

Move @N

voor en door ondernemers en medewerkers
van energiestations powered by  drive

magazine

Marlous van Laar springt
in het diepe met Spetters
Carwash: 'Ik had nul ervaring
in de autowasbranche'



TinQ tikt 400 aan
en geeft 40.000 liter
brandstof weg

**Maaltijdbedrijf
Uitgekookt**
ziet kansen in
energystation-kanaal

**Overname
BP-stations**
OK slaat
grote slag

**De drive van
Michel Iesberts**
eigenwijs ondernemen
in de korte broek



Ondersteuning bij elk aspect van uw EV-laadinfrastructuur

Zorgeloze mobiliteit voor uw bedrijf en uw klanten.



Advies

Konec ondersteunt bij het selecteren van de juiste locaties, apparatuur en financieringsopties, inclusief energiemanagement opties zoals batterij-opslag op locatie, peak shaving en het terugleveren van energie aan het net.



Ecosysteem

Via het totaalpakket van hardware en Charge Point Operator software oplossingen levert Konec een compleet end-to-end EV-laad ecosysteem dat voor een eenvoudige exploitatie zorgt.



Ondersteuning

Het Konec-team kan de infrastructuur voor u beheren, waaronder een white-label oplaadapp voor klanten, voorspellende diagnostiek en het coördineren van reparaties en onderhoud ondersteund door een lokaal team van technici om de uptime en winstgevendheid te maximaliseren.

Waar opladen en gemak samenkomen

Konec



MOKOBUW, ALLES WAT U KUNT BEDENKEN RONDOM TANKEN *en Laden!*



Heerenveen
T. +31(0) 513 61 47 11

Rotterdam
T. +31(0) 10 462 14 55

WWW.MOKOBUW.NL

Bye bye BP

'De branche wordt er niet groener op', hoorde ik iemand deze zomer zeggen. Een grap natuurlijk, want het verduurzamen van de energiestation-sector gaat onverminderd door. Nee, die kwinkslag sloeg op hét nieuws van deze zomer in de branche: de overname van de tankstations van BP door Catom, oftewel OK.

Daarmee verdwijnt de komende jaren het vertrouwde groen van BP uit het straatbeeld. Want hoeveel BP en Catom niet scheutig zijn met informatie – zelfs het precieze aantal stations waar het om gaat, 'ongeveer 300', wordt niet prijsgegeven – geven ze wel aan dat die op termijn allemaal omgekleurd worden naar OK. BP gaat daarmee onder andere Caltex, Chevron, Fina, Mobil en Purfina achterna. Merken die ooit het straatbeeld kleurden en nu alleen nog voortleven in de herinnering.

De toon van dit voorwoord wordt nu wel wat somber en melancholisch. En dat terwijl er aan dit grote nieuws veel positieve kanten zitten. Natuurlijk, BP verdwijnt en dat kun je jammer vinden. Maar in Breda ging ongetwijfeld de vlag uit toen de overname bekendgemaakt mocht worden. OK behoort hierdoor in één klap tot de top van de branche, als het om het aantal energiestations gaat. De teller staat daar nu op ruim 400.

De honger van moederbedrijf Catom is daarmee nog niet gestild. Het doel van het bedrijf is nummer één van Nederland te worden. Bij Shell zijn ze dus gewaarschuwd. Of geïnspireerd door de ontwikkeling van het terugtrekken van oliemaatschappijen uit de branche. De toekomst zal het leren.

Goed nieuws is ook dat er geen ontslagen vallen door de overname. De medewerkers van de overgenomen BP-activiteiten behouden allemaal hun baan. Ook de FreeBees hoeven niet weg. Dat spaarprogramma zet OK voort. De 'bijen' blijven dus. De Smurfen, waarmee BP door veel 50-plussers nog altijd geassocieerd wordt, hebben al lang ergens anders onderdak gevonden. Bij Haribo bijvoorbeeld en recent bij Burger King, vanwege een nieuwe Smurfenfilm.

De grote steen die Catom in de energiestation-vijver gooide, geeft maar eens te meer aan hoezeer de branche in beweging is. Het zijn interessante tijden. Waarin van alles gebeurt en verandert. In dat kader zullen de ogen de komende tijd aandachtig op Den Haag gericht zijn. Bijvoorbeeld als het gaat om de plannen van de partijen met de verzorgingsplaatsen langs de snelweg en de tabaksverkoop.

Die plannen hadden we in deze Move On graag op rijtje gezet. Helaas waren de meeste verkiezingsprogramma's daarvoor niet op tijd klaar. Met de verschijningsdata van een tweemaandelijks vakblad wordt geen rekening gehouden in Den Haag. Zo gaat dat in veranderende tijden.

Erik Stroosma

Hoofdredacteur

Tel. 06 – 41 12 51 87

erik@memphismedia.nl



Uitgever

Business Content Media BV
Richard van der Hak, Milan Potuznik
Bink 36 - unit C1 19
Binckhorstlaan 36 - 2516 BE Den Haag
T. +31(0)70-2211944
info@businesscontentmedia.nl
www.businesscontentmedia.nl

Adverteren

Angela de Boer
angela@eendrachtbv.nl
T. +31(0)85 00 71 361

Abonneren

Ontvang 6 keer per jaar Move On.
www.move-on.online
abbonementen@businesscontentmedia.nl

Hoofdredacteur

Erik Stroosma
erik@memphismedia.nl
T. +31(0)6 411 251 87

Traffic manager

Linda van den Brink-Kort
T. +31(0)70 22 11 944
traffic@businesscontentmedia.nl

Vormgeving

arjendefouw | grafisch ontwerp

Fotografie

Danny Cornelissen, Herm Schreurs en Erik Stroosma

Drukwerk

Damen Drukkers

Medewerkers redactie

André Braakman, Paulien Geerlings-Teunissen, Ewout Klok, Birgitta van der Linden, Christiaan van der Straaten, Steven Stroet, Martin van Eijk, Annemarie van Wijk en zelfstandig ondernemers

Geproduceerd in samenwerking met Drive

T. +31(0)85 00 71 361 | info@drivenederland.nl
www.drivenederland.nl



Business
Content
Media



ISSN - 2589 8094

Persoonsgegevens: Move On legt persoonsgegevens vast van lezers ten behoeve van de abonnementsovereenkomst. Die gegevens kunnen worden gebruikt om je te informeren over andere producten of diensten. Liever niet? Geen probleem. Laat het weten via info@businesscontentmedia.nl.

Copyright: niets uit dit vakblad mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt worden in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch of door fotokopieën, opname, of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Inhoud



8

Luifelpraat met Kylie Wigman-Strijbosch van OK Didam

De Tatelaar Mobility Hub werd deze zomer OK Didam. Daarmee veranderden het eigenaarschap en de kleuren van het station. Met manager Kylie Wigman-Strijbosch blijft de binding met het voormalige familiebedrijf behouden.



14

De drive van Michel lesberts

Drive-bestuurslid en Tanqplus-ondernemer Michel lesberts vertelt wat zijn drijfveren in zijn persoonlijke en met name zakelijke leven zijn. Een interview over boekhouden, bowlen, Brood, korte broeken en kwajongens.



42 De passie van... Frans en Conny Geurts en Willemjan van Golstein Brouwers

Om geld in te zamelen voor kankeronderzoek namen Frans en Conny Geurts en Willemjan van Golstein Brouwers in juni deel aan Alpe d'HuZes.



53 Next generation met Jari Benschop

Met zijn technische kennis, frisse blik en liefde voor innovatie werkt Jari (25) mee aan een duurzame toekomst van familiebedrijf D!Vers Woerden.

7 Drive Connect-bijeenkomst over opleiden

Meld je aan voor deze op 10 september gehouden kennis- en inspiratiesessie.

18 Drive Wassen Spetters Carwash

Marlous van Laar nam begin dit jaar Carwash Today in Tegelen over en koos voor een spetterende rebranding van het bedrijf.

22 Mediastatements

23 Column Drive-voorzitter Martin van Eijk

24 Power Up! over klassikale overvalpreventie- en agressietrainingen

27 Nieuwsflits

Over netcongestie en waarom o.a. overheden zich moeten focussen op het bieden van voldoende netcapaciteit aan ondernemers die de energie leveren aan de rijdende klant.

28 Uitgekookt ziet kansen bij energiestations

Na een geslaagde proef bij energiestations van Oliehandel Vermeulen, wil Uitgekookt zijn kant-en-klaar maaltijden nu ook bij andere stations aanbieden.

32 Nieuwe lekkagedetectiemethode van Teeuwissen Rioolreiniging en ABV Haukes

Innovatief en bovenal tijd- en kostenbesparend.

34 Van de bakery met Shell Ten Esschen Heerlen

Met hun 'toegankelijke smaakmaker', een bagel spicy chicken, won dit station de 2025-editie van de Shell Sandwich Competition.

39 Vraagje

Over het opzeggen van een werknemer in zijn proeftijd als net de loonbetaling verwerkt is.

40 TinQ opent 400ste tankstation

Om dat feestelijke feit breed bekend te maken, hield moederbedrijf ENVIEM een opvallende actie waarbij één straat 40.000 liter brandstof kon winnen.

47 Column secretariaat Drive over de AVG en cyberveiligheid

48 Energiestation-vastgoed in ontwikkeling

In zijn vastgoedrubriek pleit Christiaan van der Straaten deze keer voor gericht overheidsbeleid ten aanzien van de uitbreiding van snellaadcapaciteit.

50 Catom slaat grote slag met overname BP-stations

OK stijgt met 'superstip' van ruim 100 naar meer dan 400 energiestations door aankoop netwerk BP.

56 Drive Weekly

58 Agenda

Heb je een tip?

Vertel het de redactie

Heb je een tip voor een mooi en interessant onderwerp in Move On Magazine? Of weet je een geschikte kandidaat voor een van onze rubrieken? Vertel het ons dan.

Wij horen graag van jou:

erik@memphismedia.nl - 06 41 12 51 87

Ontwikkeling in actie

Persoonlijke groei is teamwork



Module
Werk-privé
balans

15 MIN



Module
Positiviteit op
de werkvloer

20 MIN



Module
Grip op geld!

15 MIN

 **drive POWER UP!**

www.drivenederland.nl

 opleidingen@drivenederland.nl

 085 00 71 362

Opleiden centraal op komende bijeenkomst Drive Connect

'De scholen zijn weer begonnen'. Die oproep tot alertheid kom je momenteel regelmatig in het straatbeeld tegen. Nu de vakantieperiode (bijna overal) voorbij is, is er weer volop aandacht voor leren en ontwikkelen. Een goed moment voor een kennis- en inspiratiesessie waarbij opleiden centraal staat. Drive verzorgt die op woensdag 10 september, onder de vlag van Drive Connect.

Tekst: Erik Stroosma

De bijeenkomst vindt plaats in Green Village in Nieuwegein. Een inmiddels bekende locatie voor deelnemers aan Drive Connect-sessies. "Deze editie staat geheel in het teken van opleiden", vertelt Pauline Forma van Drive Opleidingen. "Wat deelnemers kunnen verwachten? Praktische inzichten, inspirerende sprekers en volop mogelijkheden tot netwerken. Het wordt écht een event voor ondernemers/ondernemingen die willen investeren in hun medewerkers."

Binden en boeien

Drie onderwerpen staan 10 september centraal: het binden en boeien van medewerkers, praktijkgericht opleiden en het onboarden van nieuwe mensen. Pauline: "Het boeien en binden van medewerkers is steeds ingewikkelder. Hoe kun je medewerkers echt motiveren en je team betrokken te houden? Op die vragen gaat Jeroen Busscher in tijdens zijn workshop. Hij is strateeg op het

gebied van gedragsverandering binnen organisaties en een van de meest vernieuwende en inspirerende managementdenkers van ons land."

Praktijkgericht opleiden en onboarden

"Adviseur Iris Tegelaar van SBB (Samenwerkingsorganisatie Beroepsonderwijs Bedrijfsleven) hebben we uitgenodigd om uit te leggen hoe je praktijkgericht opleidt en een erkend leerbedrijf wordt. Onboarden is het onderwerp dat regiodirecteur MKB Zuid-Nederland Marjolijn Oorthuys van recruitmentspecialist YoungCapital behandelt. Zij zal bij haar workshop vertellen hoe je nieuwe medewerkers zo snel en soepel mogelijk in je organisatie kunt laten integreren."

Kleinere groepen

"Verder brengen we de deelnemers op de hoogte van de laatste updates met betrekking tot het klassikaal en online trainen van medewerkers", geeft Claudia Leeuwenkuyl van Drive Opleidingen aan. "De bijeenkomst begint om 11.30 uur. Na het plenaire gedeelte en de lunch verdelen we de groep in drieën. In die kleinere groepen doen de deelnemers mee aan

de workshops en gaan zij met elkaar het gesprek aan. We sluiten af met een netwerkborrel."

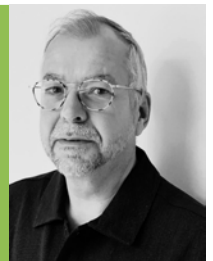
Aanmelden kan nog

Aanmelden voor deze Drive Connect-bijeenkomst is nog mogelijk en kan onder meer via de QR-code hiernaast.



Aanmelden

Managementdenker Jeroen Busscher geeft een workshop over het binden en boeien van medewerkers.



Regiodirecteur MKB Zuid-Nederland Marjolijn Oorthuys van YoungCapital legt uit hoe je nieuwe medewerkers snel en soepel integreert.



'Het wordt écht een event voor ondernemers die willen investeren in hun medewerkers'

Met een lach en een traan een nieuwe toekomst tegemoet aan de Tatelaarweg

Tekst en foto's: Erik Stroosma



OK Retail nam in juli Tatelaar Mobility Hub in Didam over. In de nieuwe situatie blijft Kylie Wigman-Strijbosch aan als stationmanager.

'OK was al geen onbekende voor ons'

Dat energiestations van eigenaar veranderen, is van alle tijden. Maar het tempo waarin dat nu gaat, is echt iets van tegenwoordig. Het ene moment mail je met Kylie Wigman-Strijbosch van Tatelaar Mobility hub en een week later is het opeens Kylie Wigman-Strijbosch van OK Didam. De constante factor in de wind van verandering die over het station waait, is Kylie. Zij blijft als stationmanager aan de locatie verbonden. “Maar ik niet alleen”, vult zij aan, “de andere leden van het team ook. En dat is niet het enige dat blijft.”

In het gras voor het voorterrein staan een koe en kalf van kunststof. In het landelijk gebied waarin het energiestation staat – de weilanden tussen de A12 en de plaats Didam – misstaan die niet. “Ook die zijn gebleven”, zegt Kylie met een lach. “Maar ze zijn wel van kleur veranderd. Ze waren geel-rood en nu wit-zwart. Nee, niet wit-rood, zoals de rest van het station na de overname is omgekleurd.”

Die overname van het energiestation van de familie Strijbosch werd op 15 juli bekendgemaakt door OK Retail. De naam van het energiestation veranderde met de nieuwe eigenaar van Tatelaar Mobility Hub in OK Didam. “De bedrijfsnaam was afgeleid van de weg waaraan het station ligt, de Tatelaarweg. In de onderneming van mijn vader, Tatelaar Mobility, blijft die naam behouden. Op het terrein dat achter het energiestation ligt, blijft hij zich met drie medewerkers bezighouden met de verkoop van gasflessen en toebehoren en de verhuur van auto's, busjes, aanhangwagens, scooters en fietsen.”

Daar bij die molen

Het terrein waarop OK Didam staat, is erg ruim. “16.000 m² om precies te zijn”, laat vader Wim Strijbosch na navraag door Kylie weten. “Mijn opa, Bennie Strijbosch, verhuisde het bedrijf in 1993 naar deze plek. Daarvoor zaten we midden in Didam,

bij de hier heel bekende witte Sint-Martinusmolen. Daar zijn mijn overgrootouders het bedrijf in 1933 ook begonnen. In de tijd van de verhuizing had de onderneming nog een grote oliehandel met een flink aantal tankwagens. Vandaar de grootte van dit terrein. Aan de achterkant van het perceel liet mijn opa een huis bouwen. Daar zijn mijn ouders gaan wonen. Ik ben 34 en daardoor grotendeels hier op het bedrijf opgegroeid en mijn drie zusjes helemaal. Mijn opa is helaas jong overleden, in 1997. Hij is maar 55 jaar geworden. Mijn vader werkte al in het familiebedrijf toen mijn opa overleed. Samen met mijn moeder, Dona, nam hij het tankstation en de carwash over. De andere bedrijfsonderdelen, waaronder de oliehandel, werden na de dood van mijn opa verkocht.”

Springkussen en speeltuin

“Mijn ouders hebben in de jaren daarna het bedrijf verder uitgebreid”, vertelt Kylie verder. “Met onder meer de verhuur van bestel- en personenwagens, scooters en fietsen en de verkoop van gasflessen en toebehoren en het bieden van een vulservice. In 2017 kwam er een tweede tankstation bij met de overname van Shell Fransen in de Arnhemse wijk Presikhaaf. Ook het station hier in Didam was tot de overname een Shell-station. Als oliehan-

del werkten we al vanaf het eerste begin samen met Shell. Door die lange samenwerking kom je hier, ook na de omkleuring naar het wit en rood van OK, nog wel wat herinneringen aan dat merk tegen. Zo staan er twee klassieke Shell-pompen ter decoratie bij de oplaadplekken. Verder kom je de kleuren geel en rood onder andere nog tegen op de verhuurwagens en op het springkussen in de speeltuin bij ons terras. OK was trouwens ook geen onbekende voor ons. De oorspronkelijk aan Shell verkochte oliehandel van mijn opa is inmiddels van OK Oliecentrale. Daar werken nu nog mensen uit de tijd van mijn opa. En ons station in Arnhem is in 2024 aan OK verhuurd.”

Juf worden

De positieve ervaringen die de familie Strijbosch met OK heeft, droegen voor een belangrijk deel bij aan de beslissing om met dat bedrijf in zee te gaan. Kylie: “Catom, het moederbedrijf van OK Retail, is net als wij waren een familiebedrijf. Dat merk je bijvoorbeeld aan de bedrijfscultuur en dat voelt goed. Vanaf mijn 13de ben ik als parttimer op het tankstation van mijn ouders gaan werken. Er werd van ons wel verwacht dat we meehielpen in het bedrijf, maar niet dat we later fulltime bij Tatelaar Mobility Hub aan de slag gingen. Daarin werden we vrijgelaten. Ik wilde na de middelbare school het onderwijs in en ben Pabo gaan doen, maar ‘juf’ worden was

'Het gevoel is goed bij
OK en daarom blijf ik ook
als stationmanager'





'Emotioneel is
het moeilijk,
maar rationeel
gezien is dit de
juiste keuze'

uiteindelijk niet wat ik wilde. Ondernemen sprak me veel meer aan, en mobiliteit. Dat ondernemen zit ook echt bij onze familie in het bloed. Zo heeft een van mijn twee middelste zussen, Coco, een eigen ijssalon, chocolaterie en patisserie en studeert mijn jongste zus, Puck, ondernemerschap en retail-management. Daarnaast werkt zij parttime op het tankstation. Mijn andere middelste zus, de tweeling-zus van Coco, doet wel heel iets anders. Zij heet Nine en is adviseur brandveiligheid bij de brandweer van de Veiligheidsregio Noord- en Oost-Gelderland."

Moeilijke beslissing

"Voordat ik vast bij het bedrijf van mijn ouders in dienst kwam, heb ik eerst nog op verschillende andere plekken gewerkt", vervolgt Kylie. "Waaronder bij Van Staveren. Behalve het ondernemen spreekt de veelzijdigheid, het klantcontact en de gezelligheid mij erg aan in werken op een energiestation. We hebben echt een superteam waarmee

het heel fijn werken is. Ik ben ook heel blij dat zij allemaal blijven. Twee jaar geleden kreeg ik de vraag of ik Tatelaar Mobility Hub van mijn ouders wilde overnemen. Ik heb daar, samen met mijn man Remco, lang en goed over nagedacht. Uiteindelijk hebben we besloten het niet te doen. Dat was een heel moeilijke beslissing. Voor mijzelf en ook ten opzichte van mijn ouders en dan met name mijn vader. Daardoor kwam er na 92 jaar een einde aan het familiebedrijf met tankstations. We hebben twee kinderen en mijn man heeft het erg naar zijn zin in zijn werk. Ik heb aan mijn ouders gezien hoeveel tijd er zit in het runnen van dit bedrijf. We hebben gekozen voor een andere balans in werk en privé en zien op de lange termijn ook meer toekomst voor het station als onderdeel van een groter geheel. En zeker bij OK. Het gevoel is goed en daarom blijf ik ook als stationmanager. Emotioneel is het moeilijk, maar rationeel weten we allemaal dat dit de juiste keuze voor ons is."



Brödjies smeren in de bakery van OK Didam.
Rechts medewerkster Manouk Timmer.

Verse belegde Duits broodjes

Met de toekomst van het station was de familie Strijbosch, met het oog op de veranderingen in de branche, al volop bezig. "We hebben bijvoorbeeld al jaren HVO op de pomp. Ook investeerden mijn ouders in zes laadplekken met snelladers van 150 kW. Die worden van stroom voorzien door een

grote batterij. De afgelopen jaren hebben we onze activiteiten verbreed met onder andere wasmachines. Tijdens corona hebben we een broodjes-service opgezet, Brödjie. We zitten hier dicht bij de grens en besloten verse belegde Duits broodjes aan te bieden. We hadden geen idee wat we konden verwachten. Op de eerste dag stonden mijn moeder en ik klaar met wat broodjes, schijfjes komkommer en een paar tomaten. Toen werden we gebeld of we veertig broodjes konden leveren. [Lachend:] Dat was even schakelen, maar vanaf het begin was Brödjie een succes. Zowel via bestellingen als op het station. Het is echt een begrip geworden in de regio en blijft dan ook. We hebben op het succes ingespeeld met het openen van een terras en de aanleg van een speeltuin. Op die manier kunnen gezinnen en andere klanten even lekker ontspannen terwijl ze wat eten of hun auto opladen. Mensen die terugkomen van vakantie en nog een stuk moeten rijden, stoppen vaak speci-





aal bij ons. Om iets te eten en kinderen hun energie te laten kwijtraken. Ook veel Duitsers stoppen hier als ze tijdens feestdagen op pad zijn."

Vorbereiden op de toekomst

"Vanwege de ruimte en de ligging biedt deze locatie nog volop mogelijkheden. OK drukt zijn eigen stempel op zijn stations, maar heeft ook oog voor het eigen karakter en de onderscheidende punten van een locatie. In mijn nieuwe rol als stationmanager kijk ik ernaar uit om, samen met OK, dit station verder te ontwikkelen en voor te bereiden op de toekomst." 

Ik heb Pabo gedaan, maar 'juf' worden was uiteindelijk niet wat ik wilde'



Eigenwijs ondernemen in de korte broek

Hij is 63 en altijd een kwajongen gebleven. Dat is zelfs de naam van de retail-formule van het bedrijf (Tanqplus) dat hij samen met Kelly van Rijn-van Tol runt. Daarbij is hij de man van de cijfers. Dat is hij ook al jaren, als penningmeester, in het bestuur van Drive/BETA. Aan stoppen moet hij nog niet denken. Daarvoor haalt hij nog veel te veel plezier uit het eigenwijs ondernemen.

■ Tekst en foto's: Erik Stroosma



Elke zomer komt ie weer voorbij, de discussie over de korte broek. Of die volgens de kantoortiquette wel of niet kan. Niet bij Tanqplus. Daar wordt genoeg gediscussieerd, maar niet over korte broeken. "Michel en ik verschillen vaak van mening, maar na een discussie worden we het altijd eens",

aldus Kelly. "Wij geloven niet in moeilijk doen", zegt Michel, die op deze zomerse dag op kantoor in Naaldwijk gewoon in korte broek zit. "En al helemaal niet daarover. Wij zijn niet voor niets 'Kwajongens'. Ondeugend, eigenwijs, 'n beetje brutaal, tegen de stroom in. Wij hebben een losse bedrijfscultuur; daar voelen wij ons prettig bij. Bij ons kun je gewoon jezelf zijn en krijg je kansen en verantwoordelijkheid. Dat laatste werkt het beste als je ook fouten mag maken. In veel organisaties durven mensen niet zelfstandig een beslissing te nemen omdat ze bang zijn voor fouten. Omdat ze daarop worden afgerekend. Niet bij ons. Hier mag je fouten maken. Wij hebben liever dat je een foute beslissing neemt, dan geen beslissing. Een organisatie waarin iedereen zijn of haar verantwoordelijkheid neemt, presteert beter dan één waar een angst- en afschuifcultuur heerst en alles van de 'baas' moet komen."

Voor de klas staan

'Waar niets mag mislukken, kan niets nieuws ontstaan', meldt een digitaal billboard langs de A12. De redacteur van dit artikel passeert het op de

Mede-eigenaar Kelly: 'Michel en ik verschillen vaak van mening, maar na een discussie worden we het altijd eens'



terugweg van het interview met Michel. Het zou hem uit zijn hart gegrepen zijn. Dat hart begon begin jaren zestig te kloppen in de 'Haringstad', Vlaardingen. Niets duidde er in zijn jonge jaren op dat hij in de petrol-branche terecht zou komen. "Mijn vader was directeur van een bouwbedrijf", vertelt Michel. "Zelf wilde ik meester worden, voor de klas staan. Best apart eigenlijk achteraf, want ik op school deed ik niet echt m'n best en aan huiswerk maken had ik een hekel. Na de havo ben ik, zoals dat toen heette, de Pedagogische Academie (PA) gaan doen. Ik kwam er al snel achter dat voor de klas staan niks voor mij was. Na twee jaar studie haakte ik af. Later heb ik samen met mijn vrouw een opleidingsinstituut voor uiterlijke verzorging gehad, Instituut Dangremond in Den Haag. Daar heb ik ook nog wel lesgegeven. [Met een lach:] Nee, niet in huid- of voetverzorging, maar in ondernemersvaardigheden. Kwam die PA toch nog van pas." "Qua vaardigheden was hij best geschikt geweest voor het onderwijs", vult Kelly aan. "Michel kan goed dingen uitleggen."

Dag en nacht op de bowlingbaan

Maar goed, vaardigheden of niet, het onderwijs ging het niet worden. "Bij het bowlingcentrum in Vlaardingen, waar ik al een bijbaantje had, ben ik toen fulltime gaan werken. Daar had ik het geweldig naar mijn zin. Leuk en gezellig werk. Ik werd bedrijfsleider en maakte heel veel uren. Was eigenlijk zeven dagen in de week aan het werk. Daardoor verdiende



'Wij zijn 'kwajongens': ondeugend, eigenwijs, 'n beetje brutaal en tegen de stroom in'

ik best aardig en kon ik al op m'n 18de een flatje kopen in Vlaardingen. Ik had het helemaal niet slecht thuis, maar de vrijheid lonkte. En toen ik de kans kreeg, ging ik op mijzelf wonen. Helemaal zelfstandig was ik nog niet, want mijn moeder bleef bijvoorbeeld mijn was doen. Door het vele werken en het wisselen van werkkleding was dat een behoorlijke berg. Dat moest maar eens anders, vonden mijn ouders. Ik kwam een keer thuis en merkte dat er iemand binnen was geweest. Ik was op mijn hoede en ging voorzichtig het huis door om te kijken of er indringers waren. Op de badkamer ontdekte ik wat er aan de hand was. Daar stond een wasmachine. Die hadden mijn ouders daar neergezet. [Lachend:] Kon ik voortaan zelf mijn was doen. Mijn tijd bij de bowling eindigde nadat ik serieuze verkering kreeg met het meisje waarmee ik inmiddels al 40 jaar samen ben. De vele uren daar combineerden slecht met verkering, dus werd het tijd voor iets anders."

Tranen om een tankstation

"Voordat ik daarover vertel, blijf ik nog even bij de bowling. "In 2015 gingen we met Argos in zee. Onder meer voor het exploiteren van de shop van hun tankstation aan de Anna van Saksenweg in Vlaardingen. Ik ken dat tankstation al heel mijn leven. Het staat tegenover de plek waar het bowlingcentrum stond. Dat gebouw is een paar jaar geleden helaas afgebrand. Vanwege de herinneringen aan die plek deed het mij veel dat wij de shop gingen exploiteren van het tankstation uit mijn jeugd. Dat was een emotioneel moment."

Vanwege zijn stoere uitstraling verwacht je bij Michel niet meteen 'tranen' om een tankstation. Dat hij meer verrassende kanten heeft, bleek al uit zijn mede-eigenaarschap van een instituut voor beauty-opleidingen. Voor Drive-leden is het geen verrassing dat penningmeester Michel goed in cijfers is. Voor buitenstanders waarschijnlijk wel. Je associeert hem niet meteen met een boekhouder, maar de administratie verzorgen deed hij al bij de bowlingbaan. Die vaardigheid bracht hem ook in de petrol-branch.

Eén keer gesolliciteerd

"Ik zocht dus een andere baan en zag in een advertentie een vacature voor een administrateur. Dat was bij Syston, een dochteronderneming van Vendex. Dat bedrijf was net een samenwerking aangegaan met Mobil voor de exploitatie van de shops van hun tankstations. Er stond een telefoonnummer bij. Dat heb ik gebeld en ik kon op gesprek komen. Ze namen mij aan en dat is ook de enige keer in mijn leven geweest dat ik gesolliciteerd heb. Met cijfers heb ik geen moeite, maar een sollicitatiebrief schrijven vond ik te veel werk. Ik ben dus eigenlijk in deze branche terechtgekomen omdat ik geen zin had om sollicitatiebrieven te schrijven. De samenwerking van Syston met Mobil werd een mislukking en ik raakte mijn baan kwijt. Een van de leveranciers van Syston was groothandel Servoshop. Zo kwam ik op de radar van Martin van Tol terecht, de oom van Kelly en vader van de vorige voorzitter van Drive, Charlot van Tol. Voor



wie het niet weet: Martin was een van oprichters van BETA en ook een tijd voorzitter. Daarnaast was hij medeoprichter van inkoopcoöperatie SWO de Splinter, het huidige GemaQ. Martin is in 2017 overleden en werkte in de tijd waarover ik sprak, net als Kelly's vader Hans, voor het familiebedrijf Ototo. Servoshop was daar een onderdeel van. Via een gemeenschappelijk contact kreeg ik het verzoek of ik Martin wilde bellen, want die was voor Ototo op zoek naar een administrateur. Dat deed ik en ik mocht komen. Dat was in 1987. Ik was op dat moment halverwege de twintig en veertig jaar later zit ik er nog. In de loop van de tijd klom ik op in de organisatie. Toen Ototo in 2012 werd gesplitst, gingen Hans van Tol en ik met een deel van het bedrijf samen verder onder de naam Tanqplus."

Kwajongens en Wasbij

Kelly nam in 2020 de plek van haar vader over en leidt sindsdien samen met Michel Tanqplus/Kwajongens. Samen bouwden ze uit wat Michel en Hans begonnen waren. Tanqplus telt inmiddels 22 locaties en een eigen shopformule: Kwajongens. Ook introduceerden zij het autowasconcept Wasbij. Bij dat alles houden zij zoveel mogelijk in eigen hand. Daarbij onder meer geholpen door de handige broer van Michel, Raimond, en zijn neef Ramses, die één dag in de week voor het bedrijf werkt. Michel: "Zij voeren vrijwel alle verbouwingen en onderhoud uit. Ze zijn net zo eigenwijs als Kelly en ik, maar dat leidt uiteindelijk tot mooie resultaten. Dat houdt je ook scherp en zet je aan het denken en daar komen de beste ideeën uit voort. Hoewel ik 63 ben, moet ik er nog niet aan denken om te stoppen. Uit ondernemen, het met elkaar verder uitbouwen van dit bedrijf, haal ik nog veel te veel plezier."

Herman Brood

"Het was de vrijheid van het ondernemerschap die mij aantrok. Samen met andere eigenwijze mensen wat moois neerzetten. Dat zou je mijn drive kunnen noemen. Wat tegen de stroom in. Ik ben een grote

Michel lesberts is een grote fan van Herman Brood. 'Dat rebelse spreekt mij aan.'



'Ik moet ik er nog niet aan denken om te stoppen'

Herman Brood-fan. Zijn kunst, maar ook dat rebelse spreekt mij aan. Zijn levensstijl wat minder. Voor mijn gezondheid wandel ik tegenwoordig elke dag. Dat zag ik Brood nog niet doen. Dat geldt ook voor het doen van de boekhouding en het deelnemen aan cao-onderhandelingen. Voor Drive ben ik bij beide betrokken. Ik vind het belangrijk om dicht bij het vuur te zitten, mee te praten en mij in te zetten voor de branche en ons bedrijf. Dat blijf ik voorlopig doen. Want hoewel ondernemen ook de nodige kopzorgen met zich meebrengt, zou ik het nog niet kunnen missen. [Lachend:] Van mij zijn ze nog niet af." 🌀

Marlous van Laar zet Spetters Carwash op de kaart

'Er werd helemaal niets met klantgegevens gedaan'

Een sprong in het diepe: zo noemt Marlous van Laar zelf de stap die ze begin dit jaar zette. De voormalig marketingmanager van Lidl Nederland en Landlane Capital is tegenwoordig eigenaar van Spetters Carwash in Tegelen – een moderne wasstraat met een opvallend roze huisstijl en een flinke dosis persoonlijke aandacht.

Tekst: Birgitta van der Linden, BLUSHtxt **Foto's:** Herm Schreurs

"Ik had nul ervaring in de carwashbranche," vertelt Marlous met een lach. "Maar ondernemen, dat wilde ik al langer. Toen mijn broer me wees op een carwash die te koop stond, dacht ik: waarom ook niet?"

Van 'Today' naar 'Spetters'

Tot begin 2025 ging de carwash door het leven als Carwash Today. Marlous veranderde niet alleen de naam, maar pakte het hele concept aan. "Ik koos voor een volledige rebranding: een nieuwe naam, een frisse huisstijl, een digitale omgeving en een duidelijke

klantgerichte aanpak." De naam Spetters is bewust gekozen: fris, vrolijk, opvallend én met een knipoog naar de eerste familiehoofd, die Spetter heette.

Volop kansen

Met haar achtergrond in marketing zag Marlous volop kansen. "Er werd helemaal niets met klantgegevens gedaan. Nu hebben we kentekenherkenning, een loyaliteitsprogramma, klantportalen en nieuwsbrieven. Als iemand vijf keer komt, krijgt hij de zesde wasbeurt gratis. Klanten kunnen saldo opwaarderen en hun gegevens beheren." Spetters Carwash

'Toen mijn broer
me wees op een
carwash die te
koop stond, dacht ik:
waarom ook niet'





'Ik had volop ingezet
op marketing, maar
onderschatte hoe
belangrijk de techniek is'

bestaat inmiddels uit vier wasboxen, een wasstraat met handmatige voorwas, een stofzuigerplein met zes gratis stofzuigers en een poetsshal waar de auto's van binnen kunnen worden gereinigd.

Carwash met karakter

Wat Spetters Carwash uniek maakt? Volgens Marlous is dat een combinatie van slimme marketing, technische innovatie en persoonlijke aandacht. "We bieden een uitgebreide handmatige voorwas, zodat auto's écht schoon worden. Dat kost iets meer tijd, maar onze klanten waarderen het enorm. Het is de reden dat ze terugkomen." De locatie aan de rand van Tegelen – net onder Venlo en vlak bij de Duitse grens – trekt een gemêleerd publiek. "We zien vaste klanten uit de regio, maar krijgen ook veel Duitse bezoekers."

Roze Ledverlichting

Wie langs Spetters Carwash rijdt, kan niet om de roze accenten heen. "Ik ben een vrouw in een mannenwereld en dat laat ik graag zien," zegt Marlous met een glimlach. "Toch is het voor iedereen toegankelijk. Juist die knipoog maakt het sympathiek. We maken altijd een praatje met onze klanten. Ons



jonge, enthousiaste team speelt een grote rol in de uitstraling. Ook de zoon van de vorige eigenaar werkt nog bij ons. Ik hoor vaak dat klanten het gezellig vinden om hun auto te komen wassen en dat is precies wat ik wil bereiken."

Uitdagingen en ambities

De overstap naar het carwashleven was niet zonder hobbels. In het voorjaar, tijdens een drukke dag, viel alles uit. "Ik had volop ingezet op marketing, maar onderschatte hoe belangrijk de techniek is. De stroom raakte overbelast, compressoren vielen uit – toen kreeg ik een spoedcursus carwashtech-niek van de leveranciers waarmee we samenwer-ken. Iedereen was heel behulpzaam. Inmiddels weet ik wat er nodig is om piekmomenten aan te kunnen en heb ik een vast netwerk van monteurs die direct in kunnen springen als het nodig is."

Hands-on

Ondanks de uitdagingen is Marlous laaiend enthousiast. "Ik sta zelf ook auto's te wassen. Het is hands-on, fysiek best uitdagend voor iemand die

'Voor mij is het de perfecte combinatie van ondernemen, marketing en iets tastbaars opbouwen'

het gewend was om voornamelijk achter een computerscherm te zitten en het directe klantcontact vind ik heerlijk. In vier maanden tijd hebben we net zoveel wassingen gedaan als de vorige eigenaar in een heel jaar. Dat zegt alles."

Meer Spetters

En dat is nog maar het begin. Marlous onderzoekt momenteel de mogelijkheden voor uitbreiding. "We zijn actief op zoek naar nieuwe locaties. Er zijn een paar serieuze opties, maar het is nog net te vroeg om iets concreets te delen. Wel kan ik zeggen dat we ook bezig zijn met het uitbouwen van het aanbod met abonnementsvormen, zakelijk wassen op rekening en nog meer gepersonaliseerde acties. We sturen klanten nu al een verrassing op hun verjaardag – het zijn de kleine dingen die mensen onthouden. Voor mij is het de perfecte combinatie van ondernemen, marketing en iets tastbaars opbouwen. Ik krijg er elke dag energie van." 🌊



De Limburger 04-08-2025

Tankstations in Duitse grensstreek geteisterd door diefstal snellaadkabels

'Tankstations in de grensregio hebben al maanden last van koperdieven. Die hebben het voorzien op snellaadkabels voor elektrische auto's. De politie in Aken heeft twee verdachten aangehouden. Tientallen snellaadstations langs de Nederlands-Duitse grens zijn getroffen door de diefstal.

De meterslange snellaadkabels zouden voor rond de 50 euro aan koper bevatten. De schade voor bedrijven loopt soms in de tienduizenden euro's. Gemiddeld zijn stations na een diefstal ook nog eens twee weken buiten bedrijf. Sommige laadstation beveiligen hun kabels met trackers, om zo dieven te kunnen volgen.'

De Telegraaf 03-08-25

Fraude met laadpas elektrische auto's blijkt doodeenvoudig: criminelen verhandelen codes op darkweb

'Het risico op fraude met laadpassen voor elektrische auto's leek lange tijd laag. Nu dringt bij aanbieders het besef door dat ze hun passen en druppels beter moeten beveiligen. Want frauderen blijkt doodeenvoudig.

Dik tevreden was Arjen Westra met z'n nieuwe stekkerhybride. Hij had er een laadpas voor besteld. „Kort nadat ik de pas had geactiveerd, bleek er al drie keer mee geladen in Londen. Ik woon in Drenthe, ben al jaren niet in Londen geweest. En ik had die pas nog helemaal niet gebruikt!”

Mobility Energy 28-07-25

Argos tankstation in Drachten opent onbemande shop met tabaksverkoopautomaten

'Het Argos-tankstation aan de Noorderdwarsvaart in Drachten, onderdeel van VARO Energy, heeft als eerste in Nederland een onbemande shop geopend waar consumenten terecht kunnen voor rookwaren. De automaten op de nieuwste SPOT-locatie voldoen volgens initiatiefnemer Xplorers BV aan de meest recente regelgeving en technologie.

In de shop is een medewerker aanwezig ter begeleiding en om eventuele vragen te beantwoorden. Maar het 'schuiven' van de pakjes sigaretten gebeurt geheel automatisch. De techniek is AVG-proof en bedoeld om alleen verkoop aan volwassenen mogelijk te maken, zonder tussenkomst van personeel. De shop is ingericht binnen een bemande omgeving, maar de aankoop van rookwaren verloopt volledig zelfstandig.'

de Gelderlander 23-07-25

Dit overkomt tankbaas Gerald elke ochtend en hij is het helemaal zat: 'Waar ben je dan mee bezig?'

'Hij is er helemaal klaar mee. Gerald Meijer van Oliehandel Kreuze in Steenwijk hangt elke ochtend pakken met plastic handschoenen op bij zijn tankstations. Steeds wacht hem niet veel later een onaangename verrassing. Hele pakken handschoenen worden rücksichtslos meegenomen. Meijer snapt niet waarom mensen hele pakken handschoenen meenemen. „Bij de Action koop je een pak handschoenen voor vijftig cent of een euro. En wat moet je met zoveel handschoenen?”'

Tubantia 17-07-25

Handhaven op gehaktballen: wat mag wel en niet bij een tankstation?

'Dat de gemeente Twenterand gehaktballen en luxe broodjes wilde afpakken van een tankstation in Vriezenveen, zorgt op sociale media voor verbazing. Weitzelpoort krijgt volop steun. Veel mensen snacken weleens na het tanken. Maar wat mag er wel en wat niet?

Langs snelwegen is het volstrekt normaal dat je een broodje met warm vlees of een gehaktbal kunt scoren bij een tankstation. Toch mag het niet overal verkocht worden. Zo wilde Twenterand handhaven bij tankstation Weitzelpoort, op een bedrijventerrein. Uiteindelijk zag de gemeente ervan af, omdat het de verkoop per ongeluk zelf al 26 jaar had gedoogd. Maar als de huidige eigenaar, Gerard Benérink, de boel verkoopt, moet een nieuwe eigenaar er alsnog mee stoppen. Of een tankstation warme broodjes mag bereiden, kan overal anders zijn.'

Samen vooruit:

het energiestation als belangrijke schakel van mobiliteit

Sinds mijn aantreden in het bestuur van Drive spreek ik met veel ondernemers, beleidsmakers en partners. Wat mij telkens opvalt, is de enorme drive om als mkb'ers te bouwen aan de toekomst van mobiliteit. Onze energiestations spelen daarin een centrale rol. Niet als overblijfsel uit het verleden, maar als knooppunt van energie voor mobiliteit, bereikbaarheid, gemak en werkgelegenheid.

Wij bouwen aan energiestations van de toekomst en zijn geen fossielen uit het verleden. Toch worden we behandeld alsof we (letterlijk) in de weg staan. Tankstations worden uit steden gedrukt, genegeerd in netplannen en raken klem tussen vergunningen, verboden en verouderde aannames. Alsof bereikbaarheid vanzelf ontstaat. Alsof voorzieningen als koffie, toiletten, veiligheid en werkgelegenheid er niet toe doen. Alsof energie alleen thuis uit het stopcontact komt, en niet via snelladers, batterijsystemen en slimme hubs op die plekken waar Nederland rijdt en leeft.

Dat is een van de belangrijkste punten uit de nieuwe Drive-strategie. Het sterke retail-netwerk van Drive(leden) bouwt aan een toekomst waarin energie- en retail-stations meer zijn dan alleen laad- of tanklocaties. Het blijven plekken voor gemak, ontmoeting en dienstverlening. Door samenwerking zorgen we dat deze ondernemingen ook in de toekomst essentieel en rendabel blijven.

Daarmee zijn we al goed op weg. Zo hebben we met onze branche in de discussie rond verzorgingsplaatsen langs

de snelweg een belangrijke stap gezet. Daardoor mogen nu ook energiestation-ondernemers bieden op kavels voor laden en shopvoorzieningen. Een logische én rechtvaardige stap, want wie weet er nu beter hoe je een locatie langs de weg rendabel, veilig en klantgericht inricht? Daarnaast zitten we aan tafel bij de gemeente Amsterdam, de ministeries en in diverse overleggen en hebben we met ONL een link naar Tweede Kamerleden.

Maar er ligt meer op tafel. Met de verkiezingen in aantocht zetten we ons volop in om onze speerpunten op de politieke agenda te krijgen. Niet met abstracte ambities, maar met heldere statements waarop we graag ingaan in Den Haag:

1. Laden zonder visie is vragen om netcongestie

Wildgroei aan langzame AC-palen belast het elektriciteitsnet, is duur en inefficiënt. Energiestations willen investeren in DC-snelladers, met opslag en opwek.

Drive zegt: "Zonder energie geen mobiliteit. Geef energiestations prioriteit bij laadinfra."

2. Accijnsbeleid moet gedrag sturen, niet de grens over

De prijsverschillen met België en Duitsland zijn zo groot dat steeds meer mensen daar tanken en inkopen doen. Dit leidt tot minder inkomsten voor de Nederlandse overheid, oneerlijke concurrentie en leegloop van voorzieningen in dunbevolkte gebieden.

Drive zegt: "Gebruik accijns als stuurinstrument, niet als straf."

3. Binnenstedelijke energiestations zijn deel van de oplossing, niet het probleem

In milieuzones zijn die stations essentieel voor hulpdiensten, taxi's, schone mobiliteit en gemak.

Drive zegt: "Transformeer samen met ondernemers, plan ze niet weg."

4. Tabaksverkoop verbieden is symboolpolitiek

Een verkoopverbod versterkt illegale verkoopkanalen en zorgt onder meer voor (massaal) shoppen over de grens.

Drive zegt: "Behoud gereguleerde verkoop in betrouwbare handen, vooral buiten de stad."

De energietransitie kan niet zonder ondernemers. Wij hebben plannen, locaties en lef. Wat we vragen is beleid dat meebeweegt, eerlijk en realistisch is en gericht op vooruitgang. De verkiezingen zijn hét moment om koers te bepalen. Wij zijn er klaar voor. Nu de overheid nog. Nodig ons uit aan tafel, lokaal, regionaal en nationaal. Als we willen dat Nederland blijft bewegen, dan moeten we nú investeren in de energiestations van morgen.

Martin van Eijk is energiestation-ondernemer en voorzitter van Drive.

Reageren?
martinesvaneijk@gmail.com

Medewerkers enthousiast over klassikale training Weerbaar tegen agressie- en Overvalpreventie

Trainingen in overvalpreventie, omgaan met weerstand en weerbaar tegen agressie; in een ideale wereld zouden die niet nodig zijn. Helaas is de wereld niet ideaal en om hier zo goed en veilig mogelijk mee om te gaan, zijn die trainingen ontwikkeld. Power Up! biedt ze in klassikale vorm zowel afzonderlijk als gecombineerd aan. Meerdere (grote) energiestation-ondernemingen kozen voor een op maat gemaakte combinatie van die twee trainingen.

Tekst: Erik Stroosma **Foto's:** Endurance

"De veiligheid van onze medewerkers en klanten komt bij ons op de eerste plaats", zegt een medewerker van de HR-afdeling van een van die energiestation-ondernemingen. "Daarin wordt fors geïnvesteerd. De klassikale training Weerbaar tegen agressie en Overvalpreventie is daar een onderdeel van. Alle medewerkers van onze energiestations volgen die, van oproepkrachten tot en met stationsmanagers. En elke drie jaar gaan zij 'op herhaling' en doen ze de training opnieuw. Zo blijven die onderwerpen 'on top of mind' bij de mensen. De training draagt bij aan de bewustwording met betrekking tot overvalpreventie, veiligheid en agressie op het station en vergroot de alertheid, de weerbaarheid en het zelfvertrouwen van de medewerkers."

'Het is een interactieve training waarbij veel ruimte is voor eigen inbreng'

Praktijkervaringen delen

Het bedrijf heeft de training Weerbaar tegen agressie en Overvalpreventie begin dit jaar toegevoegd aan zijn leer- en ontwikkelingsprogramma. "Een jaar geleden zijn we met dat bedrijf en trainingsbureau Endurance aan de slag gegaan om die training te ontwikkelen", vertelt Pauline Forma van Drive Opleidingen. "Dat heeft geresulteerd in een speciaal op dat bedrijf toegesneden eendaagse klassikale training. Verspreid over het land wordt die gegeven in groepen van maximaal 12 medewerkers. Het is een interactieve training waarbij veel ruimte is voor eigen inbreng. Zo kunnen de deelnemers bijvoorbeeld praktijkervaringen delen en met elkaar sparren – 'hoe zou jij dit oplossen?' Die opzet komt het beste uit de verf bij een groep met een beperkte omvang. Daarom kiezen we bij deze, en onze andere klassikale trainingen, voor groepen van maximaal 12 personen."

Pittige onderwerpen

Bij de training komen verschillende onderwerpen aan de orde: veiligheid om en rond het station, hoe je het beste kunt omgaan met agressie, hoe je daar weerstand tegen biedt en kunt de-escaleren, het gebruik van de noodknop, het afkomen van geld



'Deze training vergroot de alertheid, de weerbaarheid en het zelfvertrouwen van medewerkers'

bij de kassa, overvalpreventie en hoe je moet handelen tijdens en na een overval. "Pittige onderwerpen en zaken die veel impact kunnen hebben op de medewerkers", aldus Pauline. "Daarom is het heel belangrijk om dit te trainen. Om mensen praktische vaardigheden te leren en handvaten aan te bieden over de omgang met de negatieve kanten van het werk. En om hun te leren hoe zij dat soort situaties zoveel mogelijk kunnen voorkomen."

Veilige werkomgeving

"De training maakt deel uit van een heel pakket aan maatregelen bij ons bedrijf, dat gericht is op het creëren van een veilige werkomgeving op de stations", geeft de HR-medewerker aan. "Daarvoor zetten we, onder meer ter voorbereiding van de klassikale training en als follow-up daarvan, e-learning, nieuwsbrieven en mailings in. Ook komen deze onderwerpen bij de verschillende overleggen en gesprekken aan bod."

Feedback medewerkers

"Van de trainers hoor ik dat onze medewerkers over het algemeen super-enthousiast zijn over de training", aldus de HR-medewerker. "Dat zie je ook

De klassikale trainingen Omgaan met weerstand en weerbaar tegen agressie en Overvalpreventie worden gegeven door Arjan Kingman (boven) en Rinco van der Baan van trainingsbedrijf Endurance.



terug in de feedback. Daarin wordt de training vaak door hen omschreven als leerzaam, nuttig, herkenbaar en goed aansluitend bij de praktijk. De input van de medewerkers vinden wij erg belangrijk. Daar wordt goed naar geluisterd. Het onderwerp veiligheid om en rond het station is bijvoorbeeld toegevoegd omdat medewerkers dat graag wilden."

Meer weten over de klassikale Power Up!-trainingen Omgaan met weerstand en Weerbaar tegen agressie en Overvalpreventie? Kijk dan op drivenederland.nl/thema/opleidingen/ of neem contact op met Drive Opleidingen via 085 00 71 362 of opleidingen@drivenederland.nl. 

NOZZLE TV

TM



Digitalize your petrol station

Entertain your customers & reap the rewards

Join Us

At NozzleTV, we're investing in partnerships.
Contact us to explore the possibilities waiting for you.

✉ Sales@nozzletv.nl
☎ +31(0)85 877 06 18

NozzleTV The world's largest, small TV Channel

Nieuwsflits:



“Netbeheerder ziet wachtrij voor stroomaansluiting
alsmaar verder groeien”

U bent de zoveelste wachterende in de rij

De zomer staat bol van de festivals en feesten, waar vele festivalgangers zich laven aan het lekkere weer, livemuziek en een hapje & drankje. Met zoveel mensen op één plek zie je het dan vaak gebeuren, een opstopping. Bij festivals heb je vaak geduld nodig met een volle blaas of een lege maag. Tegenwoordig hoef je gelukkig niet zo lang meer te wachten op een biertje, omdat er genoeg drankpunten over zo'n terrein worden geplaatst. Waar we op een festival en in bijvoorbeeld een pretpark weten dat we moeten wachten, zijn we dat voor andere situaties minder gewend. Daarnaast kunnen we in andere situaties het ons ook niet permitteren om lang in de wachtrij te moeten staan.

Het gesprek over het overbelaste stroomnet en de zogenoemde netcongestie speelt al geruime tijd. Als succesvol klein land zijn we boven onze eigen netwerkcapaciteit uitgestegen. We zijn ten opzichte van Europese landen om ons heen de pionier als het gaat om elektrisch vervoer en ook zijn de laadpalen in Nederland meer aanwezig dan in omliggende landen. Alleen Scandinavië steekt er met kop en schouders bovenuit als het gaat om elektrisch rijden. Toch is het in Nederland al een aantal jaar kommer en kwel op het stroomnet. 'Het net' is vol en er moeten keuzes worden gemaakt, zo waar- schuwen de verschillende netbeheerders in Neder-

land. Beheerder Enexis laat aan NU.nl weten dat de wachtlijst alleen maar oploopt. Ondernemers van energiestations in de regio Eindhoven hebben van diezelfde beheerder al te horen gekregen dat een verzwaring van het net nog 5 tot 10 jaar zal duren.

Ondertussen worden er door netbeheerders adviezen aan nieuwe huizenbezitters van net opgeleverde woonwijken gegeven om de auto pas 's nachts aan de stekker te hangen, om zo de piekmomenten van het stroomnet te ontwijken. Een advies dat bijzonder relevant is voor de energie- en tankstationbranche. Als het aantal elektrische voertuigen blijft groeien zal ook buiten piekmomen- ten laden aan huis straks niet meer kunnen. Daarom is het van belang dat netbeheerders, gemeenten en provincies zich meer gaan focussen op het bie- den van voldoende netcapaciteit aan ondernemers die de energie op een professionele manier kunnen leveren aan de rijdende klant. Juist nu moeten we de energietransitie versnellen om aan deze toene- mende vraag te kunnen voldoen.

Zo kunnen ondernemers van energie- en tankstati- ons verder en raakt het stroomnet niet overbelast door langzame laders, onverwachte pieken door thuisladen en is er bij een probleem altijd deskundig advies en hulp voor handen. 

**Versgekookte
maaltijden**

uitgekookt

**Met passie
bereid**

**In 4 min.
op tafel**

**Binnen
verkrijgbaar**

Uitgekookt wil de verkoop van zijn verse maaltijden bij energiestations graag verder uitbreiden.

Uitgekookt ziet kansen bij energiestations

Tekst: Erik Stroosma **Foto's:** Uitgekookt

Vers, gezond en lekker. Zo omschrijft Uitgekookt zijn kant-en-klaar maaltijden. Tot een kleine twee jaar geleden bezorgde dat bedrijf die uitsluitend aan huis. In 2023 ging de maaltijdservice een samenwerking aan met Oliehandel Vermeulen voor de verkoop in tankshops. Dat sloeg aan. Nu wil Uitgekookt graag bij meer energiestation-ondernemers/-ondernemingen zijn maaltijden aanbieden.

Gemak en gezond, dat zijn trends waarbij de maaltijdservice van Uitgekookt naadloos aansluit. Het bedrijf, dat onder meer bekend is van de samenwerking met tv- en meesterkok Rudolph van Veen, is gevestigd in IJsselmuiden. In die Overijsselse plaats zit ook een energiestation van Oliehandel Vermeulen. Aan de andere kant van de IJssel, in Kampen, bevindt zich de hoofdvestiging van dat

bedrijf, dat inmiddels deel uitmaakt van Den Hartog. "We zitten bij elkaar in de buurt en zo kennen we elkaar", vertelt accountmanager B2B Collin van Dijk van Uitgekookt. "Wij zijn altijd op zoek naar nieuwe kansen en bij tankstations neemt de vraag naar gezonde voeding toe. Zo ontstond het idee om verse maaltijden aan te bieden bij – om te beginnen – één van de stations van Vermeulen."



Ideale proeflocatie

De keuze viel op Esso Vermeulen aan de Europa-allee in Kampen. "Dat is een groot station aan een drukke doorgaande weg", geeft Collin aan, "en daarmee een ideale proeflocatie. We zijn begonnen in oktober 2023. In een deel van de koelwand boden we een selectie uit ons aanbod aan. Met onder andere grote raamstickers werden – en worden – de maaltijden onder de aandacht gebracht. Het was niet meteen een doorslaand succes. Zoiets heeft ook tijd nodig, maar op een gegeven moment begon het te lopen. En zelfs zo goed dat er sinds begin dit jaar een speciaal koeleiland met Uitgekookt-maaltijden bij Esso Vermeulen in Kampen staat."

Gevarieerd aanbod

"Daarin bieden we keuze uit 24 verschillende kant-en-klaar maaltijden", zegt Collin enthousiast. "Die worden vers bereid bij ons door topchefs. Ze zijn lekker én gezond, bestaan onder meer uit lokaal geteelde groenten en staan binnen 4 minuten op tafel. Met onze maaltijden kun je, als koken even niet uitkomt, toch vers en gezond eten tegen een heel redelijke prijs. Of zoals wij zeggen: 'Vers en klaar, aanschuiven maar!'"

'Op basis van de ervaringen in Kampen zien we grote kansen voor onze maaltijden bij energiestations'

We bieden een gevarieerd aanbod dat regelmatig wisselt. Het aanbod loopt uiteen van spaghetti bolognese tot poké bowls met pulled chicken en van zalmfilet in dillesaus tot oma's hachee met rode kool en aardappelpuree. Vlees, vis, vegetarisch; voor elk wat wils."

Vers en gezond

"Behalve in Kampen bieden we onze maaltijden nu ook aan bij stations van Vermeulen in Elburg en IJsselmuiden. Daar zitten we nog in de aanloopfase. Op basis van de ervaringen in Kampen zien we grote kansen voor onze maaltijden bij energiestations. We zouden daarom ook graag samenwerken met andere energiestation-ondernemers/-ondernemingen. Hen kunnen wij een interessante aanvulling bieden op hun assortiment met producten die tegemoetkomen aan de groeiende vraag naar vers en gezond."

Geen derving

"Het duurde een klein jaar, maar sinds de tweede helft van vorig jaar loopt het echt goed", vertelt assistent-manager Maryke Maurer van Esso Vermeulen in Kampen. "En nu met dat koeleiland gaat het helemaal hard. Die staat centraal in de shop en valt erg op. Twee keer per week wordt die helemaal gevuld met verse maaltijden en die verkopen we allemaal. Er is nul derving. Er zijn er die er speciaal voor komen, mensen die er een aantal tegelijk kopen voor henzelf of iemand anders, bijvoorbeeld een oudere, en klanten die er spontaan een meenemen. Het is een mooie aanvulling van ons aanbod en nodigt ook uit tot aanvullende aankopen, zoals bijvoorbeeld een flesje drinken erbij. Ja, wij zijn er erg enthousiast over."

Neem voor meer informatie contact op met Uitgekookt via zakelijk@uitgekookt.nl. 

Een Drive lidmaatschap loont!

Jouw contributie van € 929,- kan je veel voordeel opleveren



Drive advies

***Bespaar € 540**

Onze branche gespecialiseerde juristen ondersteunen je op zowel commercieel als juridisch vlak. Met een Drive lidmaatschap zijn de eerste 3 uur advies kosteloos.

*Op basis van 3 uur juridisch advies á € 180,- per uur



Interne fraude register

***Bespaar € 2500**

Voorkom kostbare verrassingen met gratis deelname aan het waarschuwingsregister van stichting Fraude Aanpak Detailhandel.

*Gratis bij lidmaatschap, anders € 2.500,- vaste bijdrage



Drive elektrisch laden

***Bespaar € 180**

Onze gespecialiseerde adviseurs ondersteunen je met laadpaal advies van planning tot plaatsing. Met een Drive lidmaatschap is het eerste adviesgesprek kosteloos.

*Op basis van 1 uur advies á € 180,- per uur



Energiebesparing

***Bespaar € 300**

DEB (Duurzaam. Energie. Besparen) biedt Drive-leden overzicht en inzicht: waar kun je nog energie besparen, en welke subsidiemogelijkheden zijn er om jouw onderneming te vergroenen?

*Op basis van de gemiddelde besparing per locatie



Drive opleidingen

***Bespaar € 100**

Kosteloos toegang tot Power Up!: Het online leerplatform voor medewerkers van energiestations en carwashbedrijven.

*Korting op maatwerk klassikale trainingen!



Drive verzekeringen

***Bespaar € 175**

Profiteer van persoonlijk advies en het exclusieve DRIVE Zekerheidspakket van Schouten Zekerheid, speciaal voor energiestations met unieke dekkingen voor retail- en carwashrisico's.

*Inclusief vast aanspreekpunt en bezoek voor verzekeringscheck



Drive pinnen

***Bespaar € 500**

Maak gebruik van de korting op het standaard banktarief van ING en Rabobank. De scherpe pindeals voor Drive leden besparen je al gauw honderden euro's!

*Op basis van de gemiddelde pintransacties per locatie



Move On Magazine

***Bespaar € 45**

Met een gratis abonnement op hét vakblad voor en door ondernemers van energiestations en carwashbedrijven ben je altijd up-to-date.

*Gratis jaarabonnement t.w.v. € 45,-



drivenederland.nl

Bij elkaar opgeteld heb je per locatie tot wel €5300,- voordeel!
Bekijk al onze ledenvoordelen op www.drivenederland.nl



Onderhoud olieafscheimers

***Bespaar minimaal € 300**

Teeuwissen Rioolreiniging verzorgt onderhoud en inspecties aan olie- en vetafscheimers, tegen scherpe Drive-tarieven, geheel conform huidige wet- en regelgeving.

**Inclusief gratis locatiebezoek en werkplan t.w.v. € 216,50,-*



Onderhoud vetafscheimers

***Bespaar minimaal € 265**

Teeuwissen Rioolreiniging verzorgt onderhoud en inspecties aan olie- en vetafscheimers, tegen scherpe Drive-tarieven, geheel conform huidige wet- en regelgeving.

**Inclusief gratis locatiebezoek en werkplan t.w.v. € 216,50,-*



Milieuzorg

***Bespaar minimaal € 495**

Sluit je een nieuw milieuzorg contract af bij Mokobouw, dan bieden zij je als Drive-lid het uitzoeken en digitaliseren van het Installatie Handboek geheel gratis aan.

**Normale prijs € 495,-*



Voordeelpartner worden?

Zie je kansen voor je product of dienst als voordeelpartner? Neem dan contact op met:

Angela de Boer | angela@drivenederland.nl | 085-007 13 61

Lees hier alles
over Drive voordeel!



drivenederland.nl/voordeel

Bespaar
€ 5000,-
Onder de streep!



'Deze innovatie
bespaart ondernemers
veel kosten'

Tekst: Erik Stroosma Foto's: Teeuwissen Rioolreiniging

Teeuwissen en ABV Haukes krijgen elk lek boven

TEEUWISSEN - HAUKE

Innovatief en bovenal tijd- en kostenbesparend. Dat is de nieuwe methode die Teeuwissen Rioolreiniging en ABV Haukes ontwikkelden voor het opsporen van lekkages in (oliehoudende) bedrijfsrioleringen en andere ondergrondse kunststof transportleidingen. “Zelfs de kleinste lekkages in dat soort leidingen sporen we daarmee snel en nauwkeurig op”, aldus commercieel adviseur Robert Kos van Teeuwissen.

De basis van de nieuwe lekkagedetectiemethode ontstond op locatie. “Ik was er meerdere keren getuige van dat bij bedrijven een lek zat in een leiding onder een vloestofdichte vloer”, vertelt Robert Kos. “Dat er een lek was, dat was duidelijk, maar waar precies? Dat was boven de grond niet aan te geven en met een camera-inspectie werd ook geen duidelijk lek geconstateerd. Het gevolg was dat die vloer en de traditionele bestrating over een lengte van vele meters opgebroken moest worden. Na het dichten van het lek moest die vloestofdichte vloer weer hersteld en opnieuw gekeurd worden. Bij elkaar was dat een schadepost van tienduizenden euro's voor de klant. Ook omdat dat deel van het terrein een tijd niet gebruikt kon worden door de operatie. Hoge kosten en veel ongemak. En dat alles door een klein lek in een ondergrondse polyethyleen (PE) leiding. ‘Dat moet toch anders kunnen’, dacht ik toen.

Efficiëntere manier

Die gedachte liet Robert niet los en hij raakte erover aan de praat met Marc Bergijk van ABV Haukes. Dat Nijmeegse bedrijf is geaccrediteerd (Deskundig Inspecteur met accreditatienummer 198) voor het visueel inspecteren van bodembeschermende voorzieningen,

zoals vloestofdichte vloeren, en het doen van geo-elektrische en hydrologische metingen en IBC (isolatie, beheers en controle) werken. Daarnaast voert de onderneming bouwkundige inspecties en bodemrisicoanalyses uit en controleert ze onder andere bedrijfsrioleringen en vloestofdichte vloeren.

“Marc en ik zitten beiden in de commissie ‘Onderhouds- en inspectieprogramma bedrijfsriolering’ (SIKB Rapport 2024-1)”, geeft Robert aan. “Met hem raakte ik in gesprek over efficiëntere manieren van lekkagedetectie bij ondergrondse kunststof leidingen. Samen hebben we vervolgens een lekkagedetectiemethode ontwikkeld die onder meer goed toepasbaar is bij energiestations en autowasbedrijven en ondernemers veel kosten bespaart.”

Veel belovende uitkomsten

Een centrale rol bij de methode van Teeuwissen en Haukes speelt een zelf ontworpen detectiekabel. Robert: “Na ruim een jaar ontwikkelen en testen hebben we inmiddels meerdere rioleringen geïnspecteerd met veelbelovende uitkomsten. Alle lekkages zijn na herstel leklicht bevonden en door de desbetreffende Deskundig Inspecteur toegevoegd aan de VVV (Verklaring Vloestofdichte Voorziening).

'De methode is veilig te gebruiken bij energiestations'

“Deze methode is veilig te gebruiken bij energiestations”, benadrukt Robert. “We hebben dit uitgebreid getest. Daarvoor werkten we onder meer samen met een manager SHEQ van een grote brandstofmaatschappij. Daaruit kwam naar voren dat deze methode veilig en snel een gericht en betrouwbaar resultaat oplevert.”

Unieke en slimme methode

“Lekkage in bedrijfsrioleringen en ondergrondse kunststof transportleidingen is een vaak voorkomend probleem”, geeft Robert aan. “Met name bij mofverbindingen en aansluitstukken. Er is dan ook veel belangstelling voor deze unieke en slimme lekkagedetectiemethode.”

Bedrijven die interesse hebben of meer over willen weten over deze nieuwe methode, kunnen contact opnemen met Robert Kos van Teeuwissen Rioolreiniging via 035 52 52 319 en bedrijfsbureau@teeuwissen.com of met Marc Bergijk van ABV Haukes via 024 30 30 094 en info@abvhaukes.nl. 

'Zelfs de kleinste lekkages sporen we hiermee nauwkeurig op'



Shell stimuleert innovatie met Sandwich Competition

'We willen gasten blijven verrassen'

Shell-station Ten Esschen in Heerlen werd dit jaar uitgeroepen tot winnaar van de derde editie van de Shell Sandwich Competition, een jaarlijks initiatief waarin foodmedewerkers van Shell-tankstations hun creativiteit loslaten op het assortiment. Hun Mexicaans geïnspireerde creatie – de Bagel Spicy Chicken – werd door de jury bekroond als het 'Lekkerste broodje langs de weg 2025'.

Tekst: Birgitta van der Linden, BLUSHtxt Foto's: Danny Cornelissen en Shell

Een prestatie die ook Pieter-Bas Schifferstein, Category Manager Foodservice Benelux, waardeert: "Deze competitie geeft ons niet alleen inzicht in wat leeft bij onze gasten, maar motiveert ook de mensen op de werkvloer om met plezier en trots bij te dragen aan ons assortiment."

Bagel met pit

De Bagel Spicy Chicken – belegd met pulled chicken, jalapeño, kaas, rode ui, hamburgersaus en zwarte olijven – zal medio 2026 landelijk beschikbaar zijn op alle Shell-stations met een bakkerij. Een smaakvolle combinatie die, volgens Pieter-Bas,

perfect inspeelt op een groeiende trend: "Wereldkeukens winnen aan populariteit en deze bagel sluit daar naadloos op aan. De Mexicaanse smaken zorgen voor een verrassende kick, terwijl de kleurrijke mix van ingrediënten voor een ware smaakexplosie zorgt. Hij heeft pit, maar blijft mooi in balans dankzij de kaas en de saus. Bovendien is hij snel en eenvoudig te bereiden – ook dat is cruciaal op een druk station."

Blijven verrassen

De winnende bagel maakt in eerste instantie deel uit van het thematische assortiment; een belangrijk onderdeel van Shells foodstrategie. "We maken binnen Shell een duidelijk onderscheid tussen een hoogwaardig basisassortiment en een thematisch assortiment," legt Pieter-Bas uit. "Beide staan voor kwaliteit. Met het thematische assortiment willen we gasten blijven verrassen. Nieuwe smaken, creatieve combinaties, tijdelijk beschikbaar. Als een broodje goed presteert, kunnen we overwegen om het op te nemen in het basisassortiment. Dan krijgt

'De Mexicaanse smaken zorgen voor een verrassende kick, terwijl de kleurrijke mix van ingrediënten voor een ware smaakexplosie zorgt'

De Shell-tankstations op de foto's staan los van de inhoud van dit artikel en dienen uitsluitend ter illustratie.



de innovatie dus een vaste plek. We werken met een jaarplanning en tijdelijke thema's passend bij het seizoen of bij campagnes. Het broodje van Ten Esschen zal volgens planning medio 2026 worden uitgerold."

Betrokken medewerkers

Wat deze wedstrijd volgens Pieter-Bas écht bijzonder maakt, is de betrokkenheid van de medewerkers op de werkvloer. "De mensen op onze stations zijn onze ogen en oren. Zij weten als geen ander waar onze gasten behoefte aan hebben. Deze competitie brengt die inzichten op

een leuke en efficiënte manier samen." De pitch van het team uit Heerlen trok de aandacht: "Ze kozen voor een Mexicaans thema en trokken dat volledig door in hun presentatie. Kleurrijke ingrediënten, een duidelijke verhaal en zelfs voorproeven met gasten op locatie – dat getuigt van betrokkenheid én creativiteit. Een waardevolle combinatie. De competitie motiveert medewerkers, creëert trots en zorgt voor verbinding binnen onze organisatie. We zien dat deelnemers steeds verder gaan in hun presentaties en echt hun best doen om te winnen. En terecht: hun creatie krijgt straks een plek op al onze bakkerijlocaties."

'Met het thematische assortiment willen we gasten blijven verrassen. Nieuwe smaken, creatieve combinaties, tijdelijk beschikbaar'

Lekker en praktisch

Aan de Shell Sandwich Competition doen jaarlijks stations uit het hele land mee. Inzendingen worden beoordeeld op smaak, creativiteit, storytelling, operationele uitvoerbaarheid en presentatie. "Uiteindelijk kiezen we een aantal finalisten die hun broodje mogen presenteren aan een jury, waar ik zelf ook deel van uitmaak," vertelt Pieter-Bas. "We letten onder meer op veiligheid, marge, bereidingssnelheid en haalbaarheid voor andere locaties. De bagel van Ten Esschen stak er op al die punten bovenuit. Na de winst begint het implementatietraject. We doorlopen een aantal processen op het gebied van inkoop, pricing, operationele uitvoering en nog veel meer. Een nieuwe introductie moet niet alleen lekker

zijn, maar ook praktisch. Onze processen zijn strak georganiseerd, dus elk product moet daar perfect in passen."

Gastvrijheid voorop

Opvallend is dat Pieter-Bas het consequent heeft over gasten, niet over klanten. "Dat doen we bewust," zegt hij. "We willen onze gasten een fijn verblijf bieden, met aandacht, gastvrijheid en goed eten op elk moment van de dag. Of iemand nu snel iets wil meenemen of even rustig wil zitten met een broodje en een koffie; wij willen die ervaring zo aangenaam mogelijk maken. En dat vraagt meer dan alleen een goed assortiment: onze medewerkers vormen een belangrijke spil in het geheel. We geven

'De mensen op onze stations zijn onze ogen en oren. Zij weten als geen ander waar onze gasten behoefte aan hebben'





Samen met hun collega's van Shell-station Ten Esschen in Heerlen bedachten Dajana Visschers (links) en Jessica van der Veeke het winnende broodje.

'We willen een onderscheidend foodconcept bieden, waarin kwaliteit, gemak en gastvrijheid samenkomen'

ze dan ook alle ruimte voor initiatief, zoals bij een competitie als deze. Uiteindelijk zijn zij het gezicht van ons merk."

Voorsprong in de markt

De jaarlijkse competitie lijkt inmiddels stevig verankerd binnen de organisatie. "Na de competitie evalueren we en kijken we wat eventueel beter kan," zegt Pieter-Bas. "Maar de populariteit groeit en het enthousiasme van de medewerkers is groot. Het feit dat een team hun broodje letterlijk ziet terugkeren op locaties door het hele land, werkt enorm motiverend." Tegelijkertijd ziet hij het bredere plaatje: "Met dit soort initiatieven willen we voorop blijven lopen in de markt. We willen een onderscheidend foodconcept bieden, waarin kwaliteit, gemak en gastvrijheid samenkomen. En waarin innovatie niet alleen van bovenaf komt, maar ook samen met de mensen die dagelijks met onze gasten in contact staan."

Over de winnaar

Shell Ten Esschen in Heerlen won de Shell Sandwich Competition 2025 met de Bagel Spicy Chicken. De combinatie van pulled chicken, jalapeño, kaas, rode ui, zwarte olijven en hamburgersaus vormde een toegankelijke smaakmaker die door de jury werd geprezen om zijn balans, eenvoud en slimme uitvoering. De bagel zal medio 2026 beschikbaar zijn op alle Shell-stations met een bakkerij. 🌱

'Een nieuwe introductie moet niet alleen lekker zijn, maar ook praktisch'

Haal (meer) voordeel uit het drive lidmaatschap!

Onderhoud olieafscheimers



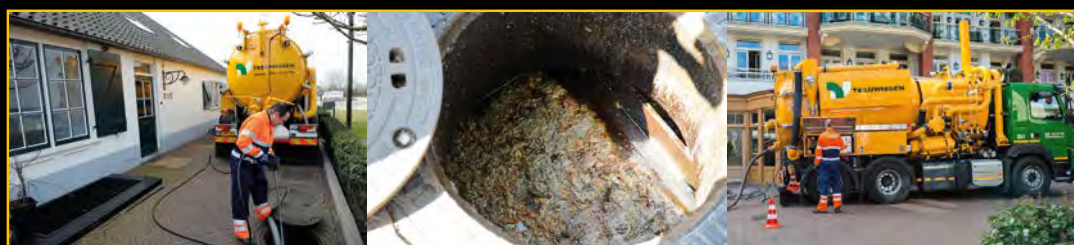
Voldoet uw olieafscheidingsinstallatie aan de gestelde eisen? Teeuwissen is (KIWA) gecertificeerd voor het ledigen, reinigen, inspecteren en beproeven (testen op vloeistofdichtheid) van olieafscheidingsinstallaties en de daaraan verbonden afvoerpunten en leidingen. Na afloop van het werk maken we een professioneel inspectierapport op en verstrekken we een beproevingscertificaat. Met dit certificaat voldoet u aan de wet- en regelgeving.

Onderhoud pompputten



Naast het aanleggen van nieuwe pompsystemen en gemalen neemt Teeuwissen de renovatie van bestaande pompsystemen en gemalen op zich. Het kan gaan om het vervangen van alleen een pomp. We vernieuwen het leidingwerk in de pompput of vervangen verouderde besturingskasten.

Onderhoud vetafscheimers



Vetafscheimers zijn opgebouwd uit verschillende compartimenten, de afscheider scheidt het afvalwater in slib, vet en water. Van het bewerkte afvalwater wordt bij een goed werkende afscheider alleen het water geloosd op het riool. Na verloop van tijd moet de afscheider worden geledigd, zodat deze goed blijft functioneren. De tankwagens van Teeuwissen zuigt het opgehoopte vet, water en slib uit de vetafscheider en reinigt de compartimenten met hogedruk. Hoe vaak? Dit kunnen we onder andere bepalen door de slib- en vetlaag te meten.

Voor alle overige informatie m.b.t. riolen verwijzen wij u naar onze website of voor een advies op maat, neem contact met ons op.



TEEUWISSEN
rioolreining

Proefabonnement binnen het arbeidscontract

Je kent het wel: die actie van landelijke dagbladen waarbij je voor een paar euro wekenlang een abonnement krijgt. Niet wekelijks, maar dagelijks ligt de krant op je deurmat – als je dat wilt. Ideaal als je graag ouderwets wilt bladeren, heimwee hebt naar 'het krantje bij de koffie', of binnenkort gaat schilderen en nog iets zoekt om de vloer mee af te dekken. Dat laatste klinkt misschien wat cynisch, maar na twee weken een dagblad ontvangen heb je al een flinke stapel papier in huis. Een groot voordeel van zo'n proefabonnement: je zit nergens aan vast en het stopt vanzelf. In het arbeidsrecht kennen we ook zo iets: de proeftijd, waarin werkgever en werknemer aan elkaar kunnen wennen.

In de Cao Tankstations- en Wasbedrijven kennen we een proeftijd van twee maanden. Een goede periode om als werkgever te kijken of de werknemer het werk aan kan, binnen het team past en voor de werknemer vice versa. In de succesvolle gevallen gaan deze twee maanden geruisloos voorbij en ben je als werkgever een fijne nieuwe kracht rijker. De werknemer heeft op zijn beurt vaak een tijdelijk contract van minimaal 7 maanden in 'the pocket'.

Maar wat als de werknemer zich niet op zijn plek voelt en in de proeftijd opzegt, net als de loonbetaling verwerkt is? Dat was een vraag die op het Drive-secretariaat binnenkwam.

De proeftijd is zoals eerder gezegd het uitgelezen moment om te kijken of er tussen werkgever en werknemer een klik is. Als je als werkgever niet tevreden bent kun je zonder inachtneming van de opzegtermijn de arbeidsovereenkomst beëindigen, ook hoef je geen reden van het ontslag op te geven. Dit ben je alleen verplicht als de werknemer hier om vraagt. De werknemer heeft in de proeftijd dezelfde rechten als een werkgever, die kan ook

met onmiddellijke ingang stoppen. Op dat moment is de werknemer niet meer in dienst en kun je dit als een uitdiensttreding behandelen. Vanaf de dag van opzegging heeft de werknemer ook geen recht meer op loon. Als de opzegging net samenloopt met de verwerking van de loonbetalingen, zorg dan dat je voor deze (ex-)werknemer dit proces per direct stopzet. Als de voormalig werknemer per abuis toch loon heeft ontvangen over de dagen waarin hij niet meer in dienst was, dan kun je dit per brief terugvragen en is de werknemer verplicht hieraan mee te werken. Die heeft immers loon ontvangen voor arbeid die hij/zij niet verricht heeft. Dit klinkt als een logisch verhaal, maar omdat het niet zo vaak voor komt is het toch goed om even te checken hoe ook alweer zit. Zo weet je altijd of je juist gehandeld hebt. Dit kan gemakkelijk door even aan te kloppen bij het Drive Secretariaat, zoals het Drive-lid deed die bovenstaande casus voorlegde. Tenslotte is er één groot voordeel van een opzegging in de proeftijd binnen een arbeidsovereenkomst ten opzichte van het proefabonnement van de krant: je wordt niet elke maand gebeld of je opnieuw interesse hebt! 🌸

TinQ gaat na 400-actie op naar de 500

ENVIEM opende in juni zijn 400ste TinQ-tankstation in Nederland. Die mijlpaal wilde het bedrijf niet onopgemerkt voorbij laten gaan. “We wilden dat bij zoveel mogelijk Nederlanders onder de aandacht brengen”, zegt Paul Derhaag van ENVIEM. De onderneming bedacht daarvoor een opvallende campagne: de TinQ-400 actie. Daarbij kon een straat 40.000 liter gratis brandstof winnen.

Tekst: Erik Stroosma Foto's: ENVIEM

De straat die dat won, was de Vennebroekstraat in Assen. Daar hadden de meeste bewoners, 43, zich als deelnemer aangemeld en de actieposter voor het raam gehangen. De prijsuitreiking vond zondag 22 juni plaats bij TinQ Assen Zwartwatersweg. “Dat station ligt letterlijk om de hoek bij de Vennebroekstraat straat”, vertelt Paul Derhaag, die bij ENVIEM directeur marketing & business development is. “Daar werd de prijs symbolisch aan de 43 winnaars uitgereikt. Zij kregen een cheque overhandigd waarop stond dat zij winnaar van de TinQ-400 actie waren. Daarnaast kwam een speciale actietankwagen langs om de gewonnen liters af te leveren. Niet letterlijk natuurlijk. De winnaars kunnen hun prijs innen met een speciale tankpas. Daarmee kunnen zij gratis tanken bij TinQ tot hun deel van die 40.000 liter op is.”

Superblij en uitgelaten

“De prijsuitreiking werd gedaan door oud-voetballer Andy van der Meijde en YouTuber René Watzema”, vervolgt Paul. “Ook hadden we voor een Caraibische drumband gezorgd. Het was heerlijk zonnig weer waardoor er een feestelijke, tropische sfeer ontstond. Heel de straat was uitgelopen.

De prijsuitreiking van de TinQ-400 actie vond plaats bij het TinQ-tankstation Assen Zwartwatersweg.





Oud-voetballer Andy van der Meijde en YouTuber René Watzema verzorgden de prijsuitreiking van de posteractie.

'We gaan volop voor verdere groei'

De winnaars waren superblij en uitgelaten en hadden in veel gevallen familie en vrienden uitgenodigd. Er werd gebarbecued; ja, het was een heel gezellig en geslaagd feestje.

In de Vennebroekstaat wonen veel mensen die het niet heel breed hebben. Met deze prijs hebben wij 43 huishoudens heel blij kunnen maken daar. Dat gaf wel wat extra's aan het afsluiten van de actie. Als de prijs in een villawijk was terechtgekomen, had dat toch anders gevoeld."

Niet tevreden, wel geslaagd

De aanleiding van de posteractie, die liep van 8 t/m 20 juni, was de opening van het 400ste TinQ-tankstation in Nederland. Dat station staat aan de Zuidebreedte in Harderwijk. In juni werd het door TinQ in gebruik genomen. "Inmiddels zijn het er 404", geeft Paul aan. "Zo groeien we verder door. Daarin zijn we ambitieus. 'Op naar de 400 stations!', was een kreet die je vaak bij ons hoorde. Die is veranderd in 'Op naar de 500 stations!' Wanneer we die denken te bereiken, kan ik niet zeggen, maar ik kan je wel verzekeren dat we volop gaan voor verdere groei."

'Als het om opvallende acties gaat, hebben we inmiddels wel een reputatie gevestigd'

Op de vraag of hij tevreden terugkijkt op de TinQ-400 actie zegt Paul: "Nee, tevreden niet. Dat ben ik nooit. Er is altijd ruimte voor verbetering. Geslaagd kan ik de actie wel noemen. Het doel was om breed bekend te maken dat wij 400 tankstations hebben. Als ik naar de resultaten kijk, is dat gelukt."

Mitsubishi Carisma

ENVIEM ontwikkelde de actie in eigen huis. "Daarvoor is onze marketingafdeling verantwoordelijk", legt Paul uit. "Als het om opvallende acties gaat, hebben we inmiddels wel een reputatie gevestigd. Denk bijvoorbeeld aan onze verjaardagsactie van drie jaar geleden, toen TinQ 20 jaar bestond en klanten bij wisselende stations een uur konden tanken voor de prijs van 20 jaar geleden. Bij de TinQ-400 actie haalden we onze inspiratie bij een campagne van Mitsubishi uit de jaren '90. Daarbij kon je een Carisma winnen als je de advertentie uit de krant voor je raam plakte. Ze gaven 80 auto's weg en overal zag je die advertentie."

Meeste BN'ers

"Die enorme impact had onze posteractie niet", vertelt Paul verder. "Het is ook een heel andere tijd. Maar desondanks hebben we online, via print en in real life heel veel mensen bereikt. En met de actie-commercial hebben we volgens mij het record verbroken van meeste BN'ers in één reclame. Mitsubishi had toentertijd André van Duin, wij Andy & Melisa, Glenn Helder, DJ La Fuente, René Watzema, Tom Coronel, Jan Lammers, Olaf Mol en Jack Plooi." 



Alpe d'HuZes: veel meer dan een sportevenement

In de vroege ochtend van een regenachtige junidag verzamelen duizenden sportievelingen zich aan de voet van de iconische Alpe d'Huez. Voor velen is het een sportieve uitdaging, voor anderen een persoonlijke strijd tegen kanker. Onder hen bevinden zich ook Frans en Conny Geurts en Willemjan van Golstein Brouwers. Hun ervaringen bij Alpe d'HuZes 2025 laten zien hoe deze tocht veel meer is dan een sportevenement; het is een emotionele reis die verbindt en hoop geeft.

Tekst: Birgitta van der Linden, BLUSHtxt

Voor Frans Geurts (57) uit Culemborg is Alpe d'HuZes een jaarlijks ritueel van saamhorigheid, herdenking, dankbaarheid en doorzettingsvermogen. Samen met zijn vrouw Conny nam hij dit jaar deel aan het evenement. Hij voor de zevende keer op de fiets, zij voor de derde keer te voet. "Het is bijna niet uit te leggen wat het met je doet, dat moet je zelf ervaren."

Het roer om

Frans is eigenaar van GECU, een onbemand tankstation en autowasstraat. Tot voor kort runde hij daarnaast ook een autobedrijf, maar na zijn ziekte – in 2015 kreeg hij de diagnose kanker – besloot hij het roer om te gooien. "Ik ben genezen, maar heb wel wat ingeleverd qua energie. Dat maakte de keuze makkelijker om het autobedrijf uiteindelijk over te dragen. Nu is er meer tijd en ruimte, ook voor dingen die echt belangrijk zijn."



Frans: 'We deden het echt samen. Ieder op onze eigen manier, maar wel verbonden'

Samen de berg op

De eerste keer dat Frans deelnam aan Alpe d'HuZes was in 2010, samen met drie andere ondernemers uit Culemborg. De groep groeide uit tot een groot team, met zelfs vrouwen- en kinderteams. In de daaropvolgende jaren fietste Frans trouw elk jaar. Totdat hij in 2015 zelf ziek werd en exact op de dag van Alpe d'HuZes de diagnose kreeg. Dat was ook het moment dat hij besloot: "Volgend jaar ben ik er weer bij." In 2016 fietste hij opnieuw de berg op, zonder Conny, die het emotioneel te zwaar vond. "Ze kon het verdriet en de verhalen van anderen niet aan. Toen het met mij weer wat beter ging, stortte zij in." Uiteindelijk deed hij met zijn zoon en broer mee, en in 2017 nog een keer. De editie van 2025 was voor Conny haar derde officiële deelname: "We deden het echt samen. Ieder op onze eigen manier, maar wel verbonden."



Belang van onderzoek

Vorig jaar stopten Frans en Conny met het autobedrijf. Daardoor voelde hij weer ruimte om dit jaar mee te doen. "Het was tien jaar geleden dat ik ziek werd. Voor mijn gevoel was het cirkeltje nog niet rond en dat is het eigenlijk nog steeds niet. Niet alleen het sportieve drijft me, maar vooral het belang van onderzoek. Ik ben zelf in een behandeling terechtgekomen die mede ondersteund werd door Alpe d'HuZes. Daar heb ik geen weet van gehad tot later, maar ik realiseer me hoe belangrijk onderzoek is. Dat ik hier nog zit, heb ik aan onderzoek te danken."

Iedereen heeft een verhaal

"De berg op fietsen is zwaar, maar het is vooral de emotionele lading die het diepst raakt," vervolgt Frans. "Iedereen daar heeft een verhaal. Je wordt gedragen door de mensen, door elkaars verdriet én kracht. In bocht achttien – de lelijkste bocht van de berg – brak ik, net als in 2016. Alles kwam eruit. Maar dat mág daar en dat lucht op. Op straat laat je dat niet zo snel toe, maar op die berg wel."

Rust vinden

De voorbereiding bestond vooral uit veel fietsen. "Geen schema's. Gewoon kilometers maken en rust vinden. Alleen op de fiets, urenlang. Het is voor mij geen wedstrijd; ik word ook altijd aan alle kanten ingehaald, maar dat geeft niet. Mensen maken zich vaak druk om dingen die er niet toe doen. Als ik iets mee mag geven, is het wel: sta open voor wat

Frans: 'Het is bijna niet uit te leggen wat het met je doet, dat moet je zelf ervaren'





Willemjan: 'We waren voorbereid op kou, warmte en regen en die drie hebben we allemaal gehad'

je meemaakt en vergeet niet te genieten. Van jonge eendjes in de sloot, van de zon op je gezicht. Alpe d'HuZes leert je dat. Het gaat om het moment."

Primeur

Voor Willemjan van Golstein Brouwers, bestuurslid van Drive en eigenaar van VGB Tankstations, was deelname aan Alpe d'HuZes 2025 een primeur. Hoewel hij als ervaren marathonloper en bergatleet bepaald niet nieuw is in het lopen van uitdagende parcoursen, bleek deze editie van Alpe d'HuZes een ervaring van een heel andere orde. "Ik loop al jaren marathons en neem jaarlijks deel aan een bergloop in Oostenrijk," vertelt Willemjan. "Maar Alpe d'HuZes

was iets wat al langer op mijn verlanglijstje stond. Toen bleek dat een collega van onze loopvereniging via zijn bedrijf met drie man zou deelnemen, zijn we met vier man aangehaakt: twee fietsers en vijf lopers."

30.000 euro

De groep werd onderdeel van een team met een duidelijke motivatie: het bedrijf waar ze bij aansloten had persoonlijke ervaring met kanker, wat het doel extra betekenisvol maakte. Samen haalden ze bijna 30.000 euro aan sponsorgeld op. "Een mooie prestatie op zich," zegt Willemjan, "maar het ging uiteindelijk om veel meer dan geld."

Willemjan:
'Het ging
uiteindelijk om
veel meer dan
geld'





Drie keer de berg op

De dag zelf startte voor Willemjan ongewoon vroeg: om 04.30 uur 's ochtends. In de regen en duisternis begonnen de eerste lopers aan hun klim. "Dat was echt een aparte ervaring," blikt hij terug. "We waren voorbereid op kou, warmte en regen en die drie hebben we allemaal gehad." Hij slaagde erin de berg twee keer hardlopend te bedwingen en ging de derde keer samen met zijn team in een stevig wandeltempo naar boven. "We wilden die laatste beklimming als groep volbrengen." De weg terug naar beneden bleek een logistieke puzzel: "Met vier liften en een bus deed je er soms wel 2,5 uur over om weer beneden te komen. Dat beperkte ons in het aantal beklimmingen."

Gevoel van solidariteit

Wat Willemjan vooral bijbleef, was de combinatie van sportiviteit, saamhorigheid en emotionele

diepgang. "Er zijn daar mensen die midden in hun ziekteproces zitten of nabestaanden die ter nagedachtenis deelnemen. Je voelt een enorm gevoel van solidariteit. Ondanks het verdriet hangt er geen zwaarte – het is juist hoopvol en positief." Voor Willemjan lag de nadruk vooral op het sportieve aspect, al erkent hij dat kanker ook in zijn persoonlijke leven een rol heeft gespeeld. "Mijn vader overleed 37 jaar geleden aan kanker. Dat raakt je natuurlijk, maar de urgentie voelde minder dan bij mensen voor wie het nu speelt. Toch draag je iedereen mee als je daar loopt."

Onverwacht bijzonder moment

Zou hij het opnieuw doen? "Het is ontzettend tijdsintensief, met maandenlange voorbereiding en een week lang weg van huis. Maar het is wel heel verleidelijk. Alpe d'HuZes is een unieke ervaring. Ik zou het zeker aanraden aan iedereen die een sportieve uitdaging zoekt en iets wil betekenen." Een onverwacht bijzonder moment vond plaats toen hij tijdens de klim een bekende tegenkwam: Frans Geurts. "Ik haalde Frans toevallig in op de berg. Dat was een onverwacht bijzonder moment." Voor Willemjan was Alpe d'HuZes een belevenis die hem nog lang zal bijblijven en misschien wel om een vervolg vraagt. 🌿

Willemjan: 'Ik haalde Frans toevallig in op de berg. Dat was een onverwacht bijzonder moment'



Drive Advies

Jaarlijks
3 uur

kosteloos
eerstelingsadvies
voor Drive-leden

Onze adviseurs staan je met raad en daad bij op de volgende vlakken:

Tankstation verhuur & verkoop

Een complex proces. Wij helpen je navigeren voor het beste resultaat



Brandstof & EV (inkoop & advies)

Wij adviseren in brandstofinkoop en het inrichten van een EV-station



Ondernemingsadvies

Wij adviseren je op strategisch, financieel, innovatief en operationeel vlak



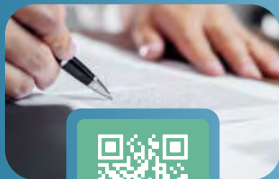
Waardebepaling station

Wij bepalen jouw stationswaarde door de analyse van diverse factoren



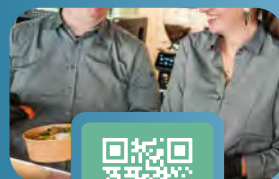
Planschade-procedure

Leiden overheidsbesluiten tot waardevermindering van jouw eigendom? Wij helpen je



Arbeidsrechtelijk advies

Heb je een arbeidsrechtelijke of juridische kwestie? Onze adviseurs staan je bij



Met meer dan 30 jaar ervaring binnen de energiestation- en carwashbranche ondersteunen wij je graag op deze onderwerpen en meer! Wij hebben de kennis én het netwerk om het beste resultaat voor jou te behalen.

Interesse? Neem vrijblijvend contact op

085 - 00 71 361 | www.drivenederland.nl | info@drivenederland.nl

AVG: veel werk of kleine moeite?

Wat hebben jouw vingerafdruk, e-mailadres, klantnummer bij de kledingwinkel en gegevens over gezondheid met elkaar gemeen? Dit zijn allemaal persoonsgegevens, zoals bedoeld in de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG). Deze Europese wetgeving, sinds 2018 van kracht, heeft de spelregels voor het omgaan met persoonsgegevens flink aangescherpt. Niet langer is privacy een vrijblijvende zaak. Elke ondernemer die persoonsgegevens verwerkt, wordt geacht zich strikt aan deze wet te houden.

In de begintijd, bij de invoering van de AVG zijn veel mkb'ers voortvarend aan de slag gegaan: privacyprotocollen werden opgesteld, verwerkersovereenkomsten getekend en moeten sommige bedrijven een Functionaris Gegevensbescherming (FG) of Data Protection Officer (DPO) aanstellen. Maar als ondernemer wordt er veel van je gevraagd en gaat de aandacht ook al snel uit naar andere onderwerpen: Netcongestie, stijgende energiekosten, personeelstekort, noem maar op! Het risico ontstaat dat privacybeleid binnen een bedrijf naar de achtergrond verschuift.

Als mkb-ondernemer moet je je echter bewust blijven van de risico's die deze onoplettendheid met zich meebrengt. Door het gebruik van een loyaltyprogramma, het uitgeven van een tankpas en door het bijhouden van personeelsdossiers ben je als tankstationbedrijf al snel met veel verschillende soorten persoonsgegevens bezig. Onzorgvuldigheid bij het verwerken van deze gegevens kan zomaar tot grote problemen leiden. Het vertrouwen van klanten, personeel en leveranciers staat op het spel en als je niet op let heb je een fikse boete van de toezichthouder Autoriteit Persoonsgegevens aan je broek. Het lijkt misschien een 'ver-van-je-bed-show' maar bij een minimaal datalek kunnen de gevolgen groot zijn, voor reputatie en portemonnee.

Moet je als ondernemer dan zelf het zeer lijvige juridische stuk induiken? Nee, gelukkig niet! Op de website van de Autoriteit Persoonsgegevens, op Rijksoverheid.nl en op het online Ondernemersplein van de Kamer van Koophandel is volop informatie te vinden. Hier zijn handige checklists en stappenplannen te raadplegen. Gelijk effectief aan de slag? Dan adviseer ik je alvast periodiek een evaluatiemoment in te plannen voor over een aantal maanden. Is het protocol up-to-date? Zijn de collega's goed op de hoogte? Zijn alle gegevens goed beveiligd? Het is een kleine moeite om periodiek even stil te staan bij de AVG, effectief én noodzakelijk.

Als je dan toch bezig bent met deze digitale onderhoudsbeurt, neem dan ook gelijk cyberveiligheid mee. Deze twee onderwerpen gaan hand in hand en dragen bij aan een (digitale) professionele werkomgeving. Bij vragen denken we vanuit het Drive-secretariaat gelukkig altijd met je mee!



Steven Stroet is jurist arbeids- en ondernemingsrecht bij het secretariaat van Drive. Reageren? steven@drive.nl



Alles verandert... en toch blijft veel hetzelfde

■ Tekst: Christiaan van der Straaten

Nu we weer kunnen genieten van het zonnetje, valt me op dat er eigenlijk weinig nieuws onder die zon is. Vanuit mijn rol als adviseur bij Drive schuif ik steeds vaker aan bij gesprekken over de energietransitie en de gevolgen daarvan voor ons stroomnet. Een onderwerp dat niet alleen ondernemers, maar ook beleidsmakers en ambtenaren bezighoudt.

Om tot een toekomstbestendige inrichting van het energienetwerk te komen, wordt er veel gesproken, vergaderd en gepland. Maar tussen ambitie en realiteit gaapt nog altijd een kloof. Er klinkt veel ketelmuziek, terwijl het échte probleem – netcongestie – slechts mondjesmaat wordt aangepakt.

Op dit moment gaat er veel aandacht uit naar de ruimtelijke ordening van de stad van morgen en de snelweg van de toekomst. Tegelijkertijd ontbreekt het aan voldoende slagkracht en urgentie bij de uitrol van een robuust elektriciteitsnet. En zonder dat fundament blijven slimme oplossingen hangen in het theoretische.



Onze branche beweegt natuurlijk mee. We zien mooie initiatieven, zoals de inzet van batterijopslag en slimme sturingssystemen. Toch geloof ik dat echte vooruitgang begint met gericht beleid. Als de vraag naar laadmogelijkheden toeneemt – en dat gebeurt razendsnel – dan moet je als overheid regie voeren op de aanleg van het stroomnet.

Mijn pleidooi: bepaal op strategische plekken waar je snellaadcapaciteit wilt concentreren, en zorg daar met prioriteit voor voldoende netvermogen. Vanuit Drive stellen wij voor om de bestaande, grote fullservice tankstations aan het hoofdwegennet als laadhubs te gebruiken. Deze locaties zijn nu al vertrouwd bij automobilisten, bieden ruimte en voorzieningen, en lenen zich bij uitstek voor opladen in combinatie met eten, werken of ontspannen.

Op kleinere locaties zal op termijn ruimte ontstaan voor herontwikkeling naar andere functies. Als overheden deze ontwikkeling willen versnellen, kunnen zij dat faciliteren via subsidies (denk aan een moderne variant van de oude Subat-regeling) of door ruimhartig mee te werken aan herbesteding of verplaatsing van verouderde locaties.

Door te investeren in hoogwaardige laadplekken wordt laden onderweg niet alleen praktisch, maar

ook comfortabel. Overal maar AC-palen plaatsen heeft weinig zin – zeker niet als er geen sprake is van echte marktwerking doordat één partij een heel gebied in handen krijgt via een concessie.

We hebben geleerd van het verleden. Toen er nog maar weinig auto's waren, telde Nederland ruim 10.000 tankstations – vaak kleine pompen in de buurt. Nu kunnen we met een veel kleiner aantal stations veel meer auto's bedienen. Die les moeten we nu opnieuw toepassen: geen ongerichte wildgroei van laadpunten, maar een gebalanceerd netwerk met strategische hubs.

Het bijkomend voordeel van deze aanpak is dat de waarde van bestaande tankstationlocaties behouden blijft – ook relevant voor gemeenten en het Rijk als grondeigenaren.

Het is tijd om afscheid te nemen van zwart-wit-denken. Het gaat niet om fossiel of elektrisch, maar om een geleidelijke transitie. Tankstations zullen hun aanbod aanpassen, zowel op het voorterrein als in de shop. Mijn oproep aan beleidsmakers: focus niet op juridische instrumenten alleen, maar werk aan een slim, toekomstbestendig en aantrekkelijk netwerk. Gebruik wat we al hebben – en versterk dat. Liefst een beetje snel. 



OK slaat grote slag

Tekst en foto's: Erik Stroosma

Het was verleidelijk om 'OK slaat concurrentie KO' boven dit artikel te plaatsen. Dat zou een leuke kop geweest zijn, maar wel een die de lading niet dekt. Moederbedrijf Catom heeft weliswaar een grote slag geslagen met de overname van de ongeveer 300 energiestations van BP, maar de meeste concurrenten staan nog stevig op hun benen. Desondanks sloeg in de branche het nieuws wel in en zijn er nog veel vragen onbeantwoord.



Dat begint al met het precieze aantal tankstations waar het om gaat. In het persbericht, dat BP op 9 juli over de overname publiceerde, wordt gesproken van 'zo'n 300 Nederlandse BP-tankstations' en 'ongeveer 300 tankstations'. Navraag bij BP levert geen exact aantal op. 'Dat geven we niet vrij', luidt de reactie. Ook Catom geeft daar geen antwoord op. Interviewverzoeken van de media over de overname worden sowieso niet gehonoreerd door het Bredase bedrijf. Om de pers toch enigszins tegemoet te komen, stelde de onderneming een factsheet samen over de aankoop. Inhoudelijk voegt die niet veel toe aan het persbericht van BP, maar over een aantal zaken schept het feitenoverzicht wel meer duidelijkheid. Ook staat daarin dat het om 'ruim 300 energiestations' gaat.

'Ons doel is de nummer één
in Nederland te worden'



'Er vallen geen ontslagen. OK zal de BP-medewerkers behouden en meenemen in de verdere groei'

Merk BP verdwijnt

Over het merk BP staat het volgende te lezen in de factsheet: 'De stations worden op termijn 'omgekleurd' naar het merk OK.' BP verdwijnt dus de komende jaren uit het straatbeeld en het wit en rood van OK kom je straks overal in Nederland tegen. Op de vraag wat de overname betekent voor het personeel van de BP-stations meldt Catom in de sheet: 'Er vallen geen ontslagen. OK zal de BP-medewerkers behouden en meenemen in de verdere groei van Catom/OK.'

In het persbericht van 9 juli werd dat al min of meer aangegeven. Daarin staat: 'Catom werd uiteindelijk geselecteerd als de succesvolle bidder omdat het, het beste totaalaanbod presenteerde, inclusief toekomstplannen voor het bedrijf en bescherming van de arbeidsvoorwaarden van de werknemers.' In zijn korte reactie in het persbericht zegt de CEO van Catom en OK, Jan Willem Westerhuis, onder andere: 'We zijn verheugd en enthousiast om al onze nieuwe collega's te verwelkomen.'

Beste totaalbod

Over wat de verder ambities van Catom met OK zijn, schrijft het bedrijf: 'OK wil verder groeien, innoveren en de marktpositie versterken, met oog voor design, operatie en klantbeleving. Ons doel is op die manier de nummer één in Nederland te worden.' Dat is OK (nog) niet na de monsterovername van deze zomer. Wel heeft de keten zich hiermee in één klap in de top van de Nederlandse brandstofmarkt genesteld. 'De klapper van de zomer', 'met supers-tip gestegen', zouden radiodiscjockeys zeggen als OK een plaat was geweest. Over de overnamesom doen beide bedrijven geen uitspraak. Wel geven ze aan waarom BP met het bod van OK heeft ingestemd. Catom zegt hierover: 'Wij deden het beste totaalbod. Niet alleen de prijs, maar ook snelheid, toekomstplannen, culturele match en bescherming van medewerkers speelden mee. Dat gaf BP vertrouwen.' In wat andere bewoordingen meldt BP min of meer hetzelfde.

Voordelen overname

Over de voordelen van de aankoop schrijft Catom in de factsheet onder meer: 'De overname resulteert in een unieke combinatie van ervaring, innovatie en slagkracht. Dit leidt tot een breder en completer aanbod van producten en diensten, waardoor beter kan worden ingespeeld op de wensen van de klant. Bovendien stelt het Catom in staat om de merkbeleving van OK op grotere schaal uit te rollen.'

'De stations worden op termijn 'omgekleurd' naar het merk OK'

Voor BP past de verkoop van de Nederlandse energiestations én 15 EV-laadpleinen met bijbehorende wagenparkactiviteiten, die ook onderdeel van de deal zijn, in de huidige strategie van het concern. Het bedrijf noemt de overeenkomst 'het meest recente voorbeeld van onze strategie om downstreamactiviteiten te transformeren en te optimaliseren, met een nadruk op het realiseren van toonaangevende geïntegreerde posities.' In gewone mensentaal: BP ziet in Nederland te weinig groeimogelijkheden voor zijn energiestation-activiteiten, verwacht te hoge investeringen te moeten doen en ziet in het volle stroomnet een ander argument om zich met tankstations uit Nederland terug te trekken.

AH to go

Beide partijen verwachten dat de overname aan het eind van het jaar wordt afgerond. 'Onder voorbehoud van goedkeuring door de toezichthoudende autoriteiten' voegen zij daaraan toe. Daarna zal duidelijk worden wat een en ander concreet zal betekenen voor ondernemers die een BP-pomp hebben, huren of franchisen. Dat geldt ook voor de meer dan honderd AH to go-vestigingen in de tankshops van BP. 'Ons contract loopt nog een jaar door en we gaan met de betrokken partijen in gesprek over de samenwerking', zegt een woordvoerder van Albert Heijn daarover. Ook voor dat onderdeel van deze overname geldt dus: wordt vervolgd. 



Jari Benschop, D!vers Woerden

'Ik ben de moderne versie van mijn vader'



'Het is mooi om te mogen bijdragen aan iets wat je familie heeft opgebouwd'

Bij D!vers Woerden zit het ondernemerschap diep in de genen. Het tankstation groeide de afgelopen decennia uit tot een compleet servicestation met onder meer een bakery, verhuurservice, wasstraat en snellaadplein. Binnen het managementteam – grotendeels gevormd door familieleden – krijgt inmiddels ook de volgende generatie de ruimte. Jari Benschop (25) is sinds vijf jaar actief in het familiebedrijf. Met zijn technische kennis, frisse blik en liefde voor innovatie werkt hij stap voor stap aan een duurzame toekomst van D!vers Woerden.

Tekst: Birgitta van der Linden, BLUSHtxt

'Het grootste compliment? Als medewerkers laten weten dat ze zich gehoord en gewaardeerd voelen. Daar doe je het voor'

"Thuis ben ik nooit gepusht om in het familiebedrijf te komen," vertelt Jari. "Mijn ouders vonden het vooral belangrijk dat ik zou doen wat ik leuk vind. Wat ik wel heb meegekregen, is het belang van hard werken. Dat zit er gewoon in."

Slimme servicetechniek

Na zijn mbo-opleiding Motorvoertuigentechniek, waarin hij afstudeerde als diagnosespecialist, maakte Jari de stap naar het familiebedrijf. Een logische keuze, bleek al snel. "Ik houd ervan om dingen te begrijpen en op te lossen. Die technische nieuwsgierigheid komt hier goed van pas. We werken met ovens, wasmachines, rolloermachines, brandstofinstallaties, laadpalen... noem het maar op. Er is altijd wel iets dat onderhoud of optimalisatie vraagt." Die technische focus is inmiddels ook

officieel zijn rol binnen het zes personen tellende managementteam, waarin naast Jari ook zijn vader, oom, tante en neef plaatsnemen. "Iedereen heeft zijn specialisme. Voor mij ligt de focus op techniek, innovatie en digitalisering. Maar we beslissen als team en zetten samen ideeën in gang."

Niet vanzelfsprekend

Ondanks de familieband was het voor Jari niet vanzelfsprekend om in het bedrijf te stappen. Toch zit hij helemaal op zijn plek in de organisatie. "Het is mooi om te mogen bijdragen aan iets wat je familie heeft opgebouwd. Tegelijkertijd wil ik graag met mijn eigen kennis en vanuit een nieuwe generatie een meerwaarde toevoegen. De digitalisering en energietransitie vragen om vernieuwing en daar ligt een rol voor mij." Die rol pakt hij serieus op. In de



afgelopen jaren werd er onder meer een digitale waspas voor trouwe klanten geïntroduceerd én een nieuw reserveringssysteem voor de verhuurafdeling. "Dat werkt niet alleen efficiënter voor ons team, maar zorgt ook voor een prettigere klantervaring. En daar draait het uiteindelijk om: dat we elke dag een beetje beter worden voor de klant."

Vader en zoon in één team

Jari werkt dagelijks samen met zijn vader, met wie hij goed op één lijn zit. "Onze klanten zeggen wel eens dat ik de moderne versie van mijn vader ben," lacht hij. "Alles wat hij weet, wil ik ook leren en ik voeg daar mijn eigen kennis aan toe: over systemen, over hoe je omgaat met medewerkers en hoe je inspeelt op nieuwe klantverwachtingen. Zo versterken we elkaar." Vroeger werd er aan de keukentafel regelmatig gesproken over storingen in de wasstraat of het werkrooster. "Sinds ik op mezelf woon is zijn die gesprekken die we thuis hadden logischerwijs iets minder geworden, maar de betrokkenheid blijft uiteraard. En als er iets speelt, kunnen we altijd even sparren. Die korte lijnen maken ons als familiebedrijf heel wendbaar."

Leren in de praktijk

Als het gaat om leiderschap, groeide Jari de afgelopen jaren snel. "Ik heb nooit een managementopleiding gevolgd, behalve een cursus bij Drive. Toch merk ik dat ik goed mijn weg vind in het aansturen en begeleiden van mensen. Wat ik vooral heb geleerd van de generatie boven mij: geef altijd het goede voorbeeld, blijf positief, werk hard, maar neem ook op z'n tijd even gas terug." Het grootste compliment? "Als medewerkers laten weten dat ze zich gehoord en gewaardeerd voelen. Daar doe je het voor."

Duurzaam pionieren

D!vers bereidt zich voor op de toekomst op het gebied van duurzaamheid en innovatie. "We kijken actief naar wat er nodig is om een toekomstbestendig servicestation te blijven," legt Jari uit. "Zo hebben we nu tien snellaadpalen van 300 kW, een batterijcontainer van 1 megawatt én 700 zonnepanelen op het dak. Onze bakery is volledig gasloos en verwarmt met restwarmte uit de koelingen. In de wasboxen wassen we met ozonwater in plaats van warm water." Ook op het gebied van klantbeleving en digitalisering blijft D!vers vernieuwen. "In onze shop staan twee bestelzuilen, we hebben een

eigen reserveringssysteem gebouwd voor de verhuur en de hele inrichting is ontworpen in samenwerking met een interieurarchitect die ook restaurants ontwerpt. Dat zie je én voel je. We krijgen er dagelijks complimenten over."

Van tankstation naar bestemming

De rol van het tankstation verandert, merkt Jari, en dat biedt kansen. "Vroeger kwam je om te tanken en nam je eventueel een broodje mee. Nu willen we dat mensen speciaal komen voor dat broodje en dan ook meteen even tanken of laden. Diversiteit in ons aanbod is essentieel. We willen geen tussenstop zijn, maar de bestemming zelf." Daarvoor is het belangrijk om te blijven meebewegen met trends en klantwensen. "We zien de energietransitie, digitalisering en veranderende mobiliteit als kans, maar het vraagt wel om constante alertheid en bereidheid tot veranderen."

Vooruitkijken

Waar Jari zichzelf over tien jaar ziet? "Hopelijk nog steeds binnen D!vers als onderdeel van een toekomstbestendig, relevant én nog steeds familie-servicestation. Ik wil me blijven inzetten om voorloper te blijven binnen onze branche. We willen mee met de standaarden van de toekomst. Niet alleen volgen, maar ook sturen. Dat is waar ik energie van krijg." 

'We willen geen tussenstop zijn,
maar de bestemming zelf'





drive weekly

Drive brengt haar leden in de Drive Weekly-nieuwsbrief op de hoogte van de belangrijkste ontwikkelingen in de tankstationbranche. In Move On een selectie van de meest gelezen berichten. Soms zijn de teksten ingekort. Interesse in de volledige nieuwsbrief? Neem dan contact op met het Drive-secretariaat via info@drive-tankstations.nl.

11 juli 2025

Tweede klassikale training 'Succesvol Leidinggeven'



Nog enkele plaatsen beschikbaar voor dé training in leiderschapontwikkeling!

Wil jij dat je (assistent) stationsmanager uitgroeit tot een inspirerende en resultaatgerichte leider? Meld hem of haar dan nu aan voor de klassikale training 'Succesvol Leidinggeven' van Drive-Opleidingen / Power Up! De training start in het najaar van 2025 en is speciaal ontwikkeld voor leidinggevendenden binnen onze branche.

Waarom deze training 'Succesvol Leidinggeven'?

Leiderschap bepaalt het succes van een team. Met deze praktische leiderschapstraining voor stationsmanagers tillen we leidinggeven naar een hoger niveau. Tijdens dit intensieve 3-daagse programma ontwikkelt de deelnemer essentiële vaardigheden op het gebied van effectief leiderschap, communicatie en teamontwikkeling.

Wat kun je verwachten van de training?

- Specifiek gericht op de tankstationbranche – herkenbare situaties, directe toepasbaarheid;
- Van leidinggevende naar leider – versterk persoonlijke impact en leiderschapstijl;
- Betere teamresultaten – motiveer collega's, verbeter de sfeer en verlaag ziekteverzuim;
- Blended learning – met online interviews tussen de trainingdagen om van elkaar te leren;
- Kleine groepen – voor maximale individuele aandacht en persoonlijke groei.

Data en locatie

09-10-2025: Online intakegesprek (1 uur)

29-10-2025: Trainingsdag 1

12-11-2025: Online interview

01-12-2025: Trainingsdag 2

17-12-2025: Online interview

14-01-2026: Trainingsdag 3

11-02-2026: Terugkomdag (ochtend)

Locatie: Renswoude, provincie Utrecht

Kosten: € 1.950,- per persoon (*exclusief BTW en inclusief locatie en lunch*)

Schrijf je stationsmanager vandaag nog in!

Er zijn nog twee plaatsen beschikbaar, dus wees er snel bij. Wil je meer weten over deze klassikale training in effectief leiderschap voor (assistent) stationsmanagers? Of wil je direct een deelnemer aanmelden? Stuur een e-mail naar opleidingen@drivenederland.nl. Of klik hieronder op de folder voor meer informatie.

11 juli 2025

Incidenten en calamiteiten op het tankstation

Ondanks alle maatregelen om incidenten en calamiteiten te voorkomen, kan er toch iets gebeuren op het tankstation. Er kunnen verschillende acties worden gedaan om de gevolgen van een incident of calamiteit te beperken. In het nieuwe geüpdatet Handboek Milieu & Veiligheid staat hierover in hoofdstuk 11 wat de verplichtingen van de ondernemer van een tankstation en de werknemers zijn.

Lisanne Henneveld: "Omdat het Handboek toch weer veel leeswerk meebrengt lijkt het goed om in onze nieuwsbrief een stukje informatie over deze verplichtingen ter sprake te brengen. Bespreek het eens tijdens het werkoverleg met medewerkers of lees het in ieder geval eens even rustig door. Deze week over ongewone voorvallen, incidenten en calamiteiten op het tankstation."

Verschil incident/ calamiteit en noodplan

Het verschil tussen een incidenten en een calamiteit is de ernst en grootte van de gevolgen van de situatie:

- Een incident is een onverwachte gebeurtenis die schade of verstoring van de dagelijkse gang van zaken kan geven, maar de gevolgen zijn niet groot.
- Een calamiteit is een onverwachte, vaak ernstige, gebeurtenis waarbij vaak directe actie nodig is om gevaar of verdere schade te beperken. Een calamiteit heeft grotere gevolgen. Elke calamiteit is een incident maar niet elk incident is een calamiteit. In het noodplan staat beschreven wat te doen in welke situatie.



Intern noodplan

In het intern noodplan op locatie staat stap voor stap wat er moet gebeuren bij een incident of calamiteit. Het noodplan altijd direct beschikbaar en makkelijk toegankelijk (hang het op of leg het neer in het zicht). Het is belangrijk en noodzakelijk dat alle medewerkers op locatie weten waar het noodplan is en wat erin staat.

Ongewoon voorval

Een ongewoon voorval is een onverwachte gebeurtenis met mogelijk nadelige gevolgen voor het milieu. Er kan sprake zijn van een ongewoon voorval bij een brand, een gaslekage, een vloeistoflekkage buiten de vloeistofdichte vloer of een ander incident met (kans op) uitstraling naar de omgeving.

Als er sprake is van een ongewoon voorval dan moeten direct maatregelen worden getroffen, om de gevolgen van het voorval zoveel mogelijk te beperken of ongedaan te maken. In het intern noodplan staat beschreven hoe te handelen. Het is daarbij belangrijk om een ongewoon voorval ook zo spoedig mogelijk te melden bij de omgevingsdienst.

Omgevingsdienst

Als een ongewoon voorval wordt gemeld bij de omgevingsdienst, kan deze eventueel stappen nemen om de gevolgen te beperken. De omge-

vingsdienst helpt ook bij het nemen van maatregelen om soortgelijke incidenten te voorkomen. Het melden van een ongewoon voorval is wettelijk verplicht. Bij niet-melden wordt een boete geriskeerd.

Omgevingsdienst DCMR te Rotterdam heeft hiervoor nu zelf voorlichtingsmateriaal ontwikkeld en dat kan niet alleen handig zijn voor ondernemers en werknemers uit de regio, maar wellicht in heel Nederland mee. Klik op de buttons onderaan voor de bijlages.

Ontruimen en noodstoppen

Bij een beginnende brand op de locatie, worden de noodstoppen van de installaties ingedrukt en wordt de brandweer gebeld. Ontruim het gebied waar de brand is en als het mogelijk en vooral veilig is, dan kan een beginnende brand worden geblust. Als het niet mogelijk of niet veilig is een beginnende brand te blussen, wordt de locatie volledig ontruimd en afgesloten voor alle personen en verkeer. De procedure bij brand op een locatie is beschreven in het noodplan van de betreffende locatie.

Lisanne: "Vaak wordt er 'vergeten' te melden omdat men denkt dat dat niet hoeft. Maar lees over verplichtingen, handel adequaat en meld gewoon. Voor verdere vragen kun je mij altijd bellen of mail naar lisanne@drivenederland.nl."

Move On Agenda

10 SEPTEMBER 2025

DRIVE CONNECT-BIJEENKOMST OVER OPLEIDEN – Green Village Nieuwegein



De vijfde Drive Connect kennis- en inspiratiesessie heeft als onderwerp 'opleiden'. De bijeenkomst wordt gehouden op woensdag 10 september in Green Village in Nieuwegein. Op het programma staan presentaties over het binden en boeien van medewerkers, praktijkgericht opleiden en het onboarden van nieuwe medewerkers en de laatste updates over het klassikaal en online trainen van medewerkers.

De bijeenkomst duurt van 11.30 tot 17.00 uur. Dat is inclusief lunch en netwerkbordel.

Kijk voor meer informatie en aanmelding op pagina 7 van dit magazine of ga naar <https://drivenederland.nl/thema/drive-evenementen/>

14 T/M 16 SEPTEMBER 2025

SPOT ON RETAIL – Autotron Rosmalen

De najaarseditie van deze twee keer per jaar gehouden retail-vakbeurs voor o.a. speelgoed, gifts, gadgets, wenskaarten en feestartikelen (voorheen Spotlight) wordt wederom gehouden in het Autotron. Exposanten, brancheverenigingen, vakmedia, winkelformules en retail-ondernemers kunnen elkaar daar

ontmoeten, kennis delen, trends ontdekken, inspiratie opdoen en producten inkopen.

spotonretail.nl

22 T/M 24 SEPTEMBER 2025

GASTVRIJ ROTTERDAM – Rotterdam Ahoy

Op deze horecavakbeurs presenteren ongeveer 500 exposanten de laatste trends en ontwikkelingen op het gebied van gastronomie. De bezoeker treft hier volgens de beursorganisatie een compleet aanbod van food- en non-food-producten en diensten aan. Verder zijn er onder meer workshops, demonstraties, masterclasses, wedstrijden en proeverijen met sterrenchefs, meesterkoks en masters of wine.

www.gastvrij-rotterdam.nl

24 EN 25 SEPTEMBER 2025

CAR WASH SHOW EUROPE – EXPO Greater Amsterdam



Deze tweejaarlijkse carwash-vakbeurs vindt voor de tweede keer plaats in EXPO Greater Amsterdam in Vijfhuizen (tussen Hoofddorp en Haarlem). Dit evenement richt zich op professionals in de (inter)nationale carwashbranche en biedt aandacht aan de nieuwste innovaties, producten en diensten in dat vakgebied. De organisatie verwacht ruim 80 exposanten en meer dan 3.000 bezoekers uit ten minste 70 landen.

www.carwashshoweurope.com

12 EN 13 NOVEMBER 2025

MOBILITY ENERGY EXPO – Jaarbeurs Utrecht

De organisatie omschrijft Mobility Energy Expo (voorheen Tankstation Vakbeurs) als dé beurs voor tanken, laden, carwash, retail en mobiliteit. Op de beursvloer treffen de bezoekers een



laad(infra)-, H2- en LNG-plein, food court, innovation alley en carwash square aan. Daarnaast vinden er op beide dagen (interactieve) sessies plaats in het Mobility Energy Theater en Energie Theater. Het programma in die laatstgenoemde wordt samen met de gelijktijdig gehouden Fleet Expo (beurs voor fleetmanagement, zakelijke mobiliteit en wagenparkoplossingen) georganiseerd.

www.mobility-energyexpo.nl

3 DECEMBER 2025

DRIVE CONNECT-BIJEENKOMST OVER ENERGIE – Locatie nog niet bekend

De laatste Drive Connect kennis- en inspiratiesessie van dit jaar heeft als thema 'energie' en staat gepland op woensdag 3 december. Aanvullende gegevens over deze bijeenkomst maakt Drive binnenkort bekend.

<https://drivenederland.nl/thema/drive-evenementen/>

SCHOUTEN ZEKERHEID

Exclusieve verzekeringen voor DRIVE-leden

Bij Schouten Zekerheid bieden wij maatwerkoplossingen voor al uw personeels-, bedrijfs- en persoonlijke risico's. Als DRIVE-lid geniet u van unieke voordelen op diverse verzekeringen, zoals:

- **Compleet Verzuimpakket:**
Inclusief ziekteverzuimverzekering en arbo-dienstverlening, voor optimale bedrijfscontinuïteit.
- **Uitgebreide Aansprakelijkheidsverzekering (AVB):**
Zorgeloos ondernemen met optimale bescherming tegen bedrijfsrisico's.
- **Voordelige Motorrijtuigenverzekeringen:**
Profiteer van collectieve premies voor al uw voertuigen.
- **Aantrekkelijke Zorgverzekeringen:**
Bespaar op zorgkosten voor uzelf, uw medewerkers en hun gezinnen

Ontdek welke verzekeringen perfect aansluiten bij de behoeften van uw bedrijf.

Bezoek zekervoorretail.nl of neem contact met ons op via **010 – 288 44 90** of **info@schoutenzekerheid.nl**.

Zeker voor Retail





Lokaal de beste zijn?

Met Tank & Schenk doneren jouw klanten bij elke liter brandstof 1 cent aan een lokaal goed doel of vereniging. Zo bind je de gemeenschap aan je tankstation én onderscheid je je van de rest.

Start vandaag nog!



Meer informatie over
Tank & Schenk of lid
worden van PDVP?
Scan de QR-code

TANK & SCHENK

PDVP PEUT DE VRIJE POMP
De coöperatie van zelfstandig opererende pompstations