



The RAI must go on

De kogel is door de kerk: volgend jaar hebben we weer een AutoRAI. En dat is goed nieuws voor autoliefhebbers, merkdealers en importeurs. Evenals voor Amsterdam RAI, de joint venture van RAI Vereniging en de Gemeente Amsterdam. Leuk om te weten is dat deze vereniging meer dan honderd jaar geleden is opgericht om de wildgroei aan tentoonstellingen tegen te gaan door het organiseren van één landelijke tentoonstelling. Ook toen al was versnippering niet in het belang van de automobilist, niet goed voor de merken en bovendien kostenverhogend. En dat is wel het laatste waar de branche in deze tijd op zit te wachten. Vandaar dat ik hoop dat alle merken zich loyaal aansluiten en er geen mogelijkheden zijn voor subversieve activiteiten - zoals Fleetmotive, die in 2009 spijtoptanten door de achterdeur binnenliet op haar stand. Want ook al gunnen de autoproducenten hun primeurs vaak aan Genève, Frankfurt of Parijs - de AutoRAI is en blijft onze enige echte nationale autotentoonstelling.

Wat de grootste uitdaging voor de organisatoren is, weet ik uit eigen ervaring: het in de hand houden van de wedloop om de mooiste, grootste, hoogste en daarmee ook duurste stand. AutoRAI 2015 moet een middenweg worden tussen de 'containertentoonstelling' van 2009 en de pracht- en praaltorens van eerdere edities. Want het gaat er om bezoekers de look and feel te bieden die op internet niet te beleven is, zónder de 'verkoopdruk' van een showroom. Een groot autofeest waar geen orders worden geschreven, want die leveren achteraf alleen maar gezeik over de inruil op. De doelstellingen moeten dus zijn: bezoekers in de juiste stemming brengen voor de aankoop van een nieuwe auto, serieuze prospects goede voorlichting geven en het verzamelen van sales leads voor merkdealers - die doen de zaken. In zo'n premiumomgeving is geen plaats voor ruis van grijsimporteurs, chiptuners, tupperware- en imitatieboeren.

AutoRAI 2015 is een krachtig signaal naar de markt en naar de politiek dat er betere tijden aan komen. Voor de bobo's van de RAI Vereniging een prima gelegenheid om bij de opening die snippenschietters uit Den Haag eens flink de oren te wasen. Het wordt de hoogste tijd om automobilité minder te belasten en meer te investeren in ons wegennet.

Toen al was versnippering niet in het belang van de automobilist.

37

ARJEN DE JONG, EXECUTIVE SEARCH NMC NIJSSE EN EX ALG.
DIRECTEUR BMW GROUP NL, ARJENWDEJONG@GMAIL.COM