

9.6.7 Auto-tik

Auto's roepen emoties op. Een auto is niet slechts een vervoermiddel, maar staat voor sleutelwoorden als vrijheid, onafhankelijkheid, snelheid en plezier. De auto in de eenentwintigste eeuw is onderdeel van een *lifestyle*. Dat weten ze bij Mercedes-Benz Den Haag maar al te goed. "Het leuke aan auto's is dat iedereen er zijn eigen gevoel bij heeft", zegt Job van de Laar, Directeur After Sales bij het bedrijf, met aanstekelijk enthousiasme. In zijn kantoor krijgt dat 'gevoel' vorm door een grote poster van Nürburgring, een Duits racecircuit dat door kenners als één van de meest veeleisende tracks van de wereld wordt gezien. Aan een prikbord hangt een krantenartikel met de kop 'Met een gebutste Benz door de bush', over een Nederlan-



der die in een oude brik Afrika doorkruiste. Een foto van zo'n 'gebutste' carrosserie aan de ene kant van het kantoor wordt vanaf de andere kant door een plaat van een puntgave Mercedes-Benz naar de kroon gestoken.

De uitvinding van het automobiel in de jaren tachtig van de negentiende eeuw stelde Karl Benz en Gottlieb Daimler in staat om, onafhankelijk van elkaar, een eigen gemotoriseerde wagen te produceren. Zowel Benz en Daimler richtten een eigen bedrijf op. In oktober 1883 vestigde Benz de firma Benz & Cie. in Mannheim en in 1890 werd het Daimler-Motoren-Gesellschaft (DMG) in het leven geroepen te Cannstatt. Beide heren gebruikten hun eigen achternaam als merknaam, totdat

DMG aan het eind van de negentiende eeuw een nieuwe handelsmerk voor zijn producten bedacht: 'Mercedes'.

De hoge inflatie na de Eerste Wereldoorlog zorgde voor een dalende verkoop van luxegoederen, zoals personenauto's. Voormalige rivalen DMG en Benz & Cie. vormden in 1924 dan ook een syndicaat, om door middel van standaardisatie van hun producten een goede concurrentiepositie te blijven innemen. In 1926 fuseerden de twee oudste motorbedrijven samen tot Daimler-Benz AG en zo ontstond het handelsmerk Mercedes-Benz. Inmiddels is de Mercedes-ster één van de bekendste merksymbolen ter wereld en staat het innovatieve bedrijf bekend als leverancier van kwaliteitsproducten op het gebied van design en techniek.





Mercedes-Benz Den Haag bestaat sinds de jaren zestig van de twintigste eeuw en maakt tegenwoordig deel uit van DaimlerChrysler Nederland B.V. Het internationale DaimlerChrysler concern behoort tot de top vijf van automobielproducenten in de wereld. In de regio Haaglanden heeft het bedrijf zeven vestigingen. Zes daarvan zijn Mercedes-Benz dealers - in Den Haag (Forepark), Wassenaar, Den Haag (Kerketuinen), De Lier, Delft en Maasdijk - en één daarvan is een Smart-dealer in Den Haag (De Binckhorst). Het Haagse bedrijf verkoopt zowel personenauto als bedrijfswagens. Bij Mercedes-Benz Den Haag kunnen klanten niet alleen voor de koop van een auto terecht, maar ook voor leasing, onderhoud, reparatie en schadeherstel. "Mercedes-

Benz Den Haag is de enige fabrieksvestiging in Nederland", vertelt Job. "Daardoor zijn er een aantal dingen die wij alleen mogen doen, zoals de uitlevering van pantserauto's. Wij leverden bijvoorbeeld alle auto's voor het bezoek van president Bush aan Den Haag. Ook zijn wij de enige dealer die magnesium plaatdelen, zoals die onder andere worden gebruikt in de CL-klasse, kan herstellen bij een schade."

Door haar banden met Den Haag, als regeringszetel, heeft de onderneming contacten met het koninklijk huis, ministeries, ambassades en andere instanties, zoals het Internationale Gerechtshof, Europol, het Europees Octrooibureau en het Europees Ruimtevaart Agentschap.



"Het afgelopen half jaar was Nederland voorzitter van de EU. Voor veel 'tops' regelen wij dan het vervoer", vertelt Job. In Den Haag is ook de zogenaamde *expat community* - de groep buitenlandse zakenlui - een belangrijke doelgroep voor de dealer. "In Den Haag wonen zo'n 25.000 expats. Wij fungeren ook op andere gebieden als contactpersoon voor hen." In het contact onderhouden met klanten wordt Job bijgestaan door zijn Service Manager Gerard van Wijk. Van zijn hobby maakte Gerard al snel zijn werk en zo hoort het ook, vindt hij. "De autowereld is heel apart, omdat de producten zich zo snel ontwikkelen. Iedereen in de autobranche moet daarom wel een auto-tik hebben!"