

GEVAT

A photograph of three people standing in front of a silver car. On the left is an older man with glasses, wearing a blue suit and a blue tie. In the center is a woman with long brown hair, wearing a dark green coat and a matching scarf. On the right is a man with short brown hair, wearing a dark grey suit and a patterned tie. They are all smiling at the camera. The background is a blurred indoor setting, possibly a car dealership or showroom.

IN GESPREK MET...

DE HEER DEKKER,
VANESSA NIEMAN
EN PETER GROEN

NIEUWS

TRANSPORT COMPLEET
MET SALLAND OLIE EN POST

MRT 2014

#9

VEEL ONTWIKKELINGEN

Met trots presenteren wij u de nieuwe GEVAT. Vanaf heden met vier pagina's extra om u nog beter te kunnen informeren over wat er bij onze klanten gebeurt: wat zijn hun succesfactoren? Wat is hun motivatie? En hoe blijven zij succesvol?

Verder informeren wij u over de zeer snelle productontwikkelingen bij de smeermiddelen van Chevron: onder de merknamen Texaco, Ursa en Havoline brengt Chevron deze smeermiddelen al 100 jaar op de markt. Wij zijn reeds meer dan 40 jaar merkdealer voor smeermiddelen en zijn voornemens dit zeker nog lang te blijven omdat wij kiezen voor maximale kwaliteit en productbeschikbaarheid met de juiste specificaties.

Binnen onze organisatie hebben zich in januari jl. wederom ingrijpende veranderingen voorgedaan. Door de samenwerking op het gebied van non-retail, smeerolie en Firezone activiteiten met Schreurs Oliemaatschappij te Venlo zijn wij nu volledig landelijk dekkend. Van de Eemshaven tot Maastricht en van Beek tot aan Scheveningen kunt u onze tankauto's, smeerolietrucks en verkooppunten tegenkomen. Voor u als klant biedt dat enorme voordelen. Al onze brandstoffen en smeermiddelen worden met eigen transport en eigen medewerkers gedistribueerd naar onze klanten in heel Nederland en naar onze klanten net over de grens in België en Duitsland.

Door onze samenwerkingen kunt u met onze tankpassen in de gehele Benelux tanken, alsmede bij een uitgebreid netwerk van stations in Duitsland en Oostenrijk.

Noviteiten als 'One2go' verminderen de mogelijkheden tot fraude met diesel en zijn via ons bedrijf aan te vragen. Ons doel is om onze CO₂ footprint zo klein mogelijk te maken. Wij zoeken voortdurend naar de meest optimale mix van biobrandstoffen die wij bijmengen op ons depot in Kampen om de uitstoot van CO₂ optimaal te reduceren. En dat zonder daarvoor beslag te leggen op kostbare grond die bestemd is voor productie van voedsel. Wij ondersteunen op dit moment meerdere projecten om hierin een nog betere balans te vinden.

Naast dit alles, zien we dat het gebruik van GTL een steeds grotere vlucht neemt. Gemeenten adopteren het; waterschappen en veel van onze klanten zien het nut ervan en de noodzaak van een schoner milieu voor hun medewerkers en omgeving.

Bovenstaande geeft duidelijk aan dat we – samen met u – volop in beweging zijn én blijven. Wij wensen u goede zaken!

Peter Groen



Rijdende reclamezuil

Al lijkt het met de economie iets beter te gaan, creatief zijn in zakendoen is en blijft belangrijk. En daarmee zoveel als mogelijk onderscheidend zijn in de markt. Dat geldt natuurlijk ook voor ons: Salland Olie, Post, DGV Olie en Schreurs Olie. Anders denken en anders doen. Onlangs trapten we af met een interessant 'Leenautoplan'; een nieuw concept waarmee we onze bestaande klanten op, zo blijkt uit de reacties, originele wijze hebben weten te benaderen.

En het leuke is: het mes snijdt ook hier aan de spreekwoordelijke twee kanten. Onze klanten staan in dit verhaal centraal, omdat hen een dienst wordt geleverd. En aan de andere kant krijgen wij, de initiatiefnemers, er een stukje 'free' publicity voor terug. Kortom, iedereen blij!

'Free' tussen aanhalingstekens uiteraard, want een auto ter beschikking stellen is nooit geheel kosteloos. Dat is ook niet de opzet. En toch, we hebben getracht het plan op een zeer doordachte en verrassende manier tot uitvoering te brengen.

Met het Leenautoplan is het de bedoeling dat geen enkel garagebedrijf uit het klantenbestand van Salland Olie, Post, DGV Olie en Schreurs Olie nog om ons heen kan. Sterker: ook daarbuiten komt men er – bedoeld of onbedoeld – mee in aanraking. Met het Leenautoplan hebben we een marketingactie in het leven geroepen waarbij alle betreffende garagebedrijven de mogelijkheid wordt geboden om voor een aantrekkelijk maandtarief een Hyundai i10 te huren. Deze compacte en praktische auto kan vervolgens door de garage ten dienste worden gesteld van klanten, die op hun beurt hun eigen auto achterlaten voor onderhoud of reparatie.

Behalve de opvallende bestickering – uitgevoerd in onze zwart/rode huisstijl – worden de leenauto's voorzien van reclame voor de specifieke garage. Zo hebben we als het



ware een rijdende reclamezuil ter beschikking gesteld, die voor beide partijen – en dus dubbel zoveel – reclame maakt.

De complete actie van het Leenautoplan ziet er als volgt uit:

- Looptijd slechts 3 jaar op basis van 12.000 km per jaar
- Standaard bestickering van de betreffende oliemaatschappij met vermelding van het garagebedrijf
- Scherp en inzichtelijk tarief
- Koopoptie na 3 jaar
- Kosteloos getransporteerd naar ieder adres in Nederland
- Exclusief reparatie, onderhoud, banden, brandstof en verzekering

Prettige bijkomstigheid is dat er wederom een belangrijk contactmoment met onze klanten is. Juist in deze tijden is het volgens ons belangrijk om elkaar zo veel als mogelijk te ondersteunen in commerciële zaken. Zodat we samen het onderscheid in de markt blijven maken. ♦

INSPANNEN ÉN ONTSPANNEN!

Een goede balans tussen inspanning en ontspanning is van groot belang. Dat weet iedereen. Wij stellen onze relaties in de gelegenheid om een **maand gratis te golfen** op BurgGolf St. Nicolaasga! Hoe zorgt u ervoor dat u straks op de (oefen) baan staat? Stuur een e-mail naar redactie@sallandolie.nl waarin u aangeeft dat u kans wilt maken op deze mogelijkheid. Doe dat vóór dinsdag 8 april 2014.

De winnaars krijgen automatisch bericht. BurgGolf St. Nicolaasga is gelegen in Friesland. Naast een prachtige 18 holes golfbaan, kunt u ruimschoots gebruik maken van de uitgebreide oefenfaciliteiten die deze golfbaan te bieden heeft. Houdt u van golfen in een weidse omgeving met prachtige vergezichten, dan bent u bij BurgGolf St. Nicolaasga op het juiste adres. U bent zelfs zonder GVB welkom!

TRANSPORT COMPLEET MET SALLAND OLIE EN POST

Sinds 2000 worden jaarlijks de Carrosserie Vakdagen georganiseerd in de Evenementenhal te Hardenberg. De man achter dit concept is Hennie van der Most. Zijn broer Herman nam vanaf het begin de algehele leiding van de organisatie op zich. Hij organiseerde deze dagen later ook in Gorinchem en Venray. De beurs wordt dit jaar zelfs – hoe toepasselijk – Transport Compleet gedoopt. En inderdaad, op een dergelijke 'complete' beurs mogen Salland Olie en Post niet ontbreken.

Nieuwe segmenten

Transport Compleet is dé vakbeurs voor de totale transportbranche. Het biedt een platform voor exposanten en bezoekers. Dit jaar ondergaat de beurs een heuse transformatie. Gerlien Valk, event coördinator Salland Olie, legt uit: "In de eerste plaats is de naam veranderd van 'Carrosserie Vakdagen' in 'Transport Compleet'. Niet zonder reden uiteraard. Voorheen werd uitsluitend aandacht besteed aan truck-, trailer- en carrosserieombouw, inclusief alle aanverwante producten. Wegens succes zijn daar dit jaar de segmenten personenvervoer en lichte bedrijfswagens aan toegevoegd. Met name dat laatste segment is een interessante markt voor ons."

Trouwe partner

Het is niet voor het eerst dat Salland Olie en Post zich aan de indrukwekkende reeks exposanten toevoegen op de beursvloer in Hardenberg. Gerlien: "Salland Olie en Post zijn trouwe partners van dit evenement. We doen al heel wat jaren mee. Tijdens de vorige editie bijvoorbeeld, bood de beurs ons de gelegenheid om naamsbekendheid te genereren omtrent ons nieuwste product van dat moment: GTL. De bezoekers reageerden daar heel positief op. Dit jaar draait het voornamelijk om GTL en Ursa, en dat we informeel contact met nieuwe en onze huidige klanten hebben."

Stijgende lijn

Salland Olie en Post hebben hun klanten uitgenodigd om een kijkje te komen nemen op onze stand. "Al onze vertegenwoordigers zijn tijdens het evenement aanwezig, waardoor we zoveel mogelijk mensen persoonlijk te woord kunnen staan. En dat ondanks de te verwachten drukte. Transport Compleet is immers een beurs waar de transportwereld graag naartoe gaat. De afgelopen jaren hebben we een stijgende lijn gezien wat betreft de opkomst van brandstofhandelaren. Dat wij er staan is dan ook logisch: ook de transportwereld verwacht gewoonweg dat we er zijn," besluit Gerlien. ♦

Transport Compleet: dinsdag 18 t/m donderdag 20 maart 2014

Openingstijden: 14.00 – 22.00 uur

Locatie: Evenementenhal Hardenberg Energieweg 2 / 7772 TV Hardenberg

Standnummer: 315

SALLAND OLIE SLAAT DUURZAME WEG IN MET GTL-BRANDSTOF



GROEN TRANSPORT LÉÉFT

En dan doelen we niet op de carrosseriekleur van truck en auto's, of op het vervoer van bomen en planten. Met 'groen' bedoelen we natuurlijk 'duurzaam'. Zover is bekend. Maar wat heeft een oliemaatschappij als Salland Olie gemeen met duurzame mobiliteit? Nou, heel veel. En het heet: GTL.

Inmiddels is het ruim een jaar geleden (begin 2013) dat Salland Olie met de levering van GTL startte. Tijd dus om de balans op te maken, want wat heeft het ons tot nu toe gebracht? Voordat we daar antwoord op geven, willen we graag van de gelegenheid gebruikmaken om nogmaals kort toe te lichten wat het product GTL nu eigenlijk is en wat het precies doet.

Gas To Liquid

Gas To Liquid, oftewel GTL, is een op diesel gebaseerde aardgas. Het gas wordt op synthetische wijze omgezet in een vloeibaar middel: dieselbrandstof. GTL is een ultra schone brandstof, waarmee de uitstoot van schadelijke stoffen, afkomstig van gemotoriseerde voertuigen, tot een minimum wordt beperkt. Een voorbeeld hiervan is de CO₂ reductie van trucks en auto's. De brandstof kan zonder extra aanpassingen geïntegreerd worden in transportvoertuigen, en is daarom een eenvoudig te implementeren en rendabel alternatief voor de conventionele dieselbrandstof. Prettige bijkomstigheden zijn dat het gas reukloos is en de motor minder GTL dan diesel verbruikt.

'Groener' imago

Terug naar een jaar geleden. Het moment dat Salland Olie besloot een start te maken met de levering van het duurzame product GTL. Hoe kijkt Niek Roessink, manager depot & smeermiddelen bij Salland Olie, anno maart 2014 tegen deze ontwikkeling aan? "We zitten op koers. Het voornaamste doel is om met de klant om de tafel te gaan zitten, om op deze manier deuren te openen. De groei van de volumes van GTL speelt op dit moment een secundaire rol. We moeten wel zelf actief de markt in met het product, maar er is aan de andere kant ook veel vraag naar. GTL wekt interesse op; men wil graag weten wat het precies is en hoe het in z'n werk gaat." Uiteraard heeft dit ook (een positieve) invloed op de organisatie. Niek: "Zowel intern als extern heeft GTL voor de nodige veranderingen gezorgd. In de basis hebben oliehandelaren toch een ietwat conservatieve denkwijze als het gaat om het verstoken van de standaard fossiele brandstoffen. Met GTL richten we ons echter met name op het duurzame gedeelte. Dit heeft dus consequenties voor de uitstraling en het imago van ons bedrijf. We worden door de buitenwereld gezien als 'groener' en duurzamer."

Andere gesprekken, dus meer kansen

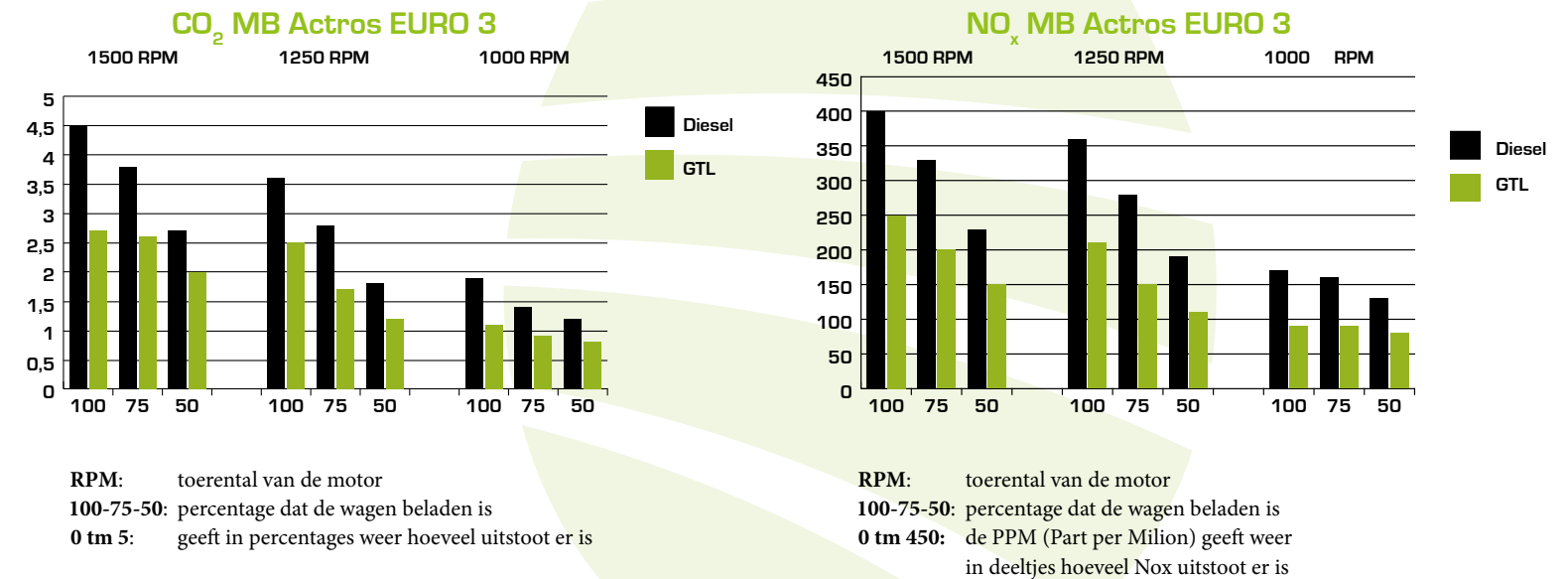
Hij legt uit op welke wijze Salland Olie hiervan profiteert: "Naar mijn mening zorgt de regelgeving over het algemeen voor belemmeringen binnen onze onderneming. Als leverancier van duurzame producten is dat wel anders. We zien het daarom als een kans. Het is een middel om ergens binnen te komen; om vanuit een andere positie heel andere gesprekken te voeren met de desbetreffende partij."

"GTL is een middel om ergens binnen te komen; om vanuit een andere positie heel andere gesprekken te voeren met partijen."

Elleke Duinkerken, verkoop binnendienst bij Salland Olie, en Niek definiëren een aantal van deze partijen: Watersport Friesland, Oliehandel Veenema, gemeente Groningen en oliehandelaren in de regio Utrecht. "Het aantal stations met GTL brandstof is gegroeid van 50 naar ongeveer 70", vertelt Elleke.

Bewezen betrouwbaarheid

Je klantenbestand uitbreiden is één, maar deze klanten behouden en tevreden stellen is een heel ander verhaal. In de basis is GTL een compleet nieuw product, maar qua betrouwbaarheid zit het volgens Niek helemaal goed. "Vooralsnog lijkt GTL probleemloos te werken. Inmiddels hebben we met ons eigen wagenpark zo'n half miljoen kilometers gereden op GTL. Daarbij zijn er geen storingen naar voren gekomen." Ook de klanten zelf geven te kennen tevreden te zijn over het product. Elleke: "De ervaringen zijn zeer positief. Ook qua rijbeleving voldoet het volledig aan de verwachtingen."



Bovendien bewees een onlangs gedane test de meerwaarde van GTL, vertelt Niek: "Er is een test uitgevoerd op basis van de hoeveelheid uitstoot van CO₂ en NO_x op een Mercedes-Benz vrachtwagen met Euro 3 en een Scania met Euro 4. Beide werden voorzien van onafhankelijke testapparatuur. De apparatuur testte de vrachtauto's op zowel diesel als GTL brandstof. De uitslag was duidelijk in het voordeel van GTL. Ook wees de test uit dat er geen sprake was van vermogensverlies in combinatie met deze brandstof."

Naamsbekendheid

Bij Salland Olie lijken ze het voorlopig dus goed voor elkaar te hebben, maar concurrent Shell ligt op de loer. Recentelijk kondigden zij namelijk aan ook GTL te gaan leveren. Volgens Niek heeft dit echter vooral positieve gevolgen voor de positie van Salland Olie: "Uiteindelijk levert het ons meer op; namelijk naamsbekendheid. Shell is immers marktleider. Het feit dat zij nu ook een 'groenere' stempel willen hebben, helpt ons alleen maar."

De toekomst van alternatieve brandstoffen

Elleke geeft te kennen dat GTL momenteel hun best verkopende duurzame product is. Salland Olie is dan ook van plan deze progressie gestaag voort te zetten. Niek: "We bieden een steeds breder palet aan van duurzame producten. Behalve GTL horen daar op dit moment al elektriciteit, biodiesel, bio-ethanol, CNG en LNG bij. Kortom: producten waarmee bedrijven zich duurzamer mee kunnen profileren." Hij vervolgt: "Niets doen is geen optie, we zullen moeten verduurzamen. We hebben deze planeet te leen, ook volgende generaties moeten kunnen profiteren van onze natuurlijke rijkdommen. Aan dit besef wil Salland Olie graag een steentje bijdragen. En GTL is daar een belangrijk onderdeel van". ♦

De drijvende kracht achter Dekkerautogroep

Voor dit interview namen we in Alkmaar plaats aan een opvallend opgeruimd bureau. Zelfs een computer schitterde door afwezigheid. De clean desk policy lijkt Dekkerautogroep wel heel letterlijk te nemen. Eenmaal in gesprek komt de werkelijke reden echter al gauw aan het licht. De heer H.J. Dekker, Algemeen directeur Dekkerautogroep, stelt de aandacht voor de klant centraal, en daar horen computers niet bij. “Ik vind dat ze niet thuis horen op een plek waar je gesprekken voert.” Deze commerciële manier van denken is tekenend voor de heer Dekker (83), en is tevens de reden geweest dat hij in 1954 met de verkoop van auto's startte. En met succes.

“Ik was 23 jaar toen ik begon in de auto's. Van kinds af aan hield ik al van auto's. Het was mijn hobby. En dat is het nog steeds. Het is niet zozeer de techniek waar ik groot liefhebber van ben, maar vooral alles eromheen; en daarmee bedoel ik de hele sfeer rondom de auto. Ik ben nooit een technicus geweest, mijn hart gaat uit naar de commercie.”

Toch was het van huis uit allesbehalve vanzelfsprekend dat hij in de auto's terecht zou komen, om van zijn hobby zijn werk te kunnen maken: “Thuis hadden we een meelhandel. Mijn oudere broer en ik hielpen onze vader met zijn bedrijf. Na mijn diensttijd besloot ik dat de meelhandel niet aan mij besteed was. Mijn broer nam het meelbedrijf over; ik ging mijn heil dus elders zoeken.”

“Ik verkocht 200 nieuwe auto's per jaar. In mijn eentje. En altijd Ford.”

Verkopen en aankopen

“Wat ik zocht was een bedrijf waarin ik wat kon bereiken. In de Zaanstreek zaten allemaal familiebedrijven, één uitzondering daargelaten. En dat was N.V. v/h C. Steemeijer, opgericht in 1923. Als één van de eerste importeurs haalden ze Ford-onderdelen naar Nederland. In Zaandam zetten ze daarmee eigenhandig T-Fords in elkaar. Autobedrijf Steemeijer had aandelen uitstaan, verspreid over het hele land. Juist daarin zag ik kansen, om mezelf op te kunnen werken. Bij een familiebedrijf zag ik dat niet zo gauw gebeuren. Vanuit commercieel oogpunt heb ik er daarom bewust voor gekozen om voor deze NV te gaan werken.”

Wat volgde was een periode van keihard werken, veel auto's verkopen, en verschillende pogingen tot het aankopen van aandelen. Vooral laatstgenoemde bleek een behoorlijke uitdaging: “Ik stelde regelmatig de vraag aan de commissarissen of ik aandelen kon

kopen. Telkens luidde het antwoord: ‘Ja, dat kan.’ Maar in de praktijk gebeurde het nooit. Daarom ben ik zelf op pad gegaan; letterlijk het land in, om de aandeelhouders van dat moment te benaderen. In de hoop dat ik van hen de aandelen kon kopen.”

Ford als rode draad

Uiteindelijk verwierf hij – tot grote frustratie van de commissarissen – alle aandelen. “Hier waren ze bepaald niet blij mee, nee. Het resultaat was dat ik ruzie met ze kreeg, maar ze hebben me nooit ontslagen. Ik verkocht destijds bijna 200 nieuwe auto's per jaar. In mijn eentje. En altijd Ford.”

Nu dus al ruim 90 (!) jaar vertegenwoordigt Dekkerautogroep (voorheen N.V. v/h C. Steemeijer) het automerk Ford. Daarmee kunnen we wel zeggen dat het de rode draad is binnen het bedrijf. Dekker: “Ford is in de eerste plaats een buitengewoon goed product. Altijd al geweest. Daarnaast hadden wij toen al veel aandacht voor service. De inzet van het personeel was erg groot, en de – gevestigde – naam van het bedrijf hielp uiteraard mee in dit succesverhaal.” Toch toonde de ondernemer in hart en nieren op den duur ook interesse in andere merken, en overwoog hij om er een ander merk bij te nemen. Maar bij nader inzien zag hij er geen brood in: “Het zou te veel tijd in beslag nemen om met andere importeurs te onderhandelen, en daarnaast waren de marges te dun om er ook daadwerkelijk winst uit te kunnen halen.”

Jeukende handen

Na al die jaren al zijn kennis en ervaring in het bedrijf te hebben gestoken, gaat de heer Dekker nog altijd met veel plezier naar zijn werk. Zijn respectabele leeftijd verandert daar niets aan: “Ik moet er niet aan denken de hele dag thuis te gaan zitten. Ik heb oprecht geen idee wat ik dan zou moeten doen, zo verknocht ben ik aan dit bedrijf.” Zijn voornaamste taak is het dagelijkse leidinggeven, maar het commerciële zit er nog helemaal ingebakken: “Als ik op zaterdag klanten tegenkom in de showroom, beginnen de handen te jeuken, en verkoop ik zo nu en dan nog steeds een auto.”

Lees verder op pagina 8.

• Vlnr.: Peter Groen, Vanessa Nieman en de heer Dekker

DEKKERAUTOGROEP IS ÉÉN VAN DE GROOTSTE FORD-DEALERS IN NEDERLAND EN BESTAAT AL RUIM 90 JAAR

De dealerorganisatie bestaat uit maar liefst zes vestigingen: Ford Zaandam (sinds 1923 Official Ford Dealer voor de gehele Zaanstreek en daarmee de oudste Ford-dealer van Nederland), Ford Rosarium te Krommenie, Ford Alkmaar (sinds 1928 Official Ford Dealer), Ford Heerhugowaard (sinds 1977 Official Ford Dealer), Ford Purmerend (sinds 2002) en Ford Beverwijk (sinds 2009).

Daarnaast beschikt Dekkerautogroep over een schadeherstelbedrijf in Alkmaar en een tweetal Profile Tyrecentres, gevestigd in Krommenie en Zaandam, waarmee ze in 2006 zijn gestart. In totaal kent Dekkerautogroep meer dan 140 medewerkers. Dankzij de integratie en de onderlinge samenwerking tussen de verschillende bedrijven is de organisatie in staat een breed scala aan diensten te verlenen. Daarmee laat Dekkerautogroep zich kenmerken als een uiterst veelzijdig en flexibel dealerbedrijf. Van verkoop van nieuwe en gebruikte auto's, tot aan onderhoud, reparatie en schadeherstel.



Vervolg van pagina 7.

Gaande het gesprek komen we wat dieper in het onderwerp auto's terecht. De twinkeling in zijn ogen, zodra bepaalde modellen ter sprake komen, spreekt boekdelen. Auto's maken zichtbaar nog steeds veel bij hem los. Zoveel is wel duidelijk. Vanessa Nieman, vertegenwoordigster bij Salland Olie en tevens aanwezig tijdens deze ontmoeting, mag wel uitkijken; voordat ze er erg in heeft praat hij haar in een fonkelnieuwe Ford Mustang! Met recht kan gesteld worden dat de heer Dekker verkopen tot een kunst heeft verheven.

Loyaliteit & emotie

Zo commercieel als hij is in het runnen van zijn bedrijf, zo loyaal is hij naar zijn personeel, én in de samenwerking met vaste, externe partijen. “Geld is nooit mijn drijfveer geweest. Ik haal mijn energie uit de liefde voor het vak en de mensen met wie ik werk. Emotie speelt hierin duidelijk de hoofdrol.”

Inmiddels doet hij nu al drie jaar zaken met dezelfde leverancier van brandstoffen en smeermiddelen: Salland Olie. Welk geheim zit daarachter? De heer Dekker legt uit: “In de eerste plaats is er een klik met zowel het bedrijf Salland Olie, als met haar directeur Peter Groen. Peter en ik delen ook eenzelfde passie: auto's. En er is sprake van wederzijds vertrouwen. Zolang wij tevreden zijn heb ik ook geen reden om de samenwerking te beëindigen. Overigens maak ik dergelijke beslissingen sowieso niet voordat er goed over gepraat is. Loyaliteit is nu eenmaal kenmerkend voor ons.”

Eindeloze ambitie

Naast loyaliteit is ambitie een kenmerk. Ook in 2014; exact 60 jaar nadat hij in de auto's begon: “Op vrijdag 7 maart jl. is de eerste paal in de grond geslagen voor het nieuwe pand in Zaandam.” Wetende dat Dekkerautogroep tot voor kort nog uit zes vestigingen bestond, en daar onlangs – door recente overname van Ford-dealer B&K Autocentrum – vier vestigingen bijkwamen, lijkt de heer Dekker een statement te willen maken: “In deze economie moet je juist

ondernemend zijn. En blijven investeren. Mijn gevoel zegt dat de economie weer zal aantrekken. Als ik terugdenk aan wat mijn vader altijd zei (‘Na zeven magere jaren volgen zeven vette’), dan verwacht ik dat het in 2015 weer de goede kant op gaat.”

“Geld is nooit mijn drijfveer geweest. Ik haal mijn energie uit de liefde voor het vak en de mensen met wie ik werk.”

Hij vervolgt: “Je moet als dealer een groot rayon hebben om de dienst te kunnen blijven uitmaken. Op deze manier blijf je de internetconcurrentie voor, en creëer je bovendien de mogelijkheid om je rayon opnieuw te kunnen herindelen. Want,” zo besluit hij, “onderaan de streep moet er toch winst worden gemaakt.” ♦



SCHREURS OLIE EN SALLAND OLIE SLAAN HANDEN INEEN

Dubbele winst

De kogel is door de spreekwoordelijke kerk. Schreurs Olie en Salland Olie zijn een nauw samenwerkingsverband aangegaan op het gebied van non-retail, smeerolie en Firezone. Zowel de diensten als de krachten van beide partijen zijn daarmee gebundeld. De activiteiten worden centraal aangestuurd vanuit het kantoor in Kampen. Schreurs Olie en Salland Olie hebben allebei efficiency hoog in het vaandel staan. Deze samenwerking vormt daarop geen uitzondering.

Nog efficiënter én stabiel

Dankzij de intensieve samenwerking kijken beide bedrijven verder dan hun huidige verzorgingsgebieden. En kunnen ze hun diensten ook elders aanbieden.

Peter Groen, directeur Salland Olie, legt uit: “Met deze samenwerking zal een aanzienlijke kostenbesparing

worden bewerkstelligd, hetgeen uiteraard ten goede komt aan de economische vitaliteit van de ondernemingen. Het positieve daarnaast is dat we als organisatie, dankzij een gezamenlijk grotere klantenkring, nog stabiel worden. Door uitbreiding met collega's kunnen we bovendien sneller handelen en betere service verlenen. Kortom: efficiënter werken.”

Cultuurverschillen

Schreurs Olie en Salland Olie vullen elkaar ook aan op punten waar dat nodig is. En waar dat kan. Daarbij worden de cultuurverschillen niet uit het oog verloren. Immers, elk landsdeel heeft zo zijn eigen manier van zaken doen. Het respecteren van deze eigen manier van zaken doen is van groot belang bij het persoonlijke contact. “De vertegenwoordigers uit de betreffende gebieden blijven de vaste aanspreekpunten voor onze klanten. Daar verandert helemaal niets aan.”

Een uitzondering daarop is de binnendienst, die voortaan vanuit één centraal punt opereert. Peter geeft echter te kennen dat ook die uitdaging met beide handen wordt aangegrepen: “De mensen in Kampen werken op dit moment hard aan hun dialect,” zegt hij met een glimlach. ♦

“Door uitbreiding met collega's kunnen we bovendien sneller handelen en betere service verlenen. Kortom: efficiënter werken.”



♦ Depot in kampen

CHEVRON®

WERELDSPELER IN SMEERMIDDELEN

In deze en de komende drie uitgaven van GEVAT nemen we u mee in de wereld van Chevron®. Hoewel Chevron alweer een tijdje uit het Nederlandse straatbeeld is verdwenen, is het bedrijf nooit weggeweest. Sterker nog: Chevron is als leverancier van smeermiddelen, koelvloeistoffen en additieven één van de belangrijkste spelers op de wereldwijde én de Nederlandse markt. In Nederland is het bedrijf vooral zichtbaar onder de merknaam Texaco®.

Chevron is één van de weinige leveranciers die het complete proces van (olie)winning, raffinage, formulering, blending en warehousing in eigen hand heeft. Daarnaast biedt Chevron een uitgebreid smeermiddelenaanbod voor toepassing in personenauto's, trucks, gasmotoren en industriële toepassingen. De distributie vindt voor een deel plaats in eigen beheer en deels via distributeurs als Salland Olie. De wereldwijde strategie van het bedrijf gaat uit van het principe van volledige integratie. En die integratie is terug te zien op verschillende plekken in de Benelux. Zo heeft Chevron een additievenontwikkelcentrum van Chevron Oronite in Rotterdam en een technologiecentrum in Gent, waar de wereldwijde ontwikkeling van koelvloeistoffen en marine smeermiddelen plaatsvindt. Daarnaast heeft Chevron een belangrijke productiefaciliteit in Gent en een magazijn in Boom, België. Vanuit een kantoor in Den Haag worden de Nederlandse olie- en gaswinningsactiviteiten van Chevron aangestuurd. Het bedrijf heeft circa 200 medewerkers in Nederland.

Afgelopen jaar werden in de smeermiddelenfabriek in Gent drie nieuwe opslagtanks gebouwd met een gezamenlijke capaciteit van 4.100 kubieke meter. Dit naast de al bestaande capaciteit van 25.000 kubieke meter. Alles om de toevoer mogelijk te maken van Chevrons Groep II basisolie. Op de indelingsschaal van basisoliën (die van I tot V) loopt, laat Groep II basisolie zich het best omschrijven als geraffineerde basisolie uit aardolie, met een lager zwavelgehalte dan Groep I en nog een aantal andere karakteristieken die ervoor zorgen dat het eindproduct kan rivaliseren met de eigenschappen van producten op basis van synthetische oliën.

Dankzij de gegarandeerde toegang tot Groep II basisolie kan Chevron eenvoudiger voldoen aan de steeds strengere milieueisen en de groeiende vraag naar zuinigere motoren. Want die laatste stellen ook nieuwe eisen aan smeermiddelen. Met de Groep II basisoliën en een combinatie van additieven kan Chevron ervoor zorgen dat de olie exact voldoet aan de specificaties van de motorenleveranciers. Of het nu gaat om personenauto's, trucks of industriële motoren. In veel gevallen treedt Chevron dan ook op als ontwikkelingspartner bij de ontwikkeling van nieuwe motoren

met de bijbehorende nieuwe smeermiddelen-specificaties. Hetzelfde geldt voor koelvloeistoffen. Ook hiervoor is Chevron een belangrijke partner van een aantal motorenbouwers. Door het brede productgamma kan Chevron de warmteafrijvende capaciteiten van smeer- én koelvloeistoffen op elkaar afstemmen en de beste combinatie in een gegeven toepassingssituatie creëren.

In de komende uitgaven van GEVAT zullen we dieper ingaan op een aantal productgroepen en toepassingsgebieden. ♦

Chevron®

Chevron Corporation is opgericht in 1879. Wereldwijd opereert het bedrijf onder drie merknamen: Chevron®, Texaco® en Caltex®. Met circa 61.000 medewerkers en een omzet van 231 miljard US dollar is Chevron een van de grootste ondernemingen ter wereld. Naast de productie van smeermiddelen en koelvloeistoffen is Chevron actief in gaswinning en chemie en investeert het bedrijf in duurzame energie. Meer informatie is te vinden op: www.chevron.com en www.chevronlubricants.com.

Havoline® motorolie

Chevron introduceert twee nieuwe Texaco motoroliën: Havoline® Ultra 0W-20 motorolie en Havoline 0W-30 motorolie. Deze zijn samengesteld uit premium basisoliën en een combinatie van additieven. Die combinatie zorgt ervoor dat motoren zuiniger worden en beter beschermd blijven. Ze voorkomen slijtage en bieden geavanceerde reiniging. Beide types zijn geschikt voor een reeks automerken en voldoen aan de nieuwste specificaties. Chevron verwacht dat de 0W-XX-olie steeds vaker gebruikt zal worden in moderne motoren en dat de vraag naar 10W-40 en 15W-40 geleidelijk afneemt.



(MILIEU)BEWUST SAMENWERKINGSVERBAND TUSSEN SALLAND OLIE EN AIR1

Kwaliteit gegarandeerd

Ondernemingen gaan steeds bewuster om met de fenomenen 'duurzaamheid' en 'kwaliteit'. Salland Olie speelt daarop in en neemt waar mogelijk het voortouw. Niek Roessink, manager depot & smeermiddelen bij Salland Olie, legt in een gesprek met Caroline de Jonge en Jochem Jansen van leverancier Yara de reden van hun samenwerking uit. Een samenwerking waarin de kwaliteit centraal staat.

Yara is 's werelds grootste gewasvoedingsstoffenleverancier en actief in meer dan 150 landen. Daarnaast hebben ze een sterke positie in diverse nichemarkten, van chemicaliën tot droogijs. Onder de naam Air1 levert Yara haar eigen merk AdBlue-producten. AdBlue is een middel dat door dieselveertuigen moet worden gebruikt, waaronder trucks en auto's. AdBlue wordt in de hete uitlaatgassen van de verbrandingsmotor ingespoten, alvorens deze gassen in een speciale katalysator (SCR of Selective Catalytic Reduction) terecht komen. De bij de verbranding gevormde stikstofoxiden worden hierdoor omgezet in elementair stikstof en water, waardoor de uitstoot van schadelijke stoffen tot een minimum wordt beperkt.

“Het gebruik van AdBlue is belangrijk voor onze klanten en daarmee is AdBlue ook belangrijk voor ons.”

AdBlue verbindt

Het was Peter Groen van Salland Olie die als een van de eersten het product op zijn tankstations in Nederland aanbood. Niek legt uit waarom: “AdBlue is een aanvulling van onze diensten. Behalve het milieubewuste aspect, gaat het Salland Olie ook om de uiteindelijke spin-off. Doordat we de transportwereld de mogelijkheid bieden AdBlue te tanken, stimuleren we tegelijkertijd de verkoop van onze dieselbrandstoffen.”

Caroline de Jonge onderstreept het belang van de samenwerking: “Peter geloofde in uitbreiding van het netwerk met AdBlue, en is hierin gaan investeren. Hij mag gezien worden als pionier in het beschikbaar stellen van AdBlue op de Nederlandse tankstations. De afnemer heeft hier veel baat bij, want zo kan hij op dezelfde locatie diesel en AdBlue tanken. Naast dat dit het gemak dient kan hij hierdoor tijd en daardoor geld besparen.”

Loepzuiver proces

“We zijn niet de enige aanbieder van AdBlue. Het product is tegenwoordig op vrijwel alle truck tankstations verkrijgbaar en er zijn verschillende producenten. Het grote verschil tussen onze Air1 AdBlue en AdBlue van andere AdBlue producenten ligt in het productie proces. Wij als Yara hebben geïnvesteerd in een fabriek waar de AdBlue uit de 'hot melt' het vloeibare ureum wordt geproduceerd. Daarmee produceren wij loepzuivere AdBlue. Andere producenten maken hun AdBlue op basis van vast ureum die in vorm van korrels wordt aangeleverd en dan wordt opgelost in water, met alle mogelijke kans op verontreinigingen als gevolg.

Er zijn nog meer manieren waarop Air1 zich weet te onderscheiden: “Naast dat er verschil is in kwaliteit van AdBlue is ook het hele proces in onze fabriek, en de weg van fabriek naar eindgebruiker volledig gesloten zodat er op geen enkele manier vervuiling bij kan komen. Onze AdBlue is daarmee de meest zuivere van allemaal.”

Bewustmaken

Blijft de hamvraag: hoe maak je deze kwaliteit aantoonbaar? Caroline: “Het moment waarop slechte AdBlue kwaliteit echt zichtbaar wordt, is wanneer er na verloop van tijd schade aan de katalysator zou ontstaan door het gebruik van mindere kwaliteit AdBlue. Dan pas is te zien dat er verschil is tussen de AdBlue-producten.” Jochem: “Onze kwaliteit is gegarandeerd, en we analyseren voortdurend monsters in de ‘supply chain’ om deze garantie waar te maken.” Een helder verhaal, evenals Yara's visie: “We hebben veel geïnvesteerd in beschikbaarheid



en betrouwbaarheid. We zijn daarmee de nummer één leverancier van AdBlue. De volgende stap is het bewustmaken van de klant van het kwaliteitsverschil tussen deze op het oog identieke producten”, besluit Caroline. ♦



FOTOMOMENT VAN: GARAGE VAN LOHUIZEN IN HEERDE

Gerbrand van Lohuizen was altijd al een groot autoliefhebber. Op zijn twaalfde begon hij met auto's poetsen; om zichzelf vervolgens op te werken tot chef werkplaats. Totdat hij vijf jaar geleden besloot voor zichzelf te beginnen.

“Op een dag kwam bij mijn toenmalige werkgever een klant binnen die aangaf samen met een vriend mee te willen doen aan de Classic Car Rally van Amsterdam naar Beijing. Met de Simca Aronde uit 1963 – waarmee zij op dat moment reden – was het echter al een uitdaging om van Amsterdam naar het Veluwe Epe te rijden! Ik hielp ze daarom hun auto te prepareren. Er ontstond een hechte vriendschap... en later ook mijn eigen werkplaats voor klassiekers.”

Deze werkplaats heeft onlangs een kleurrijke metamorfose ondergaan. “Mijn uitspraak ‘al plak je mijn hele garagedeur vol’ heeft er in samenwerking met Salland Olie toe geleid dat het ook daadwerkelijk gebeurde. Ik wilde de buitenwereld graag laten zien dat het hier om een garagebedrijf gaat”, aldus Gerbrand. De zeer opvallende Firezone-bestickering laat daar bepaald geen twijfel over bestaan!

Wilt u ook een foto insturen? Mail dan vóór donderdag 1 mei 2014 naar redactie@sallandolie.nl.

In het vat

**Di 18 & wo 19 maart
TEL2014**

Het grootste zakelijke netwerkevenement van Noord-Nederland. WTC Expo evenementencomplex, Leeuwarden
www.wtctel.nl

**Di 18 t/m do 20 maart
Transport Compleet**

Dé vakbeurs voor de totale transportbranche. Evenementenhal, Hardenberg
www.evenementenhal.nl

**Do 27 & vr 28 maart
Agri & Aqua beurs**

Firezone smeermiddelen in samenwerking met Handelsonderneming Kaan. Zeelandhallen, Goes
www.agri-en-aqua.nl

**Ma 14 t/m do 17 april
Automotive Trade Show 2014**

De automotive vakbeurs voor de Benelux. Jaarbeurs, Utrecht
www.automotivetradeshow.eu

**Vr 25 t/m zo 27 april
23^e WK Superbike**

TT circuit, Assen
Kaarten alleen beschikbaar op uitnodiging

**Do 26 t/m za 28 juni
TT Assen**

TT circuit, Assen
Kaarten alleen beschikbaar op uitnodiging

GEVAT



♦ Illustratie: Rudi Jonker

colofon

GEVAT verschijnt exclusief voor Salland Olie, Post, DGV Olie en Schreurs Olie. Oplage: 11.000 exemplaren. Coördinatie: Unlimited Communication, Tromplaan 1, 3742 AA Baarn, Nederland. Redactie e-mailadres: redactie@sallandolie.nl of telefoonnummer: 088-0123600. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervaelvoudigd, 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 Salland Olie Maatschappij B.V.



100% gerecycled papier

