

Eerlijk duurt het langst

- Als brancheorganisatie voor handelaren in sportpaarden zet de Verenigde Sportpaardenhandel Nederland (VSN) zich in voor de gezamenlijke kwaliteit van de handelaren.
- Voorzitter Frans Burgers: “We houden elkaar scherp, dat komt de kwaliteit ten goede.”

Radioprogramma Reporter Radio en de Paardenkrant stelden een onderzoek in naar de praktijk van de paardenhandel in Nederland. De uitkomst? Ruim de helft van de transacties met paarden gaat niet goed, verkopers komen hun informatieplicht niet na en kopers bereiden zich onvoldoende voor. Burgers, eigenaar van handelsstal Burgers Stables en voorzitter van de VSN is niet verrast: “Ik had deze uitkomsten al wel een beetje verwacht. Vooral in de handel van recreatiepaarden gaat het niet altijd goed.”

BETROUWBAAR NETWERK

Als sportpaardenhandelaar en VSN-voorzitter heeft Burgers weinig te maken met recreatiepaardenhandel en misstanden daarin. “Over onze leden komen eigenlijk nooit klachten binnen. Het zijn stuk voor stuk professionals die serieus met hun werk bezig zijn. Ik denk dat we goed bekend staan bij onze klanten.” Om dat kwaliteitsniveau te bewaken, zijn er voor nieuwe leden verplichte toelatingseisen. Zo wordt het bedrijf gescreend en moet de handelaar referenties tonen. Is het bedrijf eenmaal lid, dan worden klachten serieus uitgezocht. Burgers: “Zo houden we het niveau hoog en daardoor staan we bekend als een betrouwbaar netwerk.”

“We moeten nog wel werken aan onze naamsbekendheid,” vindt Burgers, “nog lang niet iedere sportpaardenhandelaar is bij ons aangesloten en niet iedere potentiële klant weet dat we bestaan en wat we doen.” Hij zet actief in op de verhoging van het aantal leden, want hoe meer aangesloten professionals, hoe meer kracht de vereniging heeft. “Hoe meer leden, hoe meer inspraak we hebben in bijvoorbeeld de FNHO en bij zaken als besluitvorming rondom btw-kwesties,” legt hij uit.

KEURMERK

Moet er een keurmerk komen voor handelaren? Burgers vindt van niet. “Een keurmerk verhoogt

de regeldruk en bepaalt de kaders. De handel in paarden is zo divers dat dat me heel lastig lijkt.” Hij zou de handelaren in recreatiepaarden wel willen aanraden om zich ook te verenigen. “Je hebt natuurlijk de Ceropa (Centrale Bond van Paardenhandelaren in Nederland) al, maar een specifiek platform voor recreatiepaardenhandel

“nog lang niet iedere sportpaardenhandelaar is bij ons aangesloten.”

lijkt mij ook een goed idee. Door je als groep te profileren straalt je betrouwbaarheid uit. Wellicht is het ook wel aan ons als VSN om een recreatiezittak op te starten, maar dat moeten we nog eens bespreken.”

EERLIJKHEID

“Eerlijkheid is de basis van alles,” zegt Burgers beslist. “De paardenwereld is wat dat betreft heel klein: als er iets mis is, gaat dat als een lopend vuurtje.” Hij vervolgt: “Het grootste deel van de paarden die ik verkoop gaat naar Amerika. Zeker vijftien procent van die klanten koopt een paard van een video. Daarbij zou ik dingen kunnen verzwijgen, maar daarmee graaf je je eigen graf.” Dus vertelt Burgers alles over het dier. Van een bultje tot eventuele angsten. “Meestal is dat geen probleem, als je het maar eerlijk vertelt.”

Adviestaak

Uit de enquête kwam naar voren dat volgens 73% van de ondervraagde verkopers kopers hun eigen rijkunsten niet goed inschatten. Burgers komt dat minder vaak tegen, omdat veel van zijn paarden naar professionele ruiters gaan, maar

ook hij heeft wel eens klanten die hun eigen kunnen overschatten. Burgers: “Dan moet je niet alleen aan de portemonnee denken. Als professionele handelaar heb je ook een advies-taak. Een groen paard of een hengst voor een onervaren ruiter is geen goed idee. Daar moet je eerlijk over zijn. Niet alle klanten vinden dat leuk

om te horen, maar als ze er een nachtje over geslapen hebben, geven ze je meestal wel gelijk.” Burgers besluit: “Als handelaar zie je vaak meteen wat voor mensen je voor je hebt. Er zullen handelaren zijn die daar expres misbruik van maken om zo snel mogelijk veel te verdienen, maar ik gebruik het liever positief. Uiteindelijk moet je het altijd hebben van mond tot mond-reclame, óók in de professionele sportpaardenhandel kan daar geen advertentie tegenop.” ●



FNHO

De Federatie van
Nederlandse Hippische

Ondernemers is de overkoepelende vereniging van hippische brancheorganisaties. De FNHO behartigt de belangen van alle hippische ondernemers in Nederland en bevordert de samenwerking tussen de sporters, de fokkerijen en de ondernemers in de hippische sector. Voor meer informatie en aangesloten leden zie www.fnho.nl