

Het is vandaag een bijzondere dag...

Overigens staat mijn hele verhaal op "[mijn.bovag.nl/hoe](http://mijn.bovag.nl/hoe)", dus u hoeft niet mee te schrijven...

Een bijzondere dag omdat wij vandaag bijna 1000 gasten hier in huis hebben. Meer leden dan vorig jaar, vaak samen met partner, gasten van BOVAG en directies of management van bedrijven die een directe band hebben met het onafhankelijke autobedrijf. Met een speciaal woord van dank voor onze partners Bovemij, RDC, PartsPoint, Marktplaats en Sator. Bijna 1000 gasten, dat is zeker een mijlpaal en iets om met z'n allen heel erg trots op te zijn. Dat betekent dat het OAB leeft.

Dat merken wij door de groei van de afdeling OAB. Nog steeds groeien wij in ledental en komen er meer en vooral jonge ondernemers bij. Ambitieuze en enthousiaste ondernemers met een duidelijk doel en plan. Of nieuwe groepen ondernemers, zoals specialisten in restauratie van auto's en de internationale groothandel. Ondernemers die toekomst zien in het onafhankelijke autobedrijf en voor wie het belang van een grote en sterke BOVAG heel belangrijk is. En BOVAG is natuurlijk een ijzersterk merk.

Ik vind het geweldig dat vandaag Adriaan Roggeveen spreker is op ons congres. Iemand met een lange en respectabele staat van dienst, met heel veel kennis en een uitgesproken visie op de branche. Iemand van de kansen en niet van de bedreigingen.

En van de kansen, daar ben ik ook van!

Waarom ik blij ben met die grote opkomst vandaag is omdat wij daarmee in een klap contact hebben met veel leden en kunnen vertellen wat er speelt. Het allermoeilijkste van mijn job als voorzitter vind ik het bereiken van alle leden. Immers we lezen met z'n allen niet meer.....en als we dat nog doen is het veelal snel even op de smartphone. Dus onze regiobijeenkomsten, het jaarcongres en de contacten met de buitendienst van BOVAG worden steeds belangrijker. Ik wil u dan ook op het hart drukken om nog meer gebruik te maken van die mogelijkheden. U neemt zo het snelst alle informatie op. En neem zelf het initiatief met vragen aan de buitendienst of onze afdeling 'ledenadvies'. Zij weten alles of kunnen u de weg wijzen. Ook daarom bent u lid van BOVAG.

Ik begrijp heel goed dat het voor u als ondernemer tegenwoordig niet altijd even makkelijk is. Tuurlijk, over het algemeen gaan de zaken weer beter of zelfs goed, het is weer drukker in de werkplaats en u moet alle zeilen bijzetten om alles op tijd voor elkaar te krijgen. Steeds meer zijn er de geluiden over een tekort aan goede gekwalificeerde medewerkers.

En ondertussen verandert de wereld ook nog razendsnel om ons heen. Als ik alles moet geloven rijden we binnenkort alleen nog maar elektrisch, doen we alle zaken alleen maar online, worden auto's niet meer gekocht, maar delen we alles en gaan de autofabrikanten bepalen wie, wat en wanneer aan een auto mag sleutelen.

Wat betekent dat voor u? Wat kunt u daar zelf allemaal aan doen? En gaat dat echt allemaal gebeuren?

Elektrisch rijden is er al en het wordt meer. Ik kom niet uit een ei en ben ook niet uit de kerstboom gevallen, maar er rijden op dit moment in Nederland 8,2 mio personenauto's en ca 900.000 busjes. Samen verkopen we jaarlijks gemiddeld ca 400.000 nieuwe auto's. Dus als we vanaf vandaag alleen nog maar nieuwe elektrische auto's zouden gaan verkopen duurt

het nog ruim 20 jaar voordat het hele wagenpark vervangen is. U begrijpt, net als ik, dat het wagenpark de komende jaren nog heel divers zal blijven.

Wel doet BOVAG op dit moment onderzoek naar de consequenties van elektrisch rijden voor de werkplaats. Interessante ontwikkeling, daarover zullen wij u binnenkort informeren.

Natuurlijk gaan de zaken tegenwoordig steeds meer online. Mijn zoons, midden 20, en hun vriendinnen doen alles met de smartphone. Zij vinden het normaal dat bedrijven daarop inspelen. Zij storen zich niet aan de bedrijven die dat niet doen, maar zoeken simpelweg naar bedrijven die wel online werken. En wie dat dus niet doet, zal de boot echt gaan missen. Het selecteert zich vanzelf. Marktplaats, vandaag hier aanwezig, heeft hier veel informatie over. Als u niet binnen 24 minuten(!) reageert op een online verzoek.... weg kans. En online zaken doen is niet alleen auto's verkopen, maar ook afspraken maken voor de werkplaats. Wanneer worden de meeste leads gemist door het autobedrijf?

's Middags tussen 12 en 13, als wij blijkbaar ons bammetje eten en tussen 17 en 18 uur als wij druk zijn met klanten die auto's ophalen oid. Als dit nu zo is, betekent dit dat u zich mag aanpassen, want de wereld om u heen, die doet dat echt niet aan u.

BOVAG heeft een heel programma voor u, DenkVooruitDenkDigitaal, dat u kan helpen om die stappen te zetten.

Vorig jaar heb ik u verteld dat wij mevrouw Szychowska naar Nederland hebben gehaald. Zij is bij de EC in Brussel verantwoordelijk voor automotive. Haar directe en scherpe vraag aan ons over de rol van het OAB in de toekomst, hebben wij samen met onze collega's in UK en Duitsland beantwoord. McKinsey heeft ons hierbij geholpen. Dat kost serieus geld, maar zo werkt dat nu eenmaal.

Het marktaandeel van het OAB in de aftersalesomzet is bij ons en in de meeste landen om ons heen, nog steeds meer dan 60%. Wij met z'n allen zijn dus nog steeds een belangrijke speler en dat is, wederom nog steeds, een mooie positie. Volgens McKinsey geven consumenten 5 belangrijke redenen aan waarom zij kiezen voor het OAB:

(1)Vertrouwen in kwaliteit en betrouwbaarheid, (2)Flexibiliteit, (3)Objectiviteit, (4)Prijs, value for money, (5)Nabijheid. U heeft dat net in de animatiefilm kunnen zien.

Maar er zijn natuurlijk ook bedreigingen voor die goede positie van ons. De techniek van de nieuwe auto ontwikkelt zich en wordt complexer. De toegang tot de techniek van de auto en tot technische informatie voor reparatie wordt steeds lastiger. Dit vraagt van u een andere benadering. Jasper Steffens heeft namens BOVAG onderzoek gedaan en de alternatieven in kaart gebracht, zoals u vanmiddag in zijn workshop heeft kunnen horen. Er is nu al meer mogelijk dan u denkt!

Dat u al deze kennis in uw eigen bedrijf op niveau kunt houden, dat lijkt mij een utopie. Het vraagt dus om samenwerken met collega's en partners. Daarvan heeft u vanmiddag in een van de workshops voorbeelden kunnen zien en horen.

Het vraagt ook om specialiseren. En specialiseren kan op meerdere manieren, in een bepaalde techniek, een bepaald soort reparatie of in een merk.

En het vraagt om goed geschoolde vakmensen. Even in de spiegel kijken? Wie durft er keihard te roepen dat hij jaarlijks een strak scholingsprogramma heeft? Voor uzelf en voor uw mensen. Daarom is Automotive Academy hier vandaag. Maar Innovam kan natuurlijk ook of een van de andere aanbieders. Maar pak het aub op of laat de loopbaancoaches van BOVAG u helpen!

U bent de ondernemer, het boegbeeld van uw bedrijf. Doen uw medewerkers mee? Zijn zij er klaar voor? Heeft de workshop van Karl Raats vanmiddag zijn doel bereikt bij u?

Welke rol wilt u met uw bedrijf spelen in de directe toekomst? Waarmee onderscheidt u zich? Wat is uw specifieke kwaliteit? Alle collega's in uw directe omgeving roepen hetzelfde: kwaliteit, service, een eerlijke prijs, wij zijn betrouwbaar en objectief. Dus daarmee onderscheidt u zich niet, denk ik? Waarin bent u echt goed? Als u voor uw bedrijf staat, aan de overkant van de straat, wat ziet u dan? Zou u klant willen zijn bij dat bedrijf? BOVAG kan u helpen en heeft hiervoor een programma op maat: 'Mijn Toekomst'.

Er zijn belangrijke ontwikkelingen in de autowereld waar uzelf niet direct invloed op heeft, maar samen met BOVAG wel.

RDW is bezig de regelgeving te moderniseren, ook in samenspraak met BOVAG. Een van de voordelen voor u is dat het sanctiebeleid eerlijker is geworden.

Autofabrikanten benutten de mogelijkheden van Telematica, om direct contact te gaan onderhouden met de berijders. Een heel zorgelijke ontwikkeling voor de retail, voor u. En met enorme gevolgen voor allerlei businessmodellen, als slechts een paar partijen die markt gaan bepalen. BOVAG heeft hier een heldere visie op en bepleit dit in Brussel, samen met partners als bv Figiefa, van de grote onderdelenleveranciers. Immers wij allen hebben hetzelfde belang. En dat is het belang van de retail. En de retail, dat is een hele grote belangrijke werkgever in Nederland en in Europa.

Daarvoor voert BOVAG een sterke lobby in Brussel.

Dit jaar zijn wij met een aantal leden naar San Francisco geweest. Nieuwe types bedrijven gezien, bezocht en gesproken. Succes story's en mislukkingen. Videoverslagen staan overigens op 'mijn.bovag.nl'. Wat je heel duidelijk ziet is de opkomst van nieuwe spelers of platformen tussen u en de consument. Denk daarbij aan iets als 'Booking.com', 'CoolBlue', 'Thuisbezorgd.nl' en 'Ik wil van mijn auto af.nl'.

Vorige maand was ik een lang weekend op Vlieland. Geboekt, online en rechtstreeks via hun eigen site. Als reactie kreeg ik een bedankje, maar en dat is belangrijk, ook dat ik rechtstreeks bij hun geboekt had, via hun eigen site. Want dat scheelt natuurlijk afdracht aan zo'n tussenpersoon. En die is niet misselijk weet ik toevallig.

Denkt u zich eens in hoe dit in onze wereld kan worden toegepast. Technisch gezien is dat appeltje, eitje. Wat kunt u daar aan doen?

Door te zorgen dat u direct contact heeft en houdt met uw klant. En, ik weet het, ik heb het vaak genoemd, het is mijn stokpaardje, maar ik kan het niet vaak genoeg herhalen. Wij kunnen wel zorgelijk kijken naar de fabrikant, die de berijder rechtstreeks in de auto gaat benaderen. Maar hoe vaak benadert u uw klant? En waarmee? En met de juiste informatie? Waarom de klant graag bij u komt is duidelijk. McKinsey heeft dat, zoals ik net heb genoemd, onderschreven. Maar uzelf? De wereld verandert. De klant komt niet meer, net als vroeger, automatisch langs. Wat doet u voor uw klant? Ik hoop dat de workshop van Philip Walkate vanmiddag, u aan het denken heeft gezet en u op ideeën heeft gebracht. En waarover u ook eens zou kunnen nadenken is om alle klanten een autoverzekering van de BOVEMIJ aan te bieden. Want dat brengt niet alleen provisie, maar het is ook en vooral een klantenbinder!

De wereld om ons heen verandert. Nieuwe spelers op de markt. Bynco is daar een voorbeeld van. Daarom hebben wij vandaag Jeroen Veldman uitgenodigd. Wordt het een succes, ik weet het niet. Onderschatten? Natuurlijk niet! Biedt het kansen? Dat kan heel goed.

Dames en heren, de grote kracht van uw bedrijf is dat u altijd klaar staat voor uw klanten, dat u mee beweegt met de markt en de veranderende omstandigheden.

Dat heeft u gebracht tot waar u nu staat, samen met BOVAG. U staat heel dicht bij uw klanten. Dat is een grote kwaliteit.

Daarom heb ik alle vertrouwen in de toekomst van het OAB, in u!

1.10