



## Mag het ietsje meer zijn?

PSA leek op sterven na dood – en nu groeien de bomen opeens weer tot in de hemel. Zo voelde het tenminste, toen kort na de redding van PSA door de Franse overheid en het Chinese Dongfeng de eerste Europese DS World openging. Het is de magische DS merkbeleving, vertaald naar een nieuwe Corporate Identity. Mooi en vol emotie, maar wordt dit concept straks soms bij alle – dan nog levende – Citroen dealers uitgerold? En waar mag de rekening dan naar toe?

Voor mij is dat geen vraag. De ervaring leert dat de dealer binnen afzienbare tijd aan de laatste corporate identity (CI) richtlijn moet voldoen. Tenminste, als hij prijs stelt op verlenging van zijn contract. Vandaag de dag is het echter zo dat Europese merkdealers weinig tot niets meer verdienen aan nieuwe auto's en toch alle CI-grillen van de fabrikanten op de voet moeten volgen. Citroën vormt met zijn DS World daarop geen uitzondering. Vooral premium brands als Audi, BMW, MINI, Land Rover, Jaguar, Volvo en Porsche zijn weer nieuwe CI's gaan uitrollen. Zulke ontwikkelingen zijn natuurlijk al jaren gaande, alleen is het verdienmodel van de dealer in het huidige economische klimaat sterk verslechterd. Is dit dan wel zo'n gelukkig moment om dealers met dure CI-eisen op te zadelen?

In Nederland staan nu meer dan 700 garagepanden leeg – samen ruim 850.000 vierkante meter – waarvan de helft ex-merkdealerbedrijven. De koude sanering in onze branche is nog in volle gang. En hoe dramatisch soms ook: om de autodistributie echt gezond te krijgen moet het mes er nog dieper in. Flinke investeringen zijn voor merkdealers pas weer aan de orde als er een helder toekomstperspectief is met duurzaam rendement.

Diezelfde autoproducenten hebben inmiddels begrepen dat online sales het niet gaat worden, vandaar dat de merkdealer weer in beeld komt. Met werkgelegenheid voor Greeters, Product Geniussen en AudiPro's. En CI-hardware als Digital Showrooms en Powerwalls. Pas echt kostenverhogend zijn de externe CI-richtlijnen, waardoor het dealerrendement nog sterker op de tocht komt te staan. En dat terwijl de fabrikanten meer dan ooit baat hebben bij duurzaam renderende dealers. Mag het daarom nu eindelijk ietsje meer rendement zijn?

29

Door die nieuwe richtlijnen komt het dealerrendement sterker op de tocht te staan.

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