



## Baas van eigen data

Als de gevestigde orde zich maar lang genoeg druk maakt over bijzaken, gaan nieuwkomers de hoofdzaken bepalen. Neem de afslanking van de merkdealerorganisaties en de forse groei van de aftersalesketens. Naast vrije garagisten sloten zich ook vele ex-merkdealers hierbij aan. Allemaal om de ontwikkelingen in de branche bij te kunnen benen. Want alleen met hightech apparatuur, vakkennis én data zijn auto's van nu nog te onderhouden. De overgebleven dealers moesten zwaar investeren in onder andere merkidentiteit, nieuwe verkoopprocessen, merkspecifieke diagnose-apparatuur en technici – waardoor de uurtarieven van de werkplaats omhoog gingen.

De producenten focusten zich op exotisch design en connectiviteit. En op het besparen van gewicht en daarmee brandstof. Intussen werkte Tesla door aan zijn elektrische auto's. Bijna niemand zag Elon Musk voor vol aan, totdat hij binnen twee weken na de aankondiging van Model 3 al 300 duizend pre-orders ophaalde. Die potentiële autokopers hebben de gevestigde orde wakker geschud. Goed nieuws voor al die miljoenen werknemers in de Europese auto-industrie.

Volgende fasen in de ontwikkeling van individuele mobiliteit zijn autonoom rijden en elektrische aandrijving met brandstofcel. Ontwikkelingen die hand in hand gaan met verdere digitalisering en connectiviteit. Zoals enorme datastromen tussen elke individuele auto en de fabrikant om autorijden en service steeds efficiënter en gemakkelijker te maken. Daar liggen natuurlijk enorme kansen voor mannen als Apple-baas Tim Cook. Die hebben mega-ervaring met data exploitation en artificial intelligence. En bovendien een verfrissende visie op mobiliteit. Voor zulke nieuwe toetreders met durfkapitaal, innovatief management en succesvolle verdienmodellen heeft de aartsconservatieve autobranche de deur wagenwijd opengezet. De denktanks zitten in Silicon Valley en de producenten in Azië. En tenzij de gevestigde orde zich aanpast, nemen deze wizzkids het business model van de hele automobiellindustrie op de schop.

Tijdens deze stormachtige ontwikkelingen is het deprimerend om te zien dat de Nederlandse autobranche kibbelt over auto- en gebruikersdata. Want het intellectuele eigendom van auto-data is en blijft van de producent en de consument beslist zelf over zijn privé-gegevens.

Tijdens deze stormachtige ontwikkelingen is het deprimerend om te zien dat de Nederlandse autobranche kibbelt over auto- en gebruikersdata. Want het intellectuele eigendom van auto-data is en blijft van de producent en de consument beslist zelf over zijn privé-gegevens.

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

37

De kopers van de Model 3 hebben de fabrikanten wakker geschud.