

Kijk in de praktijk van

Dierenkliniek St. Anna 404 'Kies je dier'-consult

Er komt steeds meer aandacht voor schadelijke raskenmerken en aangeboren afwijkingen bij huisdieren. De aanpak van deze problematiek begint vaak bij de koper. Door mensen vóór de aanschaf van een huisdier te informeren, kunnen ze later een bewuste en verantwoorde keuze maken.

TEKST TESSA LOUWERENS | FOTO COLIJN VAN NOORT

“Je zou verwachten dat de dierenarts de aangewezen persoon is om hier voorlichting over te geven,” zegt dierenarts Roeland Wessels, “maar uit een enquête blijkt dat mensen eerder andere bronnen raadplegen zoals eigenaren, internet, fokkers of rasverenigingen. De dierenarts wordt gezien als iemand die zich vooral met zieke dieren bezighoudt en wordt pas geraadpleegd als er problemen zijn. Daarnaast heerst het gevoel dat dierenartsen financieel van deze problematiek profiteren. De dierenarts staat op dit gebied te vaak aan de zijlijn.”

Bewuste keuze

Om mensen te helpen een gezond dier te kiezen biedt Dierenkliniek St. Anna 404 haar klanten een 'Kies je dier'-consult aan. “Het 'Kies je dier'-project is ontwikkeld door de stichting ter Bevordering van Veterinair Ondernemerschap (BVO) en landelijk zijn diverse klinieken betrokken”, vertelt Roeland. “Het doel is mensen op een positieve manier te benaderen. Ik geef geen kritiek en schrijf mensen niet voor wat ze moeten doen. Vaak heeft iemand al een

bepaald ras in gedachten. In dat geval geef ik informatie over het ras, mogelijke afwijkingen en gezondheidsrisico's. Verder probeer ik een beeld te vormen van de verwachtingen. Ik vraag bijvoorbeeld naar iemands budget, levensstijl en gezinssamenstelling.”

.....
Het doel is mensen op een positieve manier te benaderen
.....

Op basis van dit intakegesprek wordt een eerste advies gegeven. Vervolgens gaan de mensen zelf op zoek en als ze een huisdier op het oog hebben, mailen ze de gegevens naar de praktijk. “Ik beoordeel de keuze op een schaal van 1 tot 10”, legt Roeland uit. “Mochten mensen bij het nest gaan kijken, dan geef ik een checklist mee van zaken waar ze op kunnen letten en als er behoefte aan is, gaan we soms vanuit de praktijk mee.”

Advies op maat

Informatie is op veel plekken gratis beschikbaar, toch komen mensen hiervoor bij de dierenkliniek. Roeland: “Voorheen werd je als dierenarts vooral betaald voor je kennis en kunde. Tegenwoordig is kennis wijd verkrijgbaar. De vaardigheid om uit dit enorme aanbod de juiste informatie te destilleren en te interpreteren, is nu de toegevoegde waarde van de dierenarts. Mensen zijn bereid te betalen voor kwaliteit en exclusiviteit, ze willen een advies op maat dat is toegespitst op hun unieke situatie.” De reacties van klanten zijn volgens Roeland erg positief. “Soms vragen mensen zich af of je op deze manier niet je eigen glazen ingooit, al die erfelijke gebreken leveren immers goed geld op. Als dierenarts heb je een maatschappelijke verantwoordelijkheid om te waken over dierenwelzijn en dit is een belangrijk aspect daarvan. In de toekomst draait het denk ik vooral om klantervaring en krijgt de dierenarts steeds meer een adviserende rol.”

Samenwerking

De dierenarts kan een gedegen advies geven over de aanschaf van een huisdier, maar heeft hier volgens Roeland zeker geen monopolie op. “Juist door samen te werken met andere branches zoals gedragsdeskundigen, dienspecialisten en hondenscholen kun je de eigenaar een zo volledig mogelijk advies geven. Ik verwijs mensen bijvoorbeeld naar een goede dienspecialist om een voedingschema op te stellen, of een hondenschool voor puppytraining.”

Roeland Wessels: "Mensen willen een advies dat is toegespitst op hun unieke situatie."



De maatschappelijke reputatie van dierenartsen is volgens Roeland helaas niet altijd even best. "Fokkers worden vaak blindelings vertrouwd, die doen dit immers uit liefde voor het dier, zo redeneert men. Terwijl de dierenarts vooral bezig zou zijn er geld aan te verdienen. Dat is jammer, want we streven naar hetzelfde doel maar de verschillende partijen

werken elkaar tegen. Om dierenwelzijn te verbeteren, is constructieve samenwerking nodig. Dit is een moeizaam proces, maar dat moet geen reden zijn om het uit de weg te gaan." De kliniek draait het consult nu zo'n twee jaar en het begint geleidelijk drukker te worden. "Mensen moeten weten waar je mee bezig bent, dat kost tijd. We merken dat er langzaam

meer vraag komt vanuit de klant." Roeland probeert de juiste communicatiekanalen te vinden. "Nu bereiken we onze klanten vooral via mond-tot-mondreclame, maar we kijken ook naar mogelijkheden om via Google of Marktplaats te adverteren. Dat zijn de plekken waar mensen vaak beginnen met hun zoektocht naar een huisdier."

Het consult is volgens Roeland niet zozeer bedoeld om nieuwe klanten te winnen maar vooral om een intensieve band met de klanten aan te gaan. "We willen laten zien dat we als praktijk op deze manier bezig zijn met het bevorderen van dierenwelzijn."

Roeland ziet helaas nog regelmatig schrijnende gevallen in de praktijk. "Het is verschrikkelijk als een gezin huilend om de behandeltafel staat omdat de pup vanwege een erfelijk gebrek is geëuthanaseerd. Als mensen beter waren geïnformeerd, had deze situatie wellicht voorkomen kunnen worden. Daarom is dit zo belangrijk." ●

Voor meer informatie over het project: www.kiesjedier.nl.