

Toyota doet het goed, zowel wereldwijd (Amerikaanse top 3 van best verkochte automerken) als in Nederland waar het zelfs het best verkochte merk is in de particuliere markt. Peter de Jonge, directeur van Autobedrijf de Jonge B.V. en dealer van Toyota, is dan ook trots op 'zijn' merk. "Toyota staat voor betrouwbaar, kwaliteit, duurzaam en inmiddels ook voor design. Het is een echt succesmerk."



Peter de Jonge

Toyota de Jonge

OP DE ZAKELIJKE MARKT

Toyota de Jonge in Goes is een modern bedrijf dat vier jaar geleden volgens de laatste normen van het Japanse moederbedrijf is gebouwd en ingericht. In de ruime showroom van 900 m² staan de nieuwste modellen te glimmen; de werkplaats beschikt over de modernste meetapparatuur, gereedschappen en toebehoren, en de bezoekers worden ontvangen aan een rustige receptiebalie. "Het klopt dat het dealership voor een flink deel bepaald wordt vanuit het Europese hoofdkantoor van Toyota in Brussel", zegt Peter de Jonge. "Mijn vader die in 1969 het dealership verwierf, ziet dat als een keurslijf en zou zo niet meer kunnen werken, al ziet hij er wel het belang van in. Maar ik kan voldoende ondernemerschap kwijt in dit werk; het hoort tegenwoordig bij het dealership. Ook andere merken bepalen van bovenaf hoe je je als dealer presenteert. En er liggen voor een goede Toyota-dealer zoveel kansen."

Er waren niet veel mensen die eind jaren zestig het merk Toyota kenden. Adrie de Jonge zocht in die jaren naar

een passend dealership om zijn werk in de werkplaats in Ovezande uit te kunnen breiden met de verkoop van een goed merk. Peter de Jonge: "Mijn vader kon kiezen uit Austin en Toyota. Zijn Chef Werkplaats kende Toyota en benadrukte de goede kwaliteit van deze auto's. Dat gaf de doorslag." Het bleek een uitstekende beslissing te zijn; het merk Austin bestaat sinds 1987 niet meer terwijl Toyota gestaag een groter marktaandeel heeft weten te verwerven. Ook met Autobedrijf de Jonge ging en gaat het goed. Ovezande werd te klein en het bedrijf verhuisde in 1972 naar Goes. In 2003 werd de stap naar de Goese Autoboulevard in de Poel gemaakt.

"Sinds 1994 hebben wij ook een vestiging in Vlissingen", vertelt Peter de Jonge, die in 1988 zijn vader opvolgde. "Deze is kleiner dan in Goes. Maar we hebben het buurpand er bij gekocht en binnenkort gaan we uitbreiden en vernieuwen. De werkplaats is goed toegerust en voldoet, maar showroom wordt groter en moderner, de receptie wordt geheel vernieuwd en er komt een nieuwe routing."

De verwachting is dat de groei van Toyota Nederland zich over de hele linie voort zal zetten. De Jonge wil dat de ves-

tiging in Vlissingen die groei kan opvangen. "Er is nu te weinig ruimte en de vestiging is verouderd. De uitstraling van het bedrijf moet passen bij de boodschap die Toyota in zijn reclamecampagnes afgeeft."

Toyota presenteert zich op diverse manieren. Zo heeft het automerk een lange geschiedenis in autoraces die in 1957 begon met de Australische rally. Sinds 2002 doet Toyota met een zelfstandig team mee aan de Formule 1 races. "Bijzonder daarbij is dat Toyota alles op eigen kracht doet, dus een eigen chassis en motor bouwt. Alleen Ferrari doet dat ook. En Toyota levert motoren voor andere teams."

De consument kiest voor Toyota vanwege zijn betrouwbaarheid en kwaliteit. "Toyota is in feite een conservatief merk", meent De Jonge. "Het bedrijf heeft altijd vastgehouden aan de eigen kracht – betrouwbaarheid – en visie – kwaliteit. Dat kan soms tegen je werken. Toyota heeft tijd nodig gehad om een goede naam op te bouwen in Europa. Dat kwam ook omdat het imago niet geweldig was. Jarenlang werden wereldwijd dezelfde auto's verkocht terwijl de Europese consument een andere smaak heeft dan de Amerikaanse of Aziati-



sche.” Tegenwoordig worden de auto's voor de Europese markt ook in Europa geproduceerd met onderdelen van Europese toeleveranciers; alles geheel naar specificaties van het hoofdkantoor in Japan. Ook het design is afgestemd op de smaak van de Europeanen. Deze zelfde werkwijze past Toyota toe in Amerika.

En dan is er nog de groep consumenten die vooral de duurzaamheid die Toyota voorstaat, waardeert. “Toyota had in 1997 als eerste een hybride auto, de Prius. Deze rijdt afhankelijk van de situatie op benzine of elektrisch. De techniek wordt nog steeds verbeterd. Inmiddels rijden er wereldwijd 1 miljoen exemplaren van de Prius rond. Het is een duidelijke

herkenbaar model.” Toyota werkt ook aan de ontwikkeling van motoren die vol-elektrisch werken of op biobrandstof of waterstof. De Jonge weet dat er in september tijdens de autobeurs IAA in Frankfurt verschillende, vooral Duitse merken hybride modellen hebben gepresenteerd. “Maar niet een ervan is al in productie genomen.”

een in de productieketen doordrongen is van de noodzaak om samen te werken om zo kwaliteit te leveren en uitval te voorkomen. In Turkije staat nu een nieuwe fabriek die tot 98 procent weet te komen. Verschillende organisaties, ook Zeeuwse, gaan regelmatig in de fabrieken van Toyota kijken hoe die betrokkenheid, The Toyota Way, tot stand komt.”

De particuliere markt is altijd de grootste geweest voor dit Japanse merk. Zakenlijk maakt Toyota een inhaalslag. “De verkoop/lease van de Avensis en Verso loopt steeds beter maar er valt nog steeds markt te winnen. Op het gebied van de bedrijfswagens doet Toyota nu



VALT NOG WAT TE WINNEN

lijkt herkenbaar model.” Toyota werkt ook aan de ontwikkeling van motoren die vol-elektrisch werken of op biobrandstof of waterstof. De Jonge weet dat er in september tijdens de autobeurs IAA in Frankfurt verschillende, vooral Duitse merken hybride modellen hebben gepresenteerd. “Maar niet een ervan is al in productie genomen.”

niet veel. Ik weet dat er belangstelling voor is vanwege de kwaliteit en betrouwbaarheid, maar de huidige generatie bedrijfswagens past niet goed bij de moderne wensen. Toyota is bezig met een nieuwe lijn te ontwikkelen maar die komt pas over een paar jaar op de markt. Dat is hun lange termijnvisie: als ze met iets nieuws komen, moet het ook goed

Autobedrijf de Jonge B.V.
Pearyweg 10
4462 GT Goes
T: 0113 214810
goes@toyota-dejonge.nl

Industrieweg 23
4382 NA Vlissingen

ZEELAND BUSINESS®

Zakenmagazine voor provincie Zeeland, 23e jaargang

Nieuwsgierig naar de afloop van dit artikel? Vraag dan deze uitgave aan op:
zeelandbusiness@bpzw.nl

	verkoop nieuw*	occasions	Aantal werknemers
Goes:	230	300	14
Vlissingen:	170	200	8
*per jaar			