



Voor alle zekerheid een paar dealers gevraagd of de grote uittocht van jarenlang geknechte klanten al is begonnen.

Lucky Luc

Volgens Lou de Palingboer is de wereld al lang vergaan. En volgens Luc van Bussel zou er op 1 juni jongstleden een grote revolutie in de automarkt uitbreken. Want per die datum hoeven consumenten niet langer te zuchten onder het juk van de merkdealer. Het is nu ruim een maand later. En heeft u daar al iets van gemerkt? Ik nog niets. Dus heb ik voor alle zekerheid maar een paar bevriende merkdealers gebeld. Of er soms al een grote uittocht van jarenlang geknechte klanten is begonnen. Bij BMW en bij Mini hebben ze daar niets van gemerkt, integendeel. Bij Jaguar en Land Rover evenmin. Misschien bij de volumemerken? Ook bij de Kia- en de Opel-dealers is het lekker druk. Wie is dan die profeet Van Bussel wel? Nieuwe voorzitter van de Consumentenbond misschien? Nee. Luc van Bussel is ceo van Always-bemobile, een niet-dealerbedrijf, dat alle auto's van alle merken en van alle bouwjaren onderhoudt. Chapeau!

En het is die Van Bussel ook gelukt om eind mei een interview te geven op BNR radio, waarin hij verkondigt dat het auto-onderhoudslandenschap in Europa radicaal gaat veranderen. Kennelijk heeft de grootgaragist in een onderonsje met de dj van BNR laten vallen dat zijn universelen nu alles mogen en dat de dealer dan wel garantie verleent. Of zoiets. Met deze voorgekauwde tekst begint de BNR-papegaai zijn 'interview'. Daarmee is de toon gezet en de verwarring voor de consument compleet. En dat terwijl de wet op dit punt toch heel duidelijk is: voor garantie moet je bij je leverancier zijn, niet bij een derde. Dit is maar goed ook, want het ontbreekt de meeste universelen aan merk-specifieke kennis, de laatste informatie, het speciale gereedschap en goed passende onderdelen. Of zou Alwaysbemobile soms voor auto's van alle merken en van alle bouwjaren een universeel trainingscentrum, universeel gereedschap en een universeel magazijn hebben ontwikkeld? Niets is onmogelijk. Maar de monteurs van een merkdealer worden gemiddeld zo'n vijf (?) dagen per jaar getraind en bijgeschoold om de ontwikkelingen bij één merk bij te kunnen houden.

Bovag en RAI Vereniging hebben het effect van de babbeltruc van Lucky Luc van Bussel op BNR juist ingeschat: ene oor in, andere oor uit. En inderdaad, de revolutie is uitgebleven. Maar de dreiging is nog niet geweken. Van Bussel blijft campagne voeren met citaten uit zijn eigen onderzoekjes. En blijft blaten over monopolisten met incompetente verkoopadviseurs in paleizen langs de snelweg. Gelukkig weten goedgeïnformeerde klanten van merkdealers wel beter. En uit loyaliteit met deze klanten is het nu tijd om vaart te maken met langere garantietermijnen, all-in serviceprijzen, vechttarieven voor banden en uiteraard een gedifferentieerd werkplaatstarief. Als we dat voor elkaar hebben, zal geen mens het onderhoud van zijn auto nog aan een cowboy toevertrouwen.

Arjen de Jong, Consultant Executive Search NMC Nijssse International en voormalig directeur BMW Nederland
arjendejong@automotive-online.nl