet natuurlijk assortiment welke niet mág ontbreken in uw winkel.
Een uniek concept, met passie samengesteld, eerlijke producten, goede marges
en niet te koop op elke hoek van de straat.

Carnis® - De Lavalstraat 15 - 7903 BC Hoogeveen - Nederland - Tel. +31 (0)85-7603123
info@carnis.nl - www.carnis.nl

Dibevo &VAKBLAD
JAARGANG 62, NUMMER 5 - 2016

Colofon

Uitgever
Vereniging Landelijke Organisatie Dibevo
Postbus 94, 3800 AB Amersfoort
tel: 033-455 04 33, fax: 033-455 28 35
e-mail: info@dibevo.nl
website: www.dibevo.nl
bank: ING 68 50 62 287

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 Storimans

Druk
Veldhuis Media, Raalte

Abonnementen
- Abonnementsprijs 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.

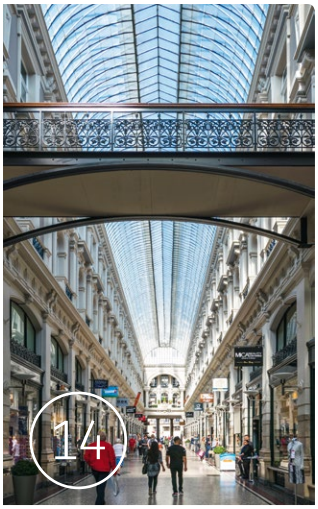
Over Dibevo
Dibevo is de landelijke branche-organisatie voor ondernemers in de gehele gezelschapsdierensector. Ingeschreven bij de Kamer van Koophandel Gooi-, Eem- en Flevoland, nummer V40506478.
Kijk voor meer informatie over Dibevo op www.dibevo.nl

BRANCHEORGANISATIE Dibevo

ISSN
1878-8432

FSC www.fsc.org MIX Papier van verantwoorde herkomst FSC® C092667

IN DIT NUMMER



DIBEVO & DE BRANCHE
Nieuwtjes van/over Dibevo-leden 4

COLUMN JOOST DE JONGH
Redelijk fel of politiek correct? 9

DIEREN IN DE DIERENSPECIAALZAAK
Waar komen die dieren vandaan? 10

DIBEVO ZORGPORTAAL VAN START
Geen gedoe meer met verzuim 12

DE ZOMERHIT VAN BIOFOOD
Houdbare vleesworst, voor op vakantie 13

HOE MAAK JE VAN JE WINKEL EEN SUCCES?
De zonnige toekomst van het fysieke winkelen 14

GRENSOVERSCHRIJDENDE PARASIETENBESTRIJDING
Wormen kennen geen grenzen 22

INTERZOO 2016
De grootste ooit 24

DE ZOMERHIT VAN HOFMAN ANIMAL CARE
Bodyguard Dog Blanket 27

DIERENPENSION-THEMAMIDDAG 2016
Kijkje in de keuken van Pocahondas 28

DIBEVO & BELANGENBEHARTIGING
Uit Brussel, Den Haag en Amersfoort 30

DE ZOMERHIT VAN SUITICAL
Cooling vest: innovatief koelen 31

HUISDIEREN EN VAKANTIE
Klaar voor de vakantieperiode? 32

BEDRIJF IN BEELD
Happy Dog 34

DIBEVO & INTERNATIONALE ONTWIKKELINGEN
Wat staat er in de buitenlandse bladen? 36

DE ZOMERHIT VAN NML HEALTH
Veilig de zomer in 37

KENNISMIDDAG 'VOEDINGSADVIES VOOR KATTEN'
Wat is de beste voeding voor katten? 39

DIBEVO & LEDEN
Nieuwe leden en jubilerende leden 40

NIEUWE PRODUCTEN EN DIENSTEN
Noviteiten 41

Dierenspeciaalzaak van het jaar

Dit jaar is de opzet van de verkiezing Dierenspeciaalzaak van het Jaar vernieuwd. Dibevo is als partner bij de verkiezing betrokken maar let wel: alleen in een faciliterende rol. Dibevo heeft geen enkele invloed op wie er uiteindelijk wint.

De 21 genomineerde bedrijven werden tijdens Animal Event bekendgemaakt. Zij kunnen medio september een bezoek verwachten van de 'mystery guests'. Deze studentenkoppels doen begin oktober verslag van hun bevindingen aan de vakjury die dan bepaalt welke bedrijven er in de top 4 komen. De jury bezoekt deze finalisten en uiteindelijk wordt eind oktober, tijdens de Dibevo-vakdagen, de winnaar bekendgemaakt. Kijk voor meer informatie en de namen van de genomineerde bedrijven op *www.dszvanhetjaar.nl*

ECOstyle

Op 20 mei is het nieuwe pand van ECOstyle in Oosterwolde geopend. Het in 1967 opgerichte familiebedrijf heeft na bijna vijftig jaar Appelscha verlaten en is nu gehuisvest op het duurzame Ecomunitypark in het Friese Oosterwolde. Meer dan 200 genodigden, waaronder Dibevo-voorzitter Joost de Jongh, woonden de officiële opening bij. Als openingshandeling plantten de kinderen van de inmiddels vierde generatie van de familie Zwart symbolisch een zaadje, staand voor een gezonde groei en een vruchtbare toekomst.

Dobey Enschede

Dobey Enschede heeft een diefstal opgelost door Facebook in te zetten. De ondernemer had een filmpje online geplaatst met beelden van een bewakingscamera. Daarop was te zien hoe een vrouw een hondenriem meenam zonder te betalen. Het filmpje werd diverse malen gedeeld en korte tijd later meldde de vrouw zich bij de winkel.

"De mogelijkheden om beelden voor opsporingsdoeleinden te gebruiken, wordt verruimd", vertelt Henk van Houwelingen van Dibevo. "De wet is gemaakt, maar moet nog door de Kamers heen en worden gepubliceerd, voordat zij echt in werking treedt. In de nieuwe situatie mag je beelden uit jouw winkel naar buiten brengen als je duidelijk aangeeft dat je met camera's (opnames) waakt over jouw en andermans spullen. Verder mag je dit alleen doen voor de opsporing van diefstal, inbraak of vernieling. Verder moet op de beelden duidelijk zichtbaar zijn dat de steler, inbreker of vernieler ook daadwerkelijk steelt, inbreekt of vernielt en mogen andere personen – die niets verkeerd doen – niet herkenbaar zijn. Verder moet je als ondernemer aangifte hebben gedaan en de beelden aan de politie verstrekken."

Andy's Dierensuper Maarssenbroek

Carina de Graaf merkte in haar winkel regelmatig dat bepaalde producten vooral verkopen met uitleg, een goed verhaal. Toen ze aan het piekeren was over hoe ze dat kon veranderen, popte er zo'n spreekwoordelijk lampje op boven haar hoofd. 'Huisdierenparty's', stond daarin, en zo zag *www.petgoods.nl* het levenslicht.

"Denk maar aan tupperware-party's," zegt Carina, "maar dan voor huisdieren. Het is de bedoeling dat een groep mensen een gezellige avond heeft bij iemand thuis, en dat ze daar een verhaal krijgen over bepaalde huisdierbenodigdheden, en dan met name innovatieve producten die wat extra uitleg nodig hebben. Voordat onze winkel ging verhuizen had ik het idee al, en ook de naam en het logo, maar ik had toen even geen tijd om Petgoods ook echt op poten te zetten. Totdat er een stagiair van Stoas bij ons kwam die een innovatief stageplan moest schrijven. 'Ik weet nog wel iets…', zei ik toen en zo kreeg het plan definitief vorm. Al snel waren de inschrijving bij de KvK en de website een feit, en vervolgens konden we op zoek naar consulentes én mensen die party's willen geven. Op beide fronten loopt het goed. We hebben nu twee consulentes en met twee anderen zijn we in gesprek. Ook de aanvragen van consumenten via de website lopen prima."

Pets&Co Dier&Care

Na niet minder dan 36 jaar hebben Wim en Diny Vaarhorst hun winkel overgedragen aan Danieke de Vries en Marijke Ligtenbarg-Postel. Daarmee wordt Pets&Co Vaarhorst omgedoopt tot Pets&Co Dier&Care.

Met de wissel is ook een flinke verbouwing gerealiseerd en op 28 mei vond de feestelijke heropening plaats in het Overijsselse Goor. "De opening was erg druk en leuk", vertelt Danieke de Vries. "De reacties op de verbouwing zijn heel positief. Met het verdwijnen van een gang tussen de in- en de uitgang, is de winkel nu bijna 1000 vierkante meter groot. De hele indeling is veranderd. Omdat je nu over de schappen heen kunt kijken, lijkt het of we veel meer ruimte gewonnen hebben dan de 200 vierkante meter die de gang daadwerkelijk telde."

Dierenhotel Pocahondas

Dierenhotel Pocahondas was aanwezig op Animal Event. Niet enkel met het team genietend van het zonnetje tussen het keuvelende en met honden wandelende publiek, maar als standhouder.

Gelukkig: van de zon genieten konden de medewerkers van Pocahondas toch wel, want ook als standhouder was het goed toeven op Animal Event. “Het was heel leuk om mee te doen”, vertelt Rita de Vos. “Vorig jaar waren wij als bezoekers op Animal Event en toen vonden we dat er weinig op het gebied van dierenpension te zien was. ‘Het zou toch leuk zijn om je daar als pension, als specialist te profileren’, dachten we toen. Dus dat hebben we gedaan. Op zo’n event kun je laten zien wat jij als dierenpension kunt betekenen voor de consument, en bepaalde vooroordelen wegnemen. Wij hebben aan heel veel consumenten verteld wat wij allemaal doen om het dieren naar de zin te maken. Wij doen veel aan verrijking en het was leuk – en nuttig – om daarover te praten.”

Brokken & Zo

Op deze pagina’s blijkt maar weer eens overduidelijk dat bedrijven die genomineerd zijn voor de titel Dierenspeciaalzaak van het Jaar, zich echt wel onderscheiden. Dat geldt ook voor Brokken & Zo in Gouda. Die krijgt er in juni namelijk een tweede vestiging bij.

Medio juni opent eigenaresse Ina van Vliet op Goudse Poort een tweede Brokken & Zo met een vloeroppervlakte van 3200 (!) vierkante meter. Deze XXL-vestiging biedt naast de verkoop van dierbenodigdheden onder meer vakantieopvang voor knaagdieren, een hondenspeelplaats en kleinschalige horeca. Ook komen er een dierenarts en hondentrimsalon in de winkel. Deze nieuwe Brokken & Zo zal plaats bieden voor tien tot vijftien medewerkers.

Intratuin

Intratuin is uitgeroepen tot de winnaar van de Beste Folder Award in de categorie nationaal non-food. In de race om de Award liet de tuincentrumketen net als vorig jaar Xenos en Zinzi achter zich. De prijs is een publieksprijs en een erkenning op het gebied van aspecten zoals inspiratie, informatief, overzichtelijk, leukste producten en scherpste aanbiedingen.

Hond van de zaak (2)

DOOR FRANS TEMPEL | AUREN HR SERVICES

Een aantal maanden geleden schreef ik al over de fiscale mogelijkheden van een hond van de zaak. Die column had waarschijnlijk zo veel invloed op de fiscale rechters dat zij recent besloten dat een hond inderdaad op de zaak kan worden gezet.
Wat was de situatie? De heer x was eigenaar van drie honden. In januari 2014 verkocht hij één van de honden aan zijn bv met het doel met deze hond te gaan fokken. De aanslag hondenbelasting werd echter niet aan de bv opgelegd maar aan de heer x in privé. De betreffende gemeente was namelijk van mening dat een bv niet de feitelijke macht over de hond kan uitoefenen en het dier niet kan verzorgen.
Het gerechtshof in Den Haag was echter een andere mening toegedaan en stelde vast dat na de aankoop door de bv, zij niet alleen eigenaar was geworden maar ook houder. Dat laatste was het criterium voor de heffing van de hondenbelasting. De aanslag werd daarom vernietigd.
Wat levert dit nu concreet op? Allereerst dat in ieder geval de hondenbelasting kan worden afgetrokken voor de vennootschapsbelasting.
Maar betekent dit nu ook dat de hond moet worden geactiveerd als bedrijfsmiddel waarop moet worden afgeschreven, en zo ja in hoeveel jaar dan? Sluiten we dan aan bij de verwachte levensduur of bij de technische slijtage? Zeker bij fokhonden is dat laatste lastig in te schatten.
Je zult begrijpen dat dit weer allerlei fiscale kansen biedt. Een beetje rashond doet toch al snel een paar duizend euro in het circuit. Die kun je nu onbelast in uw zak steken. Vervolgens kun je dit bedrag ook nog eens afschrijven in de bv. Dubbel fiscaal voordeel daarom! En dan heb ik het nog niet eens over de dagelijkse onderhoudskosten van het beest.
Over de bijtelling voor het privégebruik van de hond moeten we het tenslotte nog wel hebben. Ik zou aanraden om net als bij de auto van de zaak de hond jaarlijks minder dan 500 kilometer privé te gebruiken. Wel heb je dan een sluitende kilometeradministratie nodig.
Laatste vraag: is dit nu allemaal zakelijk? Jij mag het zeggen...

Uitspraak Reclame Code Commissie

Stichting Dier&Recht, de club die zich sterk maakt tegen de rashond, heeft onlangs bakzeil moeten halen in haar strijd tegen de Raad van Beheer. De Reclame Code Commissie wees een klacht over de campagne 'Stamboomhond' van de Raad van Beheer, af.

Stichting Dier&Recht vindt het misleidend dat de Raad van Beheer in haar campagne spreekt over de stamboomhond als 'zorgvuldig gefokt' en besloot voor de zoveelste keer de strijd aan te binden met het overkoepelend orgaan van rashondenfokkers en hondenliefhebbers in Nederland. Volgens de commissie heeft de Raad van Beheer echter de consument voldoende geïnformeerd over de mogelijkheid van inteelt en het feit dat bij stamboomhonden regels gelden om inteelt te beperken. "In zoverre kan worden gezegd dat de afstamming als stamboomhond erfelijk gezien een bepaald voordeel, biedt en welk voordeel dat betreft", aldus de uitspraak.
"Ik vind het een prachtige uitspraak van de Reclame Code Commissie", zegt Dibevo-voorzitter Joost de Jongh. "Uit dit vonnis blijkt dat de Raad van Beheer wel degelijk zorgvuldig handelt. En dat de Stichting Dier & Recht – maar dat beeld komt mij niet onbekend voor – zo maar wat heeft beweerd. Hiermee is overduidelijk vast komen staan dat de manier waarop de Raad consumenten voorlicht – dus breed informatie verstrekken en daarbij de werkelijkheid niet schuwen – de juiste is." Dier&Recht laat het er niet bij zitten en gaat in hoger beroep bij het College van Beroep.

Uw Groene Vakwinkel

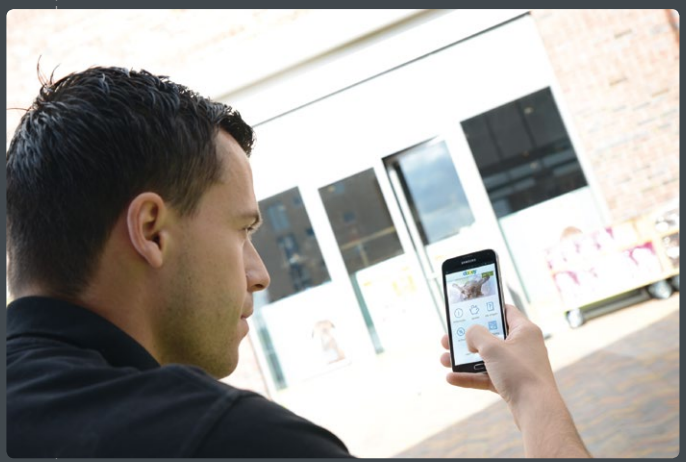
Met de komst van Uw Groene Vakwinkel De Bôndj in Kessel telt de snelgroeiende organisatie nu 168 winkels. De nieuwe winkel van trotse eigenaren Paul Jansen en Peter Ambrosius telt zo'n 600 vierkante meter. Beide ondernemers waren al jaren werkzaam in een Welkoop winkel in dezelfde plaats. Toen deze door de organisatie werd gesloten, besloten de de verkopers, die al jaren in de winkel werkzaam waren, dat er in Kessel een nieuwe agrarische winkel moest komen, onder de vlag van Uw Groene Vakwinkel.

DIERBAAR-ONDERNEMER VAN DE MAAND

Peter Haspels van **Dierspecialist Haspels** Nieuwegein

Peter Haspels heeft samen met zijn vader Ton drie Dobey-dierenspeciaalzaken: Dobey Dierspecialist Haspels Nieuwegein, Dobey IJsselstein en Dobey Dierspecialist in Utrecht. Dobey Dierspecialist Haspels in Nieuwegein is in het bezit van het Dierbaar-keurmerk én genomineerd in de strijd om de titel 'Dierenspeciaalzaak van het Jaar'.

Stilstaan, daar houdt familie Haspels niet van, en de toekomstplannen zijn legio. Het is de bedoeling dat alle drie de winkels het Dierbaar-keurmerk krijgen én worden omgedoopt tot Dierspecialist Haspels. Ook voor wat betreft het aantal winkels binnen 'de Haspels-groep' zijn er plannen. Helaas kan Peter nog niet over elk onderwerp het achterste van zijn toch laten zien, maar dat het bedrijf volop in beweging is, moge duidelijk zijn: "Op lange termijn hebben wel een hele duidelijke visie: doorgroeien. Zowel qua kennis – je weet nooit genoeg – maar ook op het gebied van het aantal winkels."
Op de vraag wat voor Peter en zijn vader de reden was om over te gaan tot het Dierbaar-keurmerk, zegt Peter: "Met dit keurmerk kun je je onderscheiden. Met het oog op de huidige en toekomstige regelgeving willen we voorop lopen. We voeren al jaren in onze winkels een streng beleid wat betreft de omgang met - en hygiëne van onze dieren. We werken samen met een dierenarts, bieden de beste mogelijke zorg voor onze dieren én die van de consument. Nu wordt het tijd om dat bekend te maken, en wij gaan ervan uit dat onze andere twee winkels snel zullen volgen."



Peter Haspels toont de Dierspecialist app

Dobey Nieuwegein is genomineerd in de strijd om de titel Dierenspeciaalzaak van het Jaar. "Dat is de winkel waar het voor ons begon", zegt Peter. "Alle elementen als beleving, gezelligheid en sfeer maar ook deskundigheid komen hier tot zijn recht. Ook hebben we onze Dierspecialist App laten aanpassen. Wanneer je als consument je telefoon met onze app bij een product houdt, komt er een instructiefilm met uitleg op je telefoon. Consumenten kunnen dat herkennen aan de icoontjes bij de producten. Zoals je ziet zijn we dus op allerlei fronten aan het ontwikkelen, want inderdaad: stilstand is achteruitgang."

Omdat kwaliteit altijd beter kan!

Ontdek de vernieuwde Teurlings konijnen- en knaagdiervoeding.
Wie Teurlings zegt, zegt kwaliteit. Kwaliteit die al decennia door professionals wordt bewaakt en verbeterd. Met aandacht en zorg streeft Teurlings naar de hoogste kwaliteit in dierenvoeding.
Onder het mom dat kwaliteit altijd beter kan introduceert Teurlings nu de nieuwe productlijnen Basic, Quality en Top Quality.

teurlings SINCE 1923

NAVIGATIE De gemengde voedingen zijn voorzien van een full colour productlabel voor een betere navigatie in de winkel.

VERPAKKING De gemengde voeders worden vanaf nu verpakt in papieren open mond zakken.

NIEUWE KANSEN 100% graanvrije voeding in handzame 12,5kg verpakking.

Produit Qualité Hollande

Voor meer informatie neem contact op met uw Regio Accountmanager van Holland Diervoeders B.V.

Teurlings Consumer Services
Postbus 889, 3300 AW Dordrecht,
Nederland.

De knop om

Je hebt van die dagen dat je het zeker weet: het moet anders. Frisser, pakkender, slimmer. Stilstand is immers achteruitgang. Maar waar begin je? Waar zijn je klanten voor te porren, waarmee maak je écht het verschil, en hoe bereid je je voor op wat de toekomst brengen gaat? Het zijn vragen die ook wij onszelf stelden bij de ontwikkeling van een alternatief voor de Dibevo-Vakbeurs die – zoals je weet – voortaan tweejaarlijks wordt gehouden. We hebben gebrainstormd, locaties bezocht, overlegd, geschetst, gerekend, ideeën opgehoest, eindeloos gewikt & gewogen, totdat er langzaam maar zeker een parel van een concept uitrolde. Een concept voor een evenement dat je ondernemerschap nét die boost geeft die het nodig heeft. Een evenement met de perfecte mix van luisteren, (be)kijken en praten. Een evenement waarbij je het liefst zo snel mogelijk naar huis wilt om meteen aan de slag te gaan met alle nieuwe inzichten en ideeën. En nee, dat evenement heeft geen flitsende Engelse naam. Niks daarvan. We noemen het gewoon de ‘Dibevo-vakdagen’. Nieuwsgierig naar het waar, wat en hoe? Ga dan snel naar dibevovakdagen.nl voor een stille hint...

Dibevo &VAKDAGEN 2016

30 EN 31 OKTOBER 2016

COLUMN JOOST DE JONGH

Redelijk fel of politiek correct?

Dat zijn de smaken waaruit ik kan kiezen als wij met overheidsinstanties, Kamerleden of clubs praten die het heel anders willen dan ons past. Dat praten, natuurlijk altijd in het belang van de ondernemers in onze mooie sector.

Wie mij een beetje kent weet dat ik niet zo van het politiek correcte ben. Precies netjes zeggen wat iedereen naar buiten toe vindt en dat zonder wie of wat dan ook voor het hoofd te stoten. Dan krijg je een soort grijze stopverfachtige brei. Een brei die niets meer met een helder standpunt te maken heeft. En waardoor je gesprekspartner denkt: ach daar hoeven wij geen rekening mee te houden. Om daarna weg te dommelen.

Daarom ben ik voor *redelijk fel* als wij aan belangenbehartiging doen. Let daarbij op het woord *redelijk*. Want gewoon zomaar wat vierkant geroep werkt ook niet. Hoogstens als je voor jezelf graag wilt denken: zo, dat heb ik eens mooi gezegd. Daar blijft het dan bij, want et effect is nul.

Ik kom hierop, omdat wij de laatste tijd een en andermaal op stevige wijze ons standpunt hebben moeten verwoorden. Dit natuurlijk *áltijd* onderbouwd met argumenten en redelijk fel. Of het nu ging om de manier waarop de positieflijst verder ingevuld gaat worden of waarop aan de staatssecretaris moet worden verteld waar het belang van goed onderwijs voor onze sector ligt. Het zogenoemde groene onderwijs, terwijl er voor ons niets groen aan is. Maar het moet wel vooral een groene invulling krijgen. Of dat nu voor de ondernemer of zijn medewerkers zinvol is of niet. Het betrof in dit geval het aan de staatssecretaris presenteren van de nota 'Investeren in een vitaal onderwijssysteem voor een krachtige groene sector.' De eerste regel luidde: 'Nederland is van oudsher sterk in de sectoren agro, food, tuinbouw, natuur en leefomgeving' en vervolgens een lofzang wat het onderwijs allemaal bedacht heeft en gaat doen op dit gebied. Ik heb het woord *gezelschapsdier* hierin niet teruggezien. Het dier dat nota bene de basis vormt van onze sector. Zonder dieren geen verkoop van al het andere waar wij nu eenmaal het geld mee verdienen. Ja, het woord *agro* staat er. Maar dat zijn de koeien, varkens, kippen en andere consumptiedieren. Dat zijn geen gezelschapsdieren. Want die eet je niet.

Reden waarom ik ervoor zal zorgen dat separaat van deze woordenbrij de staatssecretaris zal horen wat nu precies de noden zijn van ónze sector. Want die zijn gewoon anders. Waarom? Onze sector is nu eenmaal bijzonder!

Ik wens u goede zaken!

DIEREN IN DE DIERENSPECIAALZAAK

Waar komen die dieren vandaan?

De intentie was om een artikel te schrijven over een petitie van de Sophia-Vereeniging. Deze club van dierenbeschermers vertelt consumenten op haar website dat mensen vooral geen dieren moeten kopen bij de dierenspeciaalzaak, omdat 'de huisdierenhandel gruwelijke fokpraktijken in de hand werkt, die ernstig dierenleed tot gevolg hebben…' Tijd voor actie, dachten wij bij Dibevo.

TEKST: JANINE VERSCHURE | FOTO'S: JANINE VERSCHURE EN MIRJAM BUSSER

Direct nadat wij de petitie van de Sophia-Vereeniging tegen de verkoop van dieren in de dierenspeciaalzaak hadden gezien, reageerde Mirjam Busser van Pets Place in Nijverdal. "Het ergste van deze actie vind ik dat ze ervan uitgaan dat wij allemaal op geld beluste dierenbeulen zijn", zegt ze. "Terwijl iedereen weet dat er wel degelijk bedrijven zijn die het anders doen. Die hun dieren aankopen bij particulieren, kinderboerderijen of gegarandeerd goede bedrijven; en die dieren alleen verkopen aan mensen die weten waar ze aan beginnen en er alles aan doen om dieren zo goed mogelijk te huisvesten en te verzorgen. Wij verkopen geen dieren aan klanten die niet hebben nagedacht over de aanschaf. Wij geven uitgebreid voorlichting over wat er bij de verzorging komt kijken. Bovendien kopen wij onze levende have bij particuliere fokkers waar we al jarenlang mee samenwerken. Dan is het echt heel frustrerend om te lezen dat de Sophia-Vereeniging keihard stelt dat: *'(…) in winkels en op het internet mensen worden aangemoedigd om zonder nadenken een huisdier te nemen (…) waardoor dieren niet de zorg krijgen die ze verdienen en op straat of in een opvang belanden (…).'*

Sophia-Vereeniging

Mirjam heeft een punt. Zij is namelijk niet de enige dierenspeciaalzaakondernemer die veel zorg en aandacht besteedt aan het feit dat de dieren niet alleen in de winkel, maar ook daarna een goed leven moeten hebben. Waarom dan alle ondernemers over een kam scheren? "De insteek is dat wij niet willen dat mensen in een impuls een dier aanschaffen", zegt Joyce Plenter van de Sophia-Vereeniging. Dat schept een band, want dat wil Dibevo namelijk ook niet. We leggen uit dat Dibevo op dit moment bezig is met twee projecten om impulsaankopen te verminderen. Eentje in samenwerking met de Dierenbescherming om konijnen en kleine knagers uit de opvang via de dierenspeciaalzaak voor herplaatsing aan te bieden, en een in samenwerking met de Vereniging van Samenwerkende Kinderboerderijen Nederland. Daarbij kunnen mensen een dier 'leasen' voordat ze tot aankoop overgaan. Joyce Plenter wordt er niet warm of koud van: "Ik zie daar niet de toegevoegde waarde van", zegt ze. "Ik begrijp best dat er dierenspeciaalzaken zijn die het wél goed doen, maar wij vinden gewoon dat het niet nodig is om jonge dieren te verhandelen in winkels zolang er nog dieren in de opvang zitten."

Rekensom

We proberen het nog eens, door middel van een rekensom: "Er worden in Nederland gemiddeld zo'n 1,2 miljoen konijnen gehouden. Die worden circa acht jaar oud. Dat wil zeggen dat er elk jaar 150.000 nieuwe konijnen nodig zijn. Die kunnen niet allemaal uit de opvang komen, zo veel zitten er helemaal niet in asielen. Dan is het toch geen probleem om jonge dieren te kweken en die – op een goede

De ruime dierenverblijven in Pets Place Nijverdal, de dierenspeciaalzaak van Mirjam Busser.

manier – aan te bieden aan de consument? "Dat kan wel zijn," is het antwoord, "maar eerst moet de opvang leeg."

Peta

Omdat het er niet naar uitziet dat we heel erg tot elkaar gaan komen, gooien we het over een andere boeg: in de tekst op haar website spreekt de Sophia-Vereeniging over 'gruwelijke fokpraktijken in de huisdierenhandel'. Waar baseren zij die wijsheid op? Het antwoord dat daarop volgt, verbaast ons echt: "Op een filmpje dat Peta Duitsland maakte", zegt Joyce Plenter van de Sophia-Vereeniging, "bij Nederlandse dierengroothandels."

Het filmpje is *niet* leuk. Dieren op elkaar gepropt in kooitjes, dode dieren, zieke dieren, dieren die elkaar hebben aangevreten. Wij kunnen ons niet voorstellen dat deze beelden in Nederland zijn gemaakt, maar volgens de Peta-medewerker die wij aan de telefoon krijgen is dat wel degelijk het geval. De beelden zijn niet gemaakt in Oost-Europa of diep in Afrika, maar gewoon bij ons in Nederland. "Peta Duitsland heeft aangifte gedaan bij de Dierenbescherming", wordt ons verteld. "Je kunt gewoon met hen contact opnemen."

Dierenbescherming

"Dat klopt", zegt Dik Nagtegaal, woordvoerder van de Dierenbescherming. "Onze inspecteurs hebben onaangekondigd de bedrijven bezocht waar de filmpjes gemaakt zijn. Er zijn toen geen grote misstanden waargenomen. Waarschijnlijk zijn de filmpjes heus wel dusdanig gemonteerd dat alleen de ergste beelden overbleven. Op het moment van filmen was het in de bedrijven erg vol, waren er veel dieren en dat was tijdens onze inspecties niet het geval. De LID heeft geen grote overtredingen geconstateerd maar dat wil niet zeggen dat je met een prettig gevoel naar die filmpjes kijkt. Als dierenwelzijnsorganisatie zijn we absoluut niet blij met bedrijven die op deze manier dieren verhandelen. Dat ziet er rot uit."

Dierbaar

Dierengroothandel van Os, het bedrijf dat vertegenwoordigd is op praktisch elke editie van de Dibevo-Vakbeurs, is de enige dierengroothandel met het Dierbaar-keurmerk. "Het zijn nare beelden", zegt Arend Overbeek, directeur van Dierengroothandel van Os. "Maar natuurlijk is het wel zo dat als je honderd goede dieren hebt zitten, het best kan dat er eentje niet goed gaat. Als je daar de focus op legt, alleen zieke dieren filmt, schep je al snel een bepaald beeld. We weten allemaal dat dieren nou eenmaal ziek kunnen worden, dat kunnen ze bij ons in de groothandel, maar ook in de winkel of bij de consument thuis. Waar het om gaat, is hoe je met zieke dieren omgaat. Bij ons komen die in een quarantaineafdeling en komt er een dierenarts bij als dat nodig is."

Overbeek wilde dat zijn bedrijf het Dierbaar-keurmerk kreeg, omdat dit keurmerk goede dingen doet voor de uitstraling van zijn bedrijf: "Er is maar één antwoord op dergelijke acties en petities van dierenwelzijnsorganisaties: belang hechten aan dierenwelzijn, ervoor zorgen dat alles in jouw bedrijf op dat punt in orde is, en dat uitdragen naar de consument. Daarom is het goed dat wij als groothandel het Dierbaar-keurmerk hebben, maar eigenlijk moet je dat als winkelier ook doen. Dierenspeciaalzaakondernemers zouden moeten uitdragen dat ze met welzijn bezig zijn, en het Dierbaar-keurmerk is daarvoor een ultiem middel. Vertel aan je klanten wat het keurmerk inhoudt, wat je moet doen om het te behalen en waarom het er in jouw bedrijf anders aan toe gaat dan bij sommige andere. Dat is een stukje marketing. Wij merken echt dat onze klanten positief reageren op het feit dat wij het Dierbaar-keurmerk hebben. Vaak is dat keurmerk het laatste zetje dat een klant nodig heeft om bij ons dieren aan te schaffen en zo kan het ook gaan in een dierenspeciaalzaak. Consumenten hebben vandaag de dag – terecht – veel aandacht voor dierenwelzijn. Daar zou je als ondernemer in mee moeten gaan. Voor jezelf, voor jouw bedrijf maar vooral ook voor de dieren die je verkoopt." ←

Kijk voor meer informatie over het Dierbaar-keurmerk in het Kenniscentrum op *www.dibevo.nl*

DIBEVO ZORGPORTAAL VAN START

Geen gedoe meer met verzuim

Heb je werknemers in dienst? Dan komt er veel op je af als je te maken krijgt met zieken. Een griepje is vaak wel te overzien, maar als blijkt dat je werknemer voor lange tijd uit de roulatie is, wordt het een ander verhaal.

TEKST: JOLANDA VAN DE WEERT, DIBEVO RISK

Ga je op zoek naar een vervanger, dan word je geconfronteerd met dubbele lonen. De eerste twee jaren moet je immers het loon van de zieke werknemer doorbetalen. Daarnaast ben je wettelijk verplicht de werknemer te begeleiden bij een snelle terugkeer op de werkvloer. En wat moet je allemaal regelen als blijkt dat je werknemer na twee jaar gedeeltelijk arbeidsongeschikt blijft en in de WGA terechtkomt? Hoe ga je om met deze extra geld- en kopzorgen?

Te veel regels

De wetgeving rondom ziekteverzuim is de laatste jaren regelmatig aangepast. Het is er voor werkgevers niet eenvoudiger op geworden. Om een voorbeeld te geven: officieel mag je als werkgever niet aan je zieke werknemer vragen wat hij of zij mankeert, tegelijkertijd ben je als werkgever wettelijk verplicht om er alles aan te doen een werknemer zo snel mogelijk weer aan het werk te helpen. Hoe krom kan het zijn!
Door dit soort regels voelen veel werkgevers zich machteloos. Ze hebben weinig grip op verzuimend personeel, terwijl de kosten snel hoog oplopen en de hoeveelheid administratie flink toeneemt. Met name wanneer een werknemer langdurig uit de roulatie is.

De oplossing voor verzuim

Dibevo heeft samen met Dibevo Risk gewerkt aan een oplossing om leden volledig te ontzorgen op het gebied van verzuim. Die oplossing hebben we Dibevo ZorgPortaal genoemd. Dibevo ZorgPortaal biedt dekking voor de loondoorbetalingsverplichting, je krijgt ondersteuning van een arbodienst en alle administratieve rompslomp rondom de WGA wordt je uit handen genomen. Ofwel: een oplossing vanaf de eerste tot de laatste ziektedag. En dat tegen een gegarandeerd lagere premie dan je huidige verzekering.

Pluspunten Dibevo ZorgPortaal

Naast de scherpe premie kent dit pakket een aantal pluspunten ten opzichte van andere pakketten:

- Je krijgt een vaste casemanager die je kunt bellen als je vragen hebt en die jou adviseert en begeleidt bij het voldoen aan de regels van de Wet poortwachter.
- Je krijgt de garantie dat je geen boetes van UWV krijgt.
- Het is een webportaal, dus je kunt altijd en overal online ziekmeldingen doorgeven.
- Je krijgt 100% vergoeding voor interventies en het traject om een passende werkplek te vinden bij een andere organisatie als werkhervatting binnen de eigen organisatie niet mogelijk is (2e spoor).
- Besluit je, na twee jaar ziekteverzuim, afscheid te nemen van je werknemer dan worden de transitiekosten tot € 20.000,- vergoed.
- Je hoeft geen gedifferentieerde premie meer te betalen aan UWV en je hebt geen omkijken meer naar de administratieve rompslomp wanneer een (ex-)werknemer in de WGA terechtkomt.
- Snelle uitkering van schade.
- Stap je over, dan regelen wij de opzegging van je huidige pakket.

Reageer snel

Ziekteverzuim blijft heel vervelend, maar het hoeft geen nachtmerrie te zijn. Bel naar Dibevo Risk, zij kunnen je meer vertellen over Dibevo ZorgPortaal en hoeveel de premie bedraagt. Let op! Veel arbocontracten moeten vóór 1 oktober opgezegd worden, dus reageer snel en neem contact op met Dibevo Risk. Bel naar 030 - 284 86 19 of mail naar *risk@dibevo.nl*.

DE ZOMERHIT VAN BIOFOOD

Houdbare vleesworst, voor op vakantie

Zouden honden ook op vakantie graag vers vlees lusten? Behoorlijk overbodig deze vraag, want de echte hondenliefhebber weet dat hij zijn viervoeter nergens zo blij mee maakt als met vlees.

Vers vlees meenemen op vakantie, dat is echter lang niet altijd een aanrader. Er zijn namelijk maar weinig mensen die in staat zijn een vriezer mee te nemen naar hun vakantieadres en áls dat al zou lukken, is het maar de vraag of je op je vakantieadres in staat bent dezelfde hygiënemaatregelen te nemen als thuis.
Biofood heeft daarvoor een oplossing bedacht. De houdbare, complete versvleesmaaltijden van Biofood – in een handige afsluitbare verpakking met kleine portie worstjes – zijn er nu ook in een nieuwe grotere variant van 800 gram. “Met alles erin wat een hond nodig heeft”, vertelt Biofood-directeur Henk Bijlsma. “Aan het verse vlees van de slager worden schapenvet en kruiden toegevoegd. Vervolgens wordt de worst in de verpakking gestoomd waardoor hij erg smakelijk is. Door de verhitting komt het vet uit het product, en dat kapselt het vlees in. Op die manier conserveer je het vlees in zijn eigen vet en kun je het ongekoeld, bij wijze van spreken tussen de badslippers en de zonnebrandcrème, meenemen op vakantie.”

Diepvrieskwaliteit, maar dan handiger

Het feit dat deze worsten houdbaar zijn, wil natuurlijk niet zeggen dat er geen voerbakken meer afgewassen hoeven te worden, maar de maatregelen die je moet treffen als je rauw vlees voert, heb je met deze houdbare variant niet. “Dat maakt het veiliger”, zegt Bijlsma, “en handiger. Voeren is een kwestie van de worst uit de verpakking halen, met de vork het vet en het vlees een beetje vermengen en zo schotel je de hond een superlekkere versvleesmaaltijd voor, zonder chemische uitvluchten, gemaakt door een bedrijf dat al meer dan 25 jaar uitblinkt in honderd procent natuurlijke diervoeding.”

BIOFOOD vleesvoeding is een natuurlijke, complete en houdbare hondenvoeding op basis van vers vlees, vis, rijst, schapenvet en natuurkruiden.

Een volledige vleesvoeding die ook uitermate geschikt is voor vleesdagen, voor onderweg, als traktatie, smaakmaker, bij omschakeling naar ander voer of voor honden die slecht reageren op droogvoeding.

Verkrijgbaar in een handige afsluitbare verpakking met portieverpakkingen (7x90g/630g) of als 800g worst in de varianten lam, zalm en eend. Handig en lekker. Diepvrieskwaliteit. Gezond en minder ontlasting. Buiten de koelkast te bewaren (ongeopend). Geschikt voor iedere hond, van pup tot senior.

BIOFOOD complete natuurlijke vleesvoeding voor de hond.....natuurlijk het beste!

BIOFOOD®

Meer informatie:
www.biofooddiervoeding.nl

De Passage in Den Haag, het oudste winkelcentrum van Nederland.

HOE MAAK JE VAN JE WINKEL OF WINKELCENTRUM EEN SUCCES?

De zonnige toekomst van **het fysieke winkelen**

Hoe zorg je ervoor dat jouw winkel of winkelgebied een winnaar wordt? Er zijn legio antwoorden mogelijk. Maar wij proberen de zin en onzin van elkaar te scheiden. Wat werkt wél? Aan welke voorwaarden moet je voldoen?

TEKST: HANS VAN TELLINGEN EN JORINE DE SOET

Locatie

Het belang van 'locatie, locatie, locatie' is helemaal niet achterhaald. Locatie is nog steeds bepalend voor je winkelconcept. Historische binnensteden zijn om andere redenen aantrekkelijk dan wijkwinkelcentra. Dat betekent dat de voorwaarden, waaraan deze gebieden moeten voldoen, onderling verschillen. 'Plek' én bereikbaarheid zijn nog steeds de belangrijkste criteria. Ook in een tijd van internet. Want uiteindelijk zorgt internet ervoor dat mensen elkaar juist vaker willen ontmoeten. Steden en stedelijke agglomeraties worden groter. Op de beste plekken zijn de winkels gelokaliseerd. Dat was vroeger zo. Maar dat is nog steeds zo. Sterker nog: de factor locatie is alleen maar nóg belangrijker geworden.

Dominante eigenaar

Een winkelcentrum is geen democratie. Een dominante eigenaar met een heldere visie kan voor een winkelcentrum veel betekenen. Voor een juiste mix aan huurders. Voor een perfecte 'look'. En een juiste positionering. Eigenlijk alle zaken die nog in dit artikel terugkomen. Nu is er in de binnenstad sprake van vele eigenaren. En in een fors aantal stadsdeelcentra is dat ook het geval. De winnaars zijn echter vaak de centra met één dominante eigenaar. In vorige delen zijn een paar van die centra al met naam en toenaam genoemd. Waarbij de samenwerking met winkeliers en gemeente natuurlijk niet uit het oog verloren mag worden. En als er dan meerdere eigenaren zijn? Dan 'zult gij' óók samenwerken! Zie ook verderop in dit artikel.

Parkeren

Gemiddeld 45% van de consumenten bezoekt een winkelgebied per auto. En deze bezoekers zijn goed voor 60% van de winkelomzet. In sommige stadsdeelcentra lopen deze percentages zelfs op tot 60% autobezoekers en 80% winkelomzet. Een goed draaiend centrum staat of valt met een goede bereikbaarheid. Én met goede parkeervoorzieningen. Moet dan overal maar gratis parkeren – voor de consument; gemeente, winkeliers en eigenaar zullen wél de rekening moeten betalen in zo'n geval – ingevoerd worden? Dat zeggen we nu ook weer niet. Voor goede plekken is men best bereid om parkeergeld te betalen. Al zullen ook de goede plekken beter bezocht worden bij gratis parkeren. Maar feit blijft dat met name middelmatige winkelcentra gebaat zijn bij 'gratis' parkeren. Als er in zo'n geval betaald parkeren wordt ingevoerd, dan gaat dat vaak

FOTO: FLORIS LOOIJESTEIJN/FLICKR.COM

FOTO: PAUL VAN DE VELDE/FLICKR.COM

Naturis presenteert

Zes spiksplinternieuwe soorten glutenvrije persbrokken!

VOORDELEN

- inzet van organische spoorelementen die beter benut kunnen worden door het lichaam.
- ondersteunt een goede huid- en vachtconditie

PUUR NATUUR PREMIUM QUALITY

Naturis® Hondenvoer

RIJK AAN OMEGA3 + 6 VETZUREN

NATURIS HONDENVOER | WWW.NATURIS.BE

INFO@NATURIS.BE | TEL. 0032 499176739

Het belang van locatie: de 9 straatjes in Amsterdam

FOTO: FRANKLIN HEIJNEN/FLICKR.COM

ten koste van 30% bezoekers en 30% winkelomzet. Genoeg om een hoop winkeliers failliet te laten gaan. En andersom? Leidt 'gratis' parkeren dan tot extra bezoek en extra winkelomzet? Zeker!

Positionering

Deze komt vaker ter sprake. *Ken je klant.* Weet hoeveel bezoekers je winkelcentrum telt. Weet *wie* je klanten zijn. En hoeveel omzet deze genereren. Weet wat zij van je winkelgebied vinden. *Maar: ken ook je niet-klant.* Welke groepen klanten laten je winkelcentrum links liggen? En waarom? En op welke van die groepen moet ik mij als winkelgebied richten? Dit is nodig om de aantallen bezoekers te vergroten, en de omzet. Klassieke marketingvraagstukken dus. De huidige tijd, die ons consumentsegmentatie-systemen heeft 'gegeven', vergroot het inzicht in de kansrijke doelgroepen. Consumentsegmentatie-systemen kunnen mede de basis vormen van een goede match tussen branchering en verzorgingsgebied. Een goed onderzoek leidt dan ook tot nieuwe huurders. Geen winkelcentrum is hetzelfde. Geen verzorgingsgebied is gelijk. 'One size fits all'? Nee! Niet! Verricht dus altijd onderzoek. En ga pas daarna je marketingbudget spenderen. Want dan is dat geen uitgave meer. Maar is het een investering in de toekomst van je winkelgebied.

Sterke huurders, sterke merken

Retailpuristen hebben vaak een hekel aan winkelketens. Aan merken. Aan brandstores. Vaak hoor je dan dat er meer 'boetiekjes' moet komen. Meer 'couleur locale'. Of 'hipsterconcepten'. Zoals Hutspot, Stach, Bilder & De Clercq. Nu zien wij als auteurs zeker het belang van de zelfstandige winkelier. En van beginnende ketens als Stach. Maar red je daarmee de winkelstraat? En zijn de ketens, brandstores, flagshipstores niet nodig? Toch wel! Op de beste plekken moeten deze vertegenwoordigd zijn. In de A1-straten. En in de beste regionale winkelcentra. De zelfstandigen vestigen zich dan in de B-straten en de C-straten. De kracht zit 'm in de mix. In de combinatie. Het is niet óf-óf. Het is én-én. Het gros van de consumenten komt voor de grote merken en de grote ketens. Dat is een feit. Dit blijkt uit vrijwel elk onderzoek van Strabo. En de couleur locale geeft dan (letterlijk) kleur aan het geheel. Mensen: wees niet zo principieel. Wees realistisch. De grote groep 'gewone' consumenten bestaat nog steeds. En bedraagt zo'n 80%. Zonder de sterke merken en de sterke winkelketens kan een groot winkelgebied niet functioneren.

Zonder de **sterke merken** en de sterke winkelketens kan een groot winkelgebied niet functioneren.

Ook een winkelgebied als Stadshart Zoetermeer is authentiek.

Evolutie

Pas je aan. Zoals dat evolutionair bepaald is, overwinnen de formules, gebieden en locaties die zich het best aanpassen aan de veranderende behoeften van consumenten. Veel Nederlandse ketens – uitzonderingen als Rituals, Action, Kruidvat , Van Haren en 'good old HEMA' daargelaten – hebben 20 jaar 'geslapen'. En zijn stil blijven staan. Dit betreffen dus vaak 'suffe' ketens. In het buitenland vind je wél vernieuwende merken. Merken die het goed doen. Ketens die het goed doen. Of reeds bestaande concepten, die zich wél weten aan te passen aan de moderne tijd.

Authenticiteit

De roep om authenticiteit klinkt steeds luider. Maar wat is dat eigenlijk? Is de Haarlemmerstraat authentiek? Jazeker. Een veel beter voorbeeld bestaat er niet. Maar de P.C. Hooftstraat is het ook. Of de Markthal in Rotterdam. Maar ook een Stadshart Zoetermeer of een Citymall Almere is authentiek. Met veel bekende merken en ketens voor de massa. Kennelijk past een dergelijke authenticiteit prima op een dergelijke plek. Want ook de massa moet winkelen. En voelt zich in een dergelijk centrum prima op zijn gemak. Als je dan ook nog eens drie uur gratis kunt parkeren (zoals in Zoetermeer), dan zijn veel consumenten blij. En dan geven ze geld uit. Veel geld.

Beleving?

De afgelopen jaren hebben we geen artikel kunnen lezen of 'beleving' werd als 'one solution fits all' neergezet. Is het nu echt zo dat elk winkelgebied toekomstkansen heeft als het in beleving investeert? Invulling en activiteiten die specifiek gericht zijn op beleving, bijvoorbeeld een evenement of sfeerverhogende verlichting, hebben weinig zin als de basis van het winkelgebied niet op orde is. Zoals 'schoon, heel, veilig'. Omvang en kwaliteit van het aanbod. Bereikbaarheid. Gratis gebruik van schone toiletten. Uitstekende en 'passende' horeca.

FOTO: EMMA LINE/FLICKR.COM

Het gros van de consumenten komt voor de grote merken en de grote ketens.

Al deze kwaliteiten betreffen dus eigenlijk de beleving waarvoor bezoekers komen. Pas als deze basis op orde is, kunnen *extra 'belevingsactiviteiten'* van toegevoegde waarde zijn.

Service, service, service is de ultieme beleving

Niet alleen het winkelgebied moet in al zijn facetten goed op orde zijn. Ook aan alle winkeliers worden commerciële eisen gesteld. Toen in de jaren zestig en zeventig van de vorige eeuw een ondernemer zijn winkel opende in een nieuw, planmatig opgezet winkelcentrum, hoefde hij/zij slechts achter de kassa te wachten totdat de omzet binnenkwam. Die tijd is echt allang voorbij. In deze tijd is de keuzevrijheid van consumenten zo groot, dat alleen goede ondernemers overlevingskansen hebben. Alleen *die* ondernemers – die met hun zaak op de juiste plek zitten, een actueel assortiment bieden met een goede prijs-kwaliteitverhouding, een sexy imago hebben en vooral ook service geven – hebben kans te overleven. En die service, waar bestaat die dan uit? Service betekent dat je je klanten aangenaam behandelt. En gastvrij benadert. Klanten moeten een plezierige ervaring hebben. Een ervaring waarvoor ze terugkomen. Het winkelpersoneel moet verstand van zaken hebben. Het personeelslid gaat na of iemand geholpen wil worden of alleen even wil rondkijken. Als de klant geholpen wil worden, stelt hij/zij de juiste vragen om met een passend product te komen. Als de klant even wil rondkijken, laat hij/zij de klant even rondkijken en sluipt er niet achteraan om hem/haar in de nek te hijgen. In sommige winkels bestaat service juist uit 'klanten volledig zelf hun gang laten gaan'. Dat gaat meestal op voor discountachtige formules als Wibra, Zeeman en Primark.

Maar service is ook het bieden van goede retourmogelijkheden. Zonder gezeur geld terug. Service is bij een langer bezoek iemand een goede consumptie (met of zonder alcohol) aanbieden.

Maar ook in de winkel geldt, dat eerst de basis op orde moet zijn. Een goede winkel heeft vooral een duidelijk concept. Dat

FOTO: BERT REMMERSWAAL/FLICKR.COM

voor klanten herkenbaar is. De aard van het concept hangt direct samen met de branche, omvang en prijs-kwaliteitverhouding van de betreffende winkel. Zo heeft Primark een geheel ander concept dan de Bijenkorf. Beide formules hebben dezelfde eigenaar (!). En deze begrijpt blijkbaar goed hoe je twee compleet verschillende 'merken' tóch *allebei* goed in de markt kunt zetten.

Huurprijs

Ga flexibel om met huurovereenkomsten en huurprijzen. Maak bij het aangaan van huurovereenkomsten – en het bepalen van de huurhoogte – een combinatie van 'een vaste huur', 'een variabele huur op basis van omzet' én 'een variabel deel op basis van de passanten'. Het aantal bezoekers dus. Op deze wijze kun je geen ruzie meer krijgen over zogenaamd te hoge huurprijzen. Het is een gezamenlijke inspanning van winkelier en eigenaar. En onze huurwetgeving? Alsjeblieft: laat de juristen met iets beters komen! Iets dat tegemoetkomt aan de belangen van huurders én verhuurders. Dan kunnen wij snel schakelen met nieuwe huurders. Huurders die het wél goed doen. Het is helder dat de politiek die nieuwe huurwetgeving moet goedkeuren.

Schoon, heel, veilig

Dit behoeft geen toelichting. Alhoewel? De auteurs van dit stuk kennen honderden winkelgebieden. En slechts in enkele daarvan is het zoals het hoort. Loop eens door een centrum als Gelderlandplein Amsterdam. Of Stadshart Amstelveen. De Markthal Rotterdam. Of het DOC in Roermond. Dan zie je hoe het ook kan. Het Nederlands volkje is altijd een proper volkje geweest. Maar in veel winkelcentra heb je het idee dat je in Oost-Europa bent. En dan het Oost-Europa van vóór de val van de Muur: gribus.

Verleid de klant

Het hebben van een winkel voelt als 'daten'. Verleid de klant. Het klinkt cynisch, maar soms koopt de consument dingen die hij of zij eigenlijk helemaal niet nodig heeft. Deze gaat naar de Action voor een fietsreflector van 80 cent. Maar komt terug met een kar vol aankopen. Van in totaal 80 euro.

Herverkaveling units

Buitenlandse ketens staan in de rij voor Nederlandse winkelpanden. Maar zij hebben vaak duizenden vierkante meters nodig. En units met een dergelijke omvang zijn schaars in ons land. Eigenaren moeten dus om tafel. En overheden moeten faciliteren. Soms moeten winkelunits worden samengevoegd. Daar ligt een belangrijke opgave.

Gratis toiletten

Mensen, kom op. Wees niet zo 'penny wise pound foolish'. Zorg voor toiletten. Schone toiletten. Voldoende toiletten. Gratis toiletten. Leuk, hoor, zo'n concept als '2theloo'. Maar plassen moet gratis zijn. Zo hou je consumenten langer in je winkelcentrum. Die ook nog eens in een beter humeur zijn. En dus meer geld uitgeven.

Tasjes

In de jaren voor 2016 stoorden wij ons vaak aan winkeliers die niet uit zichzelf tasjes meegaven. Uit misplaatste zuinigheid. Nu *mogen* er geen gratis plastic tasjes meer verstrekt worden. En de meeste retailers zien dat als een kostenbesparing. En niet als iets dat goed voor het milieu is. Nu hebben de auteurs van dit artikel zeker hart voor het milieu. Wij brengen het glas naar de glasbak. En het papier naar de papierbak. Wij scheiden plastic. En die verwarming gaat niet hoger dan 18. Enzovoort. Maar het fenomeen 'tasjes' heeft wat ons betreft niets te maken met het milieu. Een tasje gratis verstrekken moet geen probleem zijn. Sommige ondernemers geven inmiddels al papieren tasjes. Prima oplossing. Alles draait om de klant. Als dat nu nog niet duidelijk is...

FOTO: PCRUCIATTI/SHUTTERSTOCK.COM

De overtreffende trap van service: de portiers bij warenhuis Harrods.

Webshop? Omarm het internet!

Internet is een kans. En geen bedreiging. De wereld wordt steeds meer een 'omnichannelwereld'. De meeste pure players gaan fysiek. En een hoop fysieke retailers nemen een webshop erbij. Maar staar je niet blind op de verdiencapaciteiten. De meeste webshops hebben te maken met verlies. Maar webshops kunnen wel leiden tot extra klanten. En een betere beleving van je merk.

Dus: noodzaak tot en nut van samenwerken

Samenwerking vindt bij voorkeur plaats op alle niveaus. In gebieden met versnipperd eigendom betekent dat dat de vastgoedeigenaren met elkaar

ARIE BLOK ANIMAL NUTRITION

Nature's best

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

Arie Blok *graanproducten van hoge kwaliteit*

Innovatie:
- Productontwikkeling op maat
- GMP+ gecertificeerd

HippoStar THE BEST BALANCED HORSEFOOD Nature's Best!

HippoStar *paardenvoeding*

HippoStar Paardenvoeders zijn er in veel varianten: krachtvoeders, 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

Kasper Faunafood *voeding voor hobbydieren*

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

HOPE FARMS nature's best

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 Gezonde voeding, gezonde hond!

Canex Dynamic *hondenvoeding*

Innovatie:
- Tarweglutenvrije en hypoallergene voeding
- Vrij van toegevoegde synthetische geur-, kleur- en smaakstoffen
- Boordevol natuurlijke ingrediënten

ARIE BLOK BV | Postbus 30 | 3440 AA Woerden
Telefoon 0348 - 57 49 11 | info@arieblok.nl | www.arieblok.nl

FOTO: JOHERHI/FLICKR.COM

Een winkelgebied zoals het hoort: het Designer Outlet Center in Roermond.

De realiteit is, dat de winkelbranche weleens de **grootste bloeiperiode** in decennia tegemoet kan zien.

samenwerken en samen hun gemeenschappelijke belangen behartigen. Dat geldt ook voor de winkeliers. Een goed georganiseerde ondernemersvereniging vormt de basis voor gemeenschappelijke marketingactiviteiten en kan optreden naar andere partijen om hun belang te behartigen.

Ook eigenaren en winkeliers moeten samenwerken. Zij hebben beiden winst en continuïteit als doelstelling. Maar wel met een verschillende horizon. Hier is continue afstemming en samenwerking noodzaak om succesvol te blijven. Deze samenwerking komt het best tot zijn recht door te kiezen voor een structuur waarin dezelfde risico's gedeeld worden. Flexibele huren bieden hiertoe mogelijkheden. Zie ook het tussenkopje 'huurprijzen'. En uiteraard vindt beheer en management van het gebied plaats in onderling overleg. In winkelcentra met één (dominante) eigenaar is het eenvoudiger zo'n samenwerking tot stand te brengen, omdat vrijwel alle huurders vergelijkbare huurovereenkomsten hebben met aparte financiële opslagen op de huur voor service en promotie. In centrumgebieden met versnipperd eigendom zijn inmiddels verschillende belastingsystemen mogelijk om te beschikken over een pot met geld, waaraan elke eigenaar en/of exploitant een bijdrage geleverd heeft. Zo kennen we bijvoorbeeld de BIZ en het ondernemersfonds op basis van gevelreclame of WOZ-waarde.

Natuurlijk heeft ook de gemeente een bijzonder belangrijke rol bij de succespotentie van centrumgebieden. Gemeenten zijn voor een belangrijk deel bepalend voor de omgevingsfactoren. Zie ook het tussenkopje 'parkeren'. Daarnaast is het vooral in (historische) centrumgebieden vaak van belang dat een gemeente enige flexibiliteit hanteert bij het verlenen van toestemming voor verbouwingen en aanpassingen, die een pand vele malen geschikter maken voor de huisvesting van een spraakmakende winkel- of horecaformule. Zie ook het kopje 'herverkaveling'. Rigide beleid in dezen kan de vestiging van zo'n formule frustreren. Bij uitbreiding en renovatie van centrumgebieden treden winkeliers, eigenaren en gemeente bij voorkeur samen op met respect voor elkaars doelstellingen.

Offers en verleidingen

Het succes van winkelgebieden wordt bepaald door de verhouding tussen offers en verleidingen. Hoe groter de verleidingen, des de groter de offers kunnen zijn, die klanten bereid zijn te brengen. Dat betekent dat in complete winkelgebieden – waar het aanbod rijk, breed en diep is en de sfeer aangenaam – gasten eerder bereid zijn te betalen voor parkeren. En dat terwijl ze daartoe niet bereid zijn als ze bijvoorbeeld een brood willen kopen. Die winkelgebieden die veel verleidingen te bieden hebben en weinig offers vragen, zijn de absolute winnaars. Dat is overigens niets nieuws. Dat is altijd zo geweest. Binnen de evolutieleer overleven de wezens die zich het best aanpassen bij de tijd, de actualiteit en recente ontwikkelingen. Dat was zo, dat is zo en dat blijft zo. De aard van de verleidingen en de aard van de offers is voortdurend aan verandering onderhevig. Om die reden moeten winkelcentra en winkelgebieden ook steeds flexibel aangepast kunnen worden aan de marktdynamiek. Dat vraagt flexibel of alternatief aanwendbaar bouwen, flexibele huurovereenkomsten en een flexibel management en beheer. Dus: alle zaken die al eerder terugkwamen in dit artikel.

Conclusies

De realiteit is, dat de winkelbranche wel eens de grootste bloeiperiode in decennia tegemoet kan zien. Branchebreed wel te verstaan. Netto verdwijnen er geen winkels (of in ieder geval maar een zeer beperkt percentage). Wat eraf gaat op slechte plekken, komt er op goede plekken weer bij. Winkels vormen het anker van de binnenstad. Winkels vormen het fundament van de economie. Winkels: we kunnen niet zonder! 'The end of retail is heavily overrated!' ←

#WatNouEindeVanWinkels.

Dit artikel is het slotstuk van de reeks 'De zonnige toekomst van het fysieke winkelen'. Alle delen zijn gebundeld in het boek *#WatNouEindeVanWinkels*. dat begin juni is verschenen. Het boek is te bestellen via *strabo.nl*

Over de auteurs

Hans van Tellingen is algemeen directeur en 50% eigenaar van Strabo bv. Strabo is Nederlands marktleider op het gebied van passantenonderzoeken voor winkelcentra.

Jorine de Soet is oprichter, eigenaar en directeur van KIR, Kordaat In Ruimte. Zij houdt zich al jaren succesvol bezig met projectmanagement, centrummanagement in binnensteden én met winkelcentra.

GRENSOVERSCHRIJDENDE PARASIETENBESTRIJDING

Wormen kennen geen grenzen

In Nederland behandelen de meeste hondenbaasjes hun dieren tegen wormen, vlooien en teken. Dat lijkt duidelijk en overzichtelijk, maar niets is minder waar. Het aantal teken in Nederland wordt elk jaar groter en we kijken met argusogen naar besmettelijke ziekten die parasieten meebrengen vanuit het buitenland. De laatste jaren komen er steeds meer meldingen over buitenlandse wormen die zich in Nederland vestigen. Het is dus van belang dat hondenbaasjes de juiste voorlichting krijgen over de bestrijding van deze parasieten. Gewoon kiezen voor het goedkoopste wormenmiddel en een standaard behandelprotocol aanhouden is allang niet meer voldoende.

Van vos naar hond ...

De vossenlintworm, *Echinococcus multilocularis*, komt al jarenlang voor bij vossen in grote delen van Europa. In landen als Denemarken, Duitsland, België, Oostenrijk en Zwitserland lopen ook honden risico op deze parasiet. In Nederland is de worm in 1997 aangetoond in ontlasting van vossen in Zuid-Limburg en Oost-Groningen. Sindsdien is duidelijk dat deze worm zich hier blijvend heeft gevestigd. Hoewel vaak als richtlijn wordt aangehouden dat honden minimaal vier keer per jaar ontwormd moeten worden, is een extra ontworming niet verkeerd om besmetting voor te zijn. Honden die naar bovengenoemde gebieden en landen zijn geweest, mogen bij thuiskomst een keer extra ontwormd worden met een middel dat werkt tegen de vossenlintworm. In de bijsluiter van het wormmiddel staat of het ook de vossenlintworm aanpakt. Het schema bij dit artikel kun je als leidraad gebruiken om het juiste middel te vinden.

... naar mens ...

De vossenlintworm vormt ook een probleem voor de eigenaar van de hond. Het is namelijk een zoönose. Het lastige is dat een besmetting pas jaren later wordt opgemerkt. Een besmette hond die in de tuin poept laat daar eitjes achter. Ook kunnen de eitjes achterblijven in de vacht. De worm tast de lever en andere organen aan. Mensen die besmet zijn hebben daar echter jarenlang geen last van. Pas wanneer de aantasting hevig is komt dit aan de oppervlakte, maar behandelen van de worm is dan weinig effectief meer. Regelmatig ontwormen van de hond is dus ook belangrijk om het baasje gezond te houden.

... en naar de slak

Verder naar het zuiden van Europa vormt een andere worm een probleem. *Angiostrongylus vasorum*, de Franse hartworm is net iets anders dan de hartworm die voorkomt in landen rond de Middellandse Zee (zie onder). Deze worm wordt overgebracht door de slak, de naaktslak en de bruine kikker. Veel slakken voeden zich met ontlasting van dieren. Ook in dit geval zijn het vooral vossen die in hun ontlasting larfjes van de worm uitscheiden waarmee de slak zich besmet. In de slak, maar ook in de bruine kikker, ontwikkelt het larfje zich verder waardoor deze besmettelijk wordt. Een vos of hond die een besmette slak of kikker eet krijgt de larfjes binnen. De larven kruipen door de darmwand en komen in de bloedbaan terecht. Ze ontwikkelen zich tot een volwassen worm die blijft hangen in de longslagader en soms in de rechterzijde van het hart. De volwassen wormen leggen eitjes die snel vastlopen in de haarvaatjes van de longen. Daar komt het larfje uit en baant zich een weg door het longweefsel. Vervolgens wordt het met slijm opgehoest en doorgeslikt. Eenmaal in de darm vervolgt de larve samen met de ontlasting zijn weg naar buiten.

Meegebracht door honden

Gebieden waar de Franse hartworm voorkomt zijn nauwelijks constant. Dit heeft te maken met het verspreidingsgebied van de slak. Waar de parasiet eerst in Frankrijk werd aangetoond zijn er nu ook elders in Europa gebieden waar de worm zich heeft gevestigd. Besmettingshaarden zijn gevonden in Duitsland, Denemarken, Oostenrijk, Italië en Spanje. In 2008 werden de wormen ook aangetoond bij vossen en slakken op de Veluwe en in de regio Den Haag. Hoe de wormen in Nederland terechtkwamen is moeilijk te zeggen. Mogelijk zijn ze meegenomen door honden tijdens een reis naar het buitenland.

Gewoon kiezen voor het **goedkoopste wormenmiddel** en een standaard behandelprotocol aanhouden is allang **niet meer voldoende**.

Ongeveer een op de drie hondenbaasjes neemt zijn hond mee op vakantie. Een tripje over de grens wordt echter veel vaker gemaakt, want de meeste baasjes zien België en Duitsland allang niet meer als buitenland. Het is belangrijk om te weten waar jouw klanten en hun huisdieren de komende weken vertoeven, en verstandig om de parasietenbestrijding hier op aan te passen. Want eens per kwartaal ontwormen is voor de meeste honden eigenlijk niet meer voldoende. Nu steeds meer wormen grenzen overschrijden, wordt wormbestrijding steeds belangrijker.

TEKST: STIJN PETERS, DIERENARTS

Typisch is dat er in België nog geen gebieden zijn gevonden met besmette slakken of vossen. Dit kan tevens te maken hebben met een gebrek aan onderzoek.

Voorkomen is beter dan ...

Het meest verstandige is om besmetting met de Franse hartworm te voorkomen. Dat begint met voorkomen dat honden slakken en kikkers eten. Daarnaast kunnen we ontwormingsmiddelen inzetten om een besmetting voor te zijn, in het geval de hond toch een slak eet. Geschikte middelen waren lange tijd voorbehouden aan de dierenartsenpraktijk. Pipetten die met een maandelijkse dosering een preventieve werking hebben op de infectie zijn nog steeds beschermd. Alleen de ontwormingstabletten tegen de Franse hartworm zijn sinds kort vrijgegeven voor de vrije verkoop. Deze zouden in de ideale situatie echter wekelijks moeten worden toegediend om besmetting te voorkomen. Ook voor de behandeling van de ziekte wordt een dergelijk stringent schema met tabletten aangeraden.

Nog meer naar het zuiden

Wie zijn hond meeneemt naar de warmste landen van Europa krijgt ook nog te maken met een andere hartworm die in het Latijns met *Dirofilaria immitis* wordt aangeduid. Deze worm heeft net als de Franse hartworm een andere diersoort nodig om de hond te besmetten. Larven van de hartworm ontwikkelen zich in een mug tot een besmettelijke larve. Wanneer een hond wordt gebeten door deze mug laat deze een kleine hoeveelheid speeksel achter in de huid. Dat speeksel bevat de larfjes die zich in de daaropvolgende weken in de huid verder ontwikkelen. Daarna verspreiden de larven zich door het lichaam. Het duurt echter tot enkele maanden na de oorspronkelijke infectie totdat de larven in staat zijn om de bloedbaan binnen te dringen. Daar lopen ze vast in de longslagader waar ze volledig uitgroeien tot volwassen wormen. Pas wanneer er zowel een vrouwelijke als mannelijke worm in de slagader zit, kan nageslacht worden verwekt. De kleine larfjes die volgen blijven jarenlang in de bloedbaan aanwezig, wachtend om door een mug te worden opgezogen, op zoek naar een nieuw slachtoffer.

Het aantal besmettingen met hartworm valt binnen Europa mee. Zeker in vergelijking met een ziekte als leishmaniasis die op bijna vergelijkbare wijze door het zandvliegje wordt overgebracht. Dat heeft voornamelijk te maken met de complexe cyclus van de worm. Het aantal muggen wordt zeer sterk beïnvloed door de weersomstandigheden. Daarnaast ontwikkelen de larven zich alleen bij hoge omgevingstemperaturen tot mug. Het hoogseizoen van de hartworm wordt hierdoor beperkt tot de periode tussen april en november. Een muggenbeet voorkomen is het meest verstandige. Zo wordt het afgeraden om met honden te gaan wandelen in de perioden dat de meeste muggen actief zijn, voornamelijk in de schemering. Honden kunnen behandeld worden met producten die muggen afweren door hun 'geur' om zo een beet te voorkomen. Ook hartwormen kun je voorkomen door ontwormingsmiddelen te gebruiken. Het protocol is iets eenvoudiger dan bij de Franse hartworm. Zowel de pipetten als de tabletten voorkomen een besmetting wanneer ze maandelijks worden toegediend. Aangeraden wordt om een maand voor de reis te starten met de medicatie en door te gaan tot een maand na thuiskomst.

Overzicht van veelgebruikte middelen ter bestrijding en preventie van wormen bij de hond. Met + wordt de werkzaamheid tegen bepaalde typen wormen aangegeven, waarbij - de onwerkzaamheid aangeeft. Het overzicht is zeker niet volledig.

Werkzame stof	Vossenlintworm	Franse hartworm	Hartworm
Moxidectine	-	+	+
Milbemycine	+	+	+
Fenbendazole	+	+	-
Praziquantel	+	-	-
Levamisole	+	+	-
Nitroscanaat	+	-	-

INTERZOO 2016

De grootste ooit

Met 13 beurshallen en in totaal ruim 115.000 vierkante meter beursvloer staat ’s werelds grootste vakbeurs voor de gezelschapsdierenbranche elke twee jaar garant voor blaren. Dit jaar was het echter erger (of mooier) dan ooit. De 34ste editie van Interzoo, die van 26 tot en met 29 mei plaatsvond in het Duitse Neurenberg was de grootste Interzoo ooit. Of-ie ook mooi en goed was? Reken maar!

TEKST: JANINE VERSCHURE. FOTO’S JANINE VERSCHURE, INTERZOO.

Volgens beurspromotor Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe (WZF) werd er goed zaken gedaan tijdens Interzoo. Er kwamen zo’n 39.000 bezoekers af op ’s werelds grootste huisdierenvakbeurs en dat is een toename van vijf procent ten opzichte van de editie van 2014.

Bonte bezoekers en beesten

Natuurlijk ga je in eerste instantie naar Interzoo voor de exposanten, maar ook de bezoekers vormen een bonte stoet mensen van vele kleuren, soorten, maten in soms wel heel bijzondere klederdrachten. Die bezoekers kwamen uit meer dan negentig landen en ze konden zich vergapen aan producten die soms net zo verbazingwekkend waren als de verscheidenheid aan bezoekers. Minstens zo imposant is het aantal honden op de beursvloer. Veel bezoekers brachten hun viervoeter(s) mee, en die gingen geheid met een paar kilo overgewicht weer naar huis. Dat is namelijk het leuke van een beurs vol dierenliefhebbers: daar krijgt de hond bij praktisch elke stand iets lekkers toegestopt. Er waren niet alleen honden op de beursvloer, een enkele bezoeker nam een kat mee en natuurlijk zag je ook deze Interzoo aquaria met de meest bijzondere vissen.

Interzoo in cijfers

- 2016 was de 34ste editie.
- Er kwamen zo’n 39.000 bezoekers uit ca. 90 landen naar Neurenberg.
- 70 procent van de bezoekers kwam van buiten Duitsland.
- De meerderheid van de bezoekers kwam uit Italië, Frankrijk, Nederland, Spanje, Tsjechië en Polen.
- Er waren 1818 leveranciers uit 61 landen.
- De beursvloer besloeg ruim 115.000 vierkante meter.

Prachtig platform

“Uit de cijfers blijkt dat Interzoo een prachtig platform is om zaken te doen en nieuwe zakenrelaties aan te gaan, zowel binnen Duitsland als daarbuiten”, zegt Hans-Jochen Büngener, voorzitter van het Interzoo Exhibition Committee niet zonder trots. Ook uit het aantal nieuwe producten dat tijdens Interzoo 2016 werd geïntroduceerd, blijkt het succes. Bedrijven wachten met het op de markt brengen van noviteiten tot ‘De Interzoo’ en vaak zie je in Neurenberg producten die zo nieuw zijn, dat ze nog niet helemaal klaar zijn, of in een dummyverpakking zitten. Dat geeft de beurs extra waarde want heel veel van wat je op Interzoo ziet, is ook echt gloednieuw en was nergens eerder te zien.
Volgens Büngener waren de bezoekers maar ook de exposanten verrast over de kwaliteit van de beursbezoekers en de exportmogelijkheden, en zullen er ook uit deze editie weer mooie contacten en overeenkomsten volgen.

De markt groeit en bloeit

Norbert Holthenrich, voorzitter van de Duitse brancheorganisatie voor de detailhandel in

Meer (producten van Dibevo-leden) **zien?**

Op de Dibevo-website vind je een uitgebreide selectie van noviteiten en bijzonderheden die Nederlandse exposanten (Dibevo-leden) op Interzoo toonden. Neem een kijkje op *dibevo.nl/interzoo2016*

de gezelschapsdierenbranche, de ZZF, vertelt dat bezoekers verbaasd waren over de grote hoeveelheid en variëteit in diervoeders en de innovaties, bijvoorbeeld op het gebied van aquaristiek. “Helaas was er de eerste dag een storing in het registratiesysteem”, vertelt hij. Dat veroorzaakte hinderlijke vertraging bij de toegang.” Inderdaad zorgde die vertraging voor behoorlijk wat klachten van exposanten, en dus niet bepaald een prettig begin van Interzoo 2106. Maar gelukkig was het verdere verloop van de beurs prima.

Wat wij zelf vonden

Als er een trend te bespeuren valt, dan is dat wel dat alles weer een beetje ‘natuurlijk’ wordt. Verpakkingen van voedingen zijn vaak strak en duidelijk, met niet al te veel poespas. De inhoud van die verpakking gaat steeds meer ‘terug naar de natuur’. Als het gaat om honden en kattenvoeders wordt opvallend vaak de link gelegd naar wilde katten en wolven. Natuurlijk was er op Interzoo veel versvleesvoeding te zien maar veruit het merendeel van de voeders bestond toch uit droge brokken. Vaak gemaakt van de meest exotische diersoorten.

Voor wat de accessoires betreft was het ook deze keer weer smullen op Interzoo. Ook hier lijkt de trend zich steeds meer op de natuur te richten; we zagen opvallend veel robuuste oermaterialen als hout, schapenvacht en leder.

Qua aquaristiek is Interzoo hét podium om noviteiten te introduceren en ook dit jaar zag je de meest bijzondere technische hoogstandjes. Ook valt op dat de stands van aquaristiekspecialisten vaak meer leken op musea of zelfs horecagelegenheden. De een nog groter dan de ander, en vaak met veel vernuft ingericht en gedecoreerd. De diversiteit aan aquaria is groot en vaak is het letterlijk dringen geblazen om een blik te kunnen werpen op de prachtig ingerichte bakken. ←

Volgende keer weer

De volgende editie van Interzoo vindt wederom plaats in Neurenberg, van dinsdag 8 tot en met vrijdag 11 mei 2018.

CURSUSCENTRUM
DIERVERZORGING

Test je kennis
www.cursuscentrum.nl/oefentoets

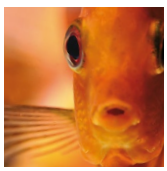
Besluit houders van dieren

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

START 27 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**.

DE ZOMERHIT VAN HOFMAN ANIMAL CARE

Bodyguard Dog Blanket

Het blijft prachtig om te zien hoe er in onze branche geïnnoveerd wordt. Keer op keer zien bijzondere producten het levenslicht en als er iemand is die een bijdrage levert aan het grote aantal noviteiten op de markt, is dat wel Hofman Animal Care. Deze zomer doet *hofmananimalcare.nl* er nog een schepje bovenop, met de Bodyguard Dog Blanket.

Het Bodyguard-bed en -kussen ken je wellicht nog van de Dibevo-Vakbeurs waar deze baanbrekende technologie veel bekijks trok. Deze hondenslaapplek, gemaakt van duurzame materialen, antislipbodem en een stevige vulling, is namelijk geïmpregneerd met de speciale 'Insect Bodyguard', die ongedierte de das omdoet. Als een hond erop gaat liggen, worden vlooien, mijten, muggen, vliegjes en teken gedood door de Insect Bodyguard Technologie. De werkzame stof daarin is gebaseerd op een natuurlijke afscheiding van chrysanten. Deze stof is ongevaarlijk voor mens en dier maar een killer voor insecten.

Al in de auto het loodje leggen

"Onze zomerhit voor 2016 is gebaseerd op de Bodyguard-bedden en -kussens", vertelt Tom Vaanholt van Hofman Animal Care, "Het is een hondendeken, die op dezelfde manier geïmpregneerd is met een teken- en insectendodend middel. Geurloos, tot 75 wasbeurten gegarandeerd en ideaal om mee te nemen op vakantie of in de auto. Want als je in de zomer lekker met je hond naar het strand of het bos gaat, dan bestaat de kans dat hij daar teken of insecten opdoet. Als je hem vervolgens in de auto mee naar huis neemt op deze deken, ben je de meeste ellende al kwijt. Het ongedierte legt namelijk al in de auto het loodje. De Bodyguard Technologie heeft zijn nut inmiddels bewezen. De kussens en bedden zijn al even op de markt en wij krijgen veel positieve reacties van dierenspeciaalzaken en consumenten. Je moest eens weten hoe veel foto's wij al toegestuurd kregen van bedden en kussens vol dode beestjes."

BODYGUARD
DOG BLANKET
UNIEK IN NEDERLAND!

CREËER NU EEN COMFORTABELE PLEK VOOR UW HOND.

DE IDEALE DEKEN VOOR OP REIS, CAMPING, OP HET KUSSEN, IN DE MAND OF OP DE BANK. HIERDOOR HEEFT UW HOND ALTIJD EEN "BEKENDE" PLEK OM TE GAAN LIGGEN. DAARNAAST BESCHIKT DE DEKEN OVER DE INSECT BODYGUARD TECHNOLOGIE.

WANNEER UW HOND OP DE DEKEN GAAT LIGGEN ZULLEN DE TEKEN, VLOOIEN, MIJTEN, MUGGEN, ETC. DIE IN CONTACT KOMEN MET DE DEKEN GEDOOD WORDEN. DE INSECT BODYGUARD DOG BLANKET IS NAMELIJK MET DE BIOCIDE STOF PERMETHRIN BEHANDELD, WAARVAN DE WERKZAME STOF IS GEBASEERD OP EEN NATUURLIJKE AFSCHEIDING VAN CHRYSANTEN. DEZE STOF IS ONGEVAARLIJK VOOR MENSEN EN DIEREN MAAR DODELIJK VOOR INSECTEN.

HET WAPEN TEGEN VLOOIEN, TEKEN, LUIZEN ETC.

www.hofmananimalcare.nl

DIERENPENSION-THEMAMIDDAG 2016

Kijkje in de keuken van Pocahondas

Ruim twee jaar geleden namen Kees en Rita de Vos Dierenpension Naarden over. Deze overname was bepaald niet de eerste stap van het succesverhaal van Pocahondas, want het bedrijf heeft al vestigingen in Amsterdam en Abbenes en recent werd ook een paardenpension aan het imperium toegevoegd. Op 25 mei vond de Dierenpension-themamiddag plaats bij Pocahondas in Naarden, en daar was meer dan genoeg te zien en te beleven.

TEKST: JANINE VERSCHURE | FOTO'S: JANINE VERSCHURE EN DIERENHOTEL POCAHONDAS

In zijn welkomstwoord roemt Dibevo-voorzitter Joost de Jongh het feit dat dierenpensionhouders zo collegiaal zijn. "Jullie hebben weinig last van jaloezie of competitie en vinden het geen enkel probleem om collega's een kijkje in jullie keuken te geven. Dat tekent jullie. Jullie zijn graag bereid – dat valt mij bij elke themamiddag weer op – om je mening te geven over het pension waar wij te gast zijn aan de gastvrouw of gastheer, om zo van elkaar te leren. Mede dat zorgt ervoor dat de sfeer op onze Dierenpension-themamiddagen altijd uitstekend is."

Het beste voor de honden

Pocahondas staat voor 'poes, cavia, hond en andere soorten huisdieren'. De nadruk ligt ook in de bedrijfsnaam op 'hond' en de liefde voor dieren zie je terug in het bedrijf. Medewerkster Laureen vertelt dat de honden in principe per twee op de uitlaatvelden gaan. "Onze ervaring is dat dat het beste werkt", zegt ze. "Als je grotere groepen maakt zie je toch soms dat bepaalde honden het onderspit delven. In groepjes van twee wordt er het leukst gespeeld en is er minder stress. Elke dag krijgt elke hond een 'bodycheck' waarbij we hem even helemaal nakijken. Inderdaad: dat is veel werk. Zeker in de zomer zijn we een groot deel van de dag bezig om honden binnen en weer buiten te doen, en te verzorgen. Dan hebben we één personeelslid op vijftien à twintig honden. Voor de honden is dit het beste vinden wij, daar gaan wij voor in dit bedrijf."

Katten- en konijnenverblijven

De kattenopvang is gevestigd in een gebouw dat losstaat van de honden. Er is een centraal stofzuigsysteem, voldoende groepsverblijven zodat ook dieet- of bejaarde katten in groepen kunnen worden opgevangen. Tot spijt van Rita

zijn er voor de katten (nog) geen buitenverblijven: “Dat is een van de zaken die op ons verlanglijstje staan”, vertelt ze tijdens de rondleiding. “Omdat we deze gebouwen huren is verbouwen nu nog niet aan de orde, maar als dat zo ver is, wordt alles natuurlijk veel mooier dan nu.” Als het even kan (dat is afhankelijk van de kat) gaan de katten in groepsverblijven. Daar zijn volop speelmogelijkheden aanwezig en elke dag komt er ‘vers’ speelgoed in de verblijven. Zo krijgen de katten elke avond een activity game, waarbij ze op zoek moeten naar hun voedsel. “Daar wordt volop mee gespeeld,” vertelt Laureen, “’s ochtends is al het voer op.”

Konijnen

Bijzonder bij Pocahondas in Naarden is het speciaal en recent ingerichte gebouw voor konijnen. Frisse kleuren op de muren en ruime verblijven voor de langoren. Ook de ‘eigen’ konijnen van Pocahondas Naarden, twee uit de kluiten gewassen Vlaamse reuzen wonen hier, in een groot verblijf met een flinke ren. “Dit speciale konijnengebouw was een idee van onze medewerksters”, vertelt Rita. “Ik zei toen: ‘Hier heb je een budget, maak het maar zoals jullie het willen’, en dat hebben ze gedaan. We zijn hartstikke blij met het resultaat, en reken maar: mensen die hier hun konijn komen brengen, zijn dat ook.”

Deksel op de neus

De bezoekers die genoten hadden van de heerlijke versgebakken friet of een lekker fris glas cola, kregen na de rondleiding toch even het deksel op de neus. De lezing van Erwin van Gijtenbeek (zie kader) ging over gezonde voeding, en deze dierenarts liet zijn toehoorders in niet mis te verstane bewoordingen weten wat friet en cola kunnen doen voor de inwendige mens. Inderdaad: niet in positieve zin. Berouw komt na de zonde, maar voor degenen die niet aanwezig waren: reken maar dat die frietjes lekker waren!

Worst wezen

Dierenhotel Pocahondas in Naarden is niet kakelnieuw maar het heeft wel degelijk sfeer. Het is een bestaand bedrijf dat ondernemersechtpaar De Vos kant-en-klaar overnam van de vorige uitbaters. Rita en haar man huren het bedrijf. “Het zal dieren worst wezen of het pension aan de buitenkant de uitstraling heeft van een vijfsterrenhotel”, zegt Joost de Jongh. “Waar het in een pension om gaat is dat er goed voor de dieren gezorgd wordt, door medewerkers die hun werk met hart en ziel doen. Dat is bij dit bedrijf wel degelijk het geval. Dat daarbij in dit geval – het pension is Dierbaar-gecertificeerd – voldaan moet worden aan de eisen van Dierbaar, moge duidelijk zijn. Daar kan niet van afgeweken worden. Dat is weer wat anders dan kijken door de bril van: ik zou als mens niet in zo’n kennel willen zitten. Iets wat je soms weleens hoort. Want dat is niet realistisch. Het gaat om wat de dieren voelen, en die hadden het met hun verzorging bij Dierenhotel Pocahondas zichtbaar naar hun zin.” ←

Erwin van Gijtenbeek: **“Friet en cola, dat is geen natuur”**

“Soms kom je ergens binnen”, zo begint dierenarts Erwin van Gijtenbeek (van Carni-Voer) zijn verhaal, “en dan denk je: wonen hier mensen of wonen hier honden? Dan ruik je hond. Dat komt mede omdat wij dieren niet meer laten steunen op de natuur. Dat geldt ook voor ons mensen: friet en cola, dat is geen natuur.”
Volgens Erwin zijn hond en kat diep vanbinnen nog steeds wolf en tijger. “DNA-technisch is er geen verschil”, zegt hij. “In een miljoen jaar verandert een half procent van je genen. Alleen als de helft van een populatie sterft, krijg je evolutie en dat is de laatste tachtigduizend jaar niet gebeurd. Reken dus maar dat de honden die wij vandaag de dag rondsjouwen in hondenbuggy’s en draagtassen, afstammen van de wolf. Inderdaad: ze leven buiten hun natuurlijke omgeving maar wolven zijn het. Daar is geen twijfel over mogelijk.”

Rauw voeren

Erwin is fervent voorstander van rauwvleesvoeding voor honden. “Het beste vlees”, zo vertelt hij, “is vlees van een dier dat heeft ‘geleden’. Een rund dat af en toe honger had, moest rennen voor zijn leven, dat zich heeft voortgeplant; daarvan maak je vlees dat van de allerbeste kwaliteit is. Maar ja, daarvoor moet je naar Afrika en dan is die vleesvoeding niet meer te betalen. Daarom moet je als producent concessies doen.”
Eigenlijk vindt Erwin dat de beste manier om een hond te voeren, ‘barfen’ is. (Barf staat voor *Biologically Appropriate Raw Food* of *Bones And Raw Food* en wil zeggen dat de hondeneigenaar zelf voeding samenstelt, bestaande uit rauw vlees, botten en toevoegingen – red.) “Maar”, zo vertelt Erwin, “groot nadeel is dat het nogal eens misgaat. Om ervoor te zorgen dat je hond alles binnenkrijgt wat hij nodig heeft, moet je echt verstand hebben van voeding. Daarom zijn kant-en-klare producten een veilig alternatief voor barf. Inderdaad: nadelen aan kant-en-klare rauwvleesvoeding zijn er ook. Consumenten moeten bepaalde hygiënemaatregelen nemen en producenten moeten ontzettend zorgvuldig te werk gaan. Daarom zijn wij, in samenwerking met Dibevo, en een aantal producenten van rauwvleesvoeding, bezig een keurmerk voor rauwe voeding in het leven te roepen. Wordt vervolgd.”

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

Dierenwelzijn

De dierenbeschermingsorganisaties richten hun lobby in steeds grotere mate op Brussel. Logisch gevolg is dat het welzijn van gezelschapsdieren een steeds groter item wordt in Brussel. Er liggen vragen over het beperken van het aantal te houden diersoorten, zoönosen, het registreren van (gezelschaps)dieren, maar ook de illegale puppyhandel en het transporteren van honden en katten.
Dibevo is op dit ogenblik bezig met een inventarisatie van zaken die spelen of die kunnen gaan spelen, zodat wij tijdig kunnen instappen als plannen ongewenste effecten hebben.

Uniforme digitale markt

Brussel heeft dit opgepakt en neemt een aantal maatregelen. De lobby van onder meer Dibevo is op een aantal onderdelen van de oorspronkelijke plannen zeker succesvol geweest. Het besef is er dat vooral ook de handelsbarrières aangepakt moeten worden. Denk daarbij aan de btw-problematiek. Daarnaast mag de ondernemer nog steeds zelf blijven bepalen of hij grensoverschrijdend wil leveren of niet. Het automatisch omleiden van klanten (rerouting) mag nog steeds, maar is alleen mogelijk met de expliciete (eenmalige) toestemming van de klant. Handelaren blijven vrijheid houden in het kiezen van geaccepteerde betalingsmiddelen, maar mogen geen onderscheid maken tussen binnenlandse en buitenlandse klanten.

EU-studie franchising

In navolging van de in Nederland geïntroduceerde franchisecode heeft ook Brussel een studie laten uitvoeren over het onderwerp franchising. Met name vanuit het perspectief van een goede marktwerking en de daaraan gerelateerde positie van de consument. De uitkomsten zijn dat de relatie tussen franchisegever en franchisenemer betere (wettelijke) borging behoeft. Daarbij wordt vooral gewezen op de ongelijke verhouding tussen franchisegever en franchisenemer, de inhoud van de contracten en mogelijkheden van verzet door franchisenemers.
De studie geeft een aantal aanbevelingen die de positie van de franchisenemer moeten versterken. De uitkomsten van dit rapport zullen op 12 juli in het Europees parlement worden bediscussieerd.

Uit Den Haag

Aanpassing van het wettelijk minimumloon (WML)

Het kabinet wil op basis van een SER-advies en vanuit het principe 'gelijk belonen voor gelijk werk' de wettelijke minimumlonen aanpassen.
In twee stappen zal het wettelijk minimumloon naar 22 jaar gezet worden en afhankelijk van de evaluatie vervolgens naar 21 jaar. Daarnaast zal het kabinet de minimumjeugdloonstaffel voor 18-, 19- en 20-jarigen aanpassen, met de bedoeling dit beter te laten aansluiten op het minimumloon.

- Een 18-jarige gaat in twee stappen van 45,5% naar 47,5% naar 50% van het WML
- Een 19-jarige gaat in twee stappen van 52,5% naar 55% naar 60% van het WML
- Een 20-jarige gaat in twee stappen van 61,5% naar 70% naar 80% van het WML

Het kabinet accepteert daarmee tot op zekere hoogte een groter wordende jeugdwerkeloosheid. De kritiek van Dibevo is dat het kabinet alleen rekening houdt met eventuele werkgelegenheidseffecten. Dibevo heeft het kabinet erop gewezen dat men voorbijgaat aan de positieve effecten van het huidige stelsel. Denk daarbij aan het op vroege leeftijd ontwikkelen van een arbeidsethos, maar ook de mogelijkheden voor ondernemers om meer tijd en energie te steken in het begeleiden van jongeren en dat deze jongeren daarmee dus sneller vakvolwassen zijn.

Een andere element is de gemiddelde arbeidsweek. Deze zou naar 38 uur per week kunnen gaan. Voor onze cao heeft dat geen gevolgen, maar wel voor sectoren met een gemiddelde werkweek van 40 uur. Dibevo blijft zich daarom verzetten tegen de plannen.

Uit Amersfoort

Cao loopt af

De Dibevo-cao loopt per 2 juli 2016 af. De eerste voorbereidingen voor de onderhandelingen zijn weer in gang gezet en de eerste afspraken met de vakbonden staan weer in de agenda. Per 1 juli gaat het wettelijk minimumloon weer iets omhoog.

Toolkit biociden en gewasbeschermingsmiddelen

Ongedierte en onkruid kun je op verschillende manieren bestrijden. Consumenten komen met vragen op dit vlak bij gespecialiseerde zaken, waaronder ook dierenspeciaalzaken of tuincentra met een dierenafdeling. Dibevo is samen met andere vertegenwoordigers van retail en detailhandel (zoals drogisterijen) betrokken bij een initiatief voor het opstellen van een zogeheten 'toolkit biociden en gewasbeschermingsmiddelen'. Dat is níét alleen handig, maar ook een signaal naar de politiek dat de sector prima in staat is om zelf tot oplossingen te komen en dat regelgeving niet nodig is.

Stroomvoorzieningen

Dibevo krijgt met regelmaat vragen over stroomvoorzieningen. Soms is er bijvoorbeeld krachtstroom aangelegd en betaal je te veel voor de infrastructuur en stroom als je die krachtstroom niet nodig hebt. Of erger: als je betaalt voor normale stroom en het blijkt dat je een krachtstroominstallatie hebt, en vervolgens een naheffing van het energiebedrijf krijgt. Het is altijd goed om hier toch nog even naar te kijken.

We kunnen klagen dat aan een rozenstruik doorns groeien of blij zijn dat aan een doornstruik rozen groeien.

Abraham Lincoln

DE ZOMERHIT VAN SUITICAL

Cooling vest: innovatief koelen

Als er ooit een product innovatief én 's zomers was, dan is het wel het cooling vest van Suitical. Deze hit op Interzoo gaat voor veel hondenliefhebbers deze zomer daadwerkelijk dé oplossing zijn, om te voorkomen dat de hond oververhit raakt.

Natuurlijk zijn er best wat manieren om honden koel te houden. Zo kun je natte handdoeken, packs met ijs, flessen water of gewoon een hondenzwembadje meenemen als je hartje zomer met de hond op pad gaat. Deze superinnovatie van Suitical is echt zo'n beetje honderd keer handiger voor zowel mens als oververhitte hond.

Van topsporters naar honden

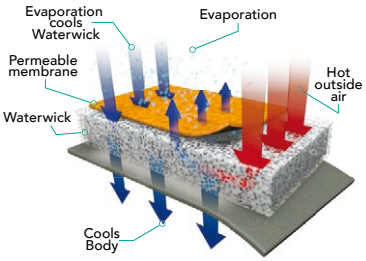
Melvin Kok van Suitical: "Het mooie van dit vest is dat het water bevat, maar dat het nooit klam of vochtig wordt. De technologie, waarbij simpelweg kraanwater wordt gebruikt om een lichaam te koelen, is nieuw. Wij zijn de enige die hem mogen toepassen voor huisdieren, maar voor humaan gebruik is het cooling vest al langer bekend. In het leger, bij wegwerkers maar ook (top)sporters: het Nederlands elftal maakt er gebruik van en ook wielrenners."
De technologie werkt als volgt: je vult het vest met water en dan gaat het koelen. Direct, tot maar liefst vijftien graden onder de omgevingstemperatuur en tot wel drie dagen lang. Het koeleffect ontstaat door verdamping en is afhankelijk van de vochtigheid en luchtstroom buiten het vest. Alles wat erin zit is een dun laagje water; dus geen chemicaliën of dikke lagen met packs. Het sluit mooi aan op het hondenlichaam en je kunt het stevig vastmaken. Daardoor is het cooling vest praktisch en comfortabel: ideaal voor in de auto, op het strand of tijdens wandelingen in de zon.

Suitical

DRY Cooling Vest For your Dog

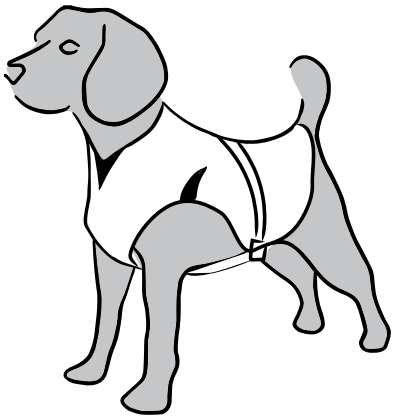
- Cools down up to 15 °C below ambient air temperature;
- Immediate cooling up to 3 days, 100% DRY inside and out;
- Unique and patented DRY evaporation cooling technology;
- Proven technology by sporters, military and professionals;
- Anti bacterial, Machine washable and easy to clean.

KEEPS YOUR DOG'S BODY COOL



To activate:

1. FILL WITH FRESH WATER (600 ml / 20 oz)
2. DISTRIBUTE WATER
3. REMOVE ACCESS WATER AND CLOSE VALVE
4. ENJOY IMMEDIATE COOLING



www.suitical.com ⊗ 085 - 87 69 701

HUISDIEREN EN VAKANTIE

Klaar voor de vakantieperiode?

De vakantie staat voor de deur. Voor huisdiereigenaren betekent dat elk jaar weer dat er van alles geregeld moet worden. Als professional in de dierenbranche kun je hen daarbij helpen met handige producten en degelijk advies. We zetten een aantal aandachtspunten op een rij. Ben jij al klaar voor de vakantie?

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

Veel van je klanten met een hond nemen hun dier mee op vakantie. Soms mogen ook andere dieren mee op reis. Dat is geen kwestie van simpelweg 'inpakken en wegwezen': een fijne vakantie met een huisdier vergt voorbereiding. Daar kan je klant wel wat advies bij gebruiken.

Over de grens

Elk land heeft invoereisen voor dieren. Die gaan bijvoorbeeld over een chip, rabiësvaccinatie en een dierenpaspoort, maar soms ook over het meenemen van bepaalde hondenrassen of een muilkorf. De website van het LICG geeft hierover informatie. Er is bovendien een nieuwe folder over reizen met dieren, gratis te bestellen in de LICG webshop.

Better safe than sorry

Natuurlijk moet het huisdier veilig op de vakantieplek aankomen. Los in de auto is geen aanrader. Bij een ongeluk wordt het dier door de auto geslingerd, soms met dodelijke afloop. Bovendien verandert Fifi daardoor in een levensgevaarlijk object voor de andere

inzittenden. Een stevige reiskennel die goed vastgezet wordt, een hondenrek of speciale hondengordels kunnen veel narigheid (en een boete!) voorkomen. In het praktisch document 'Uw huisdier in de auto' lees je alles over veilig reizen, zodat je klanten goed kunt adviseren. Ook tijdens het verblijf is veiligheid belangrijk. Zo komt een zwemvest voor de hond goed van pas bij boottochtjes en zorgt een degelijke grondpin ervoor dat hij niet onverwachts de benen neemt. Een adreskokertje of halsband met ruimte voor een telefoonnummer kan ook handig zijn voor viervoetige avonturiers...

Gezond blijven

In het buitenland kunnen huisdieren in contact komen met allerlei nare beestjes. Muggen, zandvliegen en teken brengen vervelende ziekten over. De juiste bestrijdingsmiddelen zijn daarom onmisbaar. Het is belangrijk om voor elk huisdier het geschikte middel te gebruiken, dus zorg ervoor dat je de klant hierover goed kunt informeren. En zet die tekenpincetten maar alvast klaar op de toonbank!
Het zomerzonnetje is voor huisdieren niet altijd even fijn, zeker in zuidelijke landen of in de auto onderweg. Koelmatjes en koelhalsbanden voor honden, koelende 'pods' voor konijnen en knaagdieren, een strandparasol voor op de camping: al deze producten kunnen goede diensten bewijzen. Voor de hond gaat er natuurlijk een extra drinkfles mee. Een speciaal schap met deze vakantieproducten zorgt ervoor dat je klant niets vergeet.
Wijs je klanten erop dat het voor hun dier niet goed is om ineens ander voer te krijgen op vakantie. Een voorraadje van hun eigen merk hoort zeker bij de reisbagage.

Voor thuisblijvers

Veel katten, konijnen en andere huisdieren gaan niet mee op reis. Pensionhouders zullen dan ook hun agenda voor de komende tijd vol hebben staan. Naast pensions worden vaak buren of familie ingeschakeld om op het huisdier te passen. Zo'n logeerpartij of oppas-aan-huis vraagt een goede voorbereiding. De klant is je dankbaar als je hem daarvoor handige tips kunt bieden. Denk eens aan een nieuwsbrief of mailing aan je pensionklanten of een checklist in de dierenspeciaalzaak!
Voor het pension moeten de benodigde inentingen en parasietenbehandelingen tijdig gegeven worden. Ook is het fijn als speciale behoeften of aandachtspunten op papier worden gezet, evenals contactgegevens van de eigenaar tijdens de vakantie.
Voor een oppas moet er natuurlijk gezorgd worden voor een voorraad voer en bodembedekking. Een beschrijving van de verzorging en de gewoontes van het dier is heel nuttig. En ook thuis moeten er een parasol en verkoelende producten voorhanden zijn voor de oppas om konijnenren, volière of vijver koel te houden.

Welkom thuis?

Nog een laatste puntje om je klanten op te wijzen is vlooienbestrijding. Of het dier nou meegaat of thuisblijft: zowel voor de terugkerende eigenaar als voor een oppas is het verre van feestelijk om verwelkomd te worden door een leger vlooien. Adviseer dus een regelmatige behandeling tegen vlooien met een bij het dier passend middel. En vergeet niet te vragen naar eventuele andere huisdieren, waarvoor het gebruikte middel giftig kan zijn!

Gratis folders voor je klanten

Het LICG heeft gratis voorlichtingsmateriaal voor de vakantieperiode. Op *licg.nl* staan de praktische documenten 'Uw dier blijft thuis', 'Uw dier gaat mee', 'Uw huisdier in de auto' en 'Dierziekten in het buitenland'. Print ze uit, neem een link op in je nieuwsbrief of zet ze met een widget op je website. De widgets vind je op *professionals.licg.nl*, net zoals de gratis folder 'Over de grens met uw dier'. Zo bied je zonder veel moeite elke klant een goede vakantieservice!

BEDRIJF IN BEELD

Happy Dog

Als er bij Happy Dog iets verandert aan het voer, het assortiment of de verpakking, dan verloopt dat via een democratisch proces. Happy Dog verdelers uit 66 (!) landen mogen mee kijken, denken en beslissen. “Natuurlijk is het doel een product dat met name past in de Europese markt,” zegt Arian Tak van Happy Dog Nederland, “maar ook willen wij een voeding en een verpakking waar iedereen uiteindelijk happy mee is.”

TEKST EN FOTO’S: JANINE VERSCHURE

Met ‘iedereen’ bedoelt Arian niet alleen die 66 verdelers op drie continenten. “Ook de dierenspeciaalzaak, zijn klant en de hond of kat van die klant”, zegt hij. “Kijk, zo’n nieuwe verpakking, die ontwikkel je voornamelijk voor de consument. Het zal die hond of die kat worst wezen dat er grappig getekende dieren op die zak staan, en dat er met speelse letters wordt aangegeven wat er in die zak zit. Voor dat dier is het de inhoud van die zak waar het om draait. Toch weten we allemaal dat als een consument in de winkel voor het schap staat, die verpakking het eerste is wat hij ziet. Daarop baseert hij het besluit om zo’n zak uit het schap te pakken en te kijken wat erin zit, of het wat voor hem is. Of beter gezegd, voor ‘haar’, want in bijna alle gevallen is het een vrouw die de hondenvoeding aanschaft.”

Nieuw op Interzoo

We ontmoeten Arian tijdens de internationale vakbeurs Interzoo in het Duitse Neurenberg. Daar zit hij samen met zijn vader Simon en Happy Dog-oprichter Georg Müller aan een van de gezellige houten tafels in de grote stand van Happy Dog. “We introduceren hier – naast de nieuwe verpakking – een behoorlijk aantal nieuwe producten”, vertelt Arian. “Een nieuwe variant met rendier, een uitbreiding van het assortiment voor kleine honden, en een graanvrije hondenvoeding voor pups. Natvoeding voor de kat is ook echt nieuw in ons assortiment. Happy Cat bestond uit een droogvoerlijn en deze nieuwe variant is echt het gevolg van een vraag uit de markt. Van de winkeliers hoorden wij dat een groeiend aantal kattenbezitters graag natvoer geeft naast of bij de droge brokjes. Maar als ze dat wilden, moesten ze uitwijken naar een ander merk: niet handig natuurlijk. Met onze nieuwe cupjes natvoeding Happy Cat duo, hoeft dat niet meer. Dit is niet een voeding waar als je goed zoekt een beetje vlees in zit; dit is een voeding die grotendeels uit vlees bestaat. Met daarnaast waardevolle toevoegingen en natuurlijk het ‘all-in-oneconcept’.”

All-in-one-concept

Het all-in-oneconcept van Happy Cat toont dat elke voeding van Happy Cat essentiële ingrediënten bevat om

- de smakelijkheid te vergroten: praktisch elke kat lust het (graag);
- te voorzien in de vleesbehoefte: Happy Cat bevat tot 89% hoogwaardige dierlijke eiwitten ;
- kattenharten gezond te houden, daarvoor is taurine onmisbaar;
- nieren en urinewegen gezond te houden (pH-controle);
- het gebit te reinigen (geoptimaliseerde structuur om tandplak tegen te gaan);
- huid en haar optimaal te verzorgen (omega 3 en 6);
- vorming van haarballen onder controle te houden.

Emotie

Arians vader fokt al jarenlang Duitse Herders. Hij was degene die Happy Dog ‘ontdekte’ toen zijn honden er slechter gingen uitzien

en hij op zoek ging naar goed voer. “Ik kwam min of meer toevallig bij Happy Dog terecht”, vertelt Simon Tak. “Toen ik dat begon te voeren, gingen mijn honden er veel beter uitzien. Zoveel beter dat mensen aan mij vroegen waar ze dat voer konden kopen. Zo is het gekomen dat wij verdeler werden.”

Naast de groothandel bezit Arian samen met zijn vrouw Dierenpension Hoevekestijn in de Wouwse Plantage (mét Dierbaar-keurmerk). Natuurlijk eten de logés daar Happy Dog en Happy Cat. Om verdeler van Happy Dog te worden, moet je een passie hebben voor dieren. Wat dat betreft zit het met de familie Tak dus wel goed.

“Georg Müller, de eigenaar en CEO van Happy Dog is een bevlogen man”, zegt Arian. “Happy Dog is een echt familiebedrijf en Georg wil het liefst dat zijn verdelers dat ook zijn. Binnen een familiebedrijf zijn de lijnen kort, is de passie en dus ook de betrokkenheid groot. Dat zie je bij Happy Dog, maar dat zie je ook binnen ons bedrijf. Mijn vader is samen met mijn zoon Twan actief in de honden. Ik werk samen met mijn vrouw in het pension en in de groothandel, en Twan wil straks het bedrijf wel overnemen. ‘Emotie’ is inmiddels een beetje een uitgemolken term, maar dat is wel waar het om draait binnen deze branche. Je hebt de diereneigenaren die bijna emotioneel van hun hond of kat houden en daar alles voor overhebben. Maar ook bij mensen die werkzaam zijn in deze branche zie je die passie terug. Bij Happy Dog is ‘het gezin’ heel belangrijk. Omdat ten eerste honden en katten steeds meer deel gaan uitmaken van het gezin, maar ook omdat het familiebedrijf de kern vormt van Happy Dog.”

Goede dingen doen

Happy Dog doet niet alleen goede dingen voor honden, katten, consumenten en winkeliers, maar ook voor mensen of dieren die niet het geluk hebben te leven in een omgeving waar alles optimaal geregeld is. “Van elke verpakking Happy Dog Supreme Sensible Africa gaat twee procent naar SOS Kinderdorpen in Afrika”, vertelt Arian. “Er is nu al ruim 840.000 euro gedoneerd en de verwachting is dat we dit jaar het miljoen aantikken. Ook in de kattenlijn steunen we een goed doel: jaarlijks doet Happy Cat een donatie aan twee zwerfkattenprojecten. Deze donaties worden bekostigd uit de verkoop van onze Happy Cat graanvrij konijn en onze varianten voor gesteriliseerde katten.”

Winkeliers

Aan winkeliers die Happy Dog willen verkopen, worden bepaalde eisen gesteld: “Betrokkenheid”, zegt Arian. “En kennis. Wij ondersteunen de winkeliers met advies, met terugkomdagen. Wij garanderen dat er niet bij hen om de hoek ook een winkel komt waar Happy Dog verkocht wordt. Verder doen wij heel veel aan naamsbekendheid. We sponsoren grote honden- en katteneve-nementen, adverteren en proberen overal zichtbaar te zijn. Op Animal Event bijvoorbeeld, hoorden we elke dag dat mensen ons merk al kenden, dat ze het ‘ergens’ gezien of ervan gehoord hadden. Dat is belangrijk want consumenten baseren hun aankoop heel vaak op een stukje naamsbekendheid. ‘Nooit van gehoord’ staat vaak gelijk aan ‘dat vertrouw ik niet’ en wij willen juist uitdragen dat Happy Dog en Happy Cat honderd procent betrouwbaar zijn. Sterker nog: wij willen uitdragen dat je er jouw hond of kat een enorm plezier mee doet en hem een leven lang gezond houdt. Volgend jaar komt er een dierenartslijn van Happy Dog. Inderdaad, dat zijn voeders die alleen bij de dierenarts liggen dus in eerste instantie schiet je daar als winkelier niet veel mee op. Maar wat denk je dat het doet met het vertrouwen van die consument als die ziet dat ‘zijn’ voer ook bij de dierenarts ligt, als speciaalvoer voor dieren met bepaalde klachten? ←

Arian Tak en Happy Dog-oprichter Georg Müller.

Arian Tak: “Wij doen veel aan naamsbekendheid, proberen overal zichtbaar te zijn.” Deze foto werd dit jaar genomen, op Animal Event.

Uitgelezen

Dieren in Amerika

Uit een persbericht naar aanleiding van Appa's National Pet Owners Survey – een onderzoek van de American Pet Products Association (APPA) – blijkt dat 82 miljoen Amerikaanse huishoudens minstens één huisdier bezitten. In de Amerikaanse gezelschapsdierenbranche ging vorig jaar een bedrag van 61 miljard dollar om. "Het is belangrijk om goed in de gaten te houden welke trends er ontstaan in het houden van huisdieren", zegt Bob Vetere, directeur van APPA. "Op dit moment vormen babyboomers met 37 procent het grootste segment huisdierenbezitters, maar die worden in rap tempo ouder. Redelijkerwijs moeten we ervan uitgaan dat als een deel van deze mensen niet meer voor huisdieren kan zorgen of ervoor kiest geen dier meer te nemen, dit voor onze branche een verandering inluidt. Dit nieuwe rapport geeft ons een waardevol inzicht in de trends en de ontwikkelingen van het consumentengedrag. Ook geeft het een beeld van waar de focus moet liggen om ervoor te zorgen dat het aantal huisdierenbezitters en daarmee onze branche blijft groeien."

Vijvervissen

In het Duitse *Das Branchen Forum Zoo & Garten* vonden we een artikel over vijvervissen. In Duitsland lijkt de consument met name op zoek naar grote goudvissen. Die wonnen terrein ten opzichte van de vaak duurdere koi. De auteur stelt dat de voeding, die vissen in de winkel krijgen, zou moeten worden aangevuld met voldoende (diepvries)muggenlarven. De reden daarvoor: die muggen komen ook uit de vijver en zijn daarom het meest natuurlijke voer voor goudvissen.

Stress

In *Pet Trade World*, een artikel over stress bij huisdieren. Daarin staat onder andere dat stress van invloed is op het immuunsysteem: gestreste dieren lopen een groter risico om ziek te worden. Ook een hoge bloeddruk of hartproblemen liggen op de loer als een dier zich te druk maakt. Vaak denk je bij stressfactoren aan vuurwerk of donder en bliksem, maar ook een veranderende gezinssituatie of dierenartsbezoek kan een stressvolle ervaring zijn. Er zijn verschillende kalmeringsmiddelen voor huisdieren op de markt, maar voorzichtigheid is geboden. Een aantal middelen staat er namelijk om bekend dat ze het dier dusdanig versuffen dat het niet meer in staat is om op zijn omgeving te reageren. Wanneer zo'n dier nog wel wordt blootgesteld aan hetgeen hem angst aanjaagt, er dus nog wel gewoon bang voor is, is er eigenlijk sprake van dierenmishandeling.

Zorgen voor konijnen

Eveneens in *Pet Trade World*, een artikel over het voeren van konijnen. In het Verenigd Koninkrijk worden zo'n 1,2 miljoen konijnen als huisdier gehouden, reden genoeg voor winkeliers om goed op de hoogte zijn van wat konijnen nodig hebben. Het belang van hooi komt aan de orde, en ook het feit dat pellets slechts een klein deel van het dagelijks menu moeten vormen. Verder wordt aangeraden konijnen vers en schoon drinkwater te geven. Een schoolvoorbeeld van een overbodige tip, in een magazine voor professionals.

PetCo overgenomen

In het *Duitse PET, Fachmagazin für die Heimtierbranche* lezen we dat de Amerikaanse keten PetCo voor 4,33 miljard euro verkocht is aan investeerders CVC Capital Partners Ltd en het Canadese Pension Plan Investment Board. PetCo is de op een na grootste keten in Amerika.

ZZF tegen positieflijst

Eveneens in *PET*, een artikel over het feit dat de Duitse Zoologischer Fachbetriebe (ZZF) positieflijsten voor huisdieren afraadt. Net als in Nederland, wordt er ook in Duitsland gestoeid met het thema positieflijst; lijsten van dieren die in een land gehouden mogen worden. "Voor ons is een negatieflijst de weg", zegt ZZF-voorzitter Norbert Holtenrich tijdens een parlementaire avond van de ZZF in Berlijn.

Duitse gezelschapsdierenbranche in de lift

Tijdens Interzoo presenteerde de Duitse Zoologischer Fachbetriebe (ZZF) de cijfers van een Duits marktonderzoek. De Duitse Dibevo-branche groeide vorig jaar met ruim twee procent. Dierenspeciaalzaken tekenden voor een omzet van ruim vier miljard euro. De omzet van webshops die huisdierbenodigdheden en voeders verkopen lag in 2015 op 450 miljoen euro.

Halve wereldbevolking heeft een dier

Uit onderzoek van GfK onder 27.000 consumenten in 22 landen blijkt dat de halve wereldbevolking een huisdier heeft. De hond is met 33 procent het meest gehouden, gevolgd door de kat met 23 procent en vissen (12 procent). Uit het onderzoek blijkt verder dat in Zuid-Amerika de meeste huisdieren worden gehouden. In Argentinië en Mexico heeft tachtig procent van de bevolking een huisdier. Onderaan staat Zuid-Korea waar 31 procent van de mensen huisdierenbezitter is.

DE ZOMERHIT VAN NML HEALTH

Veilig de zomer in

Zomer en vakantie: twee vrolijk makende woorden die bijna onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn. Steeds meer mensen nemen de hond mee op vakantie, en op dat feit is de zomerhit van NML Health gebaseerd. Want met deze zomerhit gaan honden en bazen niet alleen vrolijk, maar ook veilig de zomer in.

"De lijst met spullen die je moet meenemen als je met de hond op vakantie gaat, is lang", vertelt Alcidie Mommers van NML Health. "Voer, riemen, poepzakjes, kussens maar ook een EHBO-set voor het dier mag niet ontbreken in de vakantiekoffer. Speciaal voor mensen die deze zomer samen met hun hond eropuit trekken, hebben wij een pakket met vijf bijzondere producten samengesteld, die het dier ondersteunen bij de meest voorkomende ongemakken."

Vijf veiligheden voor in de vakantiekoffer

- Vetramil-zalf: een goed smeerbare honingzalf, werkt verzachtend en herstelt de huid. Bij wondjes en insectenbeten. Aanvullende vakantietip: ook voor een zonverbrande mensenhuid is deze zalf een aanrader.
- Vetramil Paw Wax: pootjeswas met honing, ter bescherming van de voetzooltjes bij het lopen op oneffen terrein, heet zand of naast de fiets. Ook ideaal bij kloofjes.
- PUUR Tour | PUUR Reis: bij onrust en misselijkheid door het reizen in auto, boot of vliegtuig.
- PUUR Spijsvertering: voor goed functionerende darmen. Bij zowel dunne als te dikke ontlasting. Heel handig wanneer een dier iets verkeerds gegeten heeft.
- PUUR Oor: Voor schone, frisse en gezonde oren. Bijvoorbeeld na het zwemmen.

Comfort BEDDING

De ideale (katoenvezel) bodembedekking voor alle knaagdieren.

Droog, schoon en uitstekende marges.

Verkrijgbaar in 4kg en 14 kg.

Voor informatie en/of gratis proefpakket:
sales@cottonbedding.info

CROCI SPA
Quality & Service for Pets

CROCI Spa is a successful company group affirmed in the Italian, German and international markets, which operates in the field of the Pet accessories with the development of own-brand products. **CROCI** offers its customers a rich product portfolio, featuring a catalogue of over 6,000 references, dedicated not only to the core business of aquariology (Wave and Amtra) and canine/feline products (Croci), but also a wide-ranging selection for birds, reptiles and rodents.

CROCI faces the market with a wide range of high value-added products using its own brand as a guarantee, for the consumer, of the set of values and qualities of the company. The affirmation of **CROCI** on the market lies, not only in the continuous development of new solutions, but also in a Customer Oriented philosophy, dedicated to continuous improvement of the quality of services offered to customers in all its aspects. **CROCI** currently distributes its products directly in a growing number of countries around the world, both in Europe and in non-EEC countries such as Russia, Iran, Turkey, China, South Korea and many others.

For the Dutch market
Croci is looking for a **COMMERCIAL AGENT** with experience in the field, who knows the reality of the local market both traditional shops, retail chain and GDS. Fluent English required.

If interested please contact **CROCI Spa**,
Mr. Michele Innocenzi: **michele.innocenzi@crocitrading.it**

CROCI SPA - Via S. Alessandro 8 - 21040 Castronno (VA) - Italy
www.croci-group.com

OPVOLGERS GEZOCHT
voor kattenpension in Zuidoost Brabant

Ruim 20 jaar geleden besloten wij te proberen om van onze hobby ons beroep te gaan maken, en dat is meer dan goed gelukt. Voor ons is nu de tijd aangebroken om het zogezegd 'rustiger aan te gaan doen'.

Wij bieden daarom te koop aan:
- twee paviljoens met buitenrennen voor 70 resp. 80 katten
- ruimte voor kleindieren, binnen of buiten
- monumentale woonboerderij van het langgeveltype, anno 1789, 31 bij 7 meter (geen monument)
- grote garage

Oppervlakte perceel: ca. 2750 m²

INFO: www.kattenboom.nl | kattenboom@wxs.nl

TE KOOP
Dierenspeciaalzaak dobey Assen

Voor informatie:
Sjaak Sens
t. 06 53 74 35 04

TE KOOP
Dierenspeciaalzaak dobey Almelo

Voor informatie:
Sjaak Sens
t. 06 53 74 35 04

TE HUUR
Winkelruimte voor DIBEVO-afdeling

Inpandig in tuincentrum. Wordt casco opgeleverd. Ca. 650 m². Regio midden Nederland. Brieven onder nr. 20160501 van dit blad.

Promoot je bedrijf met een **gastblog**

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

Klanten op zoek naar een logeerplek voor hun huisdier?
Stuur ze naar dierenpensionwijzer.nl.

KENNISMIDDAG 'VOEDINGSADVIES VOOR KATTEN'

Wat is de beste voeding voor katten?

De kennismiddag over kattenvoeding leek voor de aanwezigen een uitgesproken kans om – naast goede gesprekken, interessante wetenswaardigheden en tips – antwoord te krijgen op die ene prangende vraag: wat is de beste voeding voor katten?

TEKST EN FOTO: JANINE VERSCHURE

De groep deelnemers aan deze Dibevo-kennismiddag bestond uit dierenspeciaalzaak- en dierenpensioneigenaren en hun medewerkers maar ook een behoorlijk aantal Dibevo-leden uit de ledengroepen leveranciers en producenten was present. Allemaal benieuwd naar het antwoord op de vraag: Wat is de beste kattenvoeding? Uit het enorme aanbod dat vandaag de dag op de markt is: welke kattenvoeding zou de consument moeten kiezen? Is het brok, blik, semi-moist, vers, rauw of gekookt? Zijn het muizen of eendagskuikens, supermarktvoeding? Is het kippen-, rund-, kalkoen-, paarden-, herten-, lams-, of kangoeroevlees? Of 'gewoon' vis? Het antwoord is:

"Ik weet het ook niet"

"Wat is de beste voeding voor katten?", zo begint Dibevo-dierenarts Stijn Peters zijn verhaal. "Ik weet het ook niet. Dussss... dan kunnen jullie weer naar huis..."
Gelukkig, zo'n vaart loopt het niet, maar het is direct duidelijk dat deze middag geen hapklare brokken en pasklare oplossingen biedt. "Met de juiste voeding kun je lichamelijke problemen oplossen", zegt Stijn. "En uiteraard moet ik nog wat gemene dingen zeggen over vers vlees. Kijk, ik ben natuurlijk dierenarts, dus het hoort er wel een beetje bij, hè, dat ik jullie ga vertellen over het levensgevaar van rauwvleesvoeding. Maar helaas: ik ben zelf dol op een rode biefstuk of filet americain en ik sta hier nog steeds. Met die gevaren valt het wel mee, maar je moet de consument goed voorlichten over ziektekiemen als salmonella en listeria. Daarvoor sta ik hier, om jullie te helpen een stukje voorlichting aan die consument te geven."

Gouden tijden

Stijn: "Kattenvoeding moet in de droge stof minimaal bestaan uit 26 procent eiwit, 9 procent vet, 0,6 procent calcium en 0,5 procent fosfor. Let wel: dit is de minimale voedingsbehoefte van een kat. Dus wat hij nodig heeft om niet dood te gaan. Op basis van deze gegevens kwam de Consumentenbond jaren geleden tot

"Het **beste ingrediënt** om een kat te laten afvallen is een **gemotiveerde** eigenaar."

de conclusie dat de kattenvoeding van C1000, de brokjes met rund, de allerbeste was die je maar kon kopen. Helaas kun je die 'allerbeste brokjes' niet meer kopen. De Consumentenbond onderzocht destijds twintig kattenvoeders. De C1000-brokjes waren net zo goed als die van superpremium merken met veel vlees en uitgebalanceerde ingrediënten. Maar omdat de voeding van C1000 zeven keer zo weinig kostte en voldeed aan de minimale vereisten, werd die uitgeroepen tot de beste. Vervolgens gingen heel veel Nederlanders die voeding geven, en beleefden dierenartsen gouden tijden door katten met blaasgruis."

Points of interest

Omdat we helaas niet de ruimte hebben voor een verslag van de complete lezing van Stijn, hierbij puntsgewijs een aantal wetenswaardigheden:

- 27 procent van de kattenbezitters geeft droogvoer, 6 procent geeft alleen natvoer en 58 procent geeft zijn kat een combinatie van droog en nat.
- 13 procent van de kattenbezitters stelt zelf de voeding voor zijn kat samen, tegen 31 procent van de hondenbezitters.
- In droge brokken zit ongeveer 10 procent vocht, in blikvoeding ca. 80 procent.
- Een voedselallergie ontstaat vaak door de voeding die een kat als jong dier krijgt; dat geldt overigens ook voor een jonge hond.
- Katten die natvoer krijgen en zelf hun dieet kiezen, beperken de hoeveelheid koolhydraten, iets wat niet gebeurt bij droogvoer.
- Als wij mensen last hebben van stress krijgen we maagklachten. Katten krijgen dan juist last van hun blaas. Een manier om blaasontsteking bij de kat te voorkomen is: minder stress.
- Als een kat met nierproblemen een speciaal nierdieet krijgt, leeft hij – bewezen – vaak jaren langer.
- Als je zelf zwanger bent of chronisch ziek, is het beter om je kat geen rauwvleesvoeding te geven. Dit in verband met het gevaar van een salmonellabesmetting.

Nieuwe Dibevo-leden

In de maanden mei en juni zijn er 13 bedrijven lid geworden van Dibevo.
We stellen hen graag aan je voor. We heten alle ondernemers hartelijk welkom!

PETS&CO ROYALZ
R.P. Wesker
Torenstraat 2a
5241 VG Rosmalen

ZORGBOERDERIJWINKEL D'N HOEF
de heer R.J.T. Welten
Vaarsehoef 5
5715 RC Lierop

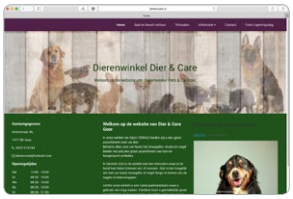
BANDIT DIERVOEDING
de heer H.W. van de Lang
Westenengerdijk 9
6732 GP Harskamp

DIERENSPECIAALZAAK RIJEN
de heer R.A.C. van Dongen
Stationsstraat 75
5121 EC Rijen

DOAK DIERENOPPAS ANNELIES KUENEN
mevrouw H.J.E. Kuenen
Hoeninkdijk 1
7121 LN Aalten

HONDENOPVANG ZWART
de heer G.J. Zwart
Zuiderzeestraatweg 337
8096 BM Oldebroek

DIERSPECIALIST VAN DER VELDEN
de heer J. van der Velden
Heuvel 28
5664 HL Geldrop



PETS&CO DIER&CARE
mevrouw M. Ligtenbarg en
mevrouw D. de Vries
Grotestraat 45
7471 BK Goor

RANZIJN TUIN & DIER
de heer E. van der Wal
IJweg 1336
2152 NA Nieuw-Vennep

TRIMSALON "POINTY"
mevrouw F.F. Siebelink-Jansen
Spoorstraat 36
7091 ZV Dinxperlo

DIERENPENSION VASCO
mevrouw T. Yntema
Greate Mar 2
9005 XJ Wergea

PET BEDDING
de heer A. Retel
Houweningestraat 56
3312 PM Dordrecht

DIERENPENSION & HONDENSCHOOL PIJNACKER
mevrouw L.P.M. van Koppen
Overgauwseweg 54
2641 NG Pijnacker

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.

10 jaar lid

KARLIE FLAMINGO NEDERLAND BV
Keniaring 2
5152 MX DRUNEN

PETS&CO BALOEKE
de heer H.A. van Gool
Leharstraat 82a
5011 KD TILBURG

15 jaar lid

DIERENPENSION YDERMADE
mevrouw M.H. Koert-Oost
Ydermade 1
9493 TD DE PUNT

DIERENPENSION EILERS
mevrouw C.M.L. Eilers-Smolenaers
Kreijel 16
6031 AA NEDERWEERT

DIERENPENSION EX-KUUS
mevrouw E. Ansems
Wagenbroeken 3A
5529 AA CASTEREN

ANBO PETFOOD
de heer A.G.J. Bosch
Postbus 259
8160 AG EPE

DIERENPENSION DE BOMMEL
mevrouw C. van de Lagemaat
Bommelweg 36
4014 PW WADENOIJEN

DIERENWELZIJNSCENTRUM IN 'T VELD
de heer F.P.M. Brock
Heesakker 6
5076 PR HAAREN

20 jaar lid

RENSKE NATURAL PETFOOD BV
mevrouw R. van den Berg
Beerseweg 34a
5431 LC CUIJK

DISCUS NOORDWIJK
de heer H. Berveling & de heer R. Langeveld
p/a Bellesteynlaan 47
2241 WH WASSENAAR

FAUNALAND VAN GROOTEL
de heer H.J. van Grootel
Hoofdstraat 14a
5961 EZ HORST

30 jaar lid

ARIE BLOK DIERVOEDING
de heer W. Jansen
Postbus 30
3440 AA WOERDEN

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 becommentariëren, 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

Nieuw: Biofood high Energy

Biofood high Energy is een complete natuurlijke hondenvoeding. Speciaal voor honden die actief zijn in en om het huis, die langdurig en intensief moeten presteren bij werk en sport, of voor honden die drachtig zijn, zogend of overgewicht hebben. Biofood high Energy bevat meer dan veertig procent aan kwaliteitsvlees, een hoog dierlijk eiwit-vetgehalte, zalmolie met omega 3- en 6-vetzuren, kruiden en is tarwevrij. Biofood high Energy-premiumvoeding zorgt voor een optimale vertering en conditie, en voor een snel herstel na sportieve prestaties en langdurige inspanning. Biofood high Energy heeft een hoge acceptatie en verteerbaarheid en bevat hoogwaardige natuurlijke ingrediënten die zorgen voor compacte en weinig ontlasting en een topconditie. Verkrijgbaar in 12,5 kg-verpakking.

Voor meer informatie: www.biofooddiervoeding.nl, info@biofooddiervoeding.nl, tel. 0512 – 54 19 20.

Nieuw: Biofood houdbare 800-grams worsten

Biofood-vleesvoeding is een natuurlijke, complete en houdbare hondenvoeding op basis van vers vlees, vis, rijst, schapenvet en natuurkruiden. Naast de handige afsluitbare verpakking met portieverpakkingen (7x90g/630g) nu ook als 800g-worst verkrijgbaar in de varianten lam, zalm en eend. Een volledige vleesvoeding die ook uitermate geschikt is voor onderweg, als traktatie, vleesdagen, bij gebruik van medicijnen, bij omschakeling naar ander voer of voor honden die slecht reageren op droogvoeding. Handig en lekker. Gezond en minder ontlasting. Buiten de koelkast te bewaren (ongeopend). Geschikt voor iedere hond, van pup tot senior.

Voor meer informatie: www.biofooddiervoeding.nl, info@biofooddiervoeding.nl, tel. 0512 – 54 19 20.

Nieuw: TropiClean Shampoo

Kokos heeft verzachtende eigenschappen en verzorgende voordelen waardoor het zeer geschikt is tegen vacht- en huidverzorging bij huisdieren. Het is rijk aan essentiële proteïnen die de natuurlijke vochtbalans van de huid behouden en daarnaast ook roos en een droge huid verminderen. Geïnspireerd door de tropen wordt deze milde kokosreiniger gemixt met papaja, mango, awapuhi en andere tropisch extracten. Deze zorgen samen voor een heerlijk, luxe schuim dat de huid en vacht optimaal verzorgt en voedt. Een wasbeurt met de TropiClean tropische shampoos en conditioners geeft je huisdier dan ook een schone en fris ruikende vacht die je met plezier knuffelt.

Voor meer informatie: www.beeztees.nl, info@beeztees.com, tel. 0416 - 67 32 32

DIBEVO IS ER NATUURLIJK OOK ONLINE. VRAAG NAAR HET DIBEVO ONLINE ALLES-IN-ÉÉN-ADVERTENTIEPAKKET. OF GA NAAR DIBEVO.NL/ADVERTEREN EN DOWNLOAD DE TARIEFKAART

Pet Cooler-display bij Altranet

Laat de zomer maar komen! Met deze toonbankdisplay vestig je op een mooie manier de aandacht op de verkoelingsproducten van Pet Cooler. Zeer geschikt tijdens wandelingen, in de auto en in en om het huis. Pet Cooler is het A-merk onder de verkoelingsproducten, zeer duurzaam en keer op keer te gebruiken. Ook kan hij bij koude dagen de hond verwarmen, daarvoor warm je de Pet Cooler even op in de magnetron. De collar voor extra verkoeling speciaal gemaakt voor bullachtige honden met een brede nek en een korte snuit, is extra breed. De display is gevuld met zes koelmatten in verschillende maten en negen halsbanden in verschillende maten.
Voor meer informatie: www.altranet.nl, info@altranet.nl, tel. 0345 – 68 38 04.

Nieuw: Biofood-premiumkattenvoeding

Biofood Kitten, Adult, Control, Sensitive en Senior is nieuwe en zeer smaakvolle, volledige premiumnatuurvoeding voor in- en outdoorkatten, van kitten tot senior. Nederlandse kwaliteit. Naast 45 procent aan lekkere kalkoen, kip en/of zalm ook rijst, zalmolie en kruiden is de voeding ook tarwevrij. 'Kitten' zorgt voor de nodige ondersteuning van groei en ontwikkeling van jonge katten. Adult is voor normale tot actieve katten, Control is met name ontwikkeld voor indoorkatten en katten met blaasgruis en/of overgewicht. Sensitive is geschikt voor gevoelige katten en is graanvrij. Senior is voor de wat oudere kat en ondersteunt de mobiliteit en veroudering en is tevens geschikt voor katten met nieraandoeningen. Biofood-premiumkattenvoeding ondersteunt huid, vacht, gebit en de natuurlijke afweer en zorgt voor minder haarbalvorming. Beperkt geur en volume van de ontlasting en bevat geen kunstmatige toevoegingen. Verkrijgbaar in 1,5kg-verpakkingen vanaf midden juli.
Voor meer informatie: www.biofooddiervoeding.nl, info@biofooddiervoeding.nl, tel. 0512 – 54 19 20.

beaphar®

Fipronil druppels

tegen vlooien en teken

Beaphar: De mensen die van dieren houden

Volg en like ons op social media:

BEAPHAR NEDERLAND B.V. • POSTBUS 120 • 5320 AC HEDEL • TEL.073-5998600 • FAX 073-5998686 • E-MAIL SALES@NL.BEAPHAR.COM • WWW.BEAPHAR.NL

ORIGINAL

VOSKES

DOG TREATS

100% QUALITY

VOSKES. THE DOG SNACK BRAND!

Voskes heeft het volledige assortiment hondensnacks voorzien van een nieuw eigentijds ontwerp. Bij het ontwerp is rekening gehouden met de kernwaarden van Voskes: betaalbaar, lekker, verantwoord en high visibility.

THE BRAND

Het assortiment bevat vier productgroepen. Met snacks voor **BELONEN**, **VERWENNEN**, **VERZORGEN** en **ACTIVATIE** kan Voskes het gehele assortiment snacks invullen. Daarnaast dragen de speciale actiemechanismes van Voskes bij aan een verhoogd winkelbezoek en rendement.

SHELVING

Voskes biedt kant-en-klare oplossingen voor diverse winkelformules en modules. De modules zijn eenvoudig uit te breiden en te schakelen. Voskes biedt ketens oplossingen voor schapmanagement.

EN WE ZIJN NOG LANG NIET KLAAR...

Alle productgroepen krijgen de nieuwe Voskes uitstraling. Daarnaast is het dynamische assortiment continu in beweging en zet een compleet team van specialisten zich iedere dag in voor een vernieuwend assortiment met een hoog rendement.

NEW IN THE RANGE

Een volledig assortiment natuurlijk gedroogde runderhuid. Een compleet meterconcept. Hoge kwaliteit tegen de beste prijzen door ontwikkeling en aankoop bij de bron.

MEER INFO? NEEM CONTACT OP MET UW AREA SALES MANAGER

P.O. Box 889, 3300 AW Dordrecht, Netherlands

WWW.VOSKES.NL · INFO@VOSKES.NL