

## MERCEDES-BENZ SL | MICHIEL WILLEBRANDS

# HET VERLEDEN MAAKT DE TOEKOMST

**H**oe onderscheid je je als autofabrikant tegenwoordig nog van de grote massa? Waarom zou de consument een Opel kopen en geen Hyundai? Waarin verschilt een BMW van een Audi? De auto's rijden stuk voor stuk uitstekend, ze zien er goed uit en presteren allemaal ongeveer hetzelfde. Wat geeft dan de doorslag om toch voor merk A te kiezen en niet voor B? In ieder geval zijn het niet de holle marketing-slogans als 'passion for life', 'go further' of 'now is calling', waarmee klanten naar de showroom worden gelokt. Nee, waar het écht om gaat, is imago. En dat kun je niet even op

vrijdagmiddag bij een reclamebureau bestellen. Dat bouw je op en dat kost jaren, vaak zelfs decennia.

De geschiedenis bepaalt het beeld dat consumenten vandaag de dag van je merk hebben. Daar willen ze mee geassocieerd worden of niet. En autofabrikanten realiseren zich steeds meer dat hun 'heritage' een uitstekend middel is om aan klantenbinding te doen. Een aantal (veelal Duitse) merken is hiermee al langer bezig, maar ook bij bijvoorbeeld Lamborghini kun je in de 'Polo Storico' terecht voor documentatie, onderhoud en restauratie van je klassieke vechtstier. BMW

opende afgelopen jaar op het terrein van hun oude fabrieken een volledig nieuw hoofdkwartier voor de Classic-afdeling, waar het ook mogelijk is om een oude BMW te huren voor een ritje door de omgeving, om aan den lijve te ondervinden waar de basis van het 'Freude am Fahren' ligt. Wie zich beter thuis voelt bij de concurrent uit Stuttgart, kan zichzelf trakteren op een vierdaagse rondrit per klassieke Mercedes SL door de mooiste gebieden van Zuid-Europa.

Ook in Nederland worden de echte klassiekers, dus ouder dan 40 jaar en mrb-vrij, steeds populairder. Daardoor ontstaat er in ons land een steeds grotere behoefte aan vakmensen die weten hoe je met deze categorie auto's moet omgaan.

Zo trof ik bij Cor Millenaar in Aalsmeer, 'Official classic partner' van Mercedes-Benz, niet alleen een showroom vol gebruikte G-classes en SL's aan, maar ook een werkplaats waar klassieke Benzen in allerlei soorten en maten worden onderhouden of compleet gerestaureerd. Er werken ruim 20 mensen en er staan vacatures uit voor monteurs die raad weten met 'oud spul'. De SL 350 uit 1977 die ik er leende voor een proefrit was zeker niet het fraaiste exemplaar dat er stond, maar wel prima in staat om er moeiteloos mee door met het moderne verkeer te kruisen. Een klassieke Mercedes zoals deze lijkt voor de eeuwigheid gemaakt, zo solide voelt alles aan. Voor een kwart van de prijs van een nieuwe SL heb je hem al. Daarmee rijd je in een imagomaker en een karakterbak van je-welste. Daar is geen reclamebureau aan te pas gekomen.



## KIA NIRO | ROLAND TAMELING

# OVER CROSS-OVERS EN KOREANEN

**A**udi kwam met de Q2, Bentley bracht de Bentayga op de markt, Range Rover presenteerde de Evoque Convertible, Volkswagen Group introduceerde de Tiguan, Kodiaq en Ateca, Toyota stuurde de verrassende CH-R de weg op ... En zo ging het maar door! Het mag duidelijk zijn: één van de meest zichtbare autotrends van 2016 is de onstuitbare opmars van cross-overs. De stijgende lijn was al zichtbaar, maar het afgelopen jaar is zo'n beetje elk automerk met een model gekomen dat het midden houdt tussen een hatchback, een SUV en een stationcar. Opvallend is ook dat de trend zich over alle segmenten uitstrekt; in het A-segment is de Suzuki Ignis een opmerkelijke nieuwkomer, maar ook in het absolute topsegment (denk aan die Bentley) wil-

len autokopers modellen die van alle markten thuis zijn. En de autobranche? Die bedient de klant op zijn wenken. Een andere constatering die we graag willen benoemen, is de innovatiekracht van de Koreaanse automerken. Niet alleen heeft Hyundai met de Ioniq een auto uitgebracht die goed genoeg is om de Toyota Prius het leven zuur te maken, het bedrijf wedt bovendien op meerdere paarden door drie aandrijflijnen aan te bieden. In Korea krijgen ze het voor elkaar om dit soort ideeën met indrukwekkende slagkracht realiteit te maken. Dat maakt Zuid-Korea een geduchte concurrent voor andere autobouwers, zeker ook voor doorgaans wat bedachtzame bedrijven zoals Toyota. Nagenoeg elk model dat de Koreanen introduceren, blijkt

51  
52

21 DEC 2016 - 4 JAN 2017  
27e jaargang



BMW X2 (2017):  
DIT IS WAT WE NU WETEN

# Auto Week

MEMBER OF THE **Auto Bild** FAMILY

# Vol energie naar 2017



**GEEN HOOFDPRIJS GEWONNEN? DUBBELTES**  
10 JAAR OUDE LAMBORGHINI EN FERRARI  
EERSTE INDRUKKEN VAN **OPEL AMPERA-**  
**| VERWENNERIJ OP TOPSNELHEID: PORSCHE**  
PANAMERA TURBO - AUDI S8 PLUS | **EERST**  
RIJTEST HONDA CIVIC - LAND ROVE  
DISCOVERY - RENAULT ZO



**MULTITEST AUDI Q2 - PEUGEOT**  
3008 - TOYOTA C-HR - VOLKSWAGEN  
TIGUAN | **DJ-DUO BLASTERJAXX:**  
'EEN AUTO MOET BALLEN HEBBEN.'



€ 4,95 - BE € 4,95 - REST VAN EUROPA € 4,95



8 710841 111002 15116 AP