

Taart, truffels en tromgeroffel. Hoewel succes zich lastig laat definiëren, trekken we elke editie een ondernemer uit de anonimiteit die het beleefde: de zoete smaak van succes. Ter lering, ter motivatie en ter inspiratie.



LUC VAN BUSSEL:

“We zijn de huisarts voor de automobilist”

Ook *Luc van Bussel* begon zijn carrière in de grote mensenwereld in een Opel Kadett. En zoals alle grote mensen, stuurde hij na elke 5.000 kilometer keurig naar de dealer voor een grote of kleine beurt. Ook toen Van Bussel in Duitsland werkte. Een kleine 600 kilometer heen en een kleine 600 kilometer terug. Want zo hoorde dat.

JE ZOU HET DYNAMIEK kunnen noemen. Of reuring. Of leven in de brouwerij. Maar in de autowereld is meer aan de hand. De branche wordt volledig ondersteboven gekeerd. Vooral de traditionele merkdealer lijkt de dupe. De importeur wil eigenlijk van hem af en in Brussel hebben ze de laatste zekerheid met grof geweld onder zijn voeten vandaan getrokken. Niks exclusiviteit. Niks beschermde rayons. Iedereen kan en mag een nieuwe BMW verkopen. En onderhouden. Het wachten is op een BMW shop-in-shop in de Bijenkorf, een Mercedes bij de Bonneterie of een Volkswagen bij Ikea. Voor de dealer, die zich banden, glas en schade al jaren geleden liet afsnoepen, is het alle hens aan dek. En waarschijnlijk al te laat.

Lang verhaal kort: als zo'n gevestigd kanaal zodanig op de schop gaat, vallen er gaten. En waar gaten vallen, is er altijd wel een haantje de voorste die dat opvult. In dit geval is het 'Alwaysbemobile'. Die naam zegt u waarschijnlijk niets, maar Profile Tyrecenter waarschijnlijk wel. En anders 123 Autoservice, ABC Autoservice of wellicht James Autoservice, de nieuwste formule van Alwaysbemobile. Ze komen deels

uit de marketingkoker van Luc van Bussel, die als CEO de scepter zwaait bij het bedrijf in Veenendaal.

Lekkere meiden

Luc van Bussel komt niet uit de autobranche. "Het was allemaal nieuw voor me. En als buitenstaander, had ik me eigenlijk ook nooit afgevraagd of het normaal is dat je zonder erbij na te denken met je auto naar de dealer gaat. Maar dat is het natuurlijk niet. Het was een soort gewenning. Sinds de auto er is, zijn er dealers. De consument is jarenlang gegijzeld door de importeurs en de dealers en ze hebben er alles aan gedaan om dat in stand te houden. Brussel heeft daar inmiddels een streep doorheen gezet. Monti heeft het proces in gang gezet, Kroes zorgt voor het laatste duwtje."

In de praktijk komt het erop neer dat de consument straks naar elke onafhankelijke garage kan voor onderhoud en zelfs garantiewerk aan zijn auto. Maar doet de consument dat ook? Is de branche er klaar voor? Laten we wel zijn, u kent die garages: vrije jongens met lekkere meiden aan de muur, de radio op 10 en een receptionist



>>> “Vorig jaar 70% meer omzet gedraaid.”

waar de geur van 10W50 uit de poriën galmt. Voor veel mensen niet het etablissement waar ze hun Heilige Koe met een gerust hart parkeren voor een onderhoudsbeurt.

Kleine pijntjes

Voor Van Bussel is het dan ook zo klaar als een klontje: het antwoord is strakke, klantvriendelijke formules waar de automobilist terecht kan met elke auto, van elk merk en ongeacht de leeftijd van de auto. Niet alleen voor banden, maar in principe voor al het regulier onderhoudswerk: banden, accu's, remmen, onderhoudsbeurt en schade. “We zijn de huisarts voor de automobilist. We verhelpen de kleinere, acute pijntjes. Voor een transplantatie verwijzen we door naar de specialist”.

Webcam

Profile Tyrecenter is de eerste formule in het arsenaal van Alwaysbemobile. Enkele jaren geleden werd 123 Autoservice overgenomen – richt zich met een haal- en brengservice op de zakelijke rijder. ABC Autoservice is ook een totaalaanbieder, weet zich onder meer te onderscheiden doordat klanten via een webcam de monteurs op de vingers kunnen kijken. En onlangs werd James Autoservice gelanceerd. Een formule die zich speciaal richt op vrouwelijke rijders: dus inclusief een dames toilet met warm stromend water en een plek om luiers te verschonen. Maar ook een prettig ogende wachtruimte met draadloos internet.

Van Bussel: “De basisgedachte is om de markt af te dekken met verschillende formules. Ten eerste om de consument keuze te bieden. Niet iedereen voelt zich tenslotte door dezelfde formule aangetrokken. Maar daarnaast heb ik te maken met franchisenemers. En ook die voelen zich niet allemaal tot een en dezelfde formule aangetrokken. Nu we James hebben geïntroduceerd doet zich trouwens een grappig fenomeen

voor. Ineens komen potentiële franchisenemers met zijn tweeën: man en vrouw. Dat is volstrekt uniek in deze branche”.

Liever de dealer

En de dealer? De dealers doen niets. Even was er de campagne die de automobilist ‘Liever de Dealer’ op de mouw wilde spelden, maar verder bleef het oorverdovend stil. Zitten ze te slapen? “Nee, dat valt denk ik wel mee,” analyseert Van Bussel. “Maar ze hebben het te druk met elkaar de tent uitvechten. De dealer kijkt argwanend naar de importeur en de importeur argwanend naar de dealer. Daar hebben ze het hartstikke druk mee. En af en toe is er een doekje voor het bloeden. Elke importeur heeft wel een soort van Quick Service bedacht. Maar het komt niet verder dan een bord aan de muur. Er wordt geen stuiver in geïnvesteerd. Zo werkt het natuurlijk niet”.

Stuk voor stuk

Momenteel opereren er 215 bedrijven onder een formule van Alwaysbemobile. Lijkt heel wat, maar als het aan Van Bussel ligt, worden het er snel minimaal 400, om daarna gestaag verder te groeien. Marktonderzoek wijst uit dat er ruimte is voor 10.000 bedrijven, oplopend tot circa 13.000. Er is dus nog werk aan de winkel. Van Bussel: “Klopt. Vooral als je zaken wilt doen met zakelijke rijders en dus met leasemaatschappijen. Met de huidige vestigingen kan ik nét een landelijke dekking bieden. Eigenlijk moeten er nog een paar bij en die komen er ook. Maar het is een gevecht. We moeten de ondernemers stuk voor stuk over de streek trekken. Groei door een keten over te nemen kan niet. Er zijn geen ketens.”

Onderhoudsvrij

De reguliere consument is één, de zakelijke rijder is iets heel anders, vertelt de CEO. “Leasemaatschappijen zien natuurlijk ook wat er aan

de hand is in de markt. Sommige maatschappijen slaan de dealer en de importeur al volledig over. Kopen hun auto's in het buitenland. Die zijn actief op zoek naar alternatieven. Daarbij speelt mee dat nieuwe auto's tegenwoordig praktisch onderhoudsvrij zijn. Kleine en grote beurten bestaan niet meer. Dat was de laatste strohalm voor de merkdealer. Dus kijken leasemaatschappijen verder dan de dealer en sluiten ze – nu we landelijke dekking kunnen bieden – bijvoorbeeld met ons een deal voor winter- en zomerbanden. Het gevolg is dat we de zakelijke rijder twee keer per jaar over de vloer krijgen. Vaker dan hij ooit bij de merkdealer kwam. En als die auto nou tóch bij ons in de werkplaats staat, dan is het een kleine moeite om even die stekker er in te steken om te kijken of alles het nog doet”.

Dat laatste is simpel, aldus Van Bussel, maar achter de schermen ligt het iets gecompliceerder. Van Bussel: “Het vraagt van ons een heel andere benadering. Als je voor fleetowners werkt, moet je bepaalde zaken geregeld hebben: een callcenter, online fleetmanagement, centrale facturatie. Dat soort zaken. Daar hebben we veel geld in geïnvesteerd de afgelopen jaren, omdat we voorzagen hoe de economische realiteit er omstreeks deze tijd uit zou gaan zien”.

Rendement

“Of het werkt? In de bandenvervangingsmarkt zitten we tegen de 10% marktaandeel. Het volgende doel is 10% in de onderhoudsmarkt. Daar is alles op gericht en de zakelijke markt is daarbij van doorslaggevend belang. Vorig jaar hebben we in die markt 70% meer omzet gedraaid. En ik hoor onze franchisenemers niet klagen over het rendement”, klinkt het met een milde glimlach.

A close-up portrait of Luc van Bussel, a middle-aged man with glasses and a light-colored shirt, looking slightly to the right of the camera. The background is blurred.

**LUC VAN BUSSEL, OPRICHTER VAN DE
PARTIJ VAN DE FILERIJDER:**

“Wat dit land nodig heeft, is leiderschap”

“Als ik aan een buitenlander uitleg waarom ik me hier zo druk over maak, begrijpt hij of zij dat direct. Maar een Nederlander begrijpt het niet. Of zegt het niet te begrijpen. Het lijkt wel of er een stilzwijgende afspraak is gemaakt dat we het hier vooral niet openlijk over gaan hebben. We weten allemaal dat de boel vandaag of morgen in de soep loopt. En wat doen we? Niets!”

Nederland slijbt dicht. Dat is nauwelijks nieuws te noemen. Wie een rijbewijs heeft, staat vrijwel dagelijks in de file. Het rare is dat we het lijken te accepteren. We weten niet beter. We zien de file niet als een probleem, maar als een onvermijdelijke realiteit. Het leven heeft niet langer twee zekerheden, maar drie: je gaat dood, je moet belasting betalen en je staat in de file.

Luc van Bussel heeft een Nederlands paspoort, maar groeide op in België. Hij groeide zodoende niet mee in de malaise van acceptatie. Niks onvermijdelijke zekerheid, maar een probleem dat aangepakt moet worden. Snel, daadkrachtig en met alle middelen die we kunnen bedenken – klassiek of onorthodox.

Van Bussel: “Als we niks doen, staat dit land in 2020 stil. Volgens sommige experts al in 2015. Dat is over zeven jaar. Dat is een angstaanjagend scenario. Vooral voor een distributieland als Nederland. En we laten het gewoon gebeuren. Zo’n Eurlings, die zegt: ‘Ik los de files

niet op’. Dat is hetzelfde als dat de CEO van een beursgenoteerde onderneming zegt: ‘Ik heb een probleem waardoor mijn bedrijf failliet gaat, maar ik los het niet op’. Hoelang denk je dat die man daar nog zit?”

“Waarom ik het probleem op de kaart wil zetten? Tja, iemand moet dit land blijkbaar een spiegel voorhouden. Laat ik dat dan maar doen. Mijn klanten staan in die file. Goed voor mijn business trouwens, want in de file slijten hun banden en remmen sneller dan als ze gewoon doorrijden. Maar het klopt natuurlijk niet. En daarnaast is er wellicht enige frustratie over hoe dit land wordt geregeerd. Mevrouw Kroes riep eind jaren ’80 al dat er een deltaplan voor de files moest komen. Daarna bleef het akelig stil. We zijn bijna 20 jaar verder en er gebeurde niets”.

“Het milieu? Schei nou toch uit! De klimaatshade door de files is enorm. Wat we nodig hebben is leiderschap. En als dat leiderschap niet komt vanuit de klassieke politieke partijen, dan komt het ergens anders vandaan. Dan staat er iemand op die ermee aan de haal gaat. Dat zouden we in dit land toch wel een beetje uit de recente geschiedenis geleerd moeten hebben”.

“Wat Balkende moet doen? Opstaan en zeggen dat we als mobiliteitsland bij uitstek gaan zorgen voor de beste mobiliteitsvoorzieningen

ter wereld. We halen het wegennet, Schiphol, de havens, kortom alle kritische factoren met betrekking tot mobiliteit uit het overheidsbestuur en die brengen we onder in een apart bedrijf met de overheid als aandeelhouder. Om dat bedrijf te runnen, halen we de allerbeste mensen uit de hele wereld binnen, die gaan we héél goed betalen en daarover wil ik niemand horen piepen. Als Balkenende dát zegt, krijgt hij een week lang applaus”.

Van Bussel laat het niet bij boosheid en woorden. Hij richtte de ‘Partij van de Filerijder’ op. Of het een politieke ‘one issue’ partij wordt, valt overigens nog te bezien. Er wordt gezicht naar support onder de filerijders via www.partij-vandefilerijder.nl. Daarnaast is er de Stichting Struisvogel, een ‘wake up call’ voor Den Haag en verder voor iedereen die niet weet of niet wil weten hoe groot het naderend onheil is. Half mei organiseert de stichting Het Nationale File Forum. Mark Rutte heeft al toegezegd te komen spreken. Daarnaast worden er 450 kopstukken uit binnen- en buitenland gevraagd om oplossingen aan te dragen en wordt de aftrap gegeven voor een grootschalige publiekscampagne.

<<