

Winkel waar welzijn hoogtij viert

Dick Mulder van Dierenspecialzaak De Oostermolen is er duidelijk over: wat hem betreft is het een goede zaak dat dierenspecialzaakondernemers voortaan moeten voldoen aan vakbekwaamheidseisen. “Winkels die werken met ongeschoold personeel; kinderen van zestien die klanten vertellen dat ze best twee dwerghamsters bij elkaar kunnen zetten, of een agapornis verkopen die zijn leven in eenzaamheid gaat doorbrengen: dat zou niet moeten kunnen. Bij ons in de winkel is dierenwelzijn een speerpunt. Om dierenwelzijn te garanderen, kún je niet zonder kennis.”

TEKST EN FOTO'S: JANINE VERSCHURE



Ara Jan maakt al jaren deel uit van de vaste bevolking van De Oostermolen. “Je wilt niet weten hoe vaak mensen al gevraagd hebben of hij te koop is”, vertelt Dick. “Maar hij gaat hier niet weg. Sommige dingen zijn belangrijker dan geld.”

Een tijdje geleden deed Dibevo een oproep aan dierenspecialzaken die veel aandacht hebben voor welzijn van dieren, om zich te melden. Dierenspecialzaak De Oostermolen was een van de bedrijven die ons mailde met de mededeling dat we mochten langskomen om een verhaal te maken over dierenwelzijn. En toen ging het bijna mis. Dierenspecialzaak De Oostermolen bleek namelijk niet alleen een nieuw logo te hebben, maar ook twee keer zoveel vloeroppervlak, een compleet nieuwe uitstraling én ... een nieuw adres. Toen wij De Oostermolen bijna zeven jaar geleden al eens bezochten, was het al een winkel waar welzijn hoogtij viert. Dat is zo'n beetje het enige wat hetzelfde bleef in de Discus-dierenspecialzaak van Dick Mulder. Verder is de gedaanteverwisseling van De Oostermolen compleet.

Kwaad om maken

Dick vertelt dat hij nu 2,5 jaar in zijn nieuwe pand zit, hemelsbreed zo'n driehonderd meter van de oude stek in het centrum van Nijkerk. Er zijn volop parkeerplaatsen voor de deur en een grote LIDL-supermarkt aan de overkant die voor extra aanloop van klanten zorgt. De nieuwe dierenspecialzaak is gevestigd in een voormalige chocoladefabriek, een pand met een heerlijk nostalgische uitstraling. Indrukwekkende hoge stalen ramen, verschillende ruimtes met gezellige hoekjes die de winkel het huiskamergevoel geven. Niet alleen het pand an sich, ook de dierenverblijven zijn opvallend groot. “Dieren moeten de ruimte hebben”, zegt Dick. “Daarom verkopen we ook geen kleine dierenver-



KITTEN

Dick: "Personeel hoort te weten dat de meeste hamsters solitair leven, en dat konijnen een soortgenoot nodig hebben om een leuk leven te hebben. Maar onze medewerkers moeten ook iets kunnen vertellen over vachtverzorging, parasietenbestrijding of voeding. Ik hoorde van een klant dat hij een pasgeboren kitten had gevonden, een diertje van een paar weken oud. Hij belde naar het dichtstbijzijnde tuincentrum dat op zondag open was, en vroeg wat hij die kitten moest geven. Weet je wat hij te horen kreeg van de piepjonge verkoopmedewerker die hem te woord stond? Dat hij warme melk moest geven. Een dag later was de kitten dood. Als ik zo'n verhaal hoor, baal ik daar ontzettend van."

blijven. Vissenkomen heb ik in al die dertien jaar dat ik de winkel heb, nog nooit verkocht. Omdat ik daar niet achter kan staan. Ik heb het echt gehoord hoor, van klanten, dat ze bij een dierenwinkel of tuincentrum vroegen om twee hamsters, en zeiden dat ze maar één kooi wilden. En dat ze dan gewoon twee hamsters meekregen. Of een konijnenhok waar één konijn zijn kont nog niet in kan keren. Ik kan me daar echt kwaad om maken, winkeliers die dat verkopen halen het niveau van de hele branche omlaag. Daarom vind ik het ook zo belangrijk dat er in de dierspeciaalzaak goed opgeleid personeel werkt. Onze medewerkers hebben allemaal een vakgerichte opleiding gevolgd, een aantal is gediplomeerd paraveterinair, of heeft een andere diergerelateerde opleiding gevolgd, bijvoorbeeld bij Aeres in Barneveld. Wij hebben voor elke afdeling twee mensen die alles weten van de diersoort en de benodigdheden die we daar verkopen. Zo kunnen we garanderen dat er altijd iemand aanwezig is die klanten goed kan voorlichten."

Klanten niet altijd hun zin geven

Dick: "Er kwam hier een keer iemand die een witkuifkaketoe wilde, hij had anderhalf uur gereden voor een vogel van 1.650 euro. Toen ik hem hier in de winkel sprak, had ik er geen goed gevoel bij en besloot ik hem de vogel niet te verkopen. Omdat ik het gevoel had dat die man niet wist waar hij aan begon, en ik er niet zeker van was dat de vogel bij hem een goed tehuis zou vinden. Natuurlijk maak je daar op dat moment geen vrienden mee, maar

"Wij hebben voor elke afdeling twee mensen die alles weten van de diersoort en de benodigdheden die we daar verkopen."



ik ben ervan overtuigd dat het op de lange termijn goed is voor je bedrijf om klanten juist niet altijd hun zin te geven.

“Maar je kunt ze nu niet meenemen”, zei ik. “Het is veel te warm nu om die dieren in de auto te vervoeren.”

Een tijdje geleden, midden in de hittegolf van afgelopen zomer, kwam hier een gezin met twee kinderen die een cavia wilden kopen. Dan is de eerste vraag die wij stellen of ze thuis al een cavia hebben. Het antwoord was ‘nee’, dus ik zei dat ze dan twee cavia’s moesten kopen, omdat wij niet willen dat onze cavia’s solitair moeten leven. Ze overlegden wat met elkaar en besloten om dan inderdaad maar te gaan voor twee dieren. “Maar je kunt ze nu niet meenemen”, zei ik. “Het is veel te warm nu om die dieren in de auto te vervoeren. Kom maar terug op een ochtend om negen uur, dan is het nog wat koeler.” De kinderen waren op zijn zachtst gezegd niet blij, en de ouders gingen toch wel een beetje gepikeerd weg. De volgende ochtend om negen uur stonden ze weer op de stoep. Ze hadden het er nog eens over gehad, en vonden dat we gelijk hadden. Bij nader inzien vonden ze het heel goed dat wij zo begaan waren met het welzijn van onze dieren. En weet je wat het is: zulke verhalen vertellen ze als ze straks op een verjaardag zitten. En dat zijn toch de verhalen waarvan jij wilt dat ze over je bedrijf verteld worden? Ik wil geen keuzes maken waar ik niet achter sta, zeker niet als dat ten koste gaat van dierenwelzijn. Natuurlijk is het dan wel erg belangrijk dat jij met goede argumenten komt en de tijd neemt om uit te leggen waarom jij in je bedrijf bepaalde keuzes maakt.” ←

