



Carwash van A tot Z deel 1

Esso Kok kan eindelijk beginnen met bouwen van wascentrum

Veel tankstationondernemers hebben ruime ervaring in het runnen van een carwash. Meestal in de vorm van een roll-over of wasbox. Maar wat als je het idee krijgt om een eigen wasstraat te beginnen? Er komen dan hele andere zaken bij kijken. Johan Kok, eigenaar van Esso Kok Harderwijk, begon een jaar geleden aan zo'n carwash-avontuur. Maar hoe bereid je je als toekomstig wasstraateigenaar voor op zo'n project? Welke stappen moet je nemen en schakel je hulpbronnen in? Waarom kies je uiteindelijk voor die ene carwashleverancier? Is dat een rationele keuze of ga je toch meer uit van je gevoel? En welke eisen stelt een gemeente? Allemaal vragen waar Johan Kok ook mee te maken kreeg.

Het Esso tankstation aan de Hoofdweg in Harderwijk kent drukke tijden. Dat is voornamelijk te danken aan de uitbreiding van de locatie van een Délifrance (zie 'Zoete 'broodjes Kok' rollen over de toonbank' in Cleaning&Station nummer 8, 2007). Johan Kok, eigenaar van tankstation Esso Kok: "De keuze om de Délifrance los te koppelen van

het tankstation was een uitstekende keuze, hierdoor werd de verkoopprijs van de broodjes vergroot naar 65m2. Het concept is uiterst succesvol gebleken. Ik wilde me hiermee onderscheiden van mijn concurrenten."

Onderscheiden

Niet lang daarna ging bij de initiatiefrijke

tankstationondernemer weer een lampje branden. Dat onderscheidende karakter wat zijn tankstation kreeg door de komst van de Délifrance kon met het autowassen misschien ook wel. Hij liet een jaar geleden nog vier spuitboxen installeren maar een kettingbaan-wasstraat zou toch wel de ultieme mogelijkheid zijn om meer omzet te genereren en ver

boven zijn concurrenten uit te stijgen. "Het onderscheidende vermogen van een kettingbaanwasstraat ten opzichte van een roll-over is groot," vertelt Kok. "In Harderwijk vind je nergens een wasstraat. Alleen enkele roll-overs." Eind 2006 kocht Kok daarom de naast zijn tankstation gelegen autoshowroom.

Onderzoek

Het carwashavontuur was eindelijk begonnen. "Ik had natuurlijk al ruime ervaring met de roll-over en wasboxen, dus ik wist wel het een en ander wat er bij het opzetten van een carwash komt kijken. Maar het opzetten van



een washal met daarin een wasstraat is toch een heel ander verhaal." Kok kwam al snel in aanraking met bepaalde regelgevingen. Stapels papieren liggen er op het bureau van Johan. Voornamelijk briefwisselingen met allerlei instanties en overheden. "Een tip: neem een proactieve houding naar een gemeente aan, dan krijg je veel gedaan en het bespaart je daarnaast veel tijd."

Het toenmalige bestemmingsplan van de showroom schreef voor dat er enkel en alleen auto's verkocht mochten worden. Het wassen van auto's was verboden. Daar begon het ogenschijnlijk eerste obstakel.

Gemeente

"Nu had ik het voordeel dat ik al goede contacten had met de gemeente Harderwijk. De gemeente zag mijn andere tankstationlocatie aan de Vondellaan in Harderwijk namelijk liever verdwijnen. Er zouden dan appartementen en winkels kunnen worden gebouwd.

Dat vond ik geen probleem maar dan wilde ik wel uitbreiden aan de Hoofdweg." Kok nam daarvoor zelf het initiatief: de locatie aan de Vondellaan werd verkocht aan een door hem zelf gevonden projectontwikkelaar. "Mijn plan om de showroom om te toveren tot een washal, werd vervolgens door de gemeente goedgekeurd. Een win-win situatie dus."

Stedenbouwkundig onderzoek

De gemeente begint bij de aanvraag voor de bouw van een wasstraat met een onderzoek. Kok nam hiervoor zelf wederom het initiatief en liet een stedenbouwkundige onderbou-

zing aanleveren. Koks wasplan viel nog net onder de oude wetgeving van de WRO (Wet op de Ruimtelijke Ordening) voordat de nieuwe wet Wro (Wet ruimtelijke ordening) op 1 juli 2008 van kracht ging. Zo'n plan geeft aan dat het exploiteren van een wasstraat mogelijk is zonder dat het de leefomgeving aantast van mensen om je heen. Alle aspecten werden onderzocht zoals de flora en fauna, akoestiek, luchtkwaliteit, routing, het wegrijden, parkeren enzovoorts.

Aanpassingen

Uiteindelijk dienden er enkele stedenbouwkundige aanpassingen aangebracht te worden zodat de washal geen geluidsoverlast zou veroorzaken. Een overkapping bij de entree was verplicht om het geluid voor de school ernaast te dempen. Ook de routing (zie tekening hiernaast) diende te worden veranderd opdat het verkeer niet via de openbare weg terug naar het tankstation

zou rijden. Ook verlangde de gemeente van Kok dat hij het exterieur van het pand dat uit 1978 dateert, zou moderniseren. Een mooiere beplating zou voor een modernere uitstraling zorgen. De nieuwe washal moet in de toekomst volledig aansluiten bij het tankstation. "Het omgevingsgebied wordt daardoor versterkt volgens de gemeente," licht Kok toe.

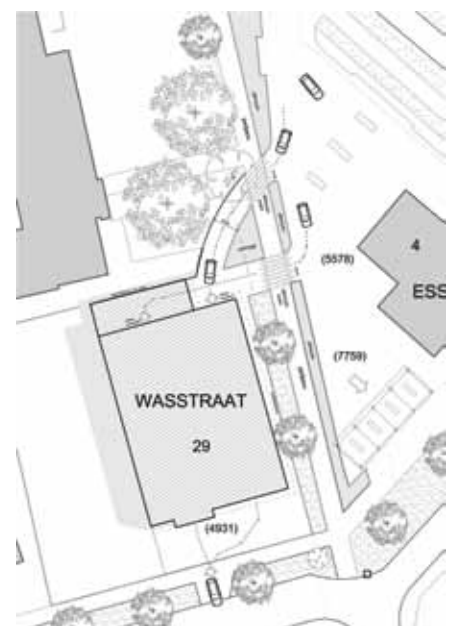
Carwashleveranciers

De architect heeft, na alle opmerkingen van de gemeente bekeken te hebben, gekeken op welke manier het pand een facelift kon worden gegeven zonder het af te breken. "En hoe een bepaalde rust te creëren," vertelt Kok. "Uiteraard moet de nieuwe washal een hoog uitnodigend karakter hebben."

Intussen ging Kok op zoek naar een geschikte kettingwasstraat. Een kettingwasstraat is volgens hem een beleving en hij stelde dan ook een paar eisen bij het selecteren van de diverse carwashleveranciers. "Een carwashleverancier die mij een wasstraat zou leveren, moest een specialist zijn op het gebied van personenauto's wasstraten. En het liefst jarenlang actief in de markt. Een professionele houding en een goede uitstraling waren ook belangrijke factoren." Kok hield drie carwashleveranciers over. Dat waren ook meteen de drie grootste spelers.

Collega's

"Ik wilde niet alleen het verkoopverhaal van de carwashleverancier aanhoren maar ik was ook benieuwd naar de ervaringen en adviezen van collega's. Zij kijken toch door een andere bril naar een carwash dan leveran-





ciers. Je praat dan met ondernemers die ook in jouw schoenen hebben gestaan. Het gaat dan niet alleen over de technische opbouw van een wasstraat maar ook over de voorwasplaats, een centraal stofzuigersysteem, wat voor personeel ze hebben en hoe ze ermee omgaan." Ook Kok is overtuigd van het plaatsen van een inpandige stofzuigerhal. "Het is een echt verkoopargument. Met de gratis service van een stofzuiger kun je de wasprijs verhogen. Op die manier kun je de wat hogere wasprijs commercieel goed verantwoorden."

Doorslaggevende factor

Johan is uiteraard ook met alle betrokken leveranciers op pad gegaan. De uiteindelijke keuze heeft hij op basis van gevoel gemaakt. Aan de accountmanager lag het niet volgens hem. "Ze waren allemaal even gedreven." Doorslaggevend voor de keuze die hij maakte was het onderhoudsverhaal. Kok: "Bij de andere twee was het niet helder genoeg. Meer een grijs gebied. En ik houd van duidelijkheid. Ik wil weten waar ik aan toe ben. Voor een onderhoudscontract wordt een bedrag per wassing gerekend en dat wilde ik niet. Daarnaast wil ik zelf ook klein onderhoud in eigen beheer doen. De wasstraten die de leveranciers overigens aanbieden, lijken wel op elkaar. Het kwaliteitsniveau ligt zeer dicht bij elkaar en is erg hoog".

De wasstraat die Kok nu heeft genomen, is compacter dan die van de andere aanbieders. De door hem gekozen carwashleverancier kon als enige een hydraulische wasstraat leveren van 30 meter. De andere

hadden meer lengte nodig. Alle facetten van de wasstraat kunnen erop. "Hydraulisch is de toekomst," benadrukt Kok. "De wasstraat is erg stil en loopt gewoon mooier." De wasstraat was op de Automechanika te bewonderen.

Klankbord

Een jaar is Kok bezig geweest met de voorbereiding van zijn wascentrum waarvan de bouw afgelopen januari van start ging. Hij heeft er

veel tijd ingestoken en alle beslissingen zelf genomen. Toch kreeg hij enige steun vanuit de carwashbranche. "Aad Kok is met zijn carwashadviesbureau een goed klankbord geweest. Hij heeft goed advies over de waterhuishouding gegeven. Het stukje recycling wat bij een wasstraat komt kijken, was voor mij onbekend terrein." Er zal in de wasstraat met osmosewater worden gewassen: 50% recycling en 50% osmosewater. In april denkt Kok zijn washal in gebruik te kunnen nemen.

Marktonderzoek

Dan heb je weliswaar geen directe concurrenten in de naaste omgeving maar je wilt toch zoveel mogelijk klanten naar je wasstraat toetrekken. En je wasstraat zo aantrekkelijk mogelijk invullen. Maar hoe pak je dat aan? Kok heeft daarvoor een marktonderzoek laten uitvoeren, puur voor de carwash. "Veel ondernemers zijn niet op de hoogte van het bestaan van overheids subsidies die je als ondernemer krijgt om je marktpotentieel te vergroten."

In totaal zijn er 3.000 enquêtes afgenomen rondom het tankstation. Er kwamen verrassende resultaten uit het onderzoek naar voren. Dat je je pijlen moet richten op punten die irritaties opwekken bij de klant bijvoorbeeld. Zo heeft Kok in het onderzoek een irritatie top 5 laten samenstellen. "Men irriteert zich aan slechte stofzuigers, autoruiten die niet goed droog en schoon zijn, de afwezigheid van een voorreiniger, voorsproeier en velgenreiniger," vertelt Kok. Uit het marktonderzoek kwam ook naar voren dat senioren en vrouwen niet echt vaak de auto laten wassen. En als ze dat laten doen, wassen ze het liefst in een wasstraat waarbij service van de medewerkers als zeer belangrijk wordt ervaren. Dankzij het onderzoek gaat Kok zich daarom zeker focussen op de senioren en vrouwen. Na de opening wordt er een seniorendag en Lady's day gehouden. "Het marktonderzoek is een bevestiging voor de ingeslagen weg." In de volgende editie van Cleaning&Station volgt deel 2 van 'Carwash van A tot Z' waarin het marktonderzoek, verricht in samenwerking met OAO Adviesgroep, wordt besproken.