

NIELS VAN DER LEIJ EN NIELS OOSTERBAAN

De 'Jonge Honden' van ABD Sneek

GrootSneek ging langs bij ABD Renault in Sneek, sinds oktober 2013 gevestigd aan de Kolenbranderstraat 7 in Sneek en sprak daar met Niels van der Leij en Niels Oosterbaan. Ondanks hun nog relatief jonge leeftijd van respectievelijk 27 en 25 jaar zijn deze heren gepikt en gemazeld in het vak. Het nieuwe pand is centraal gelegen op zichtlocatie aan de centrale autoboulevard. Het is milieuvriendelijk gebouwd en heeft een laagdrempelige en klantvriendelijke inrichting.



NIELS VAN DER LEIJ

NIELS OOSTERBAAN



Maar al met al is het wel uniek een systeem van stapelbelastingen in Europa, die het autorijden behoorlijk negatief beïnvloedt. "Eigenlijk kun je zeggen dat de overheid in belangrijke mate bepaalt wat voor type auto wel of niet populair wordt". In 2015 worden alleen nog zogenaamde 'zero-emission' auto's vrijgesteld van de aanschafbelasting BPM, verder wordt het alleen maar strenger en ingewikkelder voor de gewone man.

"Wat Sneek betreft: wij groeien. Met name in de beginjaren was dat een beetje tegen de stroom in roeien omdat de plaatselijke dealer het met name op het aspect service liet afweten en Renault daardoor smetten op zijn blazoen opliep. We krijgen vrij veel overstappers van andere merken. Mensen zijn niet meer zo merktrouw als vroeger het geval was. Er wordt meer geshopt en dat begrijp ik wel. Je leeft maar één keer en je wilt rijden in wat je leuk vindt. En dan hebben we enorm veel mazzel gehad met Laurens van den Acker die ons een paar hele mooie modellen heeft bezorgd".

"Het elektrische segment kent nog zijn beperkingen. "Laten we voorstellen dat het rijden in een dergelijke auto een sensatie is. Stil, stiller, stil. Voor particulieren en bedrijven die hun auto(s) voor kleinere afstanden gebruiken en bovendien in een streek waar de infrastructuur qua oplaadpunten uitgebreid genoeg is, is het een fantastisch vervoermiddel. Daar zijn beide mannen het wel over eens. Het is alleen jammer dat het belastingvoordeel, de aanschafprijs en de op dit moment beperkte actieradius, voor veel geïnteresseerden nu nog een te grote 'hobbel betekenen".

Laat die jonge honden maar schuiven....

Niels van der Leij is 27 jaar oud, maar werkt desondanks al 10 jaar bij ABD. Hij heeft de IVA autoschool in Dribergen gedaan (versnelde MBO en HBO), waar hij naar eigen zeggen een mooi 'rugzakje' aan theoretische ervaring meekreeg. De praktische ervaring deed hij op in de verschillende vestigingen van de ABD holding. In oktober werd hij assistent bedrijfsleider in het nieuwe pand in Sneek.

in Sneek en Opeldealer Engelsma en Wijnia in Leeuwarden. Daar kreeg hij uiteindelijk een baan. Engelsma en Wijnia boog en kraakte onder de economische tegenwind en Niels moest uiteindelijk het veld ruimen. Hij is overigens maar een paar uur werkloos geweest, want hij ontving een telefoontje van ABD directeur Wybe Kooistra en kon de volgende dag aan de slag bij ABD in Sneek.

Niels Oosterbaan, inderdaad de zoon van Wijnberg-bedrijfsleider Roelof Oosterbaan, is al vanaf zijn 15e gek van auto's. Dat begon met auto's wassen na schooltijd en op zaterdag bij Auto Joure. Hij wist zeker dat hij verder wilde in de automotive branche toen hij op 16-jarige leeftijd zijn eerste auto verkocht. Studeerde aan de autoschool in Heerenveen en liep stage bij achterenvolgens Citroendealer Auto Poiesz

Gladde jongens-imago?
"Autoverkopers hebben inderdaad nog steeds dat imago", vertelt van der Leij. "Dat heeft enerzijds te maken met de sjoemelaars, die je weliswaar in elke branche tegenkomt, maar omdat het bij auto's vaak om duizenden euro's gaat, doet het extra pijn als je tegen zo'n garantie-tot-de-hoek geval aanloopt. Anderzijds zijn het in de meeste branches de wat gemakkelijker pra-

tende mensen met een vlotte uitstraling die in dat soort beroepen terecht komen. Voor ons is het een extra uitdaging om dat etiketje te doorbreken en met een waarachtige servicegerichte en klantvriendelijke houding van kijkers kopers te maken. Mensen die terugkomen. Klanten zijn nog steeds koning en daarom ook groeit ABD nog steeds tegen de stroom in. Dat zegt iedereen natuurlijk, maar wij proberen het ook uit te stralen.

Renault zit met een marktaandeel van ruim 10 procent in de top vijf van alle merken. Met name de Twingo, Clio en de Captur, ontworpen door de Nederlander Laurens van den Acker, zijn daar verantwoordelijk voor geweest, maar je ziet plaatselijk hele grote verschillen. In Friesland zien we nog steeds kleinere dealers verdwijnen terwijl ABD juist tegen de trend in onlangs een extra filiaal

heeft geopend in Dokkum, zodat we ook in dat verzorgingsgebied vertegenwoordigd zijn. Een andere verschuiving die we zien is dat de kleinere auto's steeds completer worden. Dat zijn dan ook de hardlopers qua nieuwe (particuliere) verkopen. Daarnaast zijn wij heel actief in grotere auto's waar de kop net af is. En doordat je een behoorlijke schaalgrootte hebt kun je soms de hand leggen op een interessante partij van een kleinere dealer, die het niet meer kan bolwerken.

Overheid bepaalt

De overheid belast de automobilist op meerdere manieren: voor de aanschaf van een auto, het bezit van een auto, voor het privégebruik van een auto van de zaak en voor het verbruiken van brandstof. Daar staat tegenover dat je fiscaal voordeel kunt behalen, als je een auto koopt die weinig CO2 uitstoot.

Online winkels, de nieuwe zeepbel?

Dit is de eerste column uit een serie van het Sneeker internetbedrijf Everlake. Dit keer geschreven door Dirk Jan Pheifer, eigenaar en oprichter. Everlake is toonaangevend in e-commerce. Ze hebben 7 webwinkels en houden kantoor in Sneek met 5 personeelsleden. Via de columns in GrootSneek zullen ze u meer leren over online winkelen.

We hebben al verschillende zeepbellen in het verleden gehad. Waarschijnlijk herinnert u zich de internet zeepbel rond de eeuwwisseling of de recente huizenprijzen zeepbel. Een zeepbel ontstaat op het moment dat de inkomsten niet in verhouding staan tot de gemaakte schulden.

Zo is het ook bij veel webwinkels momenteel. Uit recent onderzoek blijkt dat één op de drie Nederlandse webwinkels nog nooit winst heeft gemaakt! Kunt u dit voorstellen? Daarnaast kan ruim 80% van de webwinkels de eigenaren geen (modaal) salaris uitkeren. Concluderend kan ik zeggen dat 80-90% van alle webwinkels verliesgevend zijn, zeker als de factor tijd wordt meegerekend! Deze lage prijzen geeft een oneerlijke concurrentie

voor de winkels in de winkelstraat. Zij moeten in veel gevallen hun verkoopprijzen aanpassen aan de (lagere) online prijzen.

Bij Everlake is dit totaal anders. Wij zijn in 6 jaar tijd de Nederlandse marktleider in onderhoudsmiddelen voor koffie- en espressomachines geworden en zijn winstgevend! Dit zijn we niet geworden door altijd de goedkoopste te zijn, maar juist door de beste te zijn. Voordelige prijzen, uitmuntende klantenservice, kwaliteit en snelheid in aflevering zorgen voor de beste service naar onze klanten.

In de komende 5 jaar voorzie ik dat veel webwinkels de deuren zullen sluiten. Grote spelers zoals Bol.com, Amazon en Wehkamp zullen hun marktaandeel verder vergroten ten koste van de kleine spelers. Alleen kleine webwinkels die expert in hun vakgebied zijn zullen blijven bestaan. Bent u van plan een (web)winkel te starten of heeft u er één? Neem dan mijn advies aan: Richt je op de beste service in plaats van mee te gaan in de prijsdruk!

DIRK JAN PHEIFER, eigenaar en oprichter Everlake

COLUMN

