

Rashond als merk.

Paniek in de tent! Het gaat fout met de rashond. Dit keer gaat het niet over de gezondheid, maar over het aantal afgegeven stambomen. Dat aantal daalt gestaag.

Is dat erg? Ja, vindt de Raad van Beheer. Want minder stambomen betekent minder inkomsten. Is dat dan erg? Ja, want op het bureau verdienen 32 medewerkers hun brood. En omdat de Raad van Beheer probeert steeds meer taken naar zich toe te trekken, komt er steeds meer werk. Er zijn dus eerder meer medewerkers nodig dan minder.

Is het erg voor rasverenigingen en fokkers? Ja, want de rekening komt uiteraard daar terecht. Vervolgens leggen de rasverenigingen de rekening bij de leden. Gevolg: verder ledenverlies. De fokkers verrekenen de gestegen kosten met de toch al niet geringe prijs voor rashondenpupjes. Gevolg: de veel goedkopere "look-a-likes" zullen steeds populairder worden. Gevolg: het aantal af te geven stambomen zal nog verder dalen.

Als het gaat zoals hierboven beschreven, komen we in een neerwaartse spiraal terecht en dat zou toch wel heel zuur zijn.

Maar de Raad van Beheer heeft een oplossing. We gaan de rashond promoten. Het plan ligt klaar. Voor ik dit plan ontvouw eerst een paar cijfers.

Van 2006 t/m 2009 is het aantal fokkers met 7% gedaald. Van 2004 t/m 2009 is er een daling in het aantal geboren rashonden van 15%. Dat betekent een inkomstenderving voor de Raad van Beheer van € 400.000,-. Alleen al in 2008-2009 bedraagt de inkomstenderving € 150.000,-. Het aantal rashonden geeft een daling te zien van 33%, terwijl de totale hondenpopulatie (rashonden+kruisingen) in Nederland is gestegen met 37%. De rashond verliest duidelijk terrein aan de look-a-likes. Hun aandeel is flink gestegen.

De oplossing is werkelijk briljant. We gaan de rashond als merk in de markt zetten. O ja, natuurlijk als betrouwbaar merk. ("Yes, we can") Het wordt dan zo iets als: "U zou kunnen overwegen om een rashond aan te schaffen, omdat.... " En dan komt er een lijstje met plezierige pluspunten waar de doelgroep niet omheen kan. Prima! Probleem opgelost. Het aantal af te geven stambomen zal weer stijgen.

Er is echter een klein probleempje. Er is geen geld vrijgemaakt voor een campagne. (Lees: er is geen geld voor een campagne.) Als de rasverenigingen iets zien in dit plan zullen ze dus zelf met geld over de brug moeten komen.

Ziet u het zitten? Ik heb er een hard hoofd in. De rashond als "merk" in de markt zetten. Dat is net zo iets als de auto als "merk" in de markt zetten. Dat werkt niet en dat doet men dus ook niet. Wat wel werkt is het promoten van afzonderlijke automerken. Dat wordt dan ook volop gedaan.

Net zoals de auto bestaat uit veel verschillende merken, bestaat de rashond uit veel verschillende rassen met hun eigen rasspecifieke voor – en nadelen. Het “in de markt zetten” van rassen afzonderlijk, daar geloof ik wel in. Alleen is dat een taak die de rasverenigingen het beste zelf ter hand kunnen nemen.

Sorry. De rashond als merk in de markt zetten, lijkt me niet het beste idee van Nederland.

René Woudman.