



## Geen koopman, geen toekomst

Ik wil precies weten wat er leeft in de automarkt. Dus stap ik 's ochtends ruim voor achten dealersshowrooms binnen. Met een bak koffie en een gezellig praatje krijg je dan actuele informatie. Vroeger werden er met de Speurders van de Telegraaf wijd open en de telefoon tussen oor en schouder geklemd gebruikte auto's bijgekocht. Één van mijn dealers destijds: "Zo'n Eurotax-boekje, daar heb je geen moer aan. De dagprijzen staan gewoon in de krant. Die moet je scherp in de gaten houden en er je eigen handel op sturen."

Hij handelde uitsluitend in zijn eigen merk en had een broertje dood aan winkeldochters. "Ik ben geen verzamelaar, weet je. Na hooguit zes weken trap ik de muurbloempjes de tent uit."

Als je geen verstand hebt van de gebruikte handel in je eigen merk, kun je als dealer beslist geen nieuw verkopen. "Natuurlijk moet je voldoende knickers hebben om te kunnen handelen. In je kaartenbakje kijken en je klant bellen dat zijn auto net is binnengekomen. Soms moet jouw importeur van een partijtje nieuwe af en dan moet je daar als de kippen bij zijn."

Een man naar mijn hart, die mij vaak van mijn winkeldochters heeft verlost. Hij woont al jaren in Marbella – prachtig – en hij koopt zo nu en dan nog een Telegraaf van zaterdag. Tegenwoordig staan de beeldschermen bij mijn bevriende dealers 's ochtends vroeg al wijd open. Internet als inkoop- en verkooploket voor de hele EU. Autoveilingen als afzetkanaal en digitaal referentiekader. En gecertificeerde private labels voor gebruikt van eigen merk. Zoveel salessupport heeft de branche nooit eerder gehad. En toch zijn er nog steeds merkdealers die niet begrijpen hoe de gebruikte handel vandaag werkt. Wat voor tools je ze ook geeft, ze weten het zelf altijd beter. "Gebruikt loopt nu lekker, rendement is dik in orde, dus waar zal ik me druk over maken?"

God verhoede dat de economie echt gaat aantrekken en de verkoop nieuw weer op gang komt. Dan staat bij deze slaapwagenconducteurs binnen een jaar de hele voorraad gebruikt veel te duur in de showroom. En daarmee saneren zij zelf onze branche. Want echte autoboeren hebben handelsgeest.

33

God verhoede  
dat de economie  
echt gaat  
aantrekken.

**ARJEN DE JONG**, VOORMALIG CEO BMW GROUP NEDERLAND,  
SENIOR ADVISOR BOYDEN GLOBAL EXECUTIVE SEARCH,  
ARJENWDEJONG@GMAIL.COM