

Solutions

nummer 19, februari 2010

ATHLON
— CAR LEASE —



Vergeeten voorwerpen

Weer een Fleet Innovatie Prijs!

Landals groene autoregeling

De wondertjes van Parkhuys Almere



We zijn nooit van de korte termijn geweest

Op zijn visitekaartje vindt hij het niet nodig een functie te vermelden, maar met ingang van juni 2009 is hij Chief Executive Officer van De Lage Landen. Vanaf dat moment is Ronald Slaats de hoogste baas van de financiële dienstverlener waar ook Athlon Car Lease onder valt.

Hij is 47 jaar, getrouwd en heeft drie zoons waarvan de jongste twee (11 en 13) in het Duitse Neuss zijn geboren en de oudste (16 jaar) in Milaan. Zijn CV mag dan slechts één werkgever tellen, zijn werkplekken bevinden zich ver uiteen. In '85 startte Ronald Slaats bij het hoofdkantoor van De Lage Landen in Eindhoven om twee jaar later naar België te verhuizen. Italië en Duitsland volgden. Na herhaaldelijk aandringen op uitbreiding naar de Verenigde Staten, werd hij daar - in z'n eentje - naartoe gestuurd. Vanaf een werkplek in de Rabobank in Manhattan veroverde hij een plaats in de markt van vendor lease, een financieringsoplossing voor tal van investeringsgoederen. Na twee jaar New York en zeveneneenhalf jaar Philadelphia werd hij gevraagd terug te keren op de Nederlandse thuisbasis.

Ik bespeur een onmiskenbaar Brabants accent. Blij dat je weer 'thuis' bent?

"Nou, niet als ik auto rijdt. Dan merk je het effect van veel mensen op een klein oppervlak. In Amerika gaat het er wel iets vriendelijker aan toe. Maar wat het werk betreft ben ik natuurlijk heel blij met de kansen die ik hier krijg."

Net terug uit het land van de SUV's mag je leiding gaan geven aan een organisatie waar duurzaamheid hoog in het vaandel staat. Vraagt dat om een mindshift?

"Laat ik dat beantwoorden met een voorbeeld dat past bij Athlon Car Lease. Toen ik hier kwam werken, nam ik mijn privé-auto mee, een Audi A8. Maar toen ik hoorde dat onze leaseautoregeling is gebaseerd op energielabels, nam ik een tweedehands Honda Civic Hybride over van een medewerker. Vanuit mijn functie mag ik een C-label rijden, maar ik wilde een statement maken. Want hoe kun je nu van je collega's iets vragen wat je zelf niet doet?"

Rijdt het lekker?

"Nou, ik ben vrij lang en in het weekend moeten mijn zoons zich achterin opvouwen, maar we gaan met de Honda. Ik heb mijn Audi verkocht, ik rijdt Honda, ook privé. Klaar. Er moet ook iets gebeuren. Fossiele brandstoffen raken op en het klimaat verandert. Athlon Car Lease springt daar op in met het 'Sustainable Mobility Program'. Hiermee proberen we CO₂-uitstoot te voorkomen in plaats van te compenseren, onder andere door het aanbieden van openbaar vervoer als alternatief

voor leaseauto's. Naar het hoofdkantoor van Rabobank in Utrecht neem ik de trein. Al onze leaserijders hebben een NS-Business Card. En we onderzoeken of iedereen wel elke dag naar kantoor moet komen. Daarvoor zijn we bij Interpolis (ook onderdeel van de Rabobank Groep) gaan kijken, die daar al heel ver in zijn. We ontwikkelen onze gebouwen duurzaam. En we gaan straks ook windmolens leasen en misschien wel zonnepanelen aan consumenten."

MVO en geld verdienen gaan hand in hand?

"Dat moet. Maatschappelijk verantwoord ondernemen moet een onderdeel zijn van je business case, niet iets wat je erbij doet. Wij hebben ook een business ethics commissie die zich over dit soort zaken buigt en die bijvoorbeeld kritisch kijkt naar welke bedrijven we financieren. Bovendien hebben we een Vice President Corporate Social Responsibility aangesteld. Hij gaat ervoor zorgen dat MVO, nog meer dan nu, een vanzelfsprekend onderdeel van onze dagelijkse werkzaamheden wordt. Ik durf met elke NGO de discussie aan te gaan over onze manier van werken. Wat misschien niet betekent dat elke NGO het met ons eens zal zijn, maar als er vragen komen, staan we niet met de mond vol tanden."

Helpt het dat je als dochter van de Rabobank niet de druk voelt van de kwartaalcijfers?

"Absoluut, wij zijn nooit van de korte termijn geweest. Ook niet in de VS. Wij hebben wereldwijd langjarige relaties met onze klanten en we kiezen bewust voor een beperkt aantal werkgebieden zodat we daar toegevoegde waarde kunnen bieden. Deze twee uitgangspunten maken ons behoorlijk crisisbestendig. Wij handelen nu dus ook niet anders dan drie jaar geleden."

Je merkt geen crisis?

"Natuurlijk ziet de wereld er ook voor ons anders uit dan de afgelopen jaren. We hebben bijvoorbeeld voor de eerste keer in jaren geen dubbelcijferige groei van de netto winst kunnen laten zien. Bovendien vallen er wel wat eindgebruikers om en zien we de betalingsachterstanden wat oplopen. Maar de vendoren waarmee wij samenwerken, zijn A-merken. En dat geldt over het algemeen ook voor hun klanten. Deze groep staat stevig in de schoenen. Daarbij zijn er nu minder leaseaanbieders. Onze concurrenten kunnen of mogen (na staatssteun) niet groeien."

Athlon Car Lease is 100% dochter van De Lage Landen, een internationaal opererende dienstverlener in vendor finance, car lease, factoring en consumer finance. De Lage Landen is 100% dochter van de Rabobank Groep.

Elektrisch rijden door beginners



In het Duurzaam Mobiliteitsplan van Athlon Car Lease speelt elektrisch rijden een prominente rol. Eén van de manieren waarop de leasemaatschappij kennis wil vergaren over elektrische mobiliteit is heel praktisch: via de aanschaf van een elektrische Lotus Elise. Er zijn saaiere onderzoeksmethoden denkbaar, dacht uw verslaggever toen hij werd gevraagd een proefritje te maken. Rijdt u mee?

Een ochtend in augustus rijden in een elektrische cabrio. Hoe vervelend kan een werkdag zijn? Terwijl me net is gedemonstreerd hoe makkelijk je de kap verwijdert, stort de regen met bakken naar beneden. Ik haal de kap weer uit de kleine laadruimte achter. Verder is daar nog plek voor pakweg een aktetas, een fles water en een regenjas. Om de achterklep te openen, gebruik je de contactsleutel. Hiervoor is geen hendel in het compartiment aanwezig. Verder vinden we onder de, van koelsleuven voorziene, kunststof klep niet de gebruikelijke viercilinder 1.8 middenmotor, maar een hele grote plastic doos waarin zich de accu bevindt. Hoe zit dat eigenlijk aan de voorzijde? Kan ik onder die klep misschien nog een handtasje kwijt? Nee. Die is dichtgeschroefd.

Acrobatiek voor gevorderden

Ik ga instappen. Dat is met de kap erop een nog grotere acrobatische verrichting dan zonder. Laat ik me achterwaarts in de kuipstoel vallen om daarna mijn benen naar binnen te hijsen of stap ik in als een limbodanser? Decisions, decisions. Ik hoop dat niemand kijkt en probeer beide varianten. Ook het uitstappen gaat zo meelijwekkend dat je er direct een gehandicaptenparkeerplaats mee verdient. Terwijl je die niet eens nodig hebt: de gemeente Amsterdam is om milieuredenen zo aardig deze elektrische auto een gratis parkeerplek én laadpunt aan te bieden!

Loopt-ie of loopt-ie nie?

Terwijl 'cool' instappen zeker enige yogalessen vraagt, kom je niet in een lotushouding te zitten. De stoel past als een jas en is ook net zo dun gevoerd. Ik draai de contactsleutel om en de dashboardverlichting floept aan, inclusief de waarschuwingslamp van de motor. Voor starten is er een aparte knop. Dat vinden we sportief. Ik stel me voor dat als alle auto's eerst decennialang met een startknop waren uitgerust, we het starten met een contactsleutel een grote vooruitgang zouden vinden. Het is immers een handeling minder!

Ik geef een lichte druk op de knop en vraag me af of de motor dit begrepen heeft. Het blijft muisstil, de waarschuwingslamp van de motor brandt nog steeds en de toerenteller slaapt. Nogmaals drukken of voorzichtig de koppeling op laten komen? Ik kies voor het laatste. De Lotus blijft onbeweeglijk. Klein dotje 'gas' (grappig te bedenken dat deze uitdrukking ineens archaïsch is geworden) en de

auto springt naar achteren (wat ook de bedoeling was)!

Kost een paar centen, maar dan hoor en zie je ook niks

Griezelig geluidloos manoeuvreer ik de parkeergarage uit. De waarschuwingslamp van de motor brandt nog. Dat klopt. Pieter Attema van Athlon Car Lease vertelde dat de firma ECE nog niet alle details heeft getackeld in de bijna 80.000 euro kostende ombouw van benzine naar elektriek. Zo doet ook de toerenteller, op een enkele stuip trekking na, niks en blijkt de snelheidsmeter onbetrouwbaar. In ruil daarvoor is onder het dashboard een LCD-scherm aangebracht met snelheidsmeter en allerlei info over de elektromotor en de accucellen. Ik zal dus regelmatig onder het stuur moeten turen. Ook al omdat Pieter me met klem verzocht de motortemperatuur onder de 120 graden te houden. Ik wist niet dat een elektromotor ook koelproblemen kende.

Overal koppel!

Genoeg geneuzeld: rijden! Maar ... mag ik al planken of moet je een elektromotor ook eerst opwarmen? De oprit van de snelweg doet me de vraag vergeten. Dit is de uitgelezen plek om die prachtige acceleratiedata te checken. Ik trap het gas in en word in mijn stoel gedrukt. De motor geeft een hoge fluittoon af. Ik schakel alsof het een gewone auto is, maar voel er geen reden toe in de vorm van zaken als toerental of koppel. Deze Lotus heeft drie versnellingen. (Met een vierde versnelling, ook leverbaar, kun je nog sneller dan de beloofde 215 kilometer per uur!) Bij tachtig schakel ik braaf naar de drie. Vooraf is me verteld dat je ook continu in de drie kunt rijden en dat de versnellingen alleen dienen om zo efficiënt mogelijk met de energie om te gaan. Ik geloof het meteen. De auto heeft echt bij elke snelheid zijn volledige koppel beschikbaar. Of je nu bij tachtig het gas intrapt of bij een niet nader te noemen veel hogere snelheid, de auto vliegt er vandaan alsof ik op mijn motorfiets zit. Toch gaat die vergelijking mank. Want als motorrijder schakel ik me suf onder de dictatuur van de vermogens- en koppelkromme. En als beloning voor dit ongemak geef ik mezelf de status van ervaren rijder en stoere man. De elektromotor lacht om dit holbewonergedrag. Elk blondje kan racen in een elektrische auto. Gewoon gas intrappen en gáán!

Hoer, de wind waait

Voor iemand die net een uur in een BMW-5 heeft gezeten, is dit een kart. De Lotus schudt en rammelt als een gevechtsvliegtuig uit WOII. Het onwerkelijke ontbreken van motorgeronk wordt ruimschoots gecompenseerd door windgeruis, waardoor je bij 100 kilometer per uur het gevoel hebt dat je 150 rijdt. Mooi meegenomen. Bij kick down verslikt de motor zich soms. Een seconde gebeurt er niks, daarna gaat de auto er letterlijk en figuurlijk fluitend vandoor. Het sturen is heerlijk direct, maar de dikke geventileerde remschijven

stellen teleur. Dat je op een elektromotor niet kunt afremmen, mag geen excuus zijn. En als ik toch aan het zeuren ben, waarom heb ik als bestuurder geen knopje voor de bediening van de rechterzijruit?

Een halve automaat

Ik verlaat de snelweg om nog even te kunnen spelen met de versnellingen. Weet je nog dat ik in de parkeergarage de koppeling liet opkomen en er niets gebeurde? Dat is een typische eigenschap van deze elektrische auto. Je hebt de koppeling nodig voor het schakelen, maar niet om weg te rijden. Bij afremmen tot stilstand hoef je ook niet te ontkoppelen: de motor slaat niet af maar staat stil. Wel moet je koppelen als je ’m weer in z’n één wilt zetten. Daarna kun je de koppeling gewoon laten opkomen en wachten tot het stoplicht op groen springt. De auto blijft stilstaan tot je weer gas geeft. Lekker hoor!

Tja, conclusie

Met een rij-impressie van de Lotus ECE bespreek je eigenlijk twee zaken: die van een plastic sportauto en die van een elektrische auto. Voor dit artikel vinden we de tweede component het meest interessant. Concluderend kun je zeggen dat elektrisch rijden geweldig is. Natuurlijk zijn er schoonheidsfoutjes: de motor werd te warm en hield soms kort in bij het abrupt intrappen van het gaspedaal. Maar als je de korte ontwikkeltijd van deze aandrijving afzet tegen die van de verbrandingsmotor, dan heb je alle reden om lyrisch te zijn. Want alle systemen, van directe inspuiting tot variabele kleptiming, ten spijt: de elektromotor doet veel constanter, schoner en simpeler wat-ie doen moet.



Oeps, maar net onder de 120 graden gebleven.



Tellers doen niks en waarschuwingslampen blijven branden, omdat ze de benzinemotor niet vinden.



Alleen ongelode elektriciteit?



Het verschil tussen soft en sociaal

People, Planet, Profit. “Toen ik deze drie woorden voor het eerst las, werd ik getroffen door hoe briljant deze regel eigenlijk is! Bij alles wat je in het leven doet, zou je je moeten afvragen wat het betekent voor deze drie P’s.” Aan het woord is Peter Arensman, directeur van BAS Consultancy en klant van Athlon Car Lease. Een gesprek over goede doelen en winst maken.

“Ik groeide op in een gereformeerd boerengesin waar hard werken en naastenliefde de gewoonste zaken van de wereld waren. Toen mijn vader de boerderij verkocht, ging ik bedrijfseconomie studeren. Hierna startte ik een ICT-bedrijf dat mij negen jaar lang een redelijk inkomen bezorgde. Tijdens de internethype heb ik dit bedrijf voor nul gulden verkocht. Er was schuld en ik wilde anderen niet duperen met een faillissement. Zo was ik terug bij af. Ik had geen huis, geen pensioen, geen relatie, zelfs geen auto.”

Maar je was een ervaring rijker.

“Absoluut, maar dat zou ik pas later beseffen. Ik kon tijdelijk terecht in een appartement van een vriend en leende een kantoortje aan de Amsterdamse De Ruyterkade. Daar bedacht ik met Theo den Bieman, een vriend van mijn roeivereniging, het plan voor BAS Consultancy. Een bureau voor het detacheren van professionals op hbo- en academisch niveau voor financiële, juridische en ICT-functies. Zelf hadden we op dat moment geen enkel bezit, maar we besloten om een deel van de winst weg te geven aan goede doelen.”

Terwijl er nog niet eens een bedrijf was, laat staan winst?

“Dat klopt. Maar positivisme en doorzettingsvermogen zijn onmiskenbare eigenschappen van ondernemers. Shell heeft scenario-planning uitgevonden, maar de ondernemer kent maar één scenario: succes. Vier jaar later was ons succes een feit en rees de vraag wat we met onze winst gingen doen. In lijn met Confucius bedachten we dat je mensen geen vis moet geven, maar een hengel. Wij besloten 10% van onze brutowinst te steken in onderwijs in de derde wereld.”

Waar begin je dan?

“Dat is inderdaad de vraag. Want dan blijkt dat er honderden stichtingen zijn die in Afrika scholen bouwen. Vaak worden ze gerund door goedwillende vakantiegangers die een leraar hebben ontmoet die wil lesgeven maar geen school heeft. Die mensen gaan vervolgens geld inzamelen om een school te bouwen. Die fysieke school komt er dan ook, maar zonder enige visie op de output. Want het gaat er natuurlijk om hoeveel leerlingen je over zes jaar aflevert. Daarbij komt dat de betrokkenen aldaar zorgen dat zij zelf flink verdienen aan de bouw. Dit geld gaat dus niet naar de kinderen. Als ik ondernemers of medewerkers aan tafel kreeg die niet konden

vertellen wat een zak cement kost, dan wist ik dat het niets zou worden. Zo had ik een reeks teleurstellende kennismakingen.”

Je hebt nooit overwogen om simpelweg geld over te maken?

“Geen moment. Omdat ik ondernemer ben en het ook mijn eigen geld is, keek ik kritisch naar mogelijke bestemmingen. Toen hoorde ik van een Nederlandse ondernemer die geld stak in modelboerderijen in West-Afrika. Boerderijen, dat sprak mij natuurlijk aan. Ik ging met hem mee naar Togo, Benin en Ivoorkust. We kwamen aan bij een boerderij waar een groepje mannen gezellig aan tafel zat. Ik zag een keurige watertoren met een bordje, ik zeg maar wat: gedoneerd door Rotary Haarlem. Ook was er een generator: gedoneerd door Lions Amsterdam, en een irrigatiesysteem: gedoneerd door Mesics. Vervolgens kwam ik bij een braakliggend stuk grond. Dat bestaat niet voor een boerenzoon! Dus vroeg ik waarom het niet bebouwd was. Het antwoord was: ‘Omdat het irrigatiesysteem daar ophoudt’. Terwijl je het met een tuinslang zou kunnen besproeien! Maar handmatig sproeien is natuurlijk veel meer werk. Waarom zou je dat doen als het veel gemakkelijker is om een aanvraag in te dienen voor een gesubsidieerd extra irrigatiesysteem?”

Dat hebben wij ze dus eigenlijk geleerd.

“Precies. Je kunt het hen niet eens kwalijk nemen. Toen concludeerde ik dat je geld niet moet weggeven, maar moet investeren. Het idee dat je je niet met de lokale cultuur moet bemoeien, vind ik onzin.”

Wederom was je een teleurstelling rijker en een goed doel armer.

“Ja. Maar toen zag ik een documentaire over een Fair Trade-bananenbedrijf dat zoveel mogelijk ecologisch verbouwt en winst maakt. Er werd uitgelegd dat een gewone bananenboer niet genoeg verdient om zijn gezin te onderhouden en dat hij op zijn vijftigste sterft vanwege het vele gif dat hij moet spuiten. Dit bedrijf, AgroFair, stelt vijf- à tienduizend boeren in staat een normaal bestaan op te bouwen. AgroFair leert ze om meer ecologisch te telen en, als er toch gespoten moet worden, hoe je dit veilig doet. Het unieke van AgroFair is de eigendomsstructuur. Deze boeren hebben namelijk een aandeel van 50% in het bedrijf, wat ze zeggenschap en beslissingsrecht geeft over de koers van het bedrijf. Ook ontvangen zij een deel van de winst.”

Je ging erop af?

“Ik heb eerst via internet het jaarverslag gedownload en de volgende dag gebeld dat ik aandeelhouder wilde worden. De overrompelde receptioniste beloofde dat ik zou worden teruggebeld, maar dat gebeurde niet. Toen ik weer belde, kreeg ik te horen dat er een investeringsdrempel van een half miljoen was. Toen ik zei dat dat geen probleem was, werd ik alsnog doorverbonden met de



financieel directeur. Aanvankelijk was deze man zeer kritisch naar mij als representant van de harde zakenwereld. Daarbij speelde dat AgroFair, na tien winstgevende jaren, voor het eerst verlies draaide. Elk jaar was er dividend uitgekeerd en geen buffer opgebouwd. We raakten aan de praat over het verschil tussen soft en sociaal. Ik vind dat je op de inhoud nooit soft moet zijn, al mag het natuurlijk wel op de vorm. Een werknemer die niet voldoet, krijgt een tweede kans. Als hij daarna nog niet voldoet, moet hij weg. Dat vind ik niet asociaal. En als het kind van een goede werknemer ziek wordt, geef ik gerust vier maanden betaald verlof. Dat vind ik niet soft, maar sociaal. Toen concludeerde hij dat AgroFair die twee zaken tien jaar lang door elkaar had gehaald.”

Je werd aandeelhouder?

“Ja, voor 10%. Met onze komst hebben we bijgedragen aan het doorvoeren van een aantal belangrijke veranderingen. Inmiddels maakt AgroFair weer winst. We produceren nu zeventig miljoen kilo bananen onder de merknaam Oké. We meten regelmatig onze CO₂-footprint. Ik verwacht niet dat die meting dit jaar ongunstig uitpakt.”

Je geeft veel weg. Heb je wel een tweede huis en een boot?”

“Ik heb een heel mooi huis. Dat is genoeg, want ik kan maar op één plek wonen. En ik heb een roeiboot. Om auto’s geef ik niet. Ik ben heel tevreden.”



De People, Planet, Profit BV

Peter Arensman is een ondernemer die structureel geld investeert in goede doelen. Eind vorig jaar richtte hij hiertoe de People, Planet, Profit BV op. Onder deze bv hangen de ‘zonen’ BAS en WIM. BAS besteedde in 2008 3% van de winst aan goede doelen die aansluiten bij de bedrijfsdoelstellingen. Daarnaast steekt BAS een percentage van zijn winst in WIM. WIM, wat staat voor World Improvement Money, is een investeringsbedrijf dat bedrijven helpt om duurzame oplossingen en ideeën ten uitvoer te brengen. Zo investeert WIM in bananenbedrijf AgroFair, in kleine Duitse en Franse waterkrachtcentrales en in het Haagse biologische restaurant Watertanden.



Slopen levert u geld op

Op zoek naar een betrouwbare occasion én een gunstig inruilbedrag voor uw oude auto? Koop dan een occasion bij het Athlon Car Lease Occasioncentre en maak gebruik van de sloopregeling voor uw oude exemplaar. Dit zijn de voorwaarden.

Profiteren van de sloopregeling

In het voorjaar startte de Nederlandse overheid met een sloopregeling voor oude, vervuilende auto’s. Het doel is om deze te vervangen door nieuwere en schonere exemplaren. Daar profiteert het milieu van. Tegelijkertijd voelt de consument het direct in de portemonnee. De bonus bij inlevering van een oude auto kan namelijk oplopen tot wel € 1.750,-. Zo stijgen ook de autoverkopen. En dat is weer goed voor de economie.

Voor wie geldt het?

De sloopregeling geldt voor dieselauto’s van bouwjaar 1999 of ouder en benzineauto’s van bouwjaar 1995 of ouder. De oude auto moet minimaal sinds 1 maart 2008 op naam staan van degene die van de slooppremie gebruikmaakt. De auto moet bovendien een Nederlands kenteken hebben en beschikken over een APK-keuring die nog minimaal drie maanden geldig is. De hoogte van de premie is afhankelijk van de brandstof en het bouwjaar.

Premie voor personenauto’s

Brandstof	Bouwjaar	Premie
Benzine	t/m 1989	€ 750,-
Benzine	1990 t/m 1995	€ 1.000,-
Diesel	t/m 1999	€ 1.000,-

Niet zomaar een nieuwe auto

Ook de nieuwe auto of jonggebruikte auto moet aan een aantal eisen voldoen. Dieselauto’s moeten een roetfilter hebben. Benzine- of LPG-auto’s moeten van bouwjaar 2001 of jonger zijn. U moet de auto kopen bij een autobedrijf in Nederland. Koopt u een ex-leaseauto bij het Athlon Car Lease Occasioncentre? Dan kunt u voor uw auto ook gebruikmaken van de sloopregeling.

Auto’s met een eerlijk verhaal

Bent u dus toe aan een nieuwere auto? Kijk dan eens op www.occasioncentre.nl voor het aanbod van het Athlon Car Lease Occasioncentre. Historie en onderhoud zijn altijd bekend. U koopt dus altijd een auto met een eerlijk verhaal.

Meer weten over de sloopregeling?
Kijk dan op www.nationalesloopregeling.nl.





“Ik heb de leukste baan van Nederland.”

Heleen Crielaard was profvolleybalster. Ze kwam zes jaar uit voor het Nederlands team, stond in de finale van het EK van 1991 en won zilver op de World Games in 1993. In dezelfde periode behaalde ze haar doctoraal psychologie, gevolgd door een specialisatie marketing en economische psychologie. Op haar 25^e stopte ze met volleybal en richtte haar eigen consultancybureau voor communicatie en sponsoring op. Ze werkte elf jaar voor bedrijven als Randstad, Zilveren Kruis, Eneco en Rabobank, tot de laatstgenoemde haar vroeg voor de functie van hoofd sponsoring. Sinds 1 maart 2006 is Heleen Crielaard verantwoordelijk voor de sponsoractiviteiten van deze bank, die het moederbedrijf is van Athlon Car Lease en de grootste sportsponsor van Nederland. En tot slot, Heleen is een zeer tevreden leaserijder van Athlon Car Lease.

Je zit dagelijks midden in de topsport, maar je beoefent het zelf niet meer. Mis je dat?

“Het mooie van topsport is dat het alleen maar mooier wordt, hoe langer je gestopt bent. Terwijl je de sport beoefent, is het alles behalve rozegeur en maneschijn: elke dag opstaan met pijn in je rug, ruzie maken met je coach en constant de druk om het beter te doen. Dat zijn geen zaken waar je een onbezorgd mens van wordt. Maar na achttien jaar herinner ik me vooral de mooie dingen die hebben bijgedragen aan wie ik nu ben. Daar kijk ik met trots en plezier op terug.”

Ben je op het juiste moment gestopt?

“Dat weet ik niet. Ik was toen 25 en spelverdeelster, dus ik denk dat ik nog een aantal jaren door had gekund en ook nog beter had kunnen worden. Maar ik had alle grote toernooien meegemaakt en het was tijd voor iets nieuws.”

Hoe zwaar was het, de combinatie van studie met topsport?

“Het vraagt absoluut discipline. Ik heb zes jaar gestudeerd, waarbij ik twintig tot dertig uur per week trainde. Maar ook dan blijft er ruimte voor leuke dingen. Ik heb in elk geval niet het gevoel dat ik iets tekort gekomen ben.”

Volgens SponsorTribune ben je de machtigste vrouw op sponsoringgebied in Nederland. Maar hoeveel speelruimte heb je? Er liggen natuurlijk al contracten.

“Dat klopt. Dit behelst zulke impactvolle besluiten dat daar nooit één persoon alleen over gaat. De contracten die er lagen toen ik in deze functie begon, liggen er nu nog. Die zijn alleen vernieuwd. Dus wát we sponsoren staat wel vast, maar de manier waarop we het invullen, is mijn taak. Want sponsoring eindigt niet bij het tekenen van het contract, daar begint het. Hoe zorg je dat je elke geïnvesteerde euro exploiteert op een manier waar je wat aan hebt voor je merk en je markt? Dat doen we door contact te houden met de partijen waar wij rechten van hebben gekocht. Krijgen we hetgeen waarvoor we hebben betaald? En door het vertalen van de rechten naar hapklare communicatieactiviteiten voor onze 143 banken en overige groepsonderdelen. Dus we doen veel aan onderzoek en beleidsontwikkeling. Ik probeer trends die in de maatschappij leven naar binnen te halen en voorop te lopen met innovatieve activiteiten. Kortom, ik heb de leukste baan van Nederland.”

Maar word je niet gek van iedereen die wat van je wil? Van interviews, zoals wij, tot het beantwoorden van talloze sponsoraanvragen?

“Nee hoor, ik heb met heel veel mooie dingen te maken en daar praat ik graag over. En het aantal sponsoraanvragen vind ik, met tien per week, niet eens zoveel. Het is zo duidelijk wat we doen: wielrennen, hockey en paardensport, dat we niet veel verzoeken krijgen die daar ver buiten vallen. En als dat wel zo is, kun je die gefundeerd afwijzen.”

Over de keuze van de sporten. Is sponsoring van wielrennen niet riskant vanwege de dopingschandalen?

“In alle topsporten is doping een issue, maar Rabobank heeft daar altijd een heel duidelijk standpunt over ingenomen. Wie op doping wordt betrapt, vliegt eruit. En als dit structureel gebeurt, stoppen we met de ploeg. Toen Michael Rasmussen in 2007 in de gele leiderstrui uit de Tour de France werd gehaald, had ik slapeloze nachten. Overigens is zijn gebruik nooit aangetoond, dus er was geen sprake van een dopingschandaal. Maar ja, als het woord ‘doping’ eenmaal valt, heb je wel een communicatieprobleem. Op zulke momenten komt het erop aan hoe je daarmee omgaat. Maar uiteindelijk begrijpt de consument echt wel dat wij een bank zijn en geen doping verstrekken. Het FD kopte zelfs: ‘Rabobank stelt integriteit boven geel’. Het heeft ons imago dus niet beschadigd. Maar dopingschandalen kunnen wel het imago van de sport aantasten en als dat doorzet, kan dat een reden zijn om ermee te stoppen. Maar dat is niet gebeurd. Wij monitoren dat allemaal en zowel ons imago als dat van de wielersport zijn sinds 2007 alleen maar versterkt.”

Rabobank is een zeer trouwe sponsor. Betekent dit ook dat je nooit kunt stoppen?

“Achter hockey en de paardensport zitten sterke bonden. Als wij met deze sporten zouden stoppen, gaan zij gewoon door. Voor de wielersport is het anders, omdat we eigenaar zijn van

de ploeg en daar honderd man op de loonlijst hebben staan. Het besluit om daarmee te stoppen zou zo groot zijn, dat je dit nooit van de ene op de andere dag zou mogen doen. Dat is altijd een weloverwogen beslissing.”

Kun je schetsen wat je doet in jouw functie?

“Natuurlijk ben ik veel op allerlei sportevenementen, maar dat doe ik in mijn vrije tijd. Deze events zijn ook meestal ’s avonds en in het weekend. Mijn meeste kantoor tijd zit in het maken van beleid. We zijn nu de cijfers van het wielrennen aan het bekijken om daarmee onze plannen te onderbouwen. Ook zijn we beleid aan het formuleren voor cultuursponsoring en praten daarover met bepaalde partijen. Iets anders is het WK Hockey dat we naar Nederland willen halen. Kijk, een ander geeft een klap op een sponsorplan, maar wij máken het plan. Bij sportsponsoring werken we met acht mensen en in totaal zijn we op onze communicatieafdeling met 85 collega’s die, behalve alle corporate communicatie, ook 143 lokale banken en de overige afdelingen van Rabobank faciliteren.”

Rabobank is een corporatie. Betekent dit dat die 143 lokale banken ook wat te zeggen hebben over het sponsorbeleid?

“Zij zijn de baas. Rabobank Nederland is een serviceorganisatie voor de lokale banken. Wij hebben als opdracht hen te faciliteren

zodat zij zo goed mogelijk aan lokale marktwerking kunnen doen. Wij vragen hun dus jaarlijks of ze het eens zijn met wat we doen. Naast de wielersport, steunen we zoals gezegd ook de paardensport. Dat is een keuze vanuit onze agrarische roots. Zestien jaar geleden begonnen we met hockey. Dat was toen een elitesport die naar ‘downplaying’ streefde. Andersom wilde de Boerenleenbank opschuiven ten behoeve van private banking. Ik denk dat beide partijen hun doelen hebben gehaald. Maar toen we met hockey begonnen, waren niet alle banken daar even enthousiast over. Inmiddels vindt 96% van de banken dat we daarmee door moeten gaan, en 190 van de 310 hockeyclubs in Nederland hebben een sponsorrelatie met een lokale Rabobank. Sommige zaken moet je tijd gunnen.”

Rabobank Nederland sponsort wielrennen, paardensport en hockey. Dus de borden langs het plaatselijke voetbalveld zijn van de lokale banken?

“Dat klopt. Rabobank Nederland geeft 22 miljoen uit aan sponsoring, waaronder wielrennen, paardensport en hockey. Maar de lokale banken geven nog eens 28 miljoen uit in hun lokale omgeving. Natuurlijk proberen wij zulke leuke projecten te bedenken, dat zij onze lijn van sponsoring volgen. Wij weten uit onderzoek dat we een voorkeurspositie genieten bij mensen die houden van de drie genoemde sporten. Zij vinden ons merk leuker en onthouden onze reclame-uitingen beter dan andere.

Dus is het handig om daar op in te spelen. Maar we willen ook midden in de maatschappij staan. Dus zijn de banken vrij om hun lokale betrokkenheid te tonen. En dat maakt Rabobank één van de grootste voetbalsponsors van Nederland. Lokale banken steunen zeven betaalde voetbalorganisaties. Daarnaast denk ik dat meer dan de helft van de 1.400 voetbalverenigingen in Nederland een sponsorrelatie heeft met Rabobank. Alleen zetten we dat niet centraal in voor onze merkbouw.”

En jullie doen nog meer, zag ik in de tv-commercial ‘Meer winnen dan de wedstrijd’.

“Ja, daarin zie je jonge asielzoekers voetballen, maar ook gehandicaptenhockey en skûtsjesilen. Het zijn voorbeelden van de sponsoring van de lokale banken. Wij zijn ook Fair Share-partner van het Gehandicaptenfonds. Dat wil zeggen dat 1% van wat we uitgeven aan sportsponsoring naar gehandicapten sport gaat. Het Gehandicaptenfonds heeft dit zo bedacht omdat 1% van de bevolking een handicap heeft. Dit concept bestaat nu vier jaar, maar wij geven al 35 jaar aan gehandicapten sport. Wij zien sport als cement van de maatschappij en investeren dus ook in sporten die van belang zijn voor de lokale omgeving. Omdat dit minder bekend is, wilden we dat ook eens laten zien. Ik vind het een heel mooie commercial, zeker voor een bank, omdat we hiermee ook onze zachte kant laten zien.”





Stilte wordt een schaars goed

Monique Willemse helpt ondernemingen bij visie- en conceptontwikkeling. Hierbij kijkt ze naar de behoeften van mensen en naar te verwachten, maatschappelijke ontwikkelingen. Met het oog op het laatste kun je haar een trendwatcher noemen. Wij vroegen haar welke ontwikkelingen zij verwacht op het gebied van mobiliteit.

Stilte

Als het gaat om mobiliteit, kijkt Willemse minder naar cijfers, modellen en technologische innovatie en meer naar wat mensen willen. Eén van de belangrijke thema's die zij ziet, is de sterk groeiende behoefte aan stilte. Stilte wordt een schaars goed. Als gevolg van de toegenomen mobiliteit en commercialisering van de omgeving, krijgt de gemiddelde consument veel geluid te verwerken. Monique Willemse: "We weten vanuit de aeronautica dat geluid het lichaam moe maakt. Het zal niet lang meer duren of de schreeuw om stilte en rust zal ook door de industrie worden geadresseerd. Er zijn al innovatieve bedrijven die dat doen. Zo lanceert Bose telkens verfijningen op het gebied van active noise reduction. Een voorbeeld is hun koptelefoon, de QuietComfort 3, die omgevingslawaaï wegdrukt waardoor je geen muziek nodig hebt om rust te vinden. Ik heb er één geprobeerd en het werkt heerlijk rustgevend." Tegelijk merkt Willemse op hoezeer we gewend zijn aan lawaai: testen met stille auto's hadden ongelukken als gevolg omdat geluid ook een waarschuwingssignaal is. "Maar dat neemt niet weg dat stilte een belangrijke plaats op ons verlanglijstje zal gaan innemen."

Carpoolbank

Willemse ondersteunt het voorstel dat eerder tot de winnende *files*ofieën van de 'Filevrije Dag' behoorde: zet een carpoolbank op internet waar mensen met elkaar in contact kunnen treden. De carpoolplaatsen zijn er, maar carpoolers kunnen elkaar op internet nog niet gemakkelijk vinden. "Het is eigenlijk heel vreemd dat dit er nog niet is. Ik zou er meteen gebruik van gaan maken. Begin met eigen klanten of link het aan Eileen. En bouw een aantal veiligheden in, bijvoorbeeld door te zorgen dat de gebruikers geregistreerd zijn."

Webworking

Webucation (leren via internet) is wereldwijd al een enorme groeiemarkt. Webworking (werken via internet) zal deze trend volgen. Willemse verwacht dat de mogelijkheden van webworking technisch zullen verbeteren, onder andere met technieken als conference calling met 3D-projectie van je gesprekspartners, zodat het lijkt of je echt bij elkaar in een vergaderkamer zit.

Nieuw en oud

De elektrische auto wordt volgens Willemse onvermijdelijk. Ze verwacht dat deze mogelijkheid snel zal worden omarmd. Wat haar fascineert is dat - in de tijd waarin elke kleuter een mobieltje heeft - 70% van de automobilisten de praatpalen langs de snelweg wil houden. Nieuw en oud gaan hand in hand in de menselijke psyche.

Hernieuwde interesse in de natuur

Verder constateert Willemse dat het kijken naar de flora en fauna door ontwerpers en ingenieurs onverminderd doorgaat, en met fantastische resultaten. Net als Leonardo da Vinci al in de 15^e eeuw deed, kijken de hedendaagse autoconstructeurs vaak naar de werking van de natuur. Bij Mercedes ontdekte men dat de plumpe koffervis, ondanks zijn hoekige vormen, weinig weerstand ondervindt in het water. Dat leverde de Bionic Car op. Bandenfabrikant Continental ontwikkelde bijvoorbeeld een nieuw profiel door goed te kijken naar de poten van een boomkikvors. En Opel liet zich voor de motorophanging van de Astra leiden door de manier waarop bomen zich vertakken. De natuur blijft inspireren!

Het werk van Monique Willemse

Monique Willemse is op vele gebieden actief. Onder de naam Momoko ontwikkelde ze onlangs voor NS Poort een vernieuwende gebiedsvisie voor stationsbeleving en integratie van een Haags station met de omgeving. Voor uitvaartorganisatie Yarden ontwikkelde Willemse nieuwe rituelen voor crematies, waarbij de wensen van de overledene en nabestaanden centraal staan. Voor Eye Wish-opticiëns deed ze de restyling van de winkels en voor het Rijnstate Ziekenhuis werd ze gevraagd mee te denken over een betere afstemming van de maaltijden op de wensen van patiënten. Daarnaast neemt ze onder de naam TrendExpedition professionals uit het bedrijfsleven mee op expedities.

www.momoko.nl
www.trendexpedition.com

EclectiC least electric



Elektrisch rijden rukt op. Ook beneden de rivieren, waar Jan Willem van Beek van de vestiging Athlon Car Lease Regio Zuid een interessante klantvraag mocht beantwoorden. EclectiC, dienstverlener in IT solutions, consulting en staffing, wilde namelijk de Tesla Roadster leasen, een Amerikaanse, in serie gebouwde 100% elektrische tweezitter. En dat is niet alleen iets dat we graag mogelijk maken, maar ook iets waarover we graag nog even doorpraten. Met EclectiC's algemeen directeur Koen Lockeffer. Een gesprek over ondernemen, verantwoordelijkheid en... fun.

Koen, zou je ons om te beginnen een beeld kunnen schetsen van het bedrijf EclectiC?

"Ja, hoor. Dan ga ik even terug naar 1992, toen we begonnen als bureau voor werving en selectie in alle soorten functies. In '95 specialiseerden we ons in IT, en dan met name SAP. We brachten honderden mensen van 'all over the world' in vaste dienst bij voornamelijk Amerikaanse bedrijven. In '98 kwam hier detachering bij en openden we een tweede kantoor in Nederland, een in Duitsland, Engeland en België en drie in de VS. En toen plofte de IT-markt. Nu hebben we ons geconsolideerd in Nederland en het bedrijf doorontwikkeld in consulting met bijbehorende producten. Als een opdrachtgever vijf business intelligence consultants vraagt, dan weet je dat hij daarmee een project wil gaan uitvoeren. Dan kun je dus ook aanbieden dat project voor hem te realiseren. Wij werken dus op het snijvlak van business en IT. En dat doen we met honderd mensen, waarvan de ene helft op onze loonlijst staat en andere helft zzp'er is."

Op jullie site staat de film The Metaphor. Een bedrijfsfilm, met pompende discobeat, waarin jullie je snelle zeiljacht gebruiken als symbool voor jullie dienstverlening. Wat doe je met die boot?

"Wij varen er op het hoogste niveau wedstrijden mee in Nederland, België, Frankrijk en Engeland. We maken zo'n zestig starts per jaar. Het is een manier om een ontastbare dienstverlening een concreet gezicht te geven, aan de hand van een aantal karakteristieken. We zijn competitief, hightech, trotseren de elementen en gaan ook tegen de wind in. Ook ons gedrag aan boord is vergelijkbaar met ons zakelijk gedrag.

Je ruimt eerst alles op, pas daarna trek je een biertje open. We hijsen ook regelmatig de protestvlag tijdens een wedstrijd, maar we zitten nooit in de protestkamer. We spreken de ander erop aan en zeggen: "Je hebt ons geen voorrang gegeven... We kunnen daar ophef over maken, maar we kunnen er ook een glas op drinken." Dat laatste is veel meer onze stijl. De zeilwedstrijden leveren veel publiciteit op. Ik houd de media-waarde bij en dan kom je op mooie, zij het natuurlijk hypothetische, bedragen."

Wat beweegt een bedrijf ertoe een elektrische auto te leasen?

"Wij zijn al jaren bezig met maatschappelijk bewust ondernemen. Ik vermijd de term maatschappelijk verantwoord ondernemen, want daar klinkt een vermanend Balkenende-vingertje in door. Daar doen we niet aan. Maar we zijn ons ervan bewust dat een onderneming niet alleen een rechtspersoonlijkheid heeft, maar ook een menselijke persoonlijkheid. Net zoals ons zeiljacht bepaalde karakteristieken van onze persoonlijkheid verbeeldt, doet deze auto dat ook. Onze persoonlijkheid is professioneel, maar ook vriendelijk en sympathiek, en houdt van lol en feestjes. De Tesla is een auto die we met groene stroom laden, een verbruik heeft dat vergelijkbaar is met 1:50 in brandstoftermen en het is een absolute fun-auto."

Wie gaat er in rijden?

"Eerst dachten we dat we er maar één of misschien twee vaste mensen in zouden laten rijden, maar ik denk nu dat iedereen maar een vijfminutenrijtraining moet krijgen en bij toerbeurt de auto mee mag nemen. Want hij rijdt echt verbluffend. ▶▶



Er bestaat geen auto die zo snel accelereert. Ik zeg als grapje wel eens: als je iemand hartgrondig de deur van zijn Porsche in elkaar ziet trappen, dan heeft hij naast mij gestaan bij het stoplicht. Alleen de Bugatti Veyron of de niet-gehomologeerde Porsche GT3 is sneller weg. Maar goed, daar gaat de lol snel af, want je wint altijd. Dus daarna wordt de sport: hoe ver kom ik ermee? Met volledig geladen accu's zou dat 330 km zijn. Je hebt een heel accurate actieradiusmeter aan boord die je vertelt dat je op de juiste afstand achter een bestelbusje 50% zuiniger rijdt. Met dat soort informatie wordt zuinig rijden de sport."

Ben je geen praktische problemen tegengekomen?

"Dit is de twintigste Tesla die in Nederland werd afgeleverd, dus je moet niet de bedrijfszekerheid verwachten van een Golf V diesel. Op de eerste dag is 'ie een paar keer uitgevallen en, via zijn eigen online verbinding, vanuit de VS gereset waarna hij het weer deed. (Wat connectiviteit betreft, is het de iPhone op wielen.) Maar als hij niet uitvalt, dan doet 'ie het ook echt fantastisch. Je enige zorg is: waar kan ik 'm opladen? Met de 16 ampère van een gewoon huishouden duurt het laden van volledig lege li-ionaccu's tien tot twaalf uur. Dat is eigenlijk te lang. Daarom hebben wij een laadpaal van 32 ampère besteld die deze laadtijd halveert."

Doen jullie verder ook iets aan duurzaamheid?

"Jazeker, de beslissing het bedrijf duurzaam te maken, was juist de aanleiding om een Tesla te bestellen. Wij gebruiken dus groene stroom en groen gas. Dat laatste bestaat natuurlijk niet, maar het betekent dat er aan CO₂-compensatie wordt gedaan, bijvoorbeeld door het planten van bomen. Dat is

natuurlijk niet iets wat oneindig kan doorgaan, maar voor nu vind ik dat een acceptabele oplossing. Wij zeggen: we zijn groen, tenzij... Het is niet de bedoeling dat je straks aan de curator moet uitleggen hoe groen je was. Verder hebben we al een aantal jaren auto's met uitsluitend A-, B- of C-label. Die normering is inmiddels alweer verouderd en er komt een absoluut CO₂-uitstootgetal (gr/km) voor in de plaats. Wij zullen mee-evolueren met die voortschrijdende inzichten. Ons streven is CO₂-neutraal vervoer. Voor de toekomst lijkt elektrisch rijden hiertoe de meest haalbare variant. Hybride blijkt dat niet te zijn, want eenmaal op de snelweg worden dit soort auto's gewoon onzuinige benzineauto's. Maar ik vind niet dat je nu ineens heel kritisch moet wijzen naar de mensen die dit verzonnen hebben, want het is een waardevol begin van de leercurve op dit gebied. Natuurlijk mogen we fouten maken. Als we maar iets meer zaken goed doen dan fout, dan gaan we toch vooruit. En dat moet je doen in een samenspel van bewustwording, overheidsbeleid en bedrijfsbeleid."

Kijk je ook naar je inkoop?

"Ja. Wij willen duurzaam ondernemen in alle facetten. Dat doen we in ons personeelsbeleid, in het sponsoren van goede doelen en ook in inkoop. Nu hebben wij als dienstverlener niet met veel goederen te maken, maar we zijn wel kritisch op wat we inkopen en waar. We gebruiken bijvoorbeeld alleen FSC-goedgekeurd papier en werken uitsluitend met bedrijven die zelf ook fatsoenlijk omgaan met hun mensen. En die scherp offrenen, want we zijn wel een bedrijf! Maar relatief veel winst is te behalen op het gebied van mobiliteit, want we maken veel kilometers. Dus als we minder rijden, is dat direct winst.

Een aantal functies mogen dan ook thuis werken en medewerkers mogen hier aan de overkant overnachten in het hotel van de Hotelschool. Dat kost ons wel de prijs van een overnachting, maar we besparen tijd, uitstoot en vervoerskosten en we bieden de leerlingen daar de kans een vak te leren. Overigens hebben al die activiteiten ook een zakelijke kant. We zijn nu bezig met een tender voor een universiteit waarin we extra punten scoren op duurzaamheid."

Je noemde ook het steunen van goede doelen.

"Dat klopt, en dat zijn bij ons dan altijd organisaties die zich op kinderen richten. Dat doen we al vanaf onze start. We begonnen met Unicef-kaarten en het weggeven van ons budget voor kerstcadeautjes aan een goed doel. Onze medewerkers kregen zelf de gelegenheid om daar doelen voor aan te dragen. Voor onze steun aan goede doelen hebben we geen vaste systematiek. Op vakantie in Ecuador kwamen Ditte (echtgenote en zakenpartner van Koen) en ik een Nederlandse vrouw tegen die daar een opvangtehuis voor straatkinderen heeft opgezet, met inmiddels zes locaties. Een substantieel deel van hun exploitatiekosten, komt van EclectiC. Omdat de kosten vanwege de armoede daar heel laag zijn én omdat heel slim met onbetaalde Nederlandse stagiairs wordt gewerkt, krijgt zij met relatief weinig geld enorm veel voor elkaar. Iets anders is het Estella Fonds dat kanker in de derde wereld bestrijdt. Dit fonds is opgezet door een relatie die een dochter aan leukemie heeft verloren. De professor die het meisje behandelde, ging onderzoeken waarom in Indonesië 95% van de kinderen die voor leukemie werden behandeld stierven, terwijl het sterftepercentage in Nederland slechts 15% bedraagt. Dat bleek niet aan de

behandelwijze te liggen, want die is identiek, maar aan slechte voeding en slechte hygiënische omstandigheden. Toen is men een kinderziekenhuis gaan bouwen tegen het bestaande ziekenhuis aan en daalde de mortaliteit naar 25%. Dat soort pragmatische doelen steunen we graag."

Steun je bewust alleen doelen ver van huis?

"Nee hoor, we steunen daarnaast ook Stichting Pim. Dat is een tweede thuis voor kinderen met een dubbele handicap die niet meer bij hun ouders de zorg kunnen krijgen die nodig is. De initiatiefnemers hebben we ook uitgenodigd op het kerstontbijt met onze medewerkers, zodat het voor iedereen tastbaar wordt wat we steunen. Stichting Pim is een privé-initiatief. Je denkt dat in Nederland alles goed geregeld is, maar in de praktijk blijkt dat er evengoed groepen tussen de wal en het schip vallen. Wij, het vijfde land ter wereld qua rijkdom, heeft een Voedselbank waar 25.000 gezinnen wekelijks gebruik van maken. Dat is toch te erg voor woorden." ■

Kleren

maken de zakenman

Wat gaat de representatieve zakenman het komende jaar dragen? Of, beter gezegd: wat zou hij moeten dragen? Want mannen lijken zich toch minder dan vrouwen bewust van de do's en don'ts op kledinggebied. Voor alle mannelijke lezers die zich nu aangesproken voelen, vroegen wij Hans Otten om hulp. Hans Otten is directeur van Company Suits, een onderneming die haar klanten bezoekt op de werkplek, hen daar opmeet en vijf weken later een maatpak aflevert.

Over jullie werkwijze, het opmeten van klanten in de tijd van de baas: kom je daarmee weg?

Hans Otten: "Dat moesten wij in het begin wel eens uitleggen. Dan zeiden wij: 'Werkt iedereen hier exact 8 uur, of misschien ook wel eens ietsje meer?' Maar tegenwoordig zien werkgevers dit als een incentive voor hun medewerkers. Daarbij wil de werkgever ook graag dat zijn mensen er verzorgd bijlopen."

En gebeurt dat? Ofwel, is het pak populair in de zakenwereld?

"En óf dat gebeurt. In heel Nederland worden jaarlijks maar liefst 850.000 pakken gekocht."

Wat draagt de representatieve man dit jaar?

"Wij zijn net naar Milaan geweest waar de mode werd gepresenteerd voor het komende jaar. Dan zie je dat het drieknoops jasje met omslag weer terugkomt. Maar ik betwijfel zelf of dat in Nederland zal doorzetten. Ik denk dat het vooral tweeknoops zal blijven, met een dubbele split en redelijk strak getailleerd. Dat laatste is omdat mannen steeds meer met hun uiterlijk bezig zijn, al geven we dat nog niet toe. Maar we gaan vaker naar de sportschool en dat willen we ook laten zien."

Waarom neemt Nederland de Italiaanse trend van het drieknoops colbert niet over?

"Nederlanders hebben de neiging hun jasje open te laten hangen. En dat doe je makkelijker met een tweeknoops. Het is om dezelfde reden dat double breasted hier nauwelijks voorkomt, terwijl het nog steeds mode is en ook kán, al vinden veel mensen het een kapiteinsjasje. Als je dat open laat hangen, heb je aan één kant zo'n enorme flap. Maar je hoort elk jasje altijd dicht te hebben. Altijd! Behalve als je gaat zitten. Maar dat snappen we nog niet."



Omdat het warm is?

"Ik hoopte dat je dat zou zeggen. Maar dat geldt alleen voor foute pakken! Ofwel, pakken waarin polyester is verwerkt. Op recepties en feestjes haal je die mensen er zo uit. Het is ook geen doen om het hoofd koel te houden in een veredelde vuilniszak. Goede pakken zijn van zuiver wol en dat past zich heel goed aan je lichaamstemperatuur aan."

Als ik snel door jullie stofstalen blader, zie ik grijs, blauw en zwart. Is dit nu echt het complete palet waaruit de zakenman kiezen mag?

“Veertig procent van de kleuren en dessins blijft altijd hetzelfde. Dat zijn in de zakelijke herenmode nu eenmaal de onsterfelijke pakken. Blauw zal altijd blijven, een visgraat ook. Maar er zijn wel trends. Daarom verandert zestig procent van het aanbod voor mannen, en dat tweemaal per jaar. Zo zit er nu bijvoorbeeld ook bruin tussen. Dat is relatief nieuw. In Engeland hebben ze het gezegd: *A gentleman never wears brown*. Maar op het continent mag het nu, al raad ik af die kleur te dragen als je naar Groot-Brittannië gaat. Een andere ontwikkeling is het verdwijnen van harde krijtstrepen. Die trend is vorige zomer al ingezet. De reden hiervoor is tweeledig. In de eerste plaats wordt men wat streepjesmoe. De tweede reden is dat, in de financiële wereld, een brede streep van oudsher aangaf dat je hoog in de hiërarchie stond. Maar op een gegeven moment ging de jongere garde ermee lopen en devalueerde de streep.”

Bestaat dat ook in Nederland, dat je je moet kleden naar je stand?

“In Londen is dat heel zichtbaar. Daar draag je niet wat de baas draagt. Hier doen wij alsof dat niet zo is, maar het speelt onderhuids wel degelijk. Daarom hebben wij tegenwoordig mappen met speciale stoffen voor de Raden van Bestuur van financiële instellingen. Dat zijn alleen maar stoffen van de allerhoogste kwaliteit. Een bestuurder wil niet hebben dat hij straks hetzelfde pak draagt als zijn accountmanager. Tja, daar moesten wij ook al doende achter komen.”

Gaan we van streepjes naar effen stof?

“Effen wordt heel duidelijk de mode, maar daarbinnen blijft ruimte voor subtiele motieven. Zo blijven er strepen, maar ze worden zachter en komen dicht bij elkaar te staan. Ze

versmelten haast met de achtergrond. Of birds-eye, een motief van kleine, subtiele stipjes. Maar ook heel lichte ruitmotieven. Nu zul je zeggen: ‘Ik ga toch niet in een ruitje lopen?’ Maar deze dessins zijn heel subtiel. Op afstand lijkt de stof haast effen, maar van dichtbij zie je dat er toch meer aan de hand is. Ook worden vaak twee stoffen met elkaar verweven waardoor een pak er binnen nèt iets anders uit ziet dan buiten.”

Stel, ik wil de grenzen opzoeken binnen de representatieve zakelijkheid. Waarin kan ik dan expressief zijn?

“Omdat de pakken zelf rustiger worden, kun je wat frivoler zijn met je shirt of das. Maar, met één van de twee, nóóit met allebei. Eén van deze drie componenten mag bijvoorbeeld één streep hebben, nooit twee. Verder bieden wij de mogelijkheid om je eigen voering te kiezen. Dus neem een keer een gifgroene, een gele of een roze. Dat geldt ook voor het vilt achterin de kraag. Daarnaast borduren wij ook je naam of een slogan naar wens op de binnenzak.”

En linnen? Mag dat in het zakelijke verkeer?

“Ja, linnen mag. Een jaar geleden nog niet, maar inmiddels is het bij veel bedrijven geaccepteerd. Niet bij allemaal, bij banken bijvoorbeeld niet, en daar kan ik me ook wel iets bij voorstellen. Maar als je linnen draagt, dan draag je het wel als een pak, dus met een das en niet ineens als een vakantieoutfit, met sandalen of zo. Mensen zijn vaak bezorgd over het kreuken van deze stof, maar omdat we er een echt pak van maken met voering en alles, valt dat wel mee. Maar een beetje kreukels hoort erbij. Dat is de charme van linnen. Het vreemde is alleen dat mensen die linnen nemen, ineens een maat groter gaan dragen. En dat moet je dus niet doen! Men doet dat omdat een loszittend pak koeler lijkt. Maar dat is juist niet zo. Linnen laat je lichaamswarmte beter door als het dicht op je lichaam zit. Dus zeker voor een maatpak is linnen heerlijk.”

Bestaan er acceptabele alternatieven voor de stropdas?

“Nee, dat vind ik niet. Een das hoort gewoon bij een pak en gelukkig beleeft de stropdas weer een revival. Zelfs Wouter Bos draagt er nu één. Al heb je nog zo’n mooi pak en shirt, zonder das ziet het er niet uit. Een choker kan ook niet, dat is echt overdone. En een strik hoort op een smoking en niet op een pak. Punt.”

Over schoenen: in Duitsland worden Nederlandse zakenmannen ‘Batamanagers’ genoemd. Onze reputatie op het gebied van schoeisel is vreselijk.

“Klopt. Op vliegvelden en beurzen pik je de Nederlanders er zo uit vanwege hun schoenen. Hoe komt dat? Men kiest voor stompe neuzen en rubber zolen. Uit den boze. Vervolgens worden de schoenen nooit gepoetst. En wat schoenspanners zijn, weten we niet eens. Dat geeft ons die Bata-look. En wat we ook niet weten, is dat je altijd een riem draagt in de kleur van je schoenen. Je draagt geen zwarte riem met suède schoenen eronder.”

En sokken? Tot onder de knie?

“Absoluut. Je mag nooit zo’n bleek been tevoorschijn zien komen, als je zit. En de kleur is de kleur van het pak. Dus ook geen zwarte sokken onder een blauw pak. En wit hoeft ik niet eens te noemen, toch? En wat je ook helemaal niet draagt, is een dasspeld. Tenzij je een buschauffeur bent of bij McDonald’s werkt. Daar is geen discussie over mogelijk, zelfs al is zo’n ding van massief goud.”

Tot slot, zijn er nog leuke accessoires voor de man?

“Vorig jaar waren bretels in. Tenminste, in de Randstad. Dat was het Jort Kelder-effect. Maar met name ten zuiden van de Randstad was hier veel minder animo voor. Ze zijn nu weer passé. Daarvoor in de plaats is de pochet gekomen. Die vouw je óf met twee puntjes naar boven óf gewoon recht. Mag allebei.”



Elke dag wondertjes!

Als verpleegkundige vond ze dat patiënten met een ernstige ziekte weliswaar goede medische zorg ontvangen, maar dat de aandacht voor de beleving en verwerking zwaar tekortschiet. Zij besloot voor deze groep een inloophuis op te richten voor emotioneel herstel. Het zou acht jaar duren, maar toen was het er: het Roparun Parkhuys Almere. Oprichter en manager Leonie Groosman over haar droom die vier jaar geleden uitkwam.

“Het Parkhuys is een inloophuis voor iedereen die direct of indirect met een ernstige ziekte te maken heeft. Vaak is dat een vorm van kanker. We ontvangen achtduizend bezoekers per jaar en dat zijn vooral mensen die net of bijna klaar zijn met de behandeling. Dan ben je meestal heel erg verzwakt en je leeft vaak in onzekerheid over je toekomst. Met zestig vrijwilligers en tientallen professionals bieden wij hun allerlei activiteiten. De vrijwilligers hebben meestal zelf ook een ernstige ziekte gehad, of van dichtbij meegemaakt, en ook voor hen werkt dit helend. Vaak denken ze dat ze niet veel kunnen, om dan hier te ontdekken hoe waardevol hun bijdrage is.”

Kanker steeds meer een chronische ziekte

“Door de verbeterde behandelwijzen wordt kanker steeds meer een chronische ziekte. Vroeger ging je dood of je genas. Nu leven steeds meer mensen door met een min of meer stabiel ziektebeeld. Zij leven voortdurend met angst. Dat is een belangrijk thema in ons werk. Hier kun je daarover praten of juist afleiding vinden in creatieve activiteiten. In zo’n groep is het ook niet erg als je eens een keer moet huilen. We hebben ook een nabestaandengroep van mensen die hun partner hebben verloren aan de ziekte. Zij ontmoeten hier lotgenoten. Dat geldt ook voor vrouwen die borstkanker hebben. Zij hebben een eigen groep en met hen organiseren we een modeshow waarin zij de kleding showen. Daar wordt echt naartoe gewerkt, je leert jezelf presenteren en je wordt mooi gemaakt. Het is prachtig om te zien hoe deze vrouwen dan groeien in zelfbewustzijn! En we hebben een club kinderen met zieke ouders, die elke woensdagmiddag bij elkaar komt, en ook een groep jongeren. Het is zeker niet allemaal zwaar wat hier gebeurt. Helemaal niet. Er wordt ook veel gelachen. Er gebeuren hier elke dag wondertjes!”

Landelijk aanbod van retraiteweken

“Wat we nu net hebben gerealiseerd zijn retraiteweken. Dat was ook mijn oorspronkelijke doel met dit huis. Mensen kunnen nu een hele week komen om aandacht te besteden aan de verwerking van alles wat ze hebben meegemaakt en nog meemaken: angst dat de ziekte terugkomt, angst voor de dood. Maar je kunt ook komen om lichamelijk sterker te worden, we doen aan yoga, tai chi en conditietraining. Je kunt schilderen, we gaan wandelen, we geven massages en er wordt voor je gekookt door onze vrijwilligers. Je wordt echt verwend! Dit aanbod is landelijk. We laten maximaal tien mensen deelnemen en geven zoveel weken als er vraag naar is.”

Acht jaar vallen en opstaan

“Als ik vooraf had geweten dat de oprichting van dit inloophuis zo moeizaam zou gaan, dan was de moed me misschien in de schoenen gezakt. Het heeft acht jaar lang ontzettend veel vrije tijd en ook privé-geld gekost. Maar dat weet je niet van tevoren. Een collega-therapeut had vijftien jaar geleden in Lichtenvoorde een inloophuis opgezet. Dat ging razendsnel omdat de gemeente hem meteen een pand gaf. Ik dacht dat dit bij mij ook zo zou gaan, maar wij kregen weinig steun van de gemeente Almere. Maar je stopt niet omdat je steeds iets dichterbij je doel komt. Uiteindelijk was het Stichting Roparun die ons deze huisvesting gaf. Zij hebben dit prachtige pand gekocht en wij mogen het huren. Zo konden we vier jaar geleden van start, na een lange zoektocht. Maar het kan ook anders. Ik heb een perfect bedrijfsplan en dat mag iedereen hebben. Ik gaf dat bedrijfsplan aan iemand met hetzelfde idee en haar inloophuis in Nieuw-Vennep was in acht maanden rond.”

Drijfveer

“Mijn drijfveer om dit te doen, komt niet voort uit persoonlijke ervaring met ziekte. Als iets slecht geregeld is, dan wil ik dat goedmaken. En dan houdt niets me tegen. De emotionele impact die een ernstige ziekte heeft op een patiënt is enorm. In ziekenhuizen is daar eigenlijk geen aandacht voor, merkte ik als verpleegkundige. Ik volgde daarom opleidingen in hypnotherapie en Simontontherapie om patiënten op dit vlak te kunnen begeleiden en ik startte mijn eigen praktijk. Toen ik hoorde van een collega die een inloophuis had opgericht, vond ik dat zo’n goed initiatief dat ik dat ook wilde doen. Want er is een witte vlek in de ketenzorg, zoals dat zo mooi heet. Gemeenten als Almere vinden dat de zorgverzekeraar dit moet invullen en zorgverzekeraars wijzen naar de overheid. Wat wij doen, wordt helemaal uit sponsoring bekostigd. De meeste activiteiten bieden we gratis aan. Zonder steun van organisaties zoals Athlon Car Lease konden we dit werk niet doen. Zij ondersteunen ons zowel financieel als met vrijwilligers.”

Manager

“Nu ben ik de manager van het Parkhuys. Dat was niet de bedoeling, want ik wilde hier eigenlijk als therapeut werken. Tegenwoordig begeleid ik alleen nog de groep van vrouwen met borstkanker. Dat vind ik te leuk om op te geven en ook belangrijk om voeling te houden met het werk. Sinds kort sta ik voor 30 uur op de loonlijst, dat was 20 uur, maar ik werk sowieso 40 á 50 uur. Gelukkig heb ik een vriend met veel begrip voor dit werk.” ■



De man achter het Athlon Car Lease Service Centre

Het Athlon Car Lease Service Centre wil hét schoolvoorbeeld van klantgerichtheid zijn. Daarom werd de uitvoering van dit nieuwe onderhoudsconcept in handen gegeven van iemand die zijn sporen ruimschoots heeft verdiend in de automobiele wereld: Frank Beelen. Zijn Autocentrum Beelen is al 22 jaar een bekende naam in de zakelijke mobiliteitsmarkt. Een gesprek met een gedreven ondernemer die ... eigenlijk niet van auto's houdt.

Je werkt je leven lang met auto's maar je geeft er niet om?

"Klopt. Ik rijd zelf een Renault Espace, een praktische auto waar niet veel emotie aan kleeft. Ik houd niet van auto's maar van techniek en van mensen. En dat zijn volgens mij ideale eigenschappen voor een succesvol autobedrijf. Technische problemen oplossen en mensen blij maken. Ik trek vaak de vergelijking met de horeca, je gaat dáár naartoe waar je een fijn gevoel krijgt. Dat wil ik hier ook bereiken. Dat je monteurs hun vak verstaan en daarvoor ook waardering moeten krijgen, spreekt vanzelf. Maar het moet ook vanzelf spreken dat klanten zich hier welkom voelen."

Zoals de slogan zegt: je wordt hier in de watten gelegd.

"Ja, zo noemen we het, maar eigenlijk vind ik onze aanpak niet meer dan normaal. Alleen gaat het op andere plaatsen vaak wel anders. Bijvoorbeeld omdat een receptioniste niets mag kosten. Terwijl het een enorm belangrijke functie is omdat goede communicatie een wereld van verschil maakt. Onze receptionistes weten veel van auto's maar ook van service en gastvrijheid. Ik weet zeker dat als ik ze een kroeg zou geven, ze daar ook een toptent van zouden maken. Omdat ze zich kunnen verplaatsen in de behoeften van de klant. En die behoeften verschillen sterk per persoon, dus je kunt niet zeggen: een 20.000-kilometerbeurt is een 20.000-kilometerbeurt. Klanten mogen ook nog eigen wensen hebben met betrekking tot hun auto. Als je dat begrijpt en de juiste vragen stelt, heb je ook veel minder problemen in de werkplaats."

Zelf vind ik het altijd fijn om met de monteur te praten.

"Dat snap ik. Daarom wordt de leaserijder ook altijd gebeld door de eindverantwoordelijke monteur die uitlegt wat er precies aan zijn auto is gedaan. Gisteren ging dat niet helemaal goed. In zijn telefoontje had de monteur verzuimd te vertellen dat de achterbanden waren vervangen. Ofschoon dat de klant geen geld kost, vroeg hij zich terecht af waarom dat was gedaan: volgens hem waren ze niet versleten. Dat konden we natuurlijk goed uitleggen: hij had er 'cups' op gekregen. Dat is onregelmatige slijtage aan de zijkanten die voortkomt uit de flexibiliteit van de achteras. Dat geeft extra lawaai. Maar omdat het geleidelijk gebeurt, merk je het niet. Dat is hem uitgelegd en later belde hij enthousiast op dat zijn auto ineens zo stil was. Dus eind goed, al goed, maar het was nog beter geweest als

deze klant dit een dag eerder had gehoord. Dan schep je voorpret in plaats van verbazing."

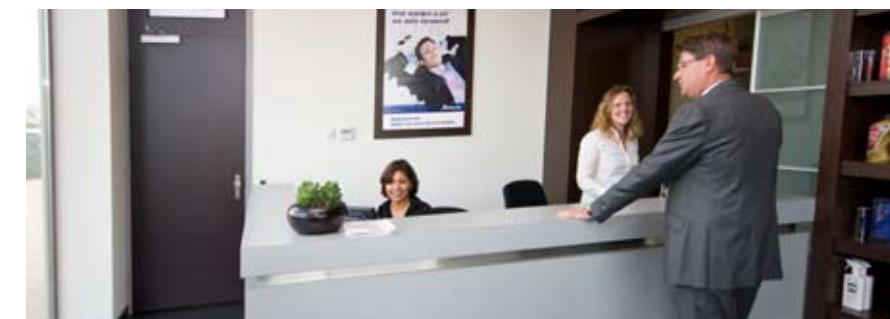
In zulke kleine dingen zit het?

"Ja. Veel heeft met communicatie te maken. Maar ook met houding. Je moet begrijpen dat klanten nooit boos zijn, hooguit teleurgesteld. En dat meestal in een product dat wij niet hebben gemaakt, want wij maken geen auto's. Je hoeft het dus niet op jezelf te betrekken, je moet gewoon kijken wat je kunt doen om de teleurstelling weg te nemen."

Je naam prijkt al op een zeer goedlopend autobedrijf.

Wat deed je besluiten om nu dit onderhoudsconcept van Athlon Car Lease te gaan trekken?

"Onderhoud is mijn passie. In mijn eigen autobedrijf verkopen we ook auto's, zowel nieuw als gebruikt. Dat is ontstaan vanuit de vraag van onze klantenkring. Ze voelen zich fijn bij je en willen daarom ook bij je kopen. Dus die vraag zijn we gaan beantwoorden. Maar verkopen vind ik zelf niet zo spannend. Geef de grootste korting en het gaat vanzelf. Een klant 48 maanden lang tevredenstellen, dát is een ander verhaal. En dat is hier de core business!"



solutions

ATHLON
CAR LEASE

nummer 1, april 2005

road food: ook mensen tanken bij

Athlon Car Lease 1,5 jaar oud!

de BTW en de lease-auto

leasing volgens HVL en VSM

stilstaan bij de autoregeling

inhoud



de zesde Cabriotoer!

meer auto's, meer blijе gezichten.

road toys

ik ga op reis en neem mee...

even stilstaan bij

de nieuwe brandstoffacturatie.

tweegesprek

TPG Post en Athlon Car Lease starten een pilot met biodiesel.

Parkhyus

Athlon Car Lease steunt Roparun Parkhyus Almere.

better solutions

autogebruik in plaats van autobezit.

opportunities

cabrio met korting en voordeel op navigatiesysteem.

3-4-5

6-7-8

9

10-13

14-15

16-17

18-19

de zesde Cabriotoer!

Halverwege mei was het weer zover: tijd voor de zesde Athlon Car Lease Cabriotoer. Meer dan veertig gloednieuwe cabriolets stonden dit jaar klaar voor onze relaties. Inclusief routeboek dat hen de weg wees langs de mooiste delen van Gelderland.

Zo'n 5000 relaties schreven zich dit jaar in voor een dagdeel dakloos toeren dat via radiocommercials, internet en per post was aangekondigd. 1200 gelukigen verwierven zich na een loting daadwerkelijk een plaats voor dit evenement. Na de ontvangst in het lommerrijk gelegen hotel De Bilderberg in Oosterbeek vertrokken zij voor een toertocht van 120 kilometer. Het routeboek wees hen de weg langs authentieke dorpjes, over de Hoge Veluwe, door boom-

gaarden en over meanderende dijken. Onderweg was er een sfeervolle koffiestop bij kasteel De Doornenburg en weer later een gastvrije pauze bij Saab Centre Gol in Duiven waar men werd onthaald met koffie, thee, jus d'orange, gebak, vers schepijs en miniatuurmodellen van de Saab 9-3 cabriolet. Een oversteek per pont en de hairpins van de Posbank maakten het programma compleet. De reacties waren dan ook weer hartverwarmend.



colofon

Uitgever:

Athlon Car Lease Nederland B.V.

Postbus 60250, 1320 AH Almere

T. 036 547 11 00

F. 036 547 11 01

E. info@athloncarlease.nl

I. www.athloncarlease.nl

E-mail redactie

judithpeters@athloncarlease.nl

Redactie:

Judith Peters, Johan Lamsma

Eindredactie:

Judith Peters

Concept en realisatie:

Bouwmeester van Leeuwen

Tekst en fotografie:

Paolo Bouman

Drukwerk:

Drukkerij VOB, Hardenberg



Harry van Dijk en Rini Bergevoet in een Mercedes SLK 280
Harry: "Ik heb nooit eerder cabrio gereden, maar het is een fantastisch gevoel!"



Zelf een foto maken is leuk.
Gefotografeerd worden niet.



Guus, Eri, Tidde en Milot van Rijt in een Saab 9-3
Guus: "Leuk hoor, een brief thuis krijgen die je wijst op de mogelijkheid om je hiervoor in te schrijven. En dan ook meteen ingeloot worden. Ik hoopte op een Volvo of een Saab. Ik ben zelf een echte Volvo-rijder, vandaar. Nou het werd een Saab, dus ik werd op m'n wenken bediend."
Eri: "Normaal moet je dingen voor de kinderen meenemen, iets te lezen of zo. Maar in een cabrio hoeft dat dus niet. Dat is wel een ontdekking."



Zo'n open Corvette doet nu eenmaal iets met de inzittenden.



Anita, John, Guus en Fleur van Halden in een Audi A4 "Dit is mijn moederdagverrassing. Meestal doen we dan een uitstapje, maar dit is een goed bewaard geheim gebleven. Ik wist vanochtend nog van niks. Nee, ontbijt op bed heb ik niet gekregen, dat hebben we overgeslagen, want we moesten al vroeg genoeg op. Ik ben nu aan de beurt om te gaan sturen. Het is een automaat, dat is toch even wennen. Ik hou mijn linkervoet voor de zekerheid maar flink naar achteren."



Mieke en Cindy Zonneveld in een Audi A4
Cindy: "Ik ben boswachter bij Staatsbosbeheer, dus normaal rij ik een Subaru Justy. Dit is wel iets anders, hoor. Ik heb al om een Touareg gevraagd, maar het zal wel een Forester worden ha, ha, ha!"
Mieke: "Ik ben de moeder van de 'bosheks', zoals we haar thuis noemen. Dit is geweldig, hè? Het is toch een soort droom, om in deze prachtige omgeving je haren in de wind te laten wapperen."

WIJ BEDANKEN ONDERSTAANDE BEDRIJVEN VOOR HET BESCHIKBAAR STELLEN VAN DEZE PRACHTAUTO'S:

- Auto Palace - de Binckhorst B.V.: Mazda MX5
- B.V. Auto Import Maatschappij A.I.M.: 10x Saab 9-3 cabrio
- BMW Nederland B.V.: Mini Cooper S Cabrio en BMW Z4 roadster
- Citroën Nederland B.V.: Citroën Pluriel
- DaimlerChrysler Nederland B.V.: Mercedes SL 500, Mercedes SLK 280, Mercedes CLK 320, Chrysler Crossfire, smart ForTwo cabrio en smart ForTwo Brabus cabrio
- Honda Nederland B.V.: 2x Honda S2000
- Nissan Nederland: 2x Nissan Micra C+C en 2x Nissan 350Z Roadster
- Opel Nederland B.V.: Opel Tigra TwinTop, Opel Astra TwinTop
- Peugeot Nederland N.V.: 2x Peugeot 206 CC en 3x Peugeot 307 CC
- Pon's Automobielhandel B.V.: Audi A4 cabrio en Audi TT cabrio
- Renault Nederland B.V.: Renault Megane CC
- Volvo Nederland Personenauto B.V.: 2x Volvo C70
- Cadillac Corvette Europe: 2x Corvette Convertible en Cadillac XLR





In Bronkhorst was een pitstop.
En een ijskraam.



Marjolein Antonisen en Martine Trip nemen afscheid van de Chrysler Crossfire Roadster
“Wij doen al drie jaar achter elkaar mee! Maar misschien moet je dat maar niet schrijven, want dan lijkt het doorgestoken kaart. Al ben ik echt alle keren helemaal legaal ingeloot. En dan neem ik Martine mee. Voorgaande jaren namen we haar vriend en kind ook mee, maar inmiddels heeft ze twee kinderen, dus gingen we lekker zonder aanhang. Ik vond dit wel de leukste Cabriotoer. Het was ook de warmste. De pitstop was op een erg mooie plaats en het was goed dat er nu ook een stukje snelweg in zat. Je wilt zo’n auto toch even uitproberen.”

Eveline Tummers met vader in een Alfa Spider

“Ik vond het heerlijk. We zijn hiervoor om 6.30 uur uit Limburg vertrokken - omdat mijn vriendin Mirjam Stoffels bang is om te laat te komen - maar het was de moeite waard. Ook de ontmoeting met de Lotus-club was leuk. Hebben jullie goed geregeld, hahaha.”



Familie de Jong in een Audi Quattro “Twee jaar geleden reden we ook al met z’n vieren mee. Toen in een Saab.” Bjorn (11) en Fleur (8) vonden de bochten in de Posbank het leukst. “Er was zelfs iemand in een Smart die omkeerde om ze nog een keer te nemen.”



Roel ten Kate en zoon Maikel in een Opel Tigra Twintop “Natuurlijk doe ik dit met mijn zoon. Hij is helemaal autogek. Toen hij vier was en amper kon praten herkende hij al automerken. Nu heeft hij een half jaar zijn rijbewijs dus we moesten gewoon meedoen. Maar ik vond het zelf ook fantastisch. Ik wil die route absoluut nog een keer rijden met mijn vrouw en onze jongste zoon erbij. Op een gegeven moment stopten we om de route te checken en ineens stak er een hert over. Vlak voor onze auto. Ik kon er nog een foto van maken. Nou, wij hebben een caravan in Frankrijk staan, maar daar heb ik dat nog nooit meegemaakt. Ik denk dat ik dat ding maar hierheen haal. Hier is het nog mooier.”

Kees en Agnès van Putten in de Honda S2000
Kees: “Ik heb nog nooit in zo’n sportieve auto gereden. Ook nog nooit in een cabrio. Je hebt ineens zoveel vermogen, daar krijg je asociale neigingen van. Dan wil ik links gaan staan bij elk stoplicht en gierend rechtdoor wegtrekken. Je wordt er een klein jongetje van. Daardoor had ik ook niet die stoere cabrio-blik. Ik zat gewoon maar te grijnzen. Agnès had het beter aangepakt met die zonnebril en dat sjaaltje.”

Agnès: “Ja, je moet je voor zoiets wel even aankleden. Het is toch een soort feestje. Verder hebben we ons als kinderen gedragen. Iemand vroeg ons of we die vissers langs de kant van weg hadden gezien. Nee, natuurlijk niet. Daarvoor gingen we veel te hard!”

Kees: “Ik wilde de motorfietsen wel eens bijhouden en dat lukte. Ik vind het erg leuk dat Athlon Car Lease zoiets doet. Van Hiltermann heb ik als berijder nooit iets gehoord. Zelfs niet in de vorm van een nieuwsbrief of zo. Volgend jaar schrijven we ons weer in. Tot die tijd rijden we braaf in onze burgerlijke Picasso.”



Denise Bruma en moeder Evelyn Smart in de Chrysler PT Cruiser “Wat een mooie manier om Gelderland te leren kennen. We zijn heerlijk uitgewaaid en hebben heel veel gezien. De auto, de apparatuur en de natuur: het was helemaal in evenwicht. Super!”

Soms waren de wielrenners sneller dan de cabrio’s.
En zo hoort het ook op de Posbank.

road food

ook mensen tanken bij.

De cijfers van de tankstations spreken boekdelen! Broodjes gaan alsof ze warm zijn over de toonbank. En door de snel opkomende shop-in-shop



Pomp verkoopt voor 90 miljoen euro broodjes en snacks

Belegde broodjes en gefrituurde snacks zijn de meest populaire tussendoortjes die aan de pomp worden verkocht. Deze productgroep neemt 44% van de, in de shop verkochte, producten voor zijn rekening. Alleen al uit de verkoop van broodjes behalen tankstations jaarlijks een omzet van 90 miljoen euro. En dan zijn het nog maar 60% van de 4.200 tankstations in Nederland die meedoen aan het stillen van de honger onderweg. Maar dit percentage stijgt snel. Zo zijn er al bijna geen Shell-stations meer zonder broodjes. Naast voorverpakte broodjes worden ook nieuwe foodproducten als wraps aangeboden en gaan meer en meer tankstations over op balies waar broodjes worden afgebakken en vers belegd zoals DeliFrance bij Esso, Bakerstreet bij Texaco en Wild Bean Cafe bij BP.

Bron: de genoemde cijfers zijn afkomstig uit Out-of-Home nr. 1 en nr. 6 van 2004.

concepten met verse bakkerijen zijn ze dat ook steeds vaker. Maar ook de koelverse broodjes gaan heel hard. Is dat nu wel terecht, vroegen wij ons af. Uit deze vraag ontstond onze grote kleine broodjestest. Kwalitatief, maar niet representatief. Volgens de formule N=2 verdiepten twee redactieleden zich in twee hardlopers: het gewone witte puntje kaas en de bruine sandwich met bacon en ei. We reden naar tankstations van Shell, BP, Texaco, Esso en Total. Maar omdat BP en Esso allebei broodjes van het merk Borgondi voeren, gaat de smaakvergelijking tussen vier varianten van de twee genoemde broodjes. In een prijsvergelijking nemen Esso en BP het wel weer tegen elkaar op, want dezelfde producten krijgen bij deze tankstations niet dezelfde prijzen.

SANDWICH BACON - EI

De sandwich, een sublieme vondst van de kok van John Montage, graaf van Sandwich. Hij bedacht dit in de 18e eeuw als handzaam voedingsmiddel voor zijn meester, die zichzelf vanwege zijn verslaving aan het kaartspel geen tijd voor maaltijden gunde. Tankstations hebben de driehoeksvorm in ere gehouden in een handig bakje dat zich goed tussen de benen onder het autostuur laat plaatsen.



Shell / Shell Re-fresh

Bacon - Ei / bruin brood extra
€ 2,80

het oordeel

Veel spek, mooi gekruld. Ziet er hierdoor minder lekker uit (maar deze schijn bedriegt!). Sappig en goed van smaak. Tweede plaats in deze test.



BP en Esso / Borgondi

Sandwich / Bacon - Ei De Luxe
BP: € 2,79 – Esso: € 2,75

het oordeel

Broodje smaakt zoet en naar noten (niet positief). Ei zoals ei hoort te smaken. Weinig spek (De Luxe?). In totaal niet heel smakelijk. De vierde plaats.



Texaco / Bakerstreet

Bacon - Ei / vers snel en lekker
€ 2,85

het oordeel

Grote stukken ei. Veel spek. Lekkere saus. Gedeelde eerste plaats in deze test.



Total / Johma

Bacon - Ei
€ 2,95

het oordeel

De lekkerste speksmaak. Aroma van fijne kruiden. Veel eierdooier. Het meest gul belegd. Gedeelde eerste plaats in deze test.



Shell / Re-fresh

Broodje kaas
€ 1,45

het oordeel

Het broodje zelf is lekker. Beetje droog. Zuinig belegd. Bleke kaas. (Zouden we niet over zeuren als er geen kleurstof aan was toegevoegd maar dat is er wel!) Weinig boter. Maar wel mét servet én zakje mosterd. Derde plaats in deze test.



BP en Esso / Borgondi

Wit broodje kaas
BP: € 1,45 Esso: € 1,50

het oordeel

Wat is dit? Een broodje kaas waar geen kaas tussenuit steekt? Oorzaak: twee plakjes kaas die precies op elkaar zitten waardoor je bij de eerste en laatste hap alleen in brood bijt. De kaas is wel lekker! Vierde plaats in deze test.



Texaco / Bakerstreet

Puntje kaas
€ 1,60

het oordeel

Lastig open te maken zakje. Broodje zelf is oké. Niet téveel boter. Voldoende kaas (met helaas onvoldoende smaak). Toch een eerste plaats in deze test.



Total / Johma

Broodje kaas
€ 1,50

het oordeel

Beste uiterlijk. Goede hoeveelheid boter. Taaie kaas, zegt N1. Stevige kaas, vindt N2. Ondanks meeverpakte servet, tweede plaats in deze test.

Eigenlijk vallen deze broodjes ons tegen. Het zal aan ons liggen, want we hebben het gevraagd en ze lopen goed. Maar wij vinden het een kleeft hap. Ongetwijfeld het gevolg van de voorverpakking en de houdbaarheid van bijna een week(!).

was will das Weib?

Deze vraag verzuchtte psycholoog Sigmund Freud op zijn oude dag. Na een leven lang de menselijke psyche te hebben bestudeerd was hem dit nog steeds niet duidelijk. Het is ook de vraag waarop de auto-industrie naartoe een antwoord probeert te vinden. We speuren met hen mee in dit door een man geschreven artikel.



De vrouw is inmiddels erkend als belangrijke autoklant. Dat moet ook wel, want in 2004 werd al 47 procent van alle nieuwe auto's aan een vrouw verkocht. Daar kun je als marketeer niet blind voor zijn. Maar wil een vrouw iets anders dan een man? En wat dan?

De Volvo YCC, speciaal voor vrouwen

Volvo's CEO Hans-Olov Olsson gaf een paar jaar geleden persoonlijk de opdracht aan een team van vrouwelijke ingenieurs, designers en marketing-specialisten om een auto te ontwerpen voor de moderne, hoogopgeleide en veeleisende vrouw. En hij gaf hen de (weinig onderscheidende) onderzoeksgegevens mee dat deze doelgroep zoekt naar een combinatie van prestaties, luxe, comfort en dynamisch design en daarbij let op het praktisch gebruiksgemak.

Het resultaat verscheen in 2004 op de Woonbeurs in de Amsterdam RAI. Het was de YCC (Your Concept Car). De auto had een design dat vrouwen aansprak, een makkelijke in- en uitstap (vleugeldeuren) en goed zicht rondom, en de auto bood veel veiligheid. Ook het interieur zat doordacht in elkaar door de vele opbergmogelijkheden en de aanpassingsmogelijkheden van de stoelen. Toch was de meest vernieuwende uitvinding in deze auto meteen ook een minimale: de vuldop voor de ruitensproeier zat aan de buitenzijde van de auto. Daardoor hoef je niet de motorkap te openen om de vloeistof bij te vullen.

De Maple Haixuan, speciaal voor (Chinese) vrouwen

Ook de Chinezen nemen vrouwen serieus en niet met een conceptcar zoals Volvo. Maar met een auto die



sinds vorig jaar ook daadwerkelijk wordt geproduceerd. Het is de Maple Haixuan en wordt gemaakt door de grootste Chinese autobouwer Geely. De producent speelt hiermee in op het feit dat in grote steden als Shanghai, Beijing en Guangzhou nog maar dertig procent van de autokopers vrouw is (al groeit dit getal jaarlijks met dubbele cijfers).

De Maple Haixuan kenmerkt zich door zachte kleuren, heel veel opbergruimte en een draagbaar kinderzitje. Daarnaast is er een speciaal rempedaal met een uitsparing voor hoge hakken, een achteruitrijdhulp met radar, een extra binnenspiegel om kinderen op de achterbank in de gaten te houden en een signaal als je te hard rijdt. Volgens de (mannelijke) hoofdredacteur van de Chinese krant Shanghai Daily is de auto een goede zet, omdat vrouwen meer op comfort en praktische zaken uit zijn. Typische mannenfeatures als vermogen en snelheid vinden vrouwen minder interessant, weet hij. De prijs is misschien ook vrouwelijk? Achtenhalfduizend euro.

Of toch maar gewoon een Panda?

Maar is het niet veel handiger om te kijken naar de modellen die vrouwen nu kiezen en daar aanwijzingen in te vinden voor wat zij prefereren? En wat zien we dan? Dat vrouwen een boodschappenautootje kiezen dat makkelijk parkeert. Vooroordeel? In 2004 werd de top 3 van vrouwen aankopen gevormd door de Fiat Panda, de Peugeot 206 en de Toyota Yaris. En in 2002 was 52,6% van de personen achter een Suzuki-stuur vrouw.

Nee, een Corvette

Maar hoe rijmen we dit met het feit dat in de Verenig-





de Staten een kwart van alle Corvettes door vrouwen wordt gekocht? Dat is een lastige. Overigens ziet men binnen de categorie sportwagens wel weer verschillen in wat vrouwen aanspreekt. Zo gaan vrouwen meer voor de zachter gelijnde vormen van een Mercedes-Benz SLK, Audi TT of BMW Z4, terwijl mannen de harde lijnen prefereren van een Cadillac XLR of de Ferrari- en Lamborghini-achtigen.

Als het land aan de andere kant van de plas in trends voorloopt op Europa, dan weten we waar we naartoe gaan. In elk geval doemt in de Top 38 van vrouwen-aankopen (DealerSupportNet, 2002), na een reeks boodschappenauto's ineens wel de Jeep op als nummer 15. Was dat een voorteken?

Vrouwen willen stoer én lief

Onderzoeksbureau Censydiam doet elk jaar een groot onderzoek naar de perceptie van automerken. De favorieten van vrouwen worden meestal omschreven als de lieve, eenvoudige auto's, Ford Ka en Volkswagen Lupo. Maar ook hun onderzoek toont aan dat vrouwen steeds meer neigen naar wat wordt omschreven als 'de energieke sportauto's', zoals de BMW 3 en Saab 9.3. Binnen het merk BMW kiezen vrouwen meestal voor de BMW 3-serie, maar ook de terreinmodellen X5 en vooral de X3 winnen aan populariteit bij deze sekse. Deze auto lijkt de vrouwenvoorkeur voor Jeep te volgen. Volgens een verkoper bij BMW is de X3 niet specifiek voor vrouwen bedoeld, maar meer voor trendy stadsbewoners. "Maar vrouwen vallen er inderdaad voor. Ze noemen hem stoer en lief."

Vrouwen geven hun auto een koosnaam

Dat laatste, een auto zien als een levend ding, is iets dat mannen ook doen. Volgens een bericht van het ANP praat bijna de helft van de Britse automobilisten met hun auto. Ze geven 'm een schouderklopje tijdens de rit en na afloop vaak een complimentje. Dat blijkt uit een onderzoek onder 2000 automobilisten. Ongeveer 40 procent van de onderzochten vindt dat zijn auto wel degelijk een karakter heeft en zelfs in staat is zich beroerd te voelen. Eén op de vijf Britten



maakt zich zorgen over de gevoelens van zijn voertuig. De onderzoekers ontdekten dat vooral vrouwen hun auto een koosnaampje geven. Bovendien huilen veel vrouwen als zij hun oude vertrouwde karretje inruilen voor een splinternieuw model.

Vrouwen aan het stuur én het roer

Een logisch gevolg van de emancipatie was dat vrouwen gingen werken en carrière gingen maken. Daar hoort een eigen auto bij. In 1985 bezat 36 procent van de vrouwen met rijbewijs een auto, in 2002 was dat 60 procent. Vrouwen maken ook carrière in de automobiellindustrie. Zoals Mary Sipes. Begin jaren '80 begon ze als ingenieur bij General Motors. Toen zij een monteur instructie gaf om sommige van zijn gereedschappen aan te passen, kreeg ze als antwoord dat hij geen orders 'van één of ander klein meisje' aannam. De dame is nu verantwoordelijk voor alle SUV's van GM.

Mannen in jurken

In deze functie stuurde ze haar mannelijke ontwerpers naar een travestietenworkshop. Daar hing een rek met dameskleding klaar waar zij zich in moesten hijsen. Verkleed als vrouw moesten zij aan den lijve ervaren wat voor ongemakken vrouwen ondervinden in het gebruik van de auto. Behalve een hoop lol leverde de dag ook concrete resultaten op. De sidebars zijn nu standaard op alle grote SUV's, zodat ze een opstapje bieden aan dames met rokjes. Daarnaast krijgen de dames voortaan ook meer ruimte op de middenconsole voor hun handtas. Inmiddels staan vrouwen aan de top bij drie belangrijke Amerikaanse merken: bij Saturn, Hummer van GM en bij Volvo Noord-Amerika. Het resultaat is dat auto's beginnen te veranderen. De vrouwelijke ingenieurs proberen om elk type auto aantrekkelijk te maken voor vrouwen en tegelijk mannen te verrassen door ze meer te bieden dan verwacht. Of zoals Sipes zegt: "We doen niet aan roze auto's, maar aan auto's die net zo goed voor vrouwen aantrekkelijk zijn." En als dat lukt, is het onderscheid waar we hier naar zochten straks dus helemaal verdwenen.

Vrouw kust auto 24 uur lang

In Beijing heeft een Chinese vrouw een Chevrolet meer dan 24 uur gekust. Door deze actie mocht ze de auto voor slechts 8 euro kopen. De opdracht was om de auto te zoenen zonder hem aan te raken. Om de zeven uur kregen de deelnemers tien minuten pauze. Omdat er na 24 uur nog steeds 28 zoenende mensen bij de auto's stonden, werden de regels aangepast. Men moest het op één been doen en met de handen op de rug. Toen was het snel voorbij en werd Zhang Cuying de winnaar. De vrouw had hierna wel hulp nodig om op de been te blijven.

Vrouw mag wel auto's verkopen, maar niet rijden

In Saoedi-Arabië is de eerste showroom geopend waar de verkopers allemaal vrouwen zijn. Ook de klanten zijn alleen maar vrouwen. Deze werkwijze komt voort uit een strikte interpretatie van de islam, waardoor vrouwen niet in aanraking mogen komen met mannen die niet directe familie zijn. Zo kunnen vrouwen auto's verkopen aan vrouwen. Maar zelf rijden mogen vrouwen niet in het islamitische land. Daarvoor moet men een mannelijke chauffeur inhuren.

bron algemeen: planet.nl

bron Volvo: <http://www.zqcentral.com/index/news/show/3504>

bron MapleHaixuan: http://auto.blog.nl/autoverkoop/2006/03/14/chinezen_komen_met_vrouwen-autobron_Saoedi-Arabië: zibb.nl

bron kussende vrouw: http://snoopy1.web-log.nl/snoopy1/2007/10/vrouw_kust_auto.html

bron Corvette: <http://www.rssdump.nl/Auto-Auto-nieuws-Tuning/item/243/803220/Vrouwen-en-autos.html>

road visibility

Rij je overdag nu veiliger met je lichten aan of niet? Elke automobilist heeft hier wel een mening over. En als je naar de weg kijkt, verschillen die meningen behoorlijk. Terwijl dat niet hoeft. Er is inmiddels voldoende onderzoek gedaan om te komen tot een eenduidige uitspraak: overdag rijden met lichten aan is veiliger.

Overdag rijden met lichten aan. Dit werd voor het eerst op grote schaal gedaan in 1961 in Texas. Het was het gevolg van een campagne waarin automobilisten werden opgeroepen om te laten zien dat ze veilige rijders waren. Men had dit, bij wijze van spreken, ook met een bumpersticker kunnen uitdragen. Want in die tijd was er niemand die serieus dacht dat je overdag een onverlichte Greyhound Bus over het hoofd zou kunnen zien. Welnu, dat kan.

Het donkere noorden

Landen op de noordelijke breedtegraden weten dit al langer, maar die vergelijking gaat niet helemaal op. Simpelweg omdat de zon daar minder licht afgeeft en de laagstaande zon voor veel contrast en schaduwen zorgt. Niet voor niets was Finland het eerste land om in 1972 verlicht rijden overdag verplicht te stellen. Zweden volgde in 1977, Noorwegen in 1986, IJsland in 1988, Denemarken en Canada beide in 1990.

Wij zijn Finland niet

Lang werd betwijfeld of de voordelen die golden voor de noordelijk gelegen landen ook bij ons zouden opgaan. Maar dat weerhield Hongarije niet tot invoering van de maatregel in 1989. Overigens bestaan er tussen deze landen wel weer variaties in de exacte verplichtingen (alleen 's winters, alleen op bepaalde wegen) en het soort lichten dat moet worden gevoerd. De variaties in bestaand daglicht, wettelijke verplich-

tingen en het soort verlichting maakten het voor de wetenschappelijk onderzoekers niet makkelijk om de effecten van rijden met lichten overdag ofwel DRL (Daytime Running Lights) aan te tonen.

De winst

De Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid analyseerde 24 onafhankelijke onderzoeken, die in de verschillende EU-lidstaten zijn gehouden naar de effecten van DRL. Op grond hiervan heeft men in 1997 een rapport gepubliceerd waarin wordt beschreven wat de effecten zouden zijn wanneer DRL wordt ingevoerd in alle EU-lidstaten. De uitkomsten liegen er niet om!

1,9 miljoen minder ongelukken, ofwel -12,4%
5.500 minder doden, ofwel -24,6%
155.000 minder gewonden, ofwel -20%
Volgens onderzoek van TNO zou het aantal verkeersdoden in Nederland met 45 afnemen.¹

Uit de cijfers blijkt dat alle landen winst boeken, maar dat die in de noordelijke landen het hoogst is.

Zijn we blind?

Als je de cijfers ziet, lijkt het of een witte wandelstok een handig autoaccessoire is. En dat is precies de reden dat DRL zoveel discussie oproept. Want iedereen 'weet' dat je met voldoende aandacht elke weggebruiker bij daglicht moet kunnen zien. Helaas. Onderzoek toont aan dat onze visuele waarneming bepaald niet feilloos is. Zo is er op klaarlichte dag een onderzoek gehouden waarbij auto's over een open veld reden en de proefpersonen 8% van de auto's niet zagen. Uit een ander onderzoek blijkt dat het niet zien van de andere weggebruiker de oorzaak is van 50% van de ongelukken. Bij ongelukken op kruisingen overdag bedraagt dit percentage zelfs 80%.

Maar... maar...

Maar hoe zit het dan met de veiligheid van motorrijders? Zij rijden nu allemaal al met licht aan. Gaat hun relatieve zichtbaarheid achteruit wanneer zij straks met auto's moeten concurreren? Nee, er is niets dat er op wijst dat motorrijders of andere weggebruikers nadeel gaan ondervinden. Andersom zullen zij verlichte auto's sneller als auto's identificeren en zullen 'confliterende bewegingen' sneller opvallen. Winst dus voor alle weggebruikers.

Het prijskaartje

Omdat je in het leven niets cadeau krijgt, hangt er ook aan deze winst een prijskaartje. Zo verbruikt een auto 0,9% meer brandstof met brandende lampen. (Volgens meer recente informatie van TNO zou dit voor de zuiniger auto's van nu, zoals een Ford Focus of Fiat Stilo, zelfs 3% zijn.¹) Uitgaande van de 0,9% meerverbruik zou dit voor alle auto's in de EU 1,3 miljard euro extra brandstof kosten. En dat levert een milieuschade op die de wetenschap ook in geld weet uit te drukken: 0,18 miljard euro. Daarbij zou het wel zo effectief zijn als de autofabrikant een systeem levert dat zorgt dat de lampen vanzelf branden: 0,08 miljard euro. En dan de lampjes zelf: 1,26 miljard euro. Samen goed voor

2,65 miljard euro, maar afgezet tegen de winst aan levens (ook daar weet de wetenschap een bedrag voor) en aan schadevermindering verdienen we dat dubbel terug. Geadviseerd wordt dan ook om DRL zo snel mogelijk in te voeren in de EU.

Te veel licht is ook niet goed

Steeds meer auto's zijn standaard voorzien van mistlampen. Wat zijn ook alweer de regels voor het gebruik ervan? De mistverlichting aan de voorzijde van de auto mag alleen worden gebruikt indien er sprake is van zeer dichte mist, zware regenval en zware sneeuwval, waarbij het zicht zeer gering is. Het mistachterlicht mag alleen gebruikt worden bij dichte mist en zware sneeuwval, die het zicht tot 50 meter beperkt. Dus niet bij regen!!!
Veel auto's hebben tegenwoordig twee mistachterlichten waardoor deze als remlichten kunnen worden gezien. Het verwijderen van het rechterlampje voorkomt dit.
De boete voor onrechtmatig gebruik van mistlichten bedraagt € 65,-.

Bronnen: SWOV, Leidschendam, R-97-36, R-2003-28, R-2003-29
¹Volkskrant 9 sept. 2005



road tools

Zonder ijskrabber kom je de winter niet door. U heeft dus geen excuus te hebben voor de aanschaf van zo'n handig gereedschap. Wanneer u er een koopt, kies er dan een die past bij het door u gewenste imago. Of dacht u dat een ijskrabber gewoon een ijskrabber was? Think again! Ook een ijskrabber vertelt wie u bent en waar u voor staat. Pimp your ijskrabber!



Ieder mens heeft de wens zich te onderscheiden van een ander. De auto is daar een prachtig middel voor. Het programma Pimp My Ride, waarin auto's met veel bling bling worden 'opgepooierd', was zo populair dat Veronica snel met de variant De Grote Beurt kwam. Maar wat moet de leaserijder die vroeg of laat geacht wordt zijn auto weer in originele staat in te leveren? Gelukkig zijn er voor hem en haar tal van bescheiden accessoires om uiting te geven aan de eigen individualiteit of aan de corporate uitstraling van uw bedrijf. Wij zijn graag uw gids in ijskrabberland.



De lelijkste

Alleen verkrijgbaar in wit en dus altijd vies. Heel praktisch is de rubber wisstrip die goed in de autospiegel past. Prijs bij Blokker: € 1,- Prijs bij pompstation (incl. opdruk 'ice-killer'): € 2,50 Type gebruiker: doortastend, gaat voor de grote lijnen.



Moeder van alle ijskrabbers

Goede maat. Mooi plat, dus goed opbergbaar. In diverse kleuren leverbaar. Prijs bij autospecialzaak: € 0,95 Type gebruiker: no-nonsense.



De mooiste

Door de haak aan de steel, neemt hij de meeste opberg-ruimte in van alle ijskrabbers en past hij niet in elk deurvak. Verwijdert het ijs slecht in horizontale halen. Prijs bij pompstation: € 3,50 Type gebruiker: speels, geeft om uiterlijkheden.



De bedachtste

Parkeerschijf, krabber en wisser ineen. Lijkt haast te zijn bedacht door zo'n firma die innovatieve relatiegeschenken ontwikkelt. Desondanks heel praktisch, ook door zijn platte vorm. Prijs bij autospecialzaak: € 2,50 Type gebruiker: praktisch, tikje ambtenaresk, vrolijk naïef.



De vergezochtste

Simpele ijskrabber en wisser ineen. De 11,5 cm brede krabber/wisser heeft een tweede 3 cm brede krabber/wisser op zijn rug voor autospiegels. Prijs bij autospecialzaak: € 2,95 Type gebruiker: iemand die zijn creditcard-info afgeeft aan Russische spammers.



De langste

Deze ijskrabber en ruitenwisser ineen, beschikt over een telescopische steel die de maximale lengte van een halve meter heeft. Ideaal voor wie denkt dat zijn auto groter is, dan-ie is. De krabber zelf is van messing, krast niet en werkt als de beste! Prijs bij autospecialzaak: € 4,50 Type gebruiker: houdt van gadgets, beetje wijsneus.



De mannelijkste

Ijskrabber en royale wisser ineen. Handig plat, maar niet voor koukleumen geschikt, want je vingers gaan de koude ruit gegarandeerd een paar keer raken. Aan de binnenkant bevindt zich een los ruitensproeier-doorpriknaaldje. Prijs bij autospecialzaak: € 3,95 Type gebruiker: veel Kung Fu films gezien, luidruchtig.



De vrouwelijkste

Hierbij is de moeder van alle ijskrabbers voorzien van een met nepschaap gevoerde zak. Tegenval is dat die zak niet vastzit aan de krabber zelf, dus gedoemd is kwijt te raken. Prijs bij autospecialzaak: € 2,50 Type gebruiker: kouwkleum, fotomodel, vrouw.



De toegift

Het pakket voor de groot-inkoper. Het krabbertje is wat klein, maar sterk genoeg 'to do the job'. Dit wordt gecompenseerd door het flesje slotontdooier en de rubberstick, voor de deurrubbers waarmee vastvriezen wordt voorkomen. Prijs bij autospecialzaak: € 4,95 Type gebruiker: de regelaar, de slimmerd, de knutselaar.

Onze keus? De lelijkste!

Hij is plat, stevig en heeft precies de 2 zaken die we nodig hebben: een goede ijsschraper en een (condens)wisser die past binnen de armaturen van de buitenspiegels.

de onzichtbare schakel tussen fabriek en dealer



Auto's worden gemaakt in de fabriek, besteld door de importeur en geleverd door de dealer. Maar er is nog een schakel in deze keten en die wordt ingevuld door bedrijven als de internationale Broekman Group. We bezochten de vestiging van hun Automotive Division in de Rotterdamse haven en ontdekten dat er tussen fabriek en dealer veel meer gebeurt dan transport en opslag. Een gesprek met Silvester Keyzer, Deputy General Manager Technical Operations van Broekman Automotive.

Kun je kort een beeld schetsen van Broekman Automotive?
Silvester Keyzer: "De Broekman Group begon in 1963 als Broekman Motor Ships. Dit bedrijf vervoerde rollend materieel overzee, met zogenaamde ro-ro carriers, wat staat voor roll on, roll off. Er werd dus lading vervoerd die zelfstandig, op eigen wielen of rupsbanden, in staat is om het schip op en af te worden gereden. Auto's, maar ook hijskranen, graafmachines en landbouwmaterieel. Vanuit autofabrikanten kwamen geleidelijk aanvullende vragen. Of we ook het wrapGuard (beschermsticker) konden verwijderen, of we de auto's ook konden wassen et cetera. Deze vraag breidde zich in de loop der jaren uit tot zeer uitgebreide technische of cosmetische aanpassingen. Om aan die vragen te voldoen is Broekman Automotive ontstaan."

Wat vragen fabrikanten jullie dan te doen? Die auto's zijn toch gloednieuw en klaar?
"Ze zijn wel klaar, maar bijvoorbeeld nog niet voor de Europese markt. Hummers, Cadillacs en Corvettes worden niet aangepast aan de Europese markt. De verkoopaantallen zijn kennelijk te klein om dat zelf kostenefficiënt in de fabriek te doen. Dus doen wij dat. Wij voorzien deze auto's bijvoorbeeld van richtingaanwijzers achter, want standaard gebruiken ze hiervoor de remlichten. Voor deze merken doen we dit voor vijftientig landen. Dankzij de Europese regelgeving zijn de aanpassingen nu voor heel Europa gelijk, maar voorheen hadden we ook nog te maken met landelijke verschillen."



Achteruitrijlicht wordt richtingaanwijzer. Samen met nog een aantal andere aanpassingen besteedt Broekman Automotive dertien uur aan het aanpassen van een Hummer voor de Europese markt.



'Ach, één Corvetje mis je toch niet?', vroegen wij hoopvol. Helaas, elke auto heeft een RFID-verklikker (op de foto in blauw-wit) die vertelt waar de auto zich op de meter precies bevindt.

Maar jullie hebben hier ook complete garages en spuitcabines.
"Ja, want wij doen bijvoorbeeld ook 'recalls'. Een fabriek ontdekt een productiefout en vraagt ons om die te herstellen. Dan kun je vragen, waarom doen ze dat zelf niet, maar soms is dit logistiek onmogelijk. Zo is er een fabriek waar ze 2000 auto's per dag bouwen. De parkeerruimte heeft een capaciteit van 4000 auto's. Stel dat men daar tijdens de assemblage ontdekt dat een bepaald onderdeel niet aan de eisen voldoet. Bijvoorbeeld omdat een toeleverancier een verkeerd slangetje heeft geleverd. Dan moet men dat slangetje toch overal inbouwen, omdat de productie- en de daaropvolgende logistieke keten niet mag stagneren. De parkeerruimte is vol en de boot wacht niet."

En jullie krijgen dan een doos nieuwe slangetjes en het verzoek de bestaande te vervangen?
"Ja, vaak met een keurige handleiding erbij. En een lijst met chassisnummers van de auto's met het verkeerde slangetje."

Gebeuren recalls vaak?
"Het neemt toe, want de eisen die de merken aan zichzelf stellen, nemen toe. Men wordt steeds voorzigtiger. Bij het minste vermoeden dat iets niet helemaal 100% is, wordt actie ondernomen. Er was een Japans merk dat vermoedde dat sommige slangenklemmetjes van de slang van het reservoir van de ruitenwisservloeistof niet precies tussen de twee ribbels waren gemonteerd. Die hebben wij allemaal na moeten kijken. En dan heb je het dus over iets onschuldigs als ruitenwisservloeistof. Maar we herstellen niet alleen, soms gaat het ook om vernieuwingen. Zo komt het voor dat in de zes weken dat een schip vol auto's naar ons onderweg is, er een verbetering wordt geschreven in de software van het automanagementsysteem. Bijvoorbeeld om de loop van de motor na een koude start te verbeteren. Die software dienen wij dan naar de auto's te uploaden."

Maken de importeurs ook gebruik van jullie diensten?
"Ja, zo stellen wij veel actiemodellen samen. Dan halen we de bestaande bekleding eruit en vervangen die met leer, we plaatsen spoilerkits, navigatiesystemen, een standkachel, een push bar, side bars, we tinten de ruiten, dat soort zaken."

Kopen jullie deze materialen dan ook in?
"Nee, wij doen helemaal niets aan inkoop. Wij verkopen alleen uren. De opdrachtgever koopt in. Dan hebben wij geen discussie over de kwaliteit en komen we niet klem te zitten tussen wat de importeur wil en wat de dealer wil."

Als ik zie wat hier aan auto's staat, dan is voorraadbeheer ongetwijfeld ook een belangrijke dienstverlening?
"Zeker. We kunnen hier 40.000 auto's kwijt. Ook dat is iets waar importeurs baat bij hebben, want zij kunnen zelf geen grote aantallen auto's kwijt. De statijd van onze voorraad is dan ook een mooie indicator van de economie."

En, hoe gaat het met de economie?
"Goed hoor. Hier verplaatsen we jaarlijks 250.000 auto's en in Born nog eens 100.000, dus totaal in Nederland 350.000. Maar in de nabije toekomst gaan we ervan uit dat we de 550.000 zullen halen."



Een Mazda RX8 krijgt nieuwe software.

koffie tanken



Nederland is een koffieland. Wie koffie drinkt, schat zijn eigen gebruik op ruim vier kopjes per dag. Wie veel onderweg is, zal dan ook regelmatig 'een bakkie doen' bij een tankstation. Al is het maar om de statistieken te halen. Solutions ging 'undercover' op de koffie bij vijf tankstations en vroeg reizigers naar hun ervaringen met koffie onderweg.



Esso, A13 Delft. Geen bonenkoffie.

Hier zorgen twee enorme machines voor koffie van Douwe Egberts. Maar hoe mooi de machines ook zijn, bonen zitten er niet in. De koffie wordt gezet met een vloeibaar koffie-extract. Doordat ons apparaat weigerde - we kregen een DE-muntje om het bij de andere machine nogmaals te proberen - kregen we de kans om stiekem ook een fotootje te maken van de siroopcontainers. Maar goed, het maakt ons niet uit hoe je koffiezet. Als het maar lekker is. En dat viel ons een beetje tegen. Het had iets sterker gemogen. Voor onze zwarte koffie vonden we de smaak acceptabel, maar voor cappuccino iets te licht. Daarom krijgt de koffie een 6,5 en de cappuccino een 6. Positief puntje: er waren ook zoetjes beschikbaar.

Ton Bouwman bij Esso. Hij vertrouwt op zijn eigen zoetjes uit de achterbak.

"Ik drink niet heel veel koffie onderweg, maar als ik het doe, heb ik wel een voorkeur voor Douwe Egberts. Dat drink ik thuis ook. Maar daar is het wel lekkerder en dan drink je het ook niet uit een kartonnen beker-tje. Deze koffie is niet slap, niet sterk: wel oké. Maar BP heeft volgens mij de lekkerste."

Dhr. Van Vliet bij Esso. Veel, en heet!

"Ik drink veel koffie onderweg. Ik ben weliswaar gepensioneerd, maar ik doe nog een paar uur per dag wat voor mijn voormalige werkgever. En dan ben ik onderweg. Ik vind dat je wel veel koffie krijgt in zo'n bekertje. Van die Brabantse bakken! Ik haal mijn bekertje er daarom soms wat eerder onder vandaan. En het is heel heet. Ik neem daarom altijd twee bekertjes en soms doe ik er in de wc een beetje water bij."



Texaco, A13 Delft: prima!

Hier is de koffie van De Roode Pelikaan. Twee, relatief kleine machines bieden de gebruikelijke smaken aan: espresso, koffie, koffie verkeerd, cappuccino, chocolademelk en heet water voor thee. (Bij Esso bood DE ook nog Wiener Melange en Choco de luxe.) En wat zien we op de machine? Twee bonenreservoirs. Maar als echte onderzoeksjournalisten houden we de mogelijkheid open dat het verraderlijke sierelementen betreft. We kijken dan ook aandachtig of er iets gebeurt in het bonenreservoir als we een euro in de gleuf laten vallen. En ja hoor: versgemalen bonenkoffie. En dat proeven we ook. De cappuccino krijgt een dikke 8, het schuim is zelfs sterk genoeg om de plastic lepel in het midden te fixeren. De zwarte koffie vinden we aan de sterke kant en krijgt een dunne 8.

Torsten Lagnet, bij Texaco.

"De beste temperatuur is 20 graden."

Torsten is een Duitse LKW-Fahrer. We vertalen zijn woorden: "Prima koffie. Zwart en heet. Voor mij is het allemaal hetzelfde. In Nederland en in Duitsland. Maar wist je dat de beste temperatuur om koffie te drinken 20 graden is? Dan proef je het meest. Ja, heb ik op tv gezien."

Rob van Doren, bij Texaco. "Pielbekertjes!"

"Ik ben een koffie-expert en deze geef ik een 8. Ik was vanmorgen ook bij het Shell-station De Lugt bij Den Bosch en daar krijg je van die kleine pielbeker-tjes. In de bekerhouder van mijn VW Touran vallen die gewoon om! De prijs van 1 euro vind ik wel oké, in België betaal je €1,20."





Shell, A20 Nieuwerkerk a/d IJssel: waterig.

Brrr, hier denkt de airco dat het zomer is. In dit wat oudere en niet heel gezellig ingerichte station staan machines van Bremer die Shell Café aanbieden in een bescheiden viertal soorten: koffie, espresso, cappuccino en koffie verkeerd. Ook hier worden bonen voor ons gemalen. Maar niet genoeg. Want beide bestellingen (zwart en cappu) vinden we maar waterig. Wel valt op dat efficiënt gebruik wordt gemaakt van de beperkte ruimte. Zo is een servettendispenser aan de muur best handig. Maar het zwarte en schuimende goud krijgen minder waardering: beide een 5,5.

**Onbekende Duitse LKW-Fahrer bij Shell.
"In Duitsland betaal je €2,40."**

"Ik geef deze koffie een 7. Ik proef niet zoveel verschil tussen de koffie van verschillende tankstations. Ook niet tussen Nederland en Duitsland. In Spanje en Italië vind ik de koffie lekkerder. Maar Holland is het goedkoopst. In Duitsland betaal je €2,40 soms zelfs €2,60!"

**Total, N471 G.K. van Hogendorpweg,
Rotterdam: prima!**

Dit aan een N-weg gelegen tankstation zou je misschien niet mogen vergelijken met een pomp aan de snelweg. Maar als je het toch doet, komen ze er ondanks de beperkte ruimte helemaal niet slecht af. Een leuk koffiehokje met een verse broodjescorner en een breedbeeldscherm dat helaas alleen een eigen reclameloop laat zien. De enkele Tchibo-machine biedt zelfs latte macchiato. De zwarte koffie vinden we beter dan bij Shell (was ook makkelijk!) en zelfs een pietsje lekkerder dan bij Esso. Dus een dikke 8! De cappuccino krijgt een gewone 8.

Gijs van de Sluis bij Total. "Ik leef op cafeïne!"

"Ik zit veel op de weg, dus 3 á 4 keer week hou ik wel een koffiestop. Ik moet toch aan mijn gemiddelde van 10 tot 15 koppen per dag zien te komen. Ik leef op cafeïne! Vaak neem ik er ook iets bij. Een gevulde koek of zo. De koffie is overal wel goed, deze ook. Maar Shell met Douwe Egberts vind ik lekkerder."



BP, A20 Nieuwerkerk a/d IJssel: de lekkerste!

Dit is het nieuwste tankstation dat we bezoeken en dat zie je. De koffiehok is het fraaist en koffie bestel je hier aan de Wild Bean Café counter. Dat is overigens geen shop-in-shop, maar een eigen koffieshop van BP. Broodjes worden hier vers belegd en niet (meer) vooraf gesmeerd. Ook hier controleren we de bewegingen in het bonenreservoir op de roestvrijstalen koffiemachine van de Württembergische Metallwarenfabrik (WMF). Versgemalen bonen! Bij de cappuccino wordt heel netjes een stofwolkje cacao aangeboden. (Koffiekenners weten dat dit eigenlijk niet hoort bij cappuccino, dus het feit dat het wordt aangeboden in plaats van direct uitgestrooid, is bijzonder netjes.) De cappuccino krijgt een 8, de koffie een 8,5 en is daarmee onze winnaar. Maar een bakkie kost hier €1,10 en bij alle andere stations die we bezochten was dat €1,-.

**Kees van Leeuwen bij BP.
"Het is snel duur geworden."**

Ik ben geen fijnproever hoor, maar ik vind dit goede koffie. Bij sommige Esso's heb je ook wel van die kannen. Die zijn vaak lekkerder als ze tenminste niet te lang hebben gestaan. Maar ik vind het wel duur geworden. Ik weet nog dat het 50 cent was, toen 70, toen 80 en twee weken later 1 euro."



**Marieke Wijers bij BP.
"Bij klanten tref je het vaak slechter."**

"Als zelfstandige vertegenwoordiger rij ik zo'n 45.000 km per jaar. 's Ochtends stop ik bij de eerste de beste pomp voor koffie. Verder weet ik inmiddels wel waar ik moet zijn. Niet bij Esso, wel bij Shell. Deze latte macchiato is ook heel prima. Bij klanten tref je het meestal slechter. Maar goed, die ken ik inmiddels ook, dus dan weet ik of vooraf even moet stoppen voor koffie."



KOFFIECONSUMPTIE IN NEDERLAND

De Nederlander drinkt gemiddeld 145 liter (= 7 kg) koffie per jaar. Dat zijn 3,2 kopjes koffie per hoofd van de bevolking per dag. Volgens eigen schattingen is 77% van de Nederlanders een regelmatige koffiedrinker. Zij drinken dan gemiddeld ruim vier kopjes per dag. Van hen drinkt 48% de koffie zwart (dus zonder melk, suiker of zoetjes). In 2005 werd 70% van alle koffie thuis gedronken en 30% buitenshuis.

Bron: VNKT, de Vereniging van Nederlandse Koffiebranders en Theepakkers

Files verminderen het aantal koffiestops.

Volgens de Bovag-afdeling Tankstations en de Belangenvereniging Tankstations (Beta) proberen mensen die in een file staan hun verloren tijd in te halen door geen tussenstop te maken bij een pomp. Daardoor zouden de tankstations maandelijks tot veertig procent omzet (enkele miljoenen euro's) mislopen. De organisaties eisen een compensatie, want: "Tankstations aan rijkswegen dragen per liter verkochte brandstof drie eurocent af aan het rijk. Dat geld is bedoeld als huur. De volledige huurafracht moet wel worden betaald, terwijl er sprake is van inkomstenderving." Het Ministerie van Verkeer en Waterstaat zegt bereid te zijn met de sector te praten. "Laat ze maar aantonen hoe ze aan de verliescijfers komen."

Bron: De Telegraaf, 8 augustus 2007

De prijs van gemalen koffie. Al tien jaar gelijk!

Op de geïnterviewde Duitsers na waren de koffiedrinkers op de pompstations niet enthousiast over de prijs die wordt gevraagd voor een kop koffie. En dat gold zeker voor degenen die het bedrag nog even terugrekenen naar de goeie ouwe gulden. De grondstofprijs is hiervoor in elk geval geen excuus: die is in tien jaar tijd niet gestegen!