



ARJEN DE JONG

Arjen de Jong heeft als voormalig CEO van BMW Group Nederland een scherpe blik op de autowereld ontwikkeld. Tegenwoordig is Arjen senior advisor bij Boyden global executive search.

# ER WAS EENS EEN AUTORAI



Begin vorige eeuw rijden er nog maar amper auto's in Nederland. Op de weg van Amsterdam naar Haarlem in 1908 hooguit twaalf per dag. We hebben dan echter al wel een nationale automobiel-tentoonstelling, die in die jaren al meer dan 20.000 bezoekers trekt. Het is een initiatief van de Vereniging Rijwiel & Automobiel Industrie, een vereniging waarvan alle auto-importeurs lid zijn – vandaag de dag de RAI Vereniging. Tot eind jaren 50 stijgt het aantal bezoekers gestaag tot 265.000. In de jaren na de Tweede Wereldoorlog is een auto voor velen nog een onbereikbare luxe, maar als de economie begin jaren zestig weer op gang komt, wil iedereen zo snel mogelijk een eigen auto. Dat blijkt ook uit de bezoekersaantallen van de AutoRAI, die met sprongen omhooggaan. Zeker als de tentoonstelling vanaf februari 1961 op de huidige locatie aan het Europaplein in Amsterdam wordt gehouden. Op de eerste AutoRAI in het nieuwe gebouw komen al 330.000 bezoekers af en de absolute top van maar liefst 553.000 bezoekers wordt in 1983 bereikt. Op en top een dagje uit voor autoliefhebbers uit het hele land. Jarenlang schommelt het aantal bezoekers tussen de 450.000 en 500.000, maar vanaf 2007 gaat het snel bergafwaarts. Datzelfde jaar besluit de RAI Vereniging om de autotentoonstelling van begin februari naar eind maart te verschuiven, omdat de meeste autofabrikanten hun nieuws angstvallig geheim houden tot de prestigieuze internationale Autosalon van Genève, begin maart. Door de AutoRAI ná de Salon van Genève te houden, is al dat autonieuws ook in Amsterdam te bewonderen. Tijdens deze eerste maartse AutoRAI in 2007 is het prachtig weer, inclusief het laatste weekend, dat ook nog eens samenvalt met Pasen. Het aantal bezoekers daalt tot 390.000 en de teleurstelling bij de exposanten is groot. De opkomst zakt in de volgende voorjaars-edities nog veel verder en het absolute dieptepunt is 2013, het jaar waarin er helemaal geen AutoRAI meer wordt gehouden. Door de nasleep van de financiële crisis en met de grote zorgen over tegenvallende verkoopaantallen vinden steeds meer auto-merken zulke tentoonstellingen te duur en te arbeidsintensief. Tien dagen tentoonstelling met een beetje beursstand op de AutoRAI kost zomaar een slordige drie miljoen euro. Verdien dat maar eens terug. Voor enkele importeurs is dat aanleiding om de beurs een keertje over te slaan. Door al deze perikelen beperken de autofabrikanten zich het liefst tot de jaarlijkse Salon van Genève en om de twee jaar de

IAA in Frankfurt en de Salon van Parijs. Volvo en Ford hebben onlangs al laten weten dat zij straks in Parijs voor het eerst niet van de partij zijn. Dat zou voor de Franse autotentoonstelling wel eens het begin van het einde kunnen betekenen. Absolute uitzondering op de trend van afnemende bezoekersaantallen is het Autosalon van Brussel, met elk jaar in januari ruim 550.000 koopgrage bezoekers. Deze fascinerende beurs vormt sinds jaar en dag de kick-off van het verkoopseizoen: boordevol nieuws en vooral beursaanbiedingen. Autoliefhebbers verheugen zich erop en gaan daarna met zo'n beursaanbieding in de hand naar de dealer. De RAI Vereniging is altijd tegenstander geweest van deze opzet, maar onze zuiderburen varen er al

---

## *De beurs moet een totaal andere opzet krijgen*

---

jaren wel bij. Dat geeft toch wel te denken, want de AutoRAI heeft alleen nog toekomst als het roer bij de importeurs rigoureuus omgaat. De Belgische succesformule zou ook in Nederland kunnen werken, maar alleen als de AutoRAI een heel andere opzet krijgt, met het Salon van Brussel als voorbeeld. Want de statussymbolen van weleer zijn de gebruiksvoorwerpen van nu: een leuke auto voor de deur is hier al jaren de gewoonste zaak van de wereld. De autokopers zijn veranderd, dus zullen de autoverkopers zich daarop moeten instellen. Bovendien zijn er in de eerste twee maanden van het jaar maar weinig leuke uitjes en is er weinig kans op mooi weer. Misschien moet de AutoRAI daarom terug naar begin februari. Maar dan wel met onweerstaanbare beursaanbiedingen. Dan is de volgende AutoRAI geen sprookje. **AW**

---

Deze gastcolumn biedt een podium aan auto-(industrie)experts. De mening van de gastcolumnisten is niet noodzakelijk die van AutoWeek.