

GEVAT



EG
Group

JUNI 2020

#32

IN GESPREK MET...

De regionale Texaco
distributeurs

BETROUWBARE KWALITEIT

Texaco: een rijke
historie

PARTNERSHIP

Voordelen van de
GO tankpas - WEX

DISTRIBUTIE TOT IN DE HAARVATEN

Zo dichtbij als mogelijk

Als er één ding duidelijk is geworden in de afgelopen periode waarin de wereld in de ban is van de corona-pandemie, dan is het wel dat er altijd factoren zijn waar je weinig of helemaal géén invloed op uit kunt oefenen.

In deze editie kijken we daarom graag met u naar de initiatieven waar wij als EG Group wél invloed op hebben. Zo maken wij in onze weg naar de toekomst bewuste keuzes in onze samenwerkingen met partners. De samenwerking met WEX als tankpasaanbieder is hier één van. In deze editie leest u meer wat zij voor u kunnen betekenen op weg naar een duurzame toekomst.

Daarnaast voeren wij als EG Group een multi-brand strategie en zijn we, onder andere in de Benelux, hoofddistributeur van Texaco: een brandstoffen- en smeermiddelenmerk dat door zowel consumenten als distributeurs zeer wordt gewaardeerd door de rijke historie en kwalitatieve producten.

We hebben ervoor gekozen om het merk Texaco extra aandacht te geven. Om dat zo slagvaardig mogelijk te doen zijn we distributieovereenkomsten aangegaan met drie partnerbedrijven in Nederland: PK Olie uit Krimpen aan den IJssel voor Zuid-Holland en Utrecht, De Pooter Olie uit Terneuzen voor het zuidwesten van Nederland en België en Veenema Olie uit Sneek voor het noorden van Nederland.

Stuk voor stuk bedrijven met een sterke familieband en betrouwbare reputatie.

De distributeurs werken regionaal en spreken de lokale taal. Omdat ze ook landelijk werkende klanten hebben, schakelen ze daar waar nodig met een collega-distributeur om een klant die werkzaamheden buiten hun regio heeft, optimaal te bedienen. Een oplossing die in de praktijk snel en effectief blijkt te werken. Het is de kunst elkaar iets te gunnen om de klant zo goed mogelijk te kunnen bedienen.

Families werken dus samen met andere families, die uit hetzelfde hout gesneden zijn. Daarmee staan zij samen voor betrouwbaarheid, kwaliteit en optimale service; waarden waar ook het merk Texaco voor staat.

Als hoofddistributeur is het onze rol om de distributeurs zodanig te ondersteunen opdat zij hun handen vrij hebben om u alle aandacht te geven.

De gekozen strategie, in combinatie met een open overlegstructuur tussen alle betrokkenen, staat in onze visie garant voor een heldere en gezonde toekomst.

Het zijn bijzondere tijden: waar mogelijk helpen wij u graag.

Met vriendelijke groet,

JURGEN ARTZ
MANAGING DIRECTOR EG FUEL - EUROPE



Officiële Texaco distributeurs aan het woord:

ZUID-HOLLAND EN UTRECHT

PK OLIE

Marcel Kerpel (50) is gepokt en gemazeld in de olie- en brandstoffenmarkt. Zijn eerste stappen in deze wereld waren in 1994 bij het toenmalige DGV Olie (later opgegaan in wat nu EG Group is-red.). Het begin was, zoals Marcel het zelf omschrijft, 'wat minder gestructureerd'. Al doende leert men, zo ook Marcel. Het ondernemersbloed begon te stromen en in 2011 is hij, samen met zakenpartner Michael Pouw, PK (Pouw Kerpel) Olie gestart. Een jaar na de oprichting ging Marcel alleen verder; de bedrijfsnaam bleef gehandhaafd.

En zo ook de filosofie achter het bedrijf. **Marcel:** "Ik vond vanaf het begin dat mensen zakendoen met mensen. En dat vind ik nog steeds. Misschien nu nog wel meer dan toen. Dat betekent in de praktijk dat je moet weten wat iemand bezighoudt en wat hem of haar helpt. Bereikbaar zijn op het moment dat een klant je nodig heeft, hoort daar ook bij. Ik ben in 2011 als enige medewerker begonnen, maar inmiddels runnen we het bedrijf met negen mensen, waaronder mijn vrouw Patricia en mijn neef Mark Kerpel, die mijn rechterhand is. Met elkaar beleveren we met vijf tankwagens klanten in Zuid-Holland en Utrecht."

ACQUISITIE

Nieuwe klanten werven; voor de één een nachtmerrie, voor de ander een uitdaging. **Marcel:** "In mijn beginjaren in de



Marcel Kerpel

olie- en brandstoffenwereld vond ik het werven van nieuwe klanten lastig. Als je ongeduldig bent, is dat ook logisch. Ik heb het echt moeten leren. Potentiële klanten vragen zich altijd af: 'Waarom zou ik bij jou kopen?'. Als je daar een goed antwoord op hebt, wordt de kans van slagen groter. Inleven in de klant is daarbij heel belangrijk. Doe je dat niet, dan is het einde verhaal. En in mijn ogen is dat dan ook terecht. En ja, soms duurt het lang voordat een prospect een klant wordt."

'WE GAAN ER WAT MOOIS VAN MAKEN!'

TOEKOMSTPLANNEN

Marcel: "We kunnen zeker nog groeien, hoewel ik van mening ben dat groeien om te groeien niet zaligmakend is. Onze kracht is dat we alle klanten door en door kennen. Zouden we te hard groeien, dan is het risico dat we minder binding met de klanten hebben en dat is het mij niet waard. Ik ga liever voor kwaliteit dan voor kwantiteit en geniet ervan als we de klant met oplossingen verrassen."

Het verworven distributeurschap van Texaco past perfect in het bieden van de ideale oplossing."

PK OLIE
- Sinds 2011
- Uitvalsbasis Krimpen aan den IJssel
- 9 medewerkers
- 5 vaste chauffeurs

Lees verder op pagina 4

ZEELAND EN BELGIË

DE POOTER OLIE

Als je vandaag de dag een bedrijf begint, heet het al snel een 'start-up'. Vroeger 'begon je gewoon'. Met twee voeten op de grond of in de (Zeeuwse) klei, zoals opa (Maarten Jan) De Pooter zo'n 60 jaar geleden in Terneuzen met de verkoop van huisbrandolie en brandstof voor de landbouw. Vader Michiel nam het bedrijf als 17-jarige over. Enig improvisatietalent was wel gewenst, want zelf de brandstof rondbrengen was zonder rijbewijs geen optie. De aangenomen chauffeur bood uitkomst.

Zo gaat dat bij ondernemers: ze spelen in op de marktontwikkelingen. De toename van het aantal auto's op de weg bracht vader Michiel op het idee om een eigen tankstation te openen en verder brandstoffen te distribueren naar derden.

De huidige directie van De Pooter Olie zit al enige tijd 'in de zaak': **Maarten** (54) vanaf 1983 en **Joost** (50) volgde niet veel later. In 1997 hebben zij de aandelen van hun vader overgenomen. Daarmee was Michiel niet uit beeld. Nog steeds is hij regelmatig op kantoor om het welbekende praatje te maken. Dit is typerend voor de sfeer binnen het familiebedrijf De Pooter, waar de bedrijfsleiding in handen is van Lynda, de vrouw van Joost.

GESCHEIDEN EN TOCH BIJ ELKAAR

Maarten: "Binnen DPO hebben we de werkzaamheden zoveel als mogelijk gescheiden; ieder doet waar hij/ zij goed in is. Het dagelijks bijpraten betekent dat iedereen op de hoogte is van wat er speelt. Joost is, logisch gezien zijn achtergrond als chef-monteur, meer technisch bezig. Ik richt mij meer op de verkoop en kijk waar daarvoor de kansen liggen."

MARKETING & COMMUNICATIE

Doen waar je goed in bent en voor de dingen waar je minder goed in bent, support zoeken. Dat is niet iedere -eigenzinnige- ondernemer gegeven. Zo wel bij De Pooter: een paar jaar geleden is er speciaal iemand aangesteld voor de Marketing & Communicatie. Die functie wordt sinds een jaar door Ines van Bommel (24) verzorgd. **Ines:** "Toen ik klaar was met mijn studie zocht ik een baan die bij voorkeur iets met auto's moest hebben. De vacature van DPO was op mijn lijf geschreven. Vanaf het eerste moment heb ik mij hier thuis gevoeld."

Maarten: "Joost en ik hebben veel aan teamsport gedaan (waterpolo en zeilen-red.). Ook daar moet je het samen doen. Samen winnen en samen verliezen (hoewel ik in dat laatste niet het sterkste ben). Bij een bedrijf is dat niet anders. Iedereen heeft een bijdrage in het resultaat. Dat gaat het beste als iedereen elkaar serieus neemt en elkaar aanspreekt. Inclusief de directie."

TRANSITIE

Energietransitie staat vaak hoog op de agenda, ook bij DPO. Binnen haar vakgebied heeft Ines nog een andere uitdaging: de communicatietransitie. **Ines:** "We willen een hogere



Maarten de Pooter



Joost de Pooter



Ines van Bommel

naamsbekendheid en meer jongeren bij DPO betrekken. Als zij zich thuis voelen bij ons, dan ontstaat er een band en komt er dus ook verkoop. We hebben nu een tankpas die bij circa 400 stations in Nederland geaccepteerd wordt, maar we willen verder gaan dan dat wat er nu is. Toegevoegde waarde leveren bij onze acht onbemande tankstations is wat lastiger, maar de zeven bemande tankstations geven veel ruimte om dat wel te doen. Persoonlijk contact en speciale (gepersonaliseerde) aanbiedingen worden -ook door jongere klanten- zeer gewaardeerd. Om hen goed te bereiken kijken we of we een app voor die doelgroep kunnen ontwikkelen." **Maarten:** "Omdat Ines de leeftijd van de nieuwe doelgroep heeft, voelt ze die sneller en beter aan. Dat inspireert ons ook weer. En al zijn Joost en ik de directie, die inspiratie van collega's als Ines brengt ons ook weer op ideeën."

'JE KUNT NIET ZEILEN OP DE WIND VAN GISTEREN'

KLANTEN

DPO verzorgt de levering van smeermiddelen en brandstoffen in een straal van circa 100 kilometer rondom Terneuzen. **Ines:** "Hoe groot of hoe klein een klant ook is, bij DPO gaan we ervan uit dat iedereen de passende aandacht moet krijgen. Om te weten of we het naar hun wens doen, sturen we regelmatig een enquête uit. De uitslagen bespreken we intern en waar mogelijk en wenselijk passen we onze werkwijze aan. Daarbij horen en zien onze chauffeurs ook veel; zij zijn een zeer waardevolle bron van informatie."

Een klant die een extra service van DPO afneemt is Dow Chemical. **Maarten:** "We hebben vijf mensen permanent bij Dow Chemical gedetacheerd. Eén man werkt in het laboratorium en de andere vier vormen de smeerploeg die, onder leiding van Joost, het smeersonderhoud van een aantal plants voor haar rekening neemt."

POMPEN

DPO heeft zeven bemande en acht onbemande tankstations in de regio. **Maarten:** "Ieder bemand station heeft een eigen

klantenprofiel. Daar moet je op inspelen door de juiste mensen daar te laten werken. Die zijn de ziel van het station. Zouden zij er niet zijn, dan is er voor de klant geen reden om bij een bemand tankstation te gaan tanken. Een gemiste kans in dat geval, want klanten die komen tanken kopen vaak meer dan alleen brandstof."

BEKENDHEID

Hoewel ze zich bij DPO realiseren dat er elke dag gepresteerd moet worden ('Je kunt niet zeilen op de wind van gisteren') hebben ze wel een fraaie reputatie opgebouwd waar ze zeer trots op zijn. **Maarten:** "We staan in deze regio bekend als 'de jongens van DPO'. Daarmee worden overigens niet alleen de directieleden bedoeld, maar alle -mannelijke én vrouwelijke- medewerkers. En die zich op hun beurt, ook zo voelen. Maar we weten ook dat vertrouwen te voet komt en te paard gaat."

ONTWIKKELINGEN

Het is duidelijk: in Zeeland bruist het. Wat zijn de verwachtingen voor de toekomst?

Ines: "We kijken naar de ontwikkelingen in de wereld om ons heen. Wat gebeurt daar? Wat kunnen we daarvan leren? Wat kunnen we daarvan doorvertalen naar onze wereld? We hebben al een paar plannen op de plank liggen; wanneer die naar buiten komen, laat ik nog even in het midden."

Maarten: "Wij zien de overeenkomst met EG Group als een bevestiging dat we op de goede weg zijn. Wat ons met name aanspreekt, is dat je hier met recht over een samenwerking kunt spreken: we stemmen het landelijke en lokale beleid op elkaar af. Dé manier om te winnen."

DE POOTER OLIE

- Sinds 1960
- Uitvalsbasis Terneuzen
- 67 medewerkers in totaal
- 5 vaste chauffeurs
- 15 tankstations (Nederland en België)

Lees verder op pagina 8



1901



1907



1909



1913



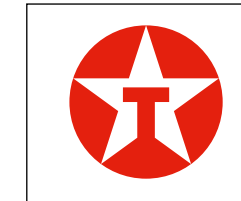
1936



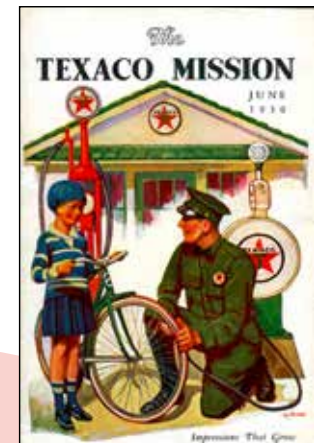
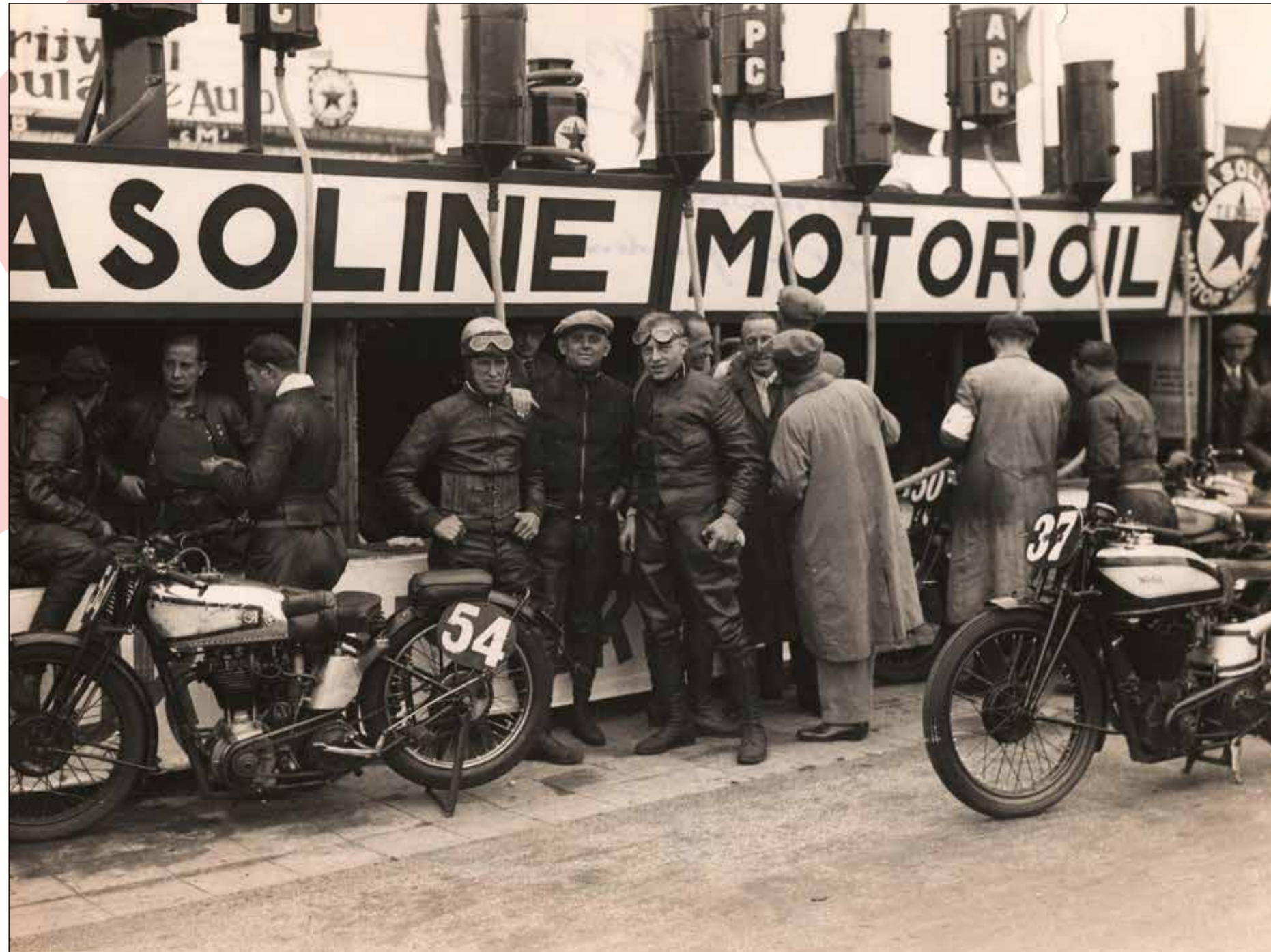
1963



1981



2000



TEXACO: EEN RIJKE HISTORIE

NOORD NEDERLAND

VEENEMA OLIE CHEMIE ENERGIE

Voor de mensen achter Veenema geldt hetzelfde als voor De Pooter Olie: smeermiddelen en brandstoffen zijn ze als het ware met de paplepel ingegoten. Aan tafel met broers Arnold, Freddy en Harold Veenema.



Arnold Veenema



Freddy Veenema



Harold Veenema

Arnold: “Opa ging rond met de petroleumkar. Het was in de jaren 30, dikke crisis, en er moest wel brood op de plank komen. Onze vader heeft het werk in de jaren 50 overgenomen. Toen hij in 1989 overleed, moesten we wat doen met de pomp en oliehandel die hij gestart was. En de leveringen van huisbrandolie moesten ook doorgaan. Freddy was toen 25 jaar en ik was 20 jaar oud en stapten erin.”

De mouwen werden opgestroopt, de zolderkamer ontruimd en het kantoor was een feit.

‘WE ZIJN 200% FRIES’

In die tijd ging Texaco joint ventures aan met bedrijven, zo ook met Veenema, dat zich ging richten op de agrarische sector. Tegenwoordig is Veenema overigens alweer lange tijd een 100% familiebedrijf en bedient praktisch alle marktsegmenten.

Broer Harold (53) (Harold is een half uur ouder dan Arnold-red) monsterte in 1992 aan.

In de loop der jaren zijn diverse regionale familiebedrijven die in dezelfde markt zaten overgenomen. In goede harmonie; dat was en is de stijl van het huis. Het moet van 2 kanten passen. Als dat niet het geval is, dan gebeurt het niet.

MET DRIE MAN OP DE BOK

Wanneer je aan tafel zit met de drie broers kom je ogen en oren tekort; het gesprek schiet van links naar rechts en van het ene onderwerp naar het andere. Gespreksstof genoeg! De passie voor hun vak spat ervan af.

De heldere structuur binnen de directie staat garant voor een optimale inzet van die passie: Harold heeft de dagelijkse leiding in handen en Arnold en Freddy houden zich bezig met strategische groei. Ze vullen elkaar naadloos aan. Sinds een paar jaar staat het bedrijf Veenema bekend als ‘De Jongens van Veenema’ (direct gevolgd door de opmerking ‘die fixen het wel’). Hier kan eenieder terecht voor olie, chemie en energie.

KLANTEN

Met ruim 30 jaar Texaco ervaring kan met recht gesteld worden dat, ook bij Veenema, Texaco in het bloed zit. Veenema is begonnen in de agrarische sector en is nu, met zo’n 60 man in totaal, een speler van formaat in o.a. de agrarische sector, grondverzet, de industrie, retail, transport en de watersport, met alle bijzonderheden die daarbij horen.

Harold: “Klanten in de agrarische sector hebben het - door alle discussies omtrent stikstof- moeilijk. Daar hebben wij indirect ook mee te maken. Wanneer het enigszins kan proberen we daar in oplossingen mee te denken en er

BESCHIEDENHEID

Al hebben we via zoekmachines toegang tot veel data, er zijn van die dingen die je gewoon uit de mond van iemand moet horen om het aan te nemen.

In de volksmond heet het dat Friezen bescheiden zijn; die gedachte wordt door de Jongens van Veenema iets genuanceerd. Friezen zijn in hun ogen realistisch en direct. Ze werken graag richting oplossingen.

samen in goede harmonie uit te komen. We willen de motor draaiende houden.”

Freddy: “We hebben klanten van verschillend formaat. Soms gebeuren er dingen die achteraf wel bijzonder zijn. Zo hebben we eind jaren 90 voor een schip 220 Volt pompjes voor de smeerolie geleverd. Wie de klant van het schip was, bleef geheim. Later bleek dat het om de huidige President van Amerika ging, Donald Trump. Dat is dan wel weer een verhaal.”

Zeg ‘Friesland’ en je zegt ‘watersport’. **Harold:** “In o.a. Stavoren, Hindeloopen, Lelystad, Makkum, Enkhuizen, Harlingen, Terherne, Heeg en natuurlijk Sneek hebben we meer dan 23 Texaco tankstations voor de watersport. Watersporters willen steeds meer milieuvriendelijkere oplossingen en hebben specifieke problemen als het om brandstoffen gaat. Dan zijn ze bij onze stations voor

oplossingen aan het goede adres. Het past overigens ook in het beleid van de provincie Friesland om zich te onderscheiden als groene provincie.”

VOORLICHTINGSBIJEENKOMSTEN

Arnold: “Om de klant op de hoogte te houden van de laatste ontwikkelingen, verzorgen we regelmatig bijeenkomsten voor hen. Zo zijn ze in één keer bijgepraat en zien we elkaar in een informele setting. Dat past helemaal bij onze manier van samenwerken. We krijgen ook steeds meer vragen over energie(gebruik) in bredere zin. Ook daar spelen we op in en zijn we voor die klanten gesprekspartner.”

SAMENWERKING

Arnold: “We zijn blij dat het merk Texaco weer extra aandacht krijgt. Dan gaat het wat ons betreft niet alleen om de handel, maar zeker ook om de emotie; het is een prachtig merk, het geeft energie. Uit onderzoek blijkt dat ook jongeren zich aangetrokken voelen door Texaco. Samen met EG en de andere distributeurs gaan we er een succes van maken.” ■

VEENEMA

- Sinds 1935
- Uitvalsbasis Sneek
- 60 medewerkers
- 6 vaste chauffeurs
- 5 tankstations



‘TEXACO SPREEKT
OOK JONGEREN AAN’



Ben je groot en sterk, dan kun je voor jezelf zorgen. Hoe anders is het als je als kind de ontzettend dikke pech hebt dat je gezondheid niet zo vanzelfsprekend is en dat je naar het ziekenhuis moet?

GAS EROP EN GAAN!

10^e Ronald McDonald Rally op 8 oktober 2020



Lianne Booijink (Manager Ronald McDonald Huis Zwolle)

Dan wil je natuurlijk de mensen om je heen die van je houden; zo veel en zo vaak mogelijk. Makkelijk gezegd, minder gemakkelijk zelf te realiseren.

Sinds 35 jaar bieden de 12 Ronald McDonald Huizen in Nederland een (slaap)plek voor familie, waardoor zij zo dicht mogelijk in de buurt van het ziekenhuis zijn waar hun zieke kind of broertje/zusje is. In die 35 jaar zijn er maar liefst 1,7 miljoen (!) overnachtingen mogelijk gemaakt voor families. Het is niet alleen een zeer indrukwekkend getal, het is voor alle betrokkenen een indruk voor het leven. De Huizen voorzien duidelijk in een behoefte.

Elk Huis wordt geacht zelf de fondsen te werven voor de jaaruitgaven. De teller staat normaliter elke 1e januari weer op nul. Het Ronald McDonald Huis in Zwolle en EG Group hebben een langdurige relatie.

Lianne Booijink is sinds 2002 manager van het Huis in Zwolle: "Vanaf de kennismaking in december 2011 hebben we elkaar niet losgelaten. Sterker, de relatie verdiept zich steeds meer. EG Group is als Texaco één van de drie hoofdsponsors. Afgelopen maart is de continuering van de samenwerking voor drie jaar formeel vastgelegd, in de vorm van sponsoring van het Huis. Dat betekent heel veel voor ons Huis.

Het vanuit Texaco meedenken bij o.a. de classic Ronald McDonald Rally geeft ook ons, de 110 vrijwilligers en het bestuur, de energie om er met elkaar vol voor te gaan. Samen is niet alleen een woord, het is met name een beleving.

Ik kijk nu al uit naar donderdag 8 oktober a.s. als om 08.30 uur het startsein wordt gegeven voor de 10^e Ronald McDonald Rally. De maximaal 80 equipes rijden een bijzondere route door het prachtige Sallandse land en 's avonds is de prijsuitreiking tijdens een zeer goed, door het Deltion College verzorgd, diner. Al het inschrijfgeld plus de bijdragen van de drie hoofdsponsors (EG Group, Deltion College Zwolle en Pouw Automotive Groep) komen ten goede aan het Huis in Zwolle."



De samenwerking formeel bevestigd
Links: Evert Leideman (vice-voorzitter Ronald McDonald Huis Zwolle)
Rechts: Jurgen Artz (Managing Director EG Fuel - Europe)

KAN NIET...

Lianne: "Elke dag hoor ik in het Huis hoe onze gasten waarderen wat er voor hen gedaan wordt. Dat geeft veel voldoening. De begroting rond krijgen is dan wel elk jaar een uitdaging, maar het zal ook dit jaar weer lukken. 'Kan niet' staat niet in mijn woordenboek."

Kijk op www.ronaldmcdonaldrally.nl of er voor u nog een plek voor de rally beschikbaar is. ■

'JUIST NU WORDEN DE VOORDELEN VAN ONZE GO TANKPAS EXTRA GEWAARDEERD'

Marc Wouters (Head of Sales Europe bij WEX Fleet Europe): "De recente COVID-19 crisis maakt het duidelijk: de hele wereld is verbonden. Alles heeft invloed op elkaar. Bij WEX gebruiken we onze wereldwijde kennis en knowhow om een positieve bijdrage te leveren aan de business van onze klanten. Langzaamaan komt de markt weer op gang en we hopen dat iedereen zijn of haar normale leven zo snel en zo goed mogelijk kan oppakken.

Dan zal er ook weer meer aandacht zijn voor het halen van klimaatdoelstellingen. Als ik kijk naar de CO₂-emissie door transport en industrie, is iedereen het erover eens dat een zo laag mogelijke uitstoot gewenst is. WEX biedt daar middels haar GO tankpas drie oplossingen voor aan.

Ten eerste is er voor de transportsector de brandstof Neste MY Renewable Diesel. Zonder enige investering in het wagenpark, kan deze hernieuwbare diesel getankt worden met de GO tankpas en daarmee een CO₂-reductie tot 90% realiseren! EG Group heeft in de afgelopen maanden op vele strategische plaatsen in Nederland trucklocaties voorzien van de Neste MY tankmogelijkheid.

Wanneer u CO₂-reductie wilt bewerkstelligen door LNG wagens in te zetten, kunt u met de GO tankpas ook LNG tanken. Door het steeds grotere aanbod van deze tankmogelijkheid wordt het omrijden tot een minimum beperkt.



Tot slot bieden we u ook de mogelijkheid om de CO₂-uitstoot te compenseren middels het CO₂-compensatieprogramma van WEX. Per getankte liter levert u een bijdrage in mondiale projecten om de CO₂-uitstoot te reduceren. Het is dan wel geen CO₂-reductie in eigen land, maar we leven op dezelfde aardbol met een gemeenschappelijke klimaatdoelstelling.

Met het CO₂-compensatieprogramma compenseert u 100% van de CO₂-uitstoot van uw wagenpark; het levert direct resultaat. Dat geeft u de tijd om te analyseren welke van de andere oplossingen uw voorkeur genieten om lokaal CO₂ te reduceren." Wilt u meer weten? In GEVAT #29 werd een praktijkvoorbeeld van een CO₂-reductieproject in Turkije benoemd.

Marc: "Of het komt doordat we afgelopen tijd met onze neus zo nadrukkelijk op de internationale verbanden zijn gedrukt weet ik niet, maar wat ik hoor van klanten is dat zij nu veel bewuster zijn gaan kijken naar een efficiëntere én gezondere bedrijfsvoering. Dankzij de reeds eerder vermelde producten, in combinatie met de WEX-technologie om sneller en makkelijker inzichten te krijgen in brandstofkosten en pasbeheer, kunnen we hen hierbij helpen. Dit, samen met onze commercieel sterke condities, maken dat we een sterk model hebben waarmee we een lange termijn samenwerking opbouwen met onze klanten.

In deze tijd kunnen onze klanten meer dan ooit focussen op hun eigen business en vertrouwen op WEX. We zien dat ook als een uiting van duurzaam ondernemen." ■

www.GoTankpas.nl

Tel: +31 (0)76 - 808 04 00

'Wil je een wedstrijdje met me doen?'

SHARON VAN ROUWENDAAL - OLYMPISCH KAMPIOENE EN TEXACO LUBRICANTS -AMBASSADEUR

Het zat er al vroeg in: de wil om de beste te zijn. Boven haar een broer en een zus die al 'op zwemmen' zaten. Sharon kreeg als 5-jarige zwemles en vroeg na iedere les aan haar moeder of ze haar tijd verbeterd had. Het mag duidelijk zijn: als ze wat doet, gaat ze er ook voor.

Slechts dertien jaar oud besloot ze om het ouderlijk huis te verlaten en zich volledig op het zwemmen te richten. Vanaf 2013 traint Sharon onder de hoede van Philippe Lucas, de Franse coach die de reputatie van een drilsergeant heeft. Sharon: "Van jongs af aan heb ik veel gesport. En het was leuk om mijn vijf jaar oudere broer dan te vragen of hij met mij bijvoorbeeld een wedstrijdje hardlopen of zwemmen wilde doen. Wat het ook werd, ik wilde gewoon winnen." De focus lag op zwemmen. Waar de wedstrijden ook waren, haar moeder ging mee. Haar vader stimuleerde op een andere manier, namelijk door haar een cadeau in het vooruitzicht te stellen voor iedere keer dat ze haar tijd verbeterde. Dat heeft hij geweten... We schrijven nu 21 jaar na haar eerste zwemlessen; ze heeft een onwaarschijnlijk lange lijst van overwinningen in het water op haar naam kunnen schrijven. En de honger is nog niet gestild.

'DIT IS MIJN DAG'

Per week traint Sharon normaliter zo'n 90 (!) kilometer in het water. Toch is er nog tijd om terug te kijken naar wat zij als haar mooiste overwinning ziet. Sharon: "Het winnen van het Olympisch Goud in 2016 op de 10 kilometer open water was wel de mooiste overwinning uit mijn carrière. Dat kwam met name omdat de voorbereidingen door een schouderblessure niet zo makkelijk verliepen. Maar, toen we naar de voorstart zwommen (i.v.m. de hoge zee werd de start verlegd-red.) voelde ik dat het goed zat."

PIERENBADJE

De afgelopen periode was trainen in een zwembad of open water op haar trainingslocatie niet mogelijk. Frankrijk zat door het coronavirus op slot. De opgelegde beperkingen weerhielden haar niet om toch meters te maken. "Met een koord om mijn middel ben ik twee keer per dag gaan trainen in een opblaasbad; zo maak je er toch het beste van. De beelden daarvan zijn wereldwijd gedeeld."



Foto: Humberto Tan

OMGAAN MET DRUK

"De druk die bij een wedstrijd hoort, ervaar ik niet als vervelend. Dat hoort er gewoon bij. Eigenlijk ben ik op zo'n dag helemaal met mijzelf bezig. Ik laat me niet afleiden. Piekeren zit ook niet in mijn systeem. Op het moment dat het moet, doe ik wat ik moet doen. Daarna kan ik mijzelf ontspannen. Net zoals na de winst tijdens de Olympische Spelen: het was één tranendal. Wel tranen van geluk."

AMBASSADEUR

Texaco Lubricants Netherlands heeft in Sharon een Ambassadeur gevonden die perfect past bij de reputatie van haar producten: onder alle omstandigheden optimaal presteren. "Omdat mijn topsportmotor ook langdurig en optimaal moet presteren tijdens mijn trainingen en mijn wedstrijden vonden we al snel een perfecte match met de eigenschappen van de Texaco Lubricants producten!". De spreekwoordelijke 1 plus 1 is 3. "Nummer 1 zijn betekent dat iedereen je wil kloppen. In mijn visie geeft dat de extra stimulans om nog beter te worden. Daarom passen het merk Texaco en ik zo goed bij elkaar."

BOEK

Tijdens de Olympische Spelen van 2021 in Tokio wil Sharon de eerste zwemster worden die haar olympische openwatertitel prolongeert. We kijken er naar uit om Sharon namens Texaco Lubricants te volgen op haar weg naar succes! In 'Bruut' geeft Sharon van Rouwendaal een indringende inkijk in een weerd topsportbestaan. Een biografie over opofferingen, eenzaamheid, pijnlijden en psychologische spelletjes. Het boek 'Bruut' is te bestellen op <https://bruut.shop> ■

Bruut en krachtig in Frankrijk



colofon

GEVAT verschijnt exclusief voor EG Group. Oplage: 7.100 exemplaren. Coördinatie: Unlimited Communication, Tromplaan 1, 3742 AA Baarn, Nederland. Redactie e-mailadres: gevat@eurogarages.com of telefoonnummer: 088 - 0123 600. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veeleenvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of op enigerlei wijze openbaar gemaakt, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van EG Group.