

TROTS!

INSPIRATIE VOOR VETERINAIRE
PROFESSIONALS



**“LIEVE DIERENARTS,
BEDANKT DAT U ONZE
BRAM ZO GOED HEBT
GEHOLPEN. WE KWAMEN
BINNEN MET ZORGEN,
MAAR GINGEN NAAR HUIS
MET HOOP.”**

**“DANK JE WEL!
ONZE LUCKY IS WEER
HELEMAAL DE OUDE.
ZELFS ZIJN STREKEN
ZIJN WEER HELEMAAL
TERUG.”**

**“LIEVE ASSISTENTES
VAN DE PRAKTIJK,
BEDANKT DAT JULLIE
EVEN STILSTONDEN
BIJ ONZE MUFFIN.
ZO’N KLEIN GEBAAAR,
ZO LIEF.”**

**“VOOR HET
HELE TEAM, DANK
JULLIE WEL VOOR JULLIE
INZET, VRIENDELIJKHEID
EN EINDELOZE GEDULD
MET ONZE BOBBIE.”**

**“AAN DE HELDEN
VAN DE PRAKTIJK, JULLIE
ZIEN ELK DIER ALSOF HET
JULLIE EIGEN DIER IS.
DAT MAAKT HET
VERSCHIL.”**

VOORWOORD

Voor je ligt een bijzonder boekje, ontstaan uit het initiatief van een groep bevroren diergeneeskundige professionals.

Ik ben ook een veterinaire professional, net als jij. Van jongs af aan was het mijn droom om later dieren te gaan helpen. Ik kwam thuis aanzetten met alles wat zorg nodig had, zoals de duif met een gebroken vleugel die ik spalkte met een ijsstokje en het pleisterverband van mijn vader die huisarts was. Het geluk was groot toen die duif, na weken zorgen, weer wegvloog. Dat gevoel van betekenis geven is altijd gebleven.

Hoe mooi ons vak ook is, soms voelt het alsof de trots die daarbij hoort onder druk staat. Collega's vertellen dat ze op feestjes liever niet meer over hun werk praten omdat gesprekken te snel de verkeerde kant op gaan. Tijdens een online bijeenkomst met meer dan honderd collega's herkenden velen dat gevoel. We kwamen tot dezelfde conclusie: steeds in de verdediging schieten helpt ons niet verder. Als we het beeld van ons vak willen versterken, hebben we elkaar nodig. Binnen onze praktijken, maar ook als beroepsgroep.

Daarom is het waardevol om juist nu onze communicatie, met elkaar en met de buitenwereld, verder te verbeteren en te versterken. Vanuit die overtuiging hebben we met een groep vrijwilligers dit initiatief vormgegeven, gesteund door de organisaties die je achterop aantreft.

Wij vinden dat iedere diergeneeskundige professional weer het stralende middelpunt van een feestje moet kunnen zijn. Vol trots vertellend over het vak, terwijl mensen geboeid luisteren. Dit boekje biedt inspiratie en praktische handvatten om daaraan bij te dragen en samen het positieve beeld van onze beroepsgroep te versterken.

Het eerste deel gaat over wat jij zelf kunt doen, het tweede over wat je samen kunt oppakken binnen je praktijk of regio, en het derde deel geeft houvast voor contact met media en een breed publiek.

Ik wens je veel leesplezier. Laten we samen laten zien hoe mooi ons vak is, elke dag opnieuw.

Een trotse collega

— DEEL 1 —

TROTS OP HET MOOISTE VAK TER WERELD

Wij hebben het mooiste vak van de wereld! Iedere dag maken wij als veterinaire professionals het verschil voor dieren, maar net zo goed voor hun eigenaren en voor de samenleving. Denk aan het moment waarop een ziek dier langzaam maar zeker herstelt, of de opluchting bij een eigenaar. En bijvoorbeeld aan het bedrijfsadvies dat je geeft aan een melkveehouder waardoor de koppel gezonder wordt, het welzijn, de bedrijfsvoering én de voedselveiligheid verbeteren. Zulke ervaringen herinneren ons eraan waarom we ooit voor dit vak hebben gekozen. Een vak dat tot de verbeelding spreekt. En juist dát verhaal mogen we best eens wat vaker, met trots en overtuiging vertellen.

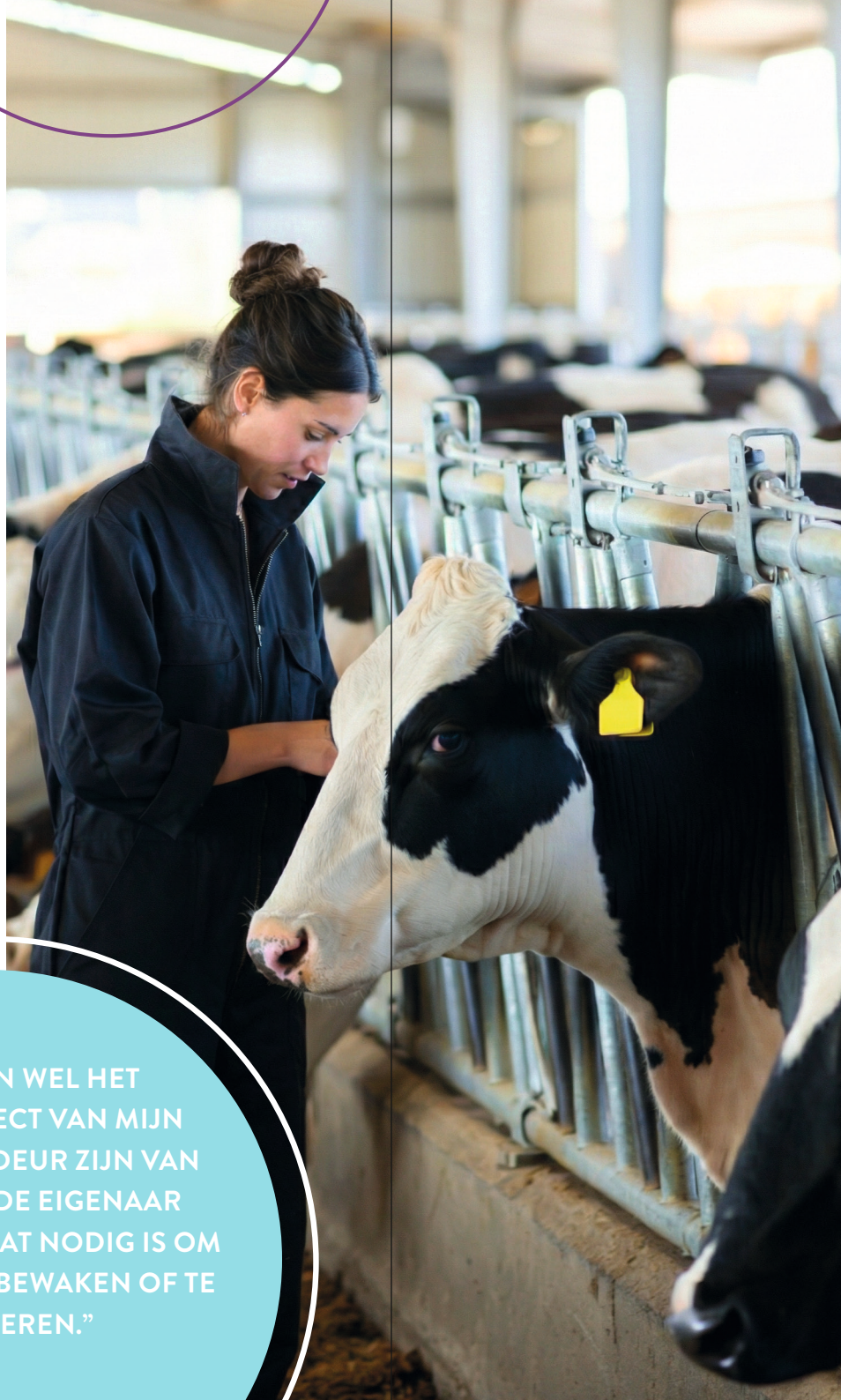


Toch gebeurt het regelmatig dat we ons eigen gevoel van voldoening voor onszelf houden. Dat we vergeten hoe bijzonder de impact van ons werk eigenlijk is, of dat we ons laten afleiden door kritische klanten, negativiteit in de media of de werkdruk van alledag. Het is daarom waardevol om jezelf regelmatig af te vragen: *waarom heb ik voor dit vak gekozen?* Door even stil te staan bij je eigen motivatie, zie je beter wat je drijft, waar je trots op bent en wat je leuk vindt aan het werk dat je doet. Dat maakt het makkelijker om met trots je verhaal te delen. Met klanten, met je collega's en met de maatschappij.

In plaats van vooral te reageren op vragen of kritiek, kun je zelf het initiatief nemen om de positieve ervaringen uit je werk te delen. Denk aan dat paard met koliek dat je succesvol behandelde waardoor het weer vrolijk de wei in kon of die sectie met 11 gezonde pups. Door actief met anderen te delen wat ons mooie vak iedere dag bijdraagt, voorkom je dat je het gevoel krijgt je steeds te moeten verantwoorden.

Het gevoel van trots blijkt niet alleen van binnenuit te komen. Onderzoek uit 2025 onder Nederlandse huisdiereigenaren laat zien dat de waardering voor ons vak groot is. Mensen hebben veel vertrouwen in de veterinaire professional en zien onze rol als belangrijk voor de samenleving.

“MISSCHIEN WEL HET
MOOISTE ASPECT VAN MIJN
VAK: AMBASSADEUR ZIJN VAN
HET DIER, EN DE EIGENAAR
MEENEMEN IN WAT NODIG IS OM
HET WELZIJN TE BEWAKEN OF TE
VERBETEREN.”



Onderzoek 2025 Waardering voor de veterinaire professional

84%

heeft veel vertrouwen in onze
beslissingen over diergezondheid

86%

waardeert ons werk (waarvan
bijna de helft *zeer*)

79%

ziet ons als een belangrijke of
wezenlijke schakel in de samenleving

Deze cijfers sluiten aan bij internationale resultaten en laten zien dat het beeld van onze beroepsgroep positiever is dan we soms zelf denken. Tegelijkertijd beseffen veel mensen niet hoe veeleisend het werk achter de schermen is. Juist daarom is het belangrijk dat we zichtbaar blijven en laten zien wat ons vak zo waardevol maakt.

Bron: Going Beyond Survey 2025 (uitgevoerd door onderzoeksbureau Oepepl onder 1.000 Nederlandse huisdiereigenaren)

TROTS OP ELKAAR

Het is belangrijk om met respect over elkaar te spreken. Binnen de praktijk is het vanzelfsprekend dat je elkaar nodig hebt. Verschillen van inzicht zijn normaal, maar door een constructieve opstelling kom je samen tot de beste oplossing. Als vakgenoten elkaar ondersteunen en waarderen, straalt dat naar buiten uit. De maatschappij merkt meteen of er onderlinge verbondenheid is.

Zeg eens eerlijk... spreek je je wel eens positief uit over je collega's? Geef jij regelmatig complimenten, plaats je een like of deel je een bericht waar je achter staat? Zie je jouw (buurt)collega als concurrent of als iemand die net als jij bijdraagt aan hetzelfde doel: de beste veterinaire zorg?

En ben je het ergens niet mee eens? Pak de telefoon en bel of app naar de ander in plaats van een kritische reactie onder een bericht te plaatsen. Is het niet belangrijker om met de ander te spreken dan over de ander te spreken? Zo bouwen we samen aan collegialiteit en dragen we allemaal ons eigen steentje bij aan een solide imago.

Wat daarnaast helpt is dat we als veterinaire professionals zoveel mogelijk dezelfde kernboodschappen uitdragen. Hoe meer we elkaar versterken met een eenduidig verhaal over onze deskundigheid, compassie en zorg, hoe sterker ons beeld naar buiten wordt.

Onze trots op het mooiste vak ter wereld uitdragen vraagt om goede communicatie. Daarvoor

kan een simpel maar krachtig kader helpen: het gebruik van de hiernaast genoemde "vier A's".

Door deze "vier A's" toe te passen, ontstaat er sneller begrip, voelt de ander zich gehoord en kun jij je verhaal vertellen zonder dat een gesprek verzandt in discussie of verdediging.

Daarnaast past bij goede communicatie ook dat we ons vak met zelfvertrouwen uitdragen. Onze diergeneeskundige zorg heeft in de afgelopen decennia een sterke ontwikkeling doorgemaakt: we beschikken over veel meer kennis, technieken en apparatuur dan vroeger. Dat brengt kosten met zich mee en vraagt om heldere uitleg van de waarde van ons werk. We hoeven ons niet te verontschuldigen voor het feit dat goede diergeneeskundige zorg geld kost.

Kleine taalkeuzes kunnen op dit gebied een groot verschil maken. Door de waarde van ons werk expliciet te benoemen, krijgt het waarde! In plaats van te zeggen: "we gaan uw dier eventjes onderzoeken" kun je ook zeggen: "we gaan uw dier goed en grondig onderzoeken". In plaats van "we geven uw hond nu een prikje" kun je ook zeggen "met deze vaccinatie beschermen we Luna voor de komende twaalf maanden tegen veel levensbedreigende ziekten". Benoem bij een behandeling niet slechts de prijs, maar leg vooral uit wat de klant daarvoor gekregen heeft: uitstekende diagnostiek, intensieve begeleiding, liefdevolle nazorg en specialistische kennis.

DE VIER A'S

- **Actief luisteren** – door je oordeel even uit te stellen en echt te luisteren naar de ander, ontstaat een beter begrip en respect voor elkaar. Luister dus vooral om de ander te begrijpen, en herhaal bijvoorbeeld eens wat iemand zegt om te checken of je het goed begrepen hebt.
- **Altijd vragen stellen** – door goede en gerichte vragen te stellen laat je zien echt en oprecht geïnteresseerd te zijn in de ander. Vaak uitdagend, maar ook zo waardevol.
- **Aanpassen aan de ander** – stem je taal en uitleg af op wie je voor je hebt; vermijd vakjargon als dat niet nodig is. Zoek overeenkomsten in plaats van verschillen.
- **Aardig, empathisch en duidelijk** – blijf vriendelijk en betrokken, maar ook helder over je keuzes en overtuiging.



TAAL DOET ERTOE

Hoe noem je jezelf en je collega's? Paraveterinair in plaats van assistente doet meer recht aan de professionele vakbekwaamheid. En spreek niet simpelweg van arts of dokter, maar van dierenarts. Daarmee benadruk je dat zowel dierenartsen als paraveterinair een eigen, erkende en beschermde professionele titel hebben. Iets om trots op te zijn, want hoeveel mensen kunnen dat zeggen?

Soms krijg je ondanks een duidelijke uitleg toch te maken met stevige kritiek of een opmerking die niet klopt. Dat kan je raken, zeker als het gaat over een vak waar je zo betrokken bij bent. Voor je het weet voelt het dan ook als een persoonlijke aanval en word je emotioneel. Hoe je in zo'n situatie reageert, maakt veel verschil in hoe mensen ons en ons beroep ervaren. Op de website (<http://voice.vetlife.nl>) vind je meer verdieping over het voeren van dit soort gesprekken: hoe je rustig blijft, luistert naar het verhaal achter de emotie en kunt uitleggen waarom je bepaalde keuzes maakt.

“VAN JONGS AF AAN WIST IK AL: IK WIL DIEREN HELPEN. MAAR HET MOOISTE IS DAT JE ALS PARAVETERINAIR OOK MENSEN HELPT. IEDERE DAG OPNIEUW.”

PRAKTISCHE TIPS

- Schrijf eens voor jezelf op waarom je voor dit vak hebt gekozen. Vaak ontdek je zo opnieuw wat je drijft en waar je trots op bent. Het maakt je verhaal persoonlijk en authentiek.
- Blijf in gesprekken trouw aan jezelf. Soms werkt het beter om vragen te stellen dan meteen in de verdediging te schieten.
- Steun je collega's op sociale media! Een like of het delen van een bericht laat zien dat je elkaar iets gunt en helpt om het vak positief zichtbaar te maken.
- Ben je het ergens niet mee eens? Dan is persoonlijk contact meestal de beste weg. Een telefoontje of appje kan meer begrip opleveren dan een reactie in het openbaar.
- Zorg dat je in je gesprekken en uitingen steeds hetzelfde benadrukt: deskundigheid, compassie en zorg. Hoe meer we dat gezamenlijk doen, hoe sterker het beeld naar buiten wordt.
- Koester ook de positieve reacties die je van klanten krijgt. Vaak zijn er meer positieve momenten dan je denkt, en die geven energie en vertrouwen.



WAT IS VERSTANDIG EN WAT IS MINDER HANDIG....

Soms maken kleine keuzes een groot verschil in hoe je overkomt en hoe ons vak wordt gezien. Dit helpt om een gesprek of situatie positief te houden, en dit kun je beter vermijden:

WAT HELPT

- Positieve verhalen zijn belangrijk – Vertel over een dier dat herstelde, een opgeluchte eigenaar of een operatie die goed verliep. Zulke verhalen laten telkens weer zien hoe waardevol ons vak is en wekken vertrouwen.
- Luister actief en stel vragen – Door te herhalen wat iemand zegt en nieuwsgierig door te vragen, laat je zien dat je de ander probeert te begrijpen en zijn mening respecteert.
- Pas je taal aan aan de ander – Vermijd vakjargon als het niet nodig is. Een duidelijke, begrijpelijke uitleg geeft vertrouwen en voorkomt afstand.
- Gun collega's zichtbaarheid – Geef eens een like, deel een bericht dat je waardevol vindt of spreek waardering uit.
- Kwaliteit wordt beloond – Laat je keuzes niet leiden door angst voor prijsdruk of concurrentie; medische juistheid gaat voor.

Tot slot

Trots werkt aanstekelijk! Als wij laten zien hoe waardevol en bijzonder ons vak is, voelen anderen dat ook. Onze passie, onze zorg en onze betrokkenheid maken indruk, op klanten, op collega's en op de samenleving. Juist in een tijd waarin er veel over ons wordt gesproken, is het krachtig als wij zelf ons eigen verhaal vertellen.

WAT HELPT NIET

- Meteen in de verdediging schieten – Het sluit een gesprek af in plaats van het te openen. Luisteren en vragen stellen geven vaak meer grip.
- Aannames doen – Ga niet invullen wat de ander bedoelt; vraag liever door om de kern te begrijpen.
- Collega's publiekelijk bekritisieren – Kritische opmerkingen over collega's of veterinaire organisaties tegen klanten of op sociale media, ondermijnen het vertrouwen in de hele beroepsgroep. Bel liever even op als je iets wilt bespreken.
- Overmatig vakjargon gebruiken – Het kan afstand scheppen en verwarring geven, vooral bij eigenaren die niet thuis zijn in medische termen.
- Negativiteit verspreiden – Mopperen op sociale media over collega's, klanten, werkdruk of het vak helpt niet mee aan een positief imago.

“VANAF
MIJN VIERDE
WIST IK HET AL: IK
WILDE DIERENARTS
WORDEN.”



— DEEL 2 —

SAMEN ZICHTBAAR ZIJN

Als veterinaire professionals hebben we een krachtig en prachtig verhaal in handen. Samen kunnen we de maatschappij laten zien hoe waardevol en veelzijdig ons vak is. Dat lukt het beste als we dat in gezamenlijkheid doen, te beginnen met je directe collega's. Dus bijvoorbeeld je eigen praktijkteam of dienstkring.

Een constructieve samenwerking begint bij erkenning van elkaars kwaliteiten. Of je nu praktijkmedewerker, dierenarts, paraveterinair of manager bent: iedereen draagt op een unieke manier bij aan het gezicht van de praktijk. En dus ook aan hoe ons vak gezien wordt.



Je hoeft niet in alles goed te zijn. De één maakt makkelijk contact met klanten in de wachtkamer, de ander is handig met sociale media of schrijft met plezier voor de lokale krant.

Door als team te bespreken waar ieders talent en interesse ligt, kun je de taken verdelen op een manier die werkt. Communicatie wordt dan geen bijzaak, maar een vanzelfsprekend onderdeel van het werk in de praktijk.

ACTIEVE VERBINDING MET DE LOKALE GEMEENSCHAP

Een dierenartsenpraktijk is vaak stevig verankerd in de regio. Of je nu werkt met gezelschapsdieren, paarden of landbouwhuisdieren: klanten en dierhouders vertrouwen op je zorg. Ze komen bij je met vragen, zorgen en soms grote beslissingen. Juist daarom is het waardevol om actief en positief zichtbaar te zijn in de gemeenschap waar je onderdeel van bent.

Door je omgeving te betrekken bij wat je doet, vergroot je niet alleen het begrip voor je werk, maar ook het vertrouwen in je team. Mensen leren je beter kennen, zien je betrokkenheid en ontdekken wat er allemaal komt kijken bij goede diergeneeskundige zorg. Dat hoeft niet ingewikkeld te zijn. Een kleine actie of een open gesprek kan al het verschil maken.



TIEN IDEEËN OM CONTACT TE MAKEN MET JE OMGEVING

1. Al eens aan een open dag gedacht? Laat mensen een kijkje achter de schermen nemen.
2. Gastcollege op scholen over diergezondheid en het werk in de praktijk doen het altijd goed.
3. Bied een kinderspreekuur aan: 'dierendokter voor een dag'.
4. Schrijf een column in de lokale krant. Bijvoorbeeld over seizoensgebonden onderwerpen.
5. Doe mee aan dorpsfeesten of evenementen met een informatiestand.
6. Organiseer een bijeenkomst met vee- en hobbydierhouders over actuele thema's zoals diergezondheid of opfok.
7. Start een rubriek op sociale media of op de radio waarin je leuke vragen van klanten beantwoordt.
8. Geef een workshop EHBO voor gezelschapsdieren of paarden.
9. Maak een 'weetjesmuur' in de wachtkamer met leuke en leerzame informatie.
10. Heb jij goede ideeën of goede ervaringen, deel het met elkaar.

TIPS OM ALS TEAM DE ZICHTBAARHEID TE VERGROTEN

- Bespreek wie welke rol heeft. Wie wil af en toe iets schrijven of op de foto?
- Laat teamleden vertellen over de liefde voor hun werk. Bijvoorbeeld via korte video's of quotes op sociale media.
- Bedenk bepaalde vaste rubrieken: "Een dag in het leven van...", "Vraag van de week", "Moment van trots". Met zulke formats is het makkelijker om zichtbaar te zijn.
- Planning kan helpen. Een zogenaamde contentkalender kan structuur geven. Veel onderwerpen keren jaarlijks terug en kunnen eenvoudig hergebruikt worden.
- Stem af hoe je als praktijk omgaat met vragen of kritiek op sociale media. Een eenduidige en respectvolle reactie laat professionaliteit zien.



SAMEN UITSTRALEN WAAR WE VOOR STAAN

Wat we als team laten zien, bepaalt hoe mensen naar ons vak kijken. Door consistent en positief te communiceren, bouwen we aan vertrouwen. Niet door iets mooier voor te stellen dan het is, maar door eerlijk en trots te zijn over wat we doen.

Laat zien waar je als praktijkteam voor staat. Benoem je kernwaarden, betrek het team erbij en deel ze ook met je klanten. Gebruik heldere taal, wees vriendelijk en professioneel in je uitingen en blijf dicht bij jezelf. Hoe meer we als teams hetzelfde warme, deskundige beeld uitstralen, hoe sterker ons gezamenlijke verhaal wordt.

Tot slot

Ieder praktijkteam heeft iets unieks te bieden. Als je bewust zichtbaar bent en laat zien waar je samen voor staat, geef je jouw omgeving de kans om ons vak beter te begrijpen én te waarderen. Het maakt je werk herkenbaar en versterkt zo het vertrouwen. Dit draagt bij aan een positief beeld van de diergeneeskunde en vergroot bovendien het werkplezier binnen je team. Samen maken we dat verschil. Iedere dag weer.

— DEEL 3 —

ZICHTBAAR IN DE MEDIA

Wij weten hoe prachtig en waardevol ons vak is. Maar de maatschappij ziet vaak alleen een glimp; een nieuwsbericht of een sociale-mediapost. Juist daarom is het belangrijk dat wij zélf laten zien wat er echt achter die momentopnamen schuilt: deskundigheid, betrokkenheid en liefde voor ons vak én voor dieren.



In de media wordt het beeld van de veterinaire professional snel gevormd. Een opmerking of ervaring kan zich razendsnel verspreiden via sociale of traditionele media. Kranten, tv-programma's en influencers fungeren als megafoon. Als zo'n beeld eenmaal staat, is het lastig bij te stellen.

Daarom is het waardevol om niet alleen te reageren, maar ook zélf actief het gesprek aan te gaan. Niet alleen met klanten of tijdens een verjaardag, maar juist ook richting het bredere publiek. Hoe meer we van ons

laten horen, hoe sterker het echte verhaal van ons vak doorklinkt. En ja, dat is soms spannend. Maar vaak ook minder ingewikkeld dan je denkt. Het belangrijkste is dat je dicht bij jezelf blijft.

De eerdergenoemde "vier A's" zijn ook hier je uitgangspunt. In dit deel nemen we je mee in hoe je op een krachtige, heldere en veilige manier zichtbaar kunt zijn op sociale media, in de pers en in gesprekken met de samenleving. Op de website (<http://voice.vetlife.nl>) staan meer praktische tips en voorbeelden.



ENKELE IDEEËN DIE GOED WERKEN:

- **Verhalen uit de praktijk** – kort, persoonlijk, herkenbaar.
- **Educatieve posts** – denk aan tips over vuurwerkstress, overgewicht of tekenpreventie.
- **Uitleg bij vragen** – bijvoorbeeld waarom spoedzorg soms meer kost, of hoe je omgaat met wachttijden.
- **Aandacht voor je team** – een felicitatie voor een behaalde opleiding, een warm welkom voor een nieuwe collega of een foto van het werkoverleg.
- **Lokaal betrokken** – aanwezigheid bij een evenement, samenwerking met een dierenambulance, een les op school.

SOCIALE MEDIA: DICHTBIJ EN KRACHTIG

Sociale media kunnen helpen om ons vak dichtbij te brengen. Goede posts ontstaan vaak uit iets kleins. Een succesvolle operatie. Een teamlid dat trots zijn diploma toont. Een eigenaar die taart komt brengen als bedankje. Zulke verhalen laten zien wie we zijn, wat we doen en waarom ons werk ertoe doet. Ze raken, geven vertrouwen en brengen nuance in een wereld die snel oordeelt. Met sociale media heb je zelf de regie.

Er is niet één juiste vorm. Je kunt een foto posten van een teammoment, een quote

van een collega of een kort 'wist je dat'-filmpje maken. Belangrijker dan stijl is de toon: eerlijk, duidelijk en betrokken. Mensen willen zien wie je bent, niet dat je perfect bent.

Wat je ook deelt, houd het toegankelijk. Vermijd vaktaal, kies een open toon en sluit af met een positieve noot. Lachen mag, zolang het respectvol blijft. En vergeet je collega's niet. Door op elkaars berichten te reageren, te liken of te delen, maken we samen het bereik groter.

IN GESPREK MET DE MEDIA

Zichtbaar zijn in de krant, op tv of met een podcast lijkt misschien spannend, maar het biedt een mooie kans om een grote groep mensen tegelijk te laten zien wat ons werk écht inhoudt. Soms belt een journalist op naar aanleiding van een actuele gebeurtenis. Soms is er een verhaal binnen je praktijk dat je graag wilt delen. In beide gevallen is het waardevol als wij zelf het woord nemen.

Media zijn vaak op zoek naar verhalen die mensen raken en herkenbaar zijn. Denk aan hittestress bij dieren, vuurwerk rond de feestdagen, een bijzondere patiënt. Of gewoon een inkijkje in ons dagelijks werk, verteld vanuit jouw ervaring. Juist dat soort verhalen helpen om het vak dichterbij te brengen en maken duidelijk waarom diergeneeskunde ertoe doet. Journalisten waarderen het als je met een tip komt! Bel of mail eens met de lokale krant, bijvoorbeeld een paar weken voor Dierendag. Dan is er genoeg tijd om samen een mooi verhaal te maken op basis van jouw kennis en ervaringen.



Als je wordt benaderd, helpt het om even stil te staan bij een paar dingen. Je hoeft niet direct te reageren op een interviewverzoek. Probeer uit te vinden om welke krant of programma het gaat, wat precies het onderwerp is en vraag of je terug kunt bellen. Dan heb je rustig de tijd om even na te denken over vragen als: Wat wil je overbrengen? Waar ligt jouw kracht? En, spreek je namens jezelf of namens je praktijk? Vraag iemand met communicatie-ervaring om jou te helpen. Dat geeft rust, overzicht en vertrouwen. Op de website vind je een lijst met personen die je hiervoor gerust kunt benaderen.

Je hoeft zeker niet overal een antwoord op te hebben. Het is prima om te zeggen dat iets buiten je expertise ligt, of dat je naar iemand anders doorverwijst. En wil je op een eerder antwoord terugkomen? Vraag gerust of je het opnieuw mag formuleren, dat is heel normaal. Het is gebruikelijk dat je het artikel mag corrigeren op onjuistheden, vraag dus om inzage vóór publicatie.

**“GOEDE
DIERGENEESKUNDIGE ZORG
KOST GELD. IN DE HUMANE ZORG
BETAALT DE VERZEKERAAR, BIJ
ONS DE KLANT MEESTAL ZELF. WE
WERKEN TRANSPARANT, LEGGEN
VOORAF UIT WAT HET KOST, EN
INVESTEREN VOORTDUREND IN
BETERE ZORG.”**

Iedereen vertelt zijn verhaal op een eigen manier. Maar goede voorbereiding helpt vaak wel. Het kan al beginnen met iets eenvoudigs: voor jezelf formuleren waarom je voor dit vak hebt gekozen. Wat je raakt. Waar je energie van krijgt. En wat je hoopt dat anderen begrijpen als ze naar je luisteren.

Wat het makkelijker maakt, is als je vooraf bedenkt wat je in elk geval wilt meegeven. Een duidelijke kernboodschap helpt om tijdens een gesprek dichtbij jezelf te blijven, ook als de vragen onverwacht komen. Oefen je kernboodschap en herhaal hem rustig een paar keer tijdens het interview. Voorbereiding is alles.

Tenslotte: een interview is pas voorbij als de journalist weg is. Voorkom informeel napraten, want dat kan onverwacht toch terugkomen in het artikel.

Op onze website vind je extra inspiratie en praktische tips voor communicatie over ons vak. Bijvoorbeeld hoe je om kunt gaan met media-aandacht, of waar je op kunt letten als de pers belt.

Tot slot

Elke uitleg, elk verhaal en elk zichtbaar moment draagt bij aan het beeld dat de samenleving van ons vak heeft. Door zélf het woord te nemen, laten we zien wie we zijn en waar we voor staan. Met kennis, compassie en professionaliteit maken wij het verschil. Voor dieren, voor hun eigenaren en voor de samenleving.

Wij hebben het mooiste vak van de wereld. En daar mogen we trots op zijn. Iedere dag opnieuw.



OVER DEZE UITGAVE

Binnen de veterinaire sector zijn in de afgelopen jaren al veel waardevolle en succesvolle initiatieven ontplooid om het vak zichtbaar te maken en de maatschappelijke waardering te versterken. Dit boekje bouwt voort op die inspanningen en wil alle veterinaire professionals extra aanmoedigen om deze ontwikkeling te versnellen. Juist omdat het in deze tijd noodzakelijker lijkt dan ooit om het verhaal van de veterinaire professional helder, herkenbaar en gezamenlijk te blijven vertellen.

Deze uitgave is bedoeld als inspiratiebron, niet als absolute waarheid. Het wil veterinaire professionals motiveren om met nog meer trots, openheid en respect over hun vak te spreken. De gebruikte voorbeelden en suggesties komen voort uit herkenbare situaties in de dagelijkse praktijk en zijn bedoeld om te inspireren, aan te zetten tot reflectie en – waar mogelijk – tot actie. Uiteindelijk maakt iedereen daarin natuurlijk zijn of haar eigen keuzes. De tips en richtingaanwijzers in deze uitgave helpen daarbij wellicht om communicatie bewuster vorm te geven of te voorkomen dat boodschappen anders overkomen dan bedoeld. Kies wat bij jou en jouw team past en geef er vooral je eigen invulling aan.

Tegelijkertijd realiseren we ons dat een uitgave alleen de beroepsreputatie niet in een keer zal veranderen. Het opbouwen en onderhouden van een sterke en betrouwbare, maatschappelijke reputatie vraagt tijd en gezamenlijke inzet. Die groeit door jarenlang samen te blijven werken aan een helder, herkenbaar en consistent verhaal over de meerwaarde van de veterinaire professional. Zie deze uitgave daarom slechts als een extra stimulans binnen dat grotere geheel.

Het gebruikte beeldmateriaal in deze uitgave is afkomstig van Bas Niemans, Robbert Kermani en Sander van der Wal. De beelden zijn digitaal bewerkt om herkenbaarheid van personen en organisaties te voorkomen en zo de neutraliteit van de publicatie te waarborgen.

Bij de selectie is, naast inhoudelijke overwegingen, ook rekening gehouden met het ontbreken van budget. Daarom is gekozen voor een kostenvriendelijke oplossing. We hebben ons best gedaan om alle rechthebbenden te achterhalen. Meent u desondanks rechten te kunnen doen gelden, neem dan contact met ons op. Aan deze uitgave kunnen geen rechten worden ontleend.

TROTS!

Deze uitgave is met grote zorg tot stand gekomen door een groep betrokken collega's uit het veterinaire veld. Zij hebben dit initiatief belangeloos en op persoonlijke titel opgepakt en hebben, vaak in de avonduren en met beperkte middelen, samen gewerkt aan de totstandkoming van dit inspiratieboekje.

Aan het initiatief droegen bij: Robbert Kermani, Jolanda Jansen, Roeland Wessels, Rianne van der Wal, Maarten Post, Julia Hamel, Fenna Westerduin, Sander van der Wal, André de Sterke, Elmar Bottemanne, Birgit Voshaar, Theo Lam, Ludo Hellebrekers, Joyce Hofman, Chantal Duijn, Frederique Kruidenier, Vincent Willems en andere toegewijde veterinaire professionals.

De gedeelde motivatie is eenvoudig: de overtuiging dat onze beroepsgroep de maatschappelijke waardering verdient die past bij de inzet, deskundigheid en zorg die dagelijks wordt geleverd.

Dat veterinaire samenwerking loont, blijkt ook uit de productie en distributie van deze uitgave. Verschillende partijen hebben hieraan belangeloos bijgedragen. Dank aan de Faculteit Diergeneeskunde van de Universiteit Utrecht voor de inzet van vormgeefster Marilou Maes, Dactari Dierenartscoöperatie voor het financieren van de druk, Vetlife voor de zorgvuldige selectie en bewerking van het beeldmateriaal en Covetrus voor de landelijke verspreiding van deze uitgave.

We hopen dat dit initiatief het begin mag zijn van een reeks nieuwe, gezamenlijke inspanningen die bijdragen aan het versterken van de maatschappelijke beeldvorming over ons prachtige vak. Heb jij zelf ideeën, ervaringen of initiatieven die dit streven kunnen versterken? Stap naar voren en deel ze! Samen maken we het verhaal van de veterinaire professional zichtbaar en herkenbaar, binnen én buiten onze sector. Samen trots op het mooiste vak ter wereld!

Kijk ook op: <https://voice.vetlife.nl>

Of mail naar: voiceveterinair@gmail.com