

Move @N

voor en door ondernemers en medewerkers
van energiestations powered by  drive

magazine



Stan van Kessel (vierde generatie) gelooft helemaal in groen als businessmodel

Rien van Eldijk uit Tiel
leerde veel van de lokale politiek

Tango & Bakker Bart
dansen samen

Drive aan de vooravond van een **nieuwe fase**

Retailadvies voor shops

SCHOUTEN ZEKERHEID

Zekerheid voor tank- en energiestations

*Praktisch verzekeringsadvies
voor mobiliteit en energie*

Tank- en energiestations kennen unieke risico's. Ontdek wat past bij jouw bedrijf, vraag vrijblijvend jouw adviesgesprek aan.

Een tank- of energiestation draait niet alleen om brandstof of laden, maar om continuïteit. Dagelijks komen klanten, medewerkers, techniek en veiligheid samen. Dat brengt risico's met zich mee die je liever vóór bent dan achteraf oplost. Hoewel er geen specifieke verplichte verzekeringen voor tank- en energiestations bestaan, is een passend verzekeringspakket essentieel. Aansprakelijkheid, brand, verzuim en inkomensrisico's vragen om keuzes die aansluiten op jouw bedrijf, niet op een standaardpolis.

De specialisten van Schouten Zekerheid ondersteunen ondernemers in mobiliteit en energie met branchespecifiek risicoadvies. Praktisch, overzichtelijk en gericht op de toekomst van jouw onderneming.

Twijfel je of jouw verzekeringen nog passen bij hoe je vandaag onderneemt? Dan is dit hét moment om dat scherp te krijgen.

Vraag jouw vrijblijvende adviesgesprek aan via zekervoorretail.nl

**Liever persoonlijk contact? Neem contact op via
010 – 288 44 90 of info@schoutenzekerheid.nl**

Zeker voor Retail



Samenwerking

Voor een verhaal over de woningcrisis sprak ik de afgelopen maand veel mensen met ervaring in zowel het bedrijfsleven als bij de overheid. Het verhaal gaat over de vraag hoe je er als lokale politiek voor kunt zorgen dat ambities op het gebied van wonen ook daadwerkelijk worden waargemaakt.

Het - toegegeven - niet zo verrassende antwoord van deze ervaren mensen is dat je moet samenwerken. Bedrijven moeten begrijpen dat het niet alleen om hun businessmodel gaat en overheden moeten beseffen dat zij niet hele dagen kunnen vergaderen over een vergunning. De Rotterdamse route is daarin wel interessant: het Platform Ontwikkeling Rotterdam is een soort rondetafel waarin overheid en bouwbedrijven samen overleggen over de bouwopgave. Ze kennen elkaar goed en juist door dat begrip durf je elkaar ook de waarheid te zeggen.

Ik snap ook wel dat het leven geen sprookje is, maar als uitgangspunt vind ik dit geen slechte benadering voor elke branche. Het is verleidelijk om als ondernemer helemaal los te gaan op ambtenaren met een ander wereldbeeld, maar meestal brengt het je weinig. Vandaag moppen ondernemers over de overheid, maar die ambtenaren zitten er over tien jaar nog steeds. Dat maakt boosheid vaak tot verspilde energie.

Het is zo'n beetje de rode draad van alle verhalen in dit magazine: ondernemers hebben grote ambities en hebben daarbij de overheid nodig om die waar te maken. Daarom vind ik het ook slim dat de mensen van Drive de politiek actief opzoeken. Drive legt in Den Haag het perspectief uit van ondernemers die wel degelijk bezig zijn met de energietransitie, maar die ook gewoon een Excel-sheet moeten overleggen met zwarte cijfers. Die twee belangen moeten ergens bij elkaar komen en dat is een grote uitdaging. André Braakman: 'Veel beleidsmakers hebben geen idee wat er op een modern energiestation gebeurt. Ze denken nog in termen van 'de pomp', terwijl

onze leden al jaren bezig zijn met laden, biobrandstof, waterstof en slimme dienstverlening.'

Drive-voorzitter Martin van Eijk: 'Voor ons is laden geen ideologische discussie. Het is simpelweg een volgende vorm van energie voor mobiliteit. Tankstations zijn daar bij uitstek geschikt voor. Ze zijn veilig, verlicht, ingericht op doorstroming en voorzien van alles wat een automobilist nodig heeft tijdens een korte stop. En belangrijker: de ondernemers staan klaar om te investeren - mits de randvoorwaarden er zijn. Er hoeft niets gesloopt te worden. Er zijn geen langdurige procedures nodig. En er hoeven niet altijd onnodig zware netaansluitingen te worden afgedwongen. Wij kunnen slim faseren. We kunnen combineren. En we kunnen morgen beginnen. En waar mogelijk zijn we al begonnen. Maar ja, sinds wanneer zijn wij een paar uitdagingen uit de weg gegaan?'



Uitgever

Business Content Media BV
Richard van der Hak, Milan Potuznik
Bink 36 - unit C0-52
Binckhorstlaan 36 - 2516 BE Den Haag
T. +31(0)70-221944
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
abonnementen@businesscontentmedia.nl

Hoofredacteur

Bas Hakker
bas@businesscontentmedia.com
T. +31(0)64 13 77 689

Traffic manager

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

Vormgeving

arjendefouw | grafisch ontwerp

Fotografie

Pierre Crom, André Weima, Danny Cornelissen, Diana Keizer, Erik Stroosma, Tim Schoenmakers en Anne Lefevre,

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 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



6 **Family Business: Stan van Kessel**

In Milheeze, midden in de gemeente Gemert-Bakel, staat het hoofdkantoor van Van Kessel: een familiebedrijf dat al sinds 1921 meedraait in de wereld van brandstoffen en energie. De vierde generatie klopt nadrukkelijk op de deur. Stan van Kessel (27) werkt al jaren binnen het bedrijf en is verantwoordelijk voor de duurzame tak, die onder de naam Greenpoint opereert.



14 **Retail in de shop anno 2026**

Het tankstation is allang niet meer alleen een plek om te tanken. Elektrificatie, veranderend reisgedrag en een consument die steeds minder tijd heeft, zetten het klassieke pompmodel onder druk. Tegelijkertijd groeit het belang van retail: van koffie en broodjes tot vergeten boodschappen en impulsproducten. Maar hoe toekomstbestendig zijn de huidige retailconcepten bij tankstations? En waar liggen nog kansen of juist risico's?



17

Drive van: Rien van Eldijk

Rien van Eldijk (68) uit Tiel kocht in 1996 zijn eerste tankstation in Barneveld en bouwde dat uit tot drie locaties. In 2015 richtte hij een adviesbedrijf op en sinds 2014 zit hij actief in de lokale politiek van Tiel.



30

Van de Bakery: Tango & Bakker Bart

De grenzen tussen tanken, laden, eten en verblijven vervagen in rap tempo en Bakker Bart en Tango snappen dat goed. In Deventer opende recent de eerste gezamenlijke vestiging: een Bakker Bart binnen een grotendeels onbemande Tango-locatie, ingericht op snelheid én verblijf. Het is geen los experiment, maar het begin van een bredere uitrol.

10

Drive Advies

11

Verslag Drive Connect (Energiesstrategie)

De reeks Connect-bijeenkomsten sloot Drive af op een nieuwe locatie: De Hof in Renswoude.

21

Vraagje

23

Column Drive-voorzitter Martin van Eijk

24

Nieuwe Energie: Kusters Energy, laadplein Oost Nederland Groenlo

Laadplein Groenlo moet meer worden dan een plek waar voertuigen stroom tanken.

27

Life after petrol: Ad Mesker

Op zijn 73^e kijkt Ad Mesker met een mengeling van nuchterheid en tevredenheid terug op een leven vol werk, lef en mensen.

33

Drive wassen: Loogman Aalsmeer

Wie de afgelopen maanden langs Loogman tanken & wassen Aalsmeer is gereden, kan er niet omheen: hier gebeurt iets groots.

37

Nieuwsflits: Steven

38

Drive Opleidingen / Power Up!

39

Actueel: Interview-strategie Drive

Drive staat aan de vooravond van een nieuwe fase.

42

Column secretariaat Drive

46

Column Chris van Straaten

48

Basic Wash

Kan een wasstraat slimmer, efficiënter en zonder continue

bemensing worden geëxploiteerd?

50

Statiegeld Nederland

Bij Esso Isselt draait het ook om pakketservices, wasvoorzieningen, horeca en elektrisch laden vormen samen een ecosysteem van dienstverlening.

52

Verslag Horecava

Tijdens de Horecava 2026 in RAI Amsterdam werd opnieuw duidelijk hoe veerkrachtig de Nederlandse horeca- en gemakssector is, maar ook hoe groot de uitdagingen zijn.

55

Drive weekly

57

In de media

58

Agenda

'Het voelt soms als ondernemen in dichte mist'

In Milheeze, midden in de gemeente Gemert-Bakel, staat het hoofdkantoor van Van Kessel: een familiebedrijf dat al sinds 1921 meedraait in de wereld van brandstoffen en energie. Wat ooit begon als een lokaal bedrijf, is inmiddels uitgegroeid tot een organisatie met zo'n honderd medewerkers, meer dan veertig tankstations en een wagenpark van 26 tankwagens. De vierde generatie klopt nadrukkelijk op de deur. Stan van Kessel (27) werkt al jaren binnen het bedrijf en is verantwoordelijk voor de duurzame tak, die onder de naam Greenpoint opereert. Terwijl hij zich voorbereidt op een toekomstige leidersrol, bouwt hij tegelijk aan nieuwe energieoplossingen zoals elektriciteit en waterstof. Zijn verhaal is er een van vanzelfsprekendheid, nieuwsgierigheid en het lef om vooruit te kijken zonder precies te weten waar je uitkomt.

Wanneer wist je dat het familiebedrijf ook jouw toekomst zou worden?

'Dat is nooit echt een bewuste keuze geweest. Het bedrijf was er gewoon altijd. Als kind ging ik al mee op de vrachtwagen, letterlijk vanaf het moment dat ik in een Maxi-Cosi paste. Dan zit het er vanzelf in. Je groeit ermee op, je hoort de verhalen aan de keukentafel en je ziet wat het betekent voor klanten en medewerkers. Daardoor voelt het heel natuurlijk om er later zelf onderdeel van te worden.'

Hoe heb je het werken binnen het bedrijf vanaf jonge leeftijd ervaren?

'Altijd als iets leuks. Ik heb het nooit gezien als moeten of als verplichting. Ik vond het interessant

om te zien hoe alles werkte en om zelf mijn steentje bij te dragen. Het klinkt misschien cliché, maar het voelt meer als een hobby dan als werk. Je bent bezig, je leert elke dag iets nieuws en je ziet direct resultaat van wat je doet. Dat motiveert enorm.'

Je bent niet meteen op kantoor begonnen, maar eerst praktisch aan de slag gegaan. Waarom was dat belangrijk voor je?

'Ik heb altijd gevonden dat je eerst moet begrijpen hoe het bedrijf werkt voordat je erover gaat meepraten. Dus begon ik in het magazijn, met orderpicken en afvullen, en later ook met kantoorwerk. Toen

'Ik denk dat traditionele diesel, HVO, elektrisch en waterstof nog lange tijd naast elkaar blijven bestaan.'



ik achttien was, heb ik mijn vrachtwagenrijbewijs en ADR (zoals jullie weten de overeenkomst die het gevaar van gevaarlijke goederen regelt, red.) gehaald en ben ik echt de weg op gegaan. In de vakanties, weekenden en avonden reed ik klanten langs met diesel, brandstoffen, smeerolie en AdBlue. Dat leert je ontzettend veel.'

Wat neem je mee uit die tijd op de vrachtwagen?

'Vooral begrip. Je weet wat klanten belangrijk vinden, hoe hun dagen eruitzien en waar ze tegenaan lopen. Je leert ook hoe cruciaal planning en betrouwbaarheid zijn. Als je later beslissingen neemt, doe je dat met die ervaring in je achterhoofd. Dat maakt jouw keuzes realistischer en geloofwaardiger.'

Na je studie Manager Transport en Logistiek ben je definitief het bedrijf ingerold. Hoe zag die start eruit?

'Toen ik rond mijn 23e klaar was met studeren, ben ik begonnen op de afdeling transport en logistiek. Daar hebben we een vernieuwd team neergezet en processen aangescherpt. Daarna heb ik op de retailafdeling gewerkt, bij onze tankstations, en vervolgens bij de wholesale-activiteiten. Door al die

afdelingen leer je het bedrijf echt van binnenuit kennen.'

Wanneer kwam duurzaamheid nadrukkelijk in beeld voor jou?

'Dat moment kwam toen we zagen dat elektriciteit en waterstof steeds meer aandacht kregen. Samen met mijn vader had ik daar al relatief veel interesse en kennis van. Toen hebben we gezegd: dit moet iemand echt gaan trekken binnen de organisatie. Zo ben ik verantwoordelijk geworden voor de duurzame tak. Niet alleen om oplossingen te verkopen, maar om die hele transitie intern goed te organiseren.'

Hoe pak je zo'n transitie aan als nog niet alles duidelijk is?

'Het voelt soms als ondernemen in dichte mist. Je weet niet precies waar je uitkomt, maar je hebt wel een richting. Wij focussen bewust op de B2B-markt en vooral op de zwaardere segmenten. Dan

'Het bedrijf was er gewoon altijd'

Stan van Kessel: 'Ik ben 27, mijn vader 58, dus er is nog tijd.'



'Je groeit hier niet alleen in het bedrijf, het bedrijf groeit ook met jou mee'

begin je bij de klant: wat is hun behoefte, waar lopen ze tegenaan, en wat verwachten ze van ons? Vanuit daar ga je bouwen.'

Welke vragen kwamen er het meest vanuit klanten?

'Vooral rondom elektriciteit. Veel bedrijven willen verduurzamen, maar lopen vast op vermogen, wachttijden bij netbeheerders en complexe regelgeving. Dan ga je samen kijken: hoe kun je slim omgaan met zonnepanelen, batterijen en laadinfra? Moet alles altijd snel laden of kan dat 's nachts? En waar plaats je zo'n installatie het meest logisch binnen het bedrijfsterrein?'

Dat vraagt ook veel kennis binnen de eigen organisatie. Hoe neem je collega's daarin mee?

'Door veel uit te leggen en te investeren in kennis. In het begin krijg je vragen waarvan je denkt: dat is basiskennis. Maar ja, dat is het alleen omdat jij er dagelijks mee bezig bent. Het mooie is dat je ziet hoe snel mensen leren. Na anderhalf jaar zijn dingen die eerst ingewikkeld leken nu heel vanzelfsprekend.'

Het laadplein in Veghel: 'Voor alles is een markt, alleen de verhoudingen veranderen.'



Heb je daar ook nieuwe mensen voor moeten aannemen?

'Ja, maar wel bewust. We zochten geen pure specialisten die alleen met elektra bezig zijn, want zo groot is dat onderdeel nog niet. We zochten mensen met een goede basis, bijvoorbeeld in techniek en vooral met de juiste mentaliteit. Ze moeten passen bij ons familiebedrijf en bereid zijn om mee te groeien.'

Hoe kijk jij naar de toekomst van energie binnen jullie bedrijf?

'Ik geloof niet in één oplossing. Ik denk dat traditionele diesel, HVO, elektrisch en waterstof nog lange tijd naast elkaar blijven bestaan. Misschien zitten we over twintig of dertig jaar nog steeds deels in diesel, zeker in bepaalde sectoren. Alles hangt af van infrastructuur, regelgeving en technologische ontwikkelingen. Voor alles is een markt, alleen de verhoudingen veranderen.'

Waterstof is zo'n onderwerp waar jullie al vroeg op inzetten. Hoe kijk je daar nu naar?

'We zijn er al tien tot twaalf jaar mee bezig. We dachten toen al: dit kan groot worden. Dat potentieel is er nog steeds, al staat het soms wat minder hoog op de politieke agenda. Toch blijven we investeren, omdat we klaar willen zijn voor de toekomst, welke kant het ook opgaat.'

Je werkt intensief samen met je vader. Hoe verloopt die samenwerking tussen generaties?

'Heel prettig. Ik krijg veel vrijheid om mijn eigen dingen te doen. Hij zegt ook: dit wordt straks jouw bedrijf, dus je moet er je eigen draai aan geven. Tegelijk kan ik altijd bij hem terecht voor advies. Hij heeft ervaring, kent de markt en helpt om dingen in perspectief te plaatsen.'

Waar in vullen jullie elkaar het meest aan?

'Vooral in strategisch denken. We spiegelen onze toekomstbeelden aan elkaar en challengen elkaar. Soms ziet hij dingen aankomen die ik nog niet zie, soms andersom. Door daar open over te praten, kom je tot betere keuzes.'



'Door een apart merk te bouwen, laten we zien dat we bewust kiezen voor de duurzame kant.'

Je hecht veel waarde aan personeel. Waarom is dat zo belangrijk voor je?

'Onze branche leer je niet op school. Het is geen standaard transport- of logistiek bedrijf. Medewerkers zijn dus cruciaal. Zij dragen het bedrijf, zij zorgen dat alles blijft draaien. Als je hen bindt, opleidt en serieus neemt, investeer je direct in de toekomst van het bedrijf.'

'Veel bedrijven willen verduurzamen, maar lopen vast op vermogen, wachttijden bij netbeheerders en complexe regelgeving'

Wat typeert volgens jou de kracht van een familiebedrijf?

'De korte lijnen, de platte organisatie en de menselijke maat. Iedereen kan bij elkaar binnenlopen. Er is ruimte voor een praatje en voor echte betrokkenheid. Dat is iets wat je bij grote corporates vaak mist.'

Waarom hebben jullie duurzaamheid ook als apart merk neergezet met Greenpoint?

'Omdat je duidelijkheid wilt creëren. Olie en duurzaamheid kunnen botsen in beeldvorming. Door een apart merk te bouwen, laten we zien dat we bewust kiezen voor de duurzame kant. Met Greenpoint richten we ons op zero-emissie en toekomstbestendige oplossingen voor de B2B-markt.'

En wanneer neem jij het bedrijf daadwerkelijk over?

'Dat moment ligt nog niet vast. De komende jaren wordt dat steeds duidelijker. We zijn er stap voor stap mee bezig. Ik ben 27, mijn vader 58, dus er is nog tijd. Voor nu ligt mijn focus op bouwen, leren en vooruitkijken. Kansen zien, niet problemen.' 🌱



'Ik geloof niet in één oplossing'

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



Ondernemings- advies

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

Energieke bijeenkomst in Renswoude

De reeks Connect-bijeenkomsten van vorig jaar sloot Drive af op een nieuwe locatie: De Hof in Renswoude. Het onderwerp van die kennis- en inspiratiesessie was de energietransitie. De deelnemers konden zich daar breed informeren over de toekomst van energie voor mobiliteit en bovendien een BN'er spotten.

Tekst en foto's: Erik Stroosma

De energietransitie, kans of uitdaging? Rond die vraag had Drive de sessie samengesteld. Ruim 40 leden en partners van Drive namen aan de middag deel. Drive-voorzitter Martin van Eijk opende de bijeenkomst. "Als het om verduurzamen gaat, zijn de Drive-leden al lekker bezig", zei hij. "Van de meer dan 1.500 aangesloten energiestations hebben er 161 twee of meer snelladers. Bij 10 kan er waterstof getankt worden. 72 bieden HVO100, HVO30 en andere varianten met een percentage biodiesel aan. En maar liefst 491 hebben LPG, CNG of LNG in hun aanbod. De energietransitie brengt uitdagingen met zich mee voor de branche, maar biedt ook kansen. Daar gaan we het vanmiddag over hebben."

Reinier van den Berg

Drive had voor de sessie vier experts uitgenodigd. Meteoroloog Reinier van den Berg beet het spits af. "Als weerman bij RTL kondigde ik 35 jaar lang depressies aan. En nu ga ik jullie depressief maken met mijn verhaal over klimaatverandering", begon hij zijn keynote met een knipoog. Een grap met een serieuze ondertoon, want het beeld dat hij schetste, was bepaald niet vrolijk stemmend. "Hoe klimaatverandering zich in Nederland gaat ontwikkelen, is nog niet met zekerheid te zeggen. Het kan hier

worden zoals het nu in Zuid-Frankrijk is of zo koud dat we elk jaar een Elfstedentocht hebben. Door veranderingen in de AMOC-golfstroom (Atlantic Meridional Overturning Circulation, red.) kan het namelijk in plaats van veel warmer juist véél kouder worden. Beide scenario's hebben grote gevolgen. Om die te voor-

komen, moeten we zo snel mogelijk stoppen met fossiele brandstoffen en CO₂ gaan opvangen en opslaan."

The future is electric!

Van den Berg ziet de oplossing vooral in elektrificatie. "The future is electric!", zei hij. Over de ontwikkeling van elektrisch



'Het kan hier zo koud worden
dat we elk jaar een
Elfstedentocht hebben'

Algemeen directeur Hans-Peter Oskam van Netbeheer Nederland.



rijden is hij optimistisch: "Kijk je naar de laatste verkoopcijfers, dan zie je dat nog maar 10% van de nieuwe auto's op alleen fossiele brandstof rijdt. Door nationale en Europese wet- en regelgeving zal dat de komende jaren snel nog lager worden. Over de uitdagingen, die nu nog samenhangen met elektrisch rijden, ben ik ook optimistisch. Batterijen die 1 miljoen km meegaan komen eraan. Ook wordt volop onderzoek gedaan naar alternatieven voor de zeldzame aardmetalen die nu nog nodig zijn in batterijen. De verwachting is dat die op termijn vervangen kunnen worden door metalen die volop voorhanden zijn."

Aanpassen en inspelen

Maar wat betekent dit allemaal voor energiestationondernemers/-ondernemingen? "Speel op tijd in op de onom-

'Als het om
verduurzamen gaat, zijn
de Drive-leden al lekker
 bezig'

'Wees de concurrentie te groen af; er liggen zeker kansen'

keerbare elektrificatie", adviseerde Van den Berg. "Wees de concurrentie te groen af; er liggen zeker kansen. Als aanbieder van CO₂-neutrale brandstoffen én als exploitant van energiestations met een groot aanbod en veel voorzieningen waar het goed toeven is. En maak pleisterplaatsen groener en schaduwrijk, zodat als het klimaat warmer is het daar prettig verblijven is."

Vol stroomnet

Het elektrificeren van het wagenpark betekent nogal wat voor elektriciteitsnet. "Als alle auto's elektrisch zouden rijden, vergt dit ongeveer 20% van de elektriciteitsvraag", aldus Van den Berg. Een aanzienlijk deel van de capaciteit. Terwijl het stroomnet nu al voor jaren vol is. Voor het oplossen van dat probleem kijkt iedereen naar de overheid en de netbeheerders. De algemeen directeur van de brancheorganisatie voor elektriciteit- en gasnetbeheerders, Hans-Peter Oskam, vertelde hoe de leden van Netbeheer Nederland met die uitdaging omgaan.

The future is flexible

"Tot 2040 investeren we 200 miljard euro in de uitbreiding van het net", gaf Oskam aan. "Voor nu betekent dit dat we zo goed mogelijk moeten omgaan met de krapte. Voor het opladen van auto's komt dat neer op netbewust laden, buiten de piekuren om. Dat moet het nieuwe normaal worden. Met flexibele tarieven met korting in de daluren. The future is flexible. Door op die manier om te gaan met de capaciteit kunnen we veel meer uit het net halen. Veel bedrijven staan op de wachtlijst voor aansluiting. Daarbij kan een 'aansluiting onder voorwaarden', waarbij tijdens piekuren geen stroom geleverd wordt, een oplossing bieden. Verder werken we onder meer eraan om, tussen nu en twee, drie jaar, voor iedereen die wachtlijst staat met een oplossing te komen."

Clean Energy Hubs

Voor de twee workshops die na de pauze gepland stonden, werd de groep

Voormalig RTL-weerman Reinier van den Berg verzorgde een keynote over klimaatverandering en de energietransitie.





'Een Clean Energy Hub is ook voor kleine ondernemers haalbaar'

in tweeën verdeeld. In één daarvan hield business developer Theo Heinink een presentatie over Clean Energy Hubs (CEH). Dat zijn tank-, laad- of bunkerstations die minimaal ook twee alternatieve, duurzame energiebronnen aanbieden en vooral gericht zijn op zwaar goederenvervoer. De vraag naar die bronnen/brandstof is nu nog gering. Door het leveren daarvan te combineren met functies als truckparkings, verzorgingsplaatsen en horeca zijn die hubs nu al commercieel mogelijk en aantrekkelijk, gaf Heinink aan.

Ook voor kleinere ondernemers

Is zo'n hub ook haalbaar voor kleine ondernemers, was een vraag uit de zaal. "Jazeker", antwoordde Theo. "Er zijn nu ruim 60 CEH's. Een aantal daarvan wordt succesvol geëxploiteerd door kleinere ondernemers."

Heinink omschrijft zichzelf als 'samenbrenger van partijen' en weet op die manier samenwerkingen tot stand te brengen. "Ook dat biedt kansen voor kleinere ondernemers. Bedrijven die daar meer over willen weten, kunnen contact met mij opnemen via t.heinink@gelderland.nl."

Meer over Clean Energy Hubs is ook te lezen in Move On Magazine 2 van 2025.

Alles Over Waterstof

Een van de duurzame brandstoffen die bij een CEH kan worden aangeboden is waterstof. Over die energiebron ging de workshop van Jos Raats. Hij legde uit welke stappen er allemaal nodig zijn om een waterstoftankstation te realiseren. Raats is onder andere als projectmanager verbonden aan het initiatief Alles Over Waterstof (<https://allesoverwaterstof.nl/>). In die rol begeleidde hij onder meer Minli Landgraaf bij de opening van een waterstoftankstation. Huub Minten van Minli Bedrijven was bij de bijeen-

komst aanwezig. Net als Henk van Os van D!vers Woerden, die in die plaats een waterstofvulpunt gaat openen. Beiden stonden open om hun ervaringen te delen met Drive-leden die interesse hebben in waterstof.

"Het aspect van kennis delen is een van de pijlers van de Drive Connect-bijeenkomsten en een van de redenen waarom deze sessies zo gewaardeerd worden", blikte Pauline Forma van Drive Opleidingen na afloop tevreden terug. 🌱

Volgende Drive Connect over verminderen verzuim

De Drive Connect-bijeenkomsten worden goed bezocht en hoog gewaardeerd en krijgen daarom een vervolg. De eerste sessie van dit jaar staat op donderdagmiddag 5 maart op het programma. Het onderwerp is dan 'energieke teams, dé motor voor minder verzuim'. Daarbij staat de vraag centraal hoe je binnen een energiestation een gezonde, toekomstgerichte werkomgeving creëert.

Meld je aan!

Die bijeenkomst is met name gericht op ondernemers, leidinggevendenden en HR-professionals in de branche. Zij kunnen zich aanmelden via de QR-code op deze pagina. De sessie vindt plaats in De Hof in Renswoude. Verdere bijzonderheden maakt Drive binnenkort bekend.



Aanmelden? Scan de QR!

Het tankstation als retailknooppunt: Wat werkt, wat schuurt en wat kan anders?

Tekst Birgitta van der Linden

Het tankstation is allang niet meer alleen een plek om te tanken. Elektrificatie, veranderend reisgedrag en een consument die steeds minder tijd heeft, zetten het klassieke pompmodel onder druk. Tegelijkertijd groeit het belang van retail: van koffie en broodjes tot vergeten boodschappen en impulsproducten. Maar hoe toekomstbestendig zijn de huidige retailconcepten bij tankstations? En waar liggen nog kansen of juist risico's?

Twee retailspecialisten met een uitgesproken visie buigen zich over die vraag: Paul Moers, bekend retailexpert en veelgevraagd commentator, en Dirk Mulder, sectorspecialist Trade & Retail bij ING. Hun perspectieven verschillen in toon, maar raken aan dezelfde kern: het tankstation staat op een kruispunt.

Niet kopen bij een tankstation

Paul Moers behoeft nauwelijks introductie. Als retail-expert is hij al jaren een vaste stem in media als BNR, Kassa en Radar. Zijn blik is scherp, uitgesproken en altijd vertrekkend vanuit de consument. Volgens Moers doen tankstations één ding onmiskenbaar goed: inspelen op het snack- en 'on the move'-moment. "Tankstations weten heel goed welke producten aantrekkelijk zijn voor de snackende consument," stelt hij. "Dat doen ze echt goed."

Maar daar houdt het positieve voor hem grotendeels op. Zijn grootste kritiekpunt: het prijsniveau.

"De prijzen bij tankstations liggen extreem hoog. Dat begint mensen echt te irriteren. In een tijd waarin budgettering steeds belangrijker wordt, gaan consumenten zich afvragen: waar kan ik besparen? En dan is het antwoord vaak: niet kopen bij een tankstation."

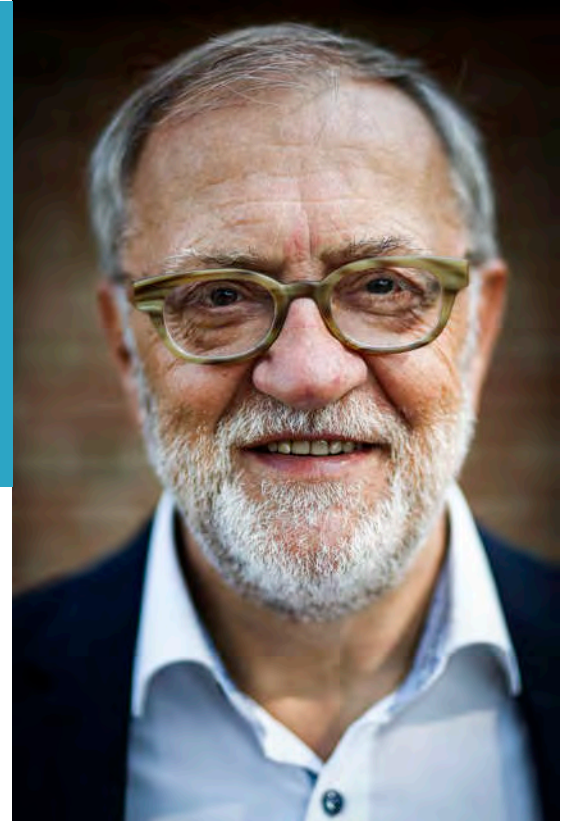
Toiletbeleid

Die prijsbeleving werkt volgens Moers door in de totale klantervaring. "Je krijgt als klant steeds meer het gevoel: ik ben hier vooral een geldmachine. Dat is geen prettig gevoel en al helemaal niet toekomstbestendig." Een concreet voorbeeld is het toiletbeleid. "Je moet betalen voor het toilet en vaak is het dan ook nog smerig. Dat vind ik echt onacceptabel." Moers vergelijkt de Nederlandse situatie met zijn recente retailreizen naar Japan en Italië. "In Japan zijn toiletten bij tankstations gratis én onberispelijk schoon. Dat niveau hebben wij hier niet eens in ziekenhuizen." Volgens Moers zit daar een fundamentele les: service is geen kostenpost, maar een investering in loyaliteit. "In Nederland proberen we het toiletprobleem op te lossen met een kortingsbon. Dat vind ik zó godvergeten Nederlands. Het is onsympathiek en doorzichtig."

Leren van het buitenland

Moers ziet vooral in het buitenland inspiratie voor een andere benadering van tankstationretail. In Italië viel hem de winkelopzet op. "Daar zijn tankstations vaak verrassend groot, met een slimme routing. Je loopt langs het hele assortiment voordat je weer buiten staat." Ook het aanbod is volgens hem aantrekkelijker. "Lokale producten, goede wijn, bijzon-

Paul Moers: 'De klant voelt zich een geldmachine'



dere chocolade, mooie aanbiedingen. Dingen die je niet standaard in de supermarkt vindt en dat tegen een schappelijke prijs." In Nederland daarentegen ervaart Moers veel tankstations als kil. "Je komt binnen en denkt: hier willen ze echt de laatste cent uit me trekken. Waarom niet wat meer sfeer, wat meer warmte, wat meer plezier?"

Geen innovatie

Innovatie ziet hij nauwelijks. "Ik volg innovaties in retail op de voet, maar bij tankstations zie ik vooral veel van hetzelfde. Er wordt te weinig radicaal nagedacht. Terwijl er zoveel mogelijk is – technologisch, qua beleving en qua assortiment." Zijn conclusie is scherp: "De dag dat je in retail denkt dat het vanzelfsprekend is, is de dag dat het fout gaat. En ik heb het gevoel dat tankstations zichzelf op dit moment een beetje in de voet schieten."

Contactpunt voor de reiziger

Waar Moers scherp en normatief is, kijkt Dirk Mulder analytischer. Als sectorspecialist Trade & Retail bij ING volgt hij de ontwikkelingen in de branche al jaren, met oog voor exploitatie, schaalbaarheid en lange termijn. Mulder plaatst het tankstation nadrukkelijk in een bredere transitie. "We bewegen langzaam van traditionele brandstoffen naar elektrisch. Die transitie verloopt trager dan eerst gedacht, maar het einddoel verandert niet. Dat heeft grote gevolgen voor de functie van het tankstation." Volgens Mulder verschuift het station van brandstofpunt naar contactpunt voor de reiziger onderweg. "Retail wordt daarmee steeds belangrijker. Niet als bijzaak, maar als kernfunctie."

Positieve ontwikkelingen

In tegenstelling tot Moers ziet Mulder juist veel positieve ontwikkelingen in de shopomgeving. "Tankstations hebben de afgelopen jaren echt goede stappen gezet. De kwaliteit van het aanbod is hoog, vaak vers en goed afgestemd op het moment van de dag." Hij wijst op het onderscheid tussen verschillende gebruiksmomenten: ochtend, middag, avond. "De consument die 's ochtends langskomt heeft andere behoeften dan iemand die laat thuiskomt en nog snel iets nodig heeft. Daar spelen veel concepten inmiddels goed op in."

Supermarktlogica versus horeca-ambitie

Een belangrijk verschil in visie tussen beide experts zit in de rol van horeca. Waar Moers pleit voor meer kwaliteit en beleving in food, is Mulder terughoudender. "Ik geloof zelf meer in de ontwikkeling richting supermarktlogica dan in uitgebreide horecaconcepten." De reden is pragmatisch. "Nederland is geen echt doorrijland. Afstanden zijn relatief kort en het horeca-aanbod langs de weg is al groot. Een tankstation dat inzet op langer verblijf, begeeft zich in een lastige positie."

Dirk Mulder: 'Tankstations hebben de afgelopen jaren echt goede stappen gezet'

Mulder ziet meer potentie in samenwerking met sterke retailpartners. "De consument die een pompshop bezoekt, is een andere consument dan degene die zijn weekboodschappen doet. Die komt voor gemak, snelheid en oplossingen voor 'vergeten momenten'. Daar moet je assortiment en prijsniveau op aansluiten." Wat betreft toiletten neemt Mulder een genuanceerdere positie in dan Moers. "Als je schone toiletten wilt, dan hoort daar een prijs bij. Dat vind ik niet onlogisch." Tegelijk ziet hij ook commerciële kansen. "Je hebt die consument binnen. Dan is het logisch om hem te verleiden met een aanbieding of korting."

Lokale relevantie en schaalbaarheid

Over één ding zijn beide heren het eens: locatie is cruciaal. Toch verschilt hun nadruk. Moers pleit voor meer lokale accenten in het assortiment om het aanbod aantrekkelijker en menselijker te maken. Mulder bekijkt het vanuit investeringslogica. "Elk concept moet schaalbaar zijn, anders worden de investeringen te zwaar. Maar binnen dat schaalbare model kun je wél met modules werken, afgestemd op de omgeving." Die modulariteit ziet hij ook terug in nieuwe samenwerkingen, bijvoorbeeld rond toilet-faciliteiten of pakketkluisen. "Niet alles hoeft overal. Het hangt sterk af van de locatie en de functie van het station."

De toekomst: mobility hubs en 'on the move'

Voor de toekomst komen de visies weer dichterbij elkaar. Zowel Moers als Mulder zien het tankstation



evolueren naar een bredere mobiliteitsplek. Mulder schetst het beeld van mobility hubs: plekken waar tanken, laden, parkeren, doorreizen en retail samenkomen. "Een plek waar je even koffie haalt, een broodje meeneemt, misschien je pakket ophaalt en weer verder gaat." Moers benadrukt dat die toekomst alleen kansrijk is als de branche het klantgevoel serieus neemt. "Sfeer, assortiment, prijsniveau en service moeten in balans zijn. Anders haken mensen af."

Twee perspectieven op hetzelfde kantelpunt

Waar Moers het tankstation confronteert met het risico van doorschieten in prijs en efficiëntie, plaatst Mulder de ontwikkelingen in een breder perspectief. Volgens hem is de branche al volop in beweging, met concepten die steeds beter aansluiten op de behoefte van de reiziger onderweg. De uitdaging zit niet zozeer in méér functies, maar in het verfijnen van wat er al is – schaalbaar, rendabel en passend bij de locatie.

Of, zoals Moers verwoordt: "Je kunt blijven beknibbelen of je kunt een keer radicaal anders gaan denken. De vraag is: durf je dat?" 🌱

Moderne politiek duurt allemaal veel te lang: teveel praten en te weinig overleggen'

Rien van Eldijk (68) uit Tiel is een veelzijdig man. Hij kocht in 1996 zijn eerste tankstation in Barneveld en bouwde dat uit tot drie locaties. In 2015 richtte hij een adviesbedrijf op en sinds 2014 zit hij actief in de lokale politiek van Tiel. Vandaag de dag adviseert hij andere tankstationhouders, werkt één dag per week voor Petrolview en is hij voorzitter van zijn lokale politieke partij.

■ Tekst Bas Hakker, foto's Danny Cornelissen

Rien, hoe ben je uiteindelijk bij tankstations terechtgekomen?

In 1986 begonnen als vertegenwoordiger bij Margas autogas in Tiel en later door de verkoop van dit bedrijf overgegaan naar Van Gelder Aardolie uit Nijmegen. In 1996 heb ik een tankstation in Barneveld gekocht en een paar jaar later heb ik zelf een tankstation gebouwd in Ede op een bedrijventerrein, naast bij een afvalbedrijf. Ik ben ook oprichter en voorzitter geworden van de ondernemersvereniging daar. Later nog een Total station erbij in Ede, dus toen had ik drie tankstations.'

'Als ik terugdenk: jeetje jongen, hoe dan?'



**'Het is nu belangrijk
om harde keuzes te maken'**

En toen merkte je dat je een beetje begon af te stompen?

'Ja, in 2005 merkte ik dat ik alleen maar ritjes aan het rijden was - van Tiel naar Ede naar Barneveld, Tiel, Ede, Barneveld. Ik sprak weinig mensen en deed alleen maar werk terwijl ik altijd gewend was om veel langs de weg te zitten bij klanten.. Toen heb ik in 2005 iemand kunnen vinden die 2 tankstations wilde huren. Ik kon toen mijn adviesbedrijf oprichten, dat vond ik leuk. In 2009 is die huurder failliet gegaan, dus toen kreeg ik die Total's terug. Als iemand een tankstation failliet laat gaan, dan is het natuurlijk een beetje verlopen geworden. Dat heeft me heel veel moeite gekost om dat weer een beetje op de rit te krijgen.'

Toen kwam Total met een voorstel?

'Ja, in 2012 had Total interesse in mijn locatie om daar een onbemand station neer te zetten. Ze hebben toen een bemand station omgebouwd naar een Express. In ruil daarvoor kreeg ik een drietal locaties van Total Nederland om daar een soort van franchise op te gaan doen. Dus toen heb ik Nieuwegein, Doorwerth en Veenendaal erbij gekregen als tankstations. Die heb ik in 2021 over gedaan aan Mattijs Jongeneel. Barneveld verhuur ik en dat loopt eigenlijk wel prima. Tegelijkertijd was ik ook druk bezig met de advisering en toen kwam de politiek om de hoek kijken.'

Hoe ben je in de politiek terechtgekomen?

'In 2014 begon ik met vier jaar lang commissiewerk voor de Partij van de Burger in Tiel dus dat betekent dat je niet actief bezig bent in de Raad, maar wel bij de fractie zit en je wel nodig bent om te vertellen wat je ervan vindt. Dat ging eigenlijk goed. In 2018 zijn wij de grootste partij geworden en kwam ik in de Raad. Iedereen heeft een beetje een specialiteit en mijn speerpunten zijn de energiestrategie en het afvalbeleid. In 2022 ben ik opnieuw gekozen en na de volgende verkiezing in maart heb ik er twaalf jaar opzitten in de politiek. Dan ga ik wel stoppen.'

'Iedereen heeft een beetje een specialiteit en mijn speerpunten zijn de energiestrategie en het afvalbeleid.'

Je bent nog steeds heel actief. Hoeveel uur werk je eigenlijk per week?

'Ik draai nog wel een uurtje of veertig in de week. Ik doe nog een stukje advieswerk, help nog een pomphouder met advieswerk en taxaties, spreek met gemeenten, doe aankoop- en verkoopbemiddeling. Dus ja, het is nog wel druk en een dag in de week passen we op...we hebben acht kleinkinderen.'

Je werkt ook nog één dag per week voor Petroview. Wat doe je daar?

'Ja, dan zie je ook heel goed wat er speelt. Ik denk dat zo'n vijftig procent van de tankstations onbehandeld is eigenlijk en bij de rest gaat ook nog veel gebeuren als de tabak wegvalt. Ik denk dat heel veel tankstations gaan sluiten.'

De branche staat behoorlijk op zijn kop momenteel. Wat moet er gebeuren volgens jou?

'Het is nu echt de tijd om goed te kijken naar jouw ondernemerschap. Het is belangrijk om harde keuzes te maken voor jezelf. Als je tien, vijftien jaar vooruitkijkt, dan ziet de tankstation- wereld er heel anders uit. De tankstations zullen er anders uitzien en bedrijven moeten samenwerken en hebben ook de politiek nodig.'

Dat is ook een beetje jouw draad in de politiek: niet wachten tot de overheid het gaat regelen?

'Precies. Wat ik merk in de politiek is dat er heel veel gepraat wordt, maar er wordt weinig gedaan. En het is nu eenmaal zo dat mensen echt iets doen als het echt moet. Pas als je zegt: bij jou komt een windmolen te staan, dan worden ze wakker. Als je er niet tegen bent dat er achter je huis een windmolen staat, dan komt de discussie pas op gang. Ik zeg: jongens, wijs nou een aantal gebieden aan waarin we wat willen - een zonnenveld of een windmolen - en dan zie je dat de omgeving wakker wordt en actief gaat worden. Dan komt het gesprek op gang. Moderne politiek duurt het allemaal veel te lang, er wordt veel te veel gepraat en veel te veel overlegd. Dat is wel jammer.'

Probeer je die daadkracht vanuit het bedrijfsleven in te brengen in de politiek?

'Ja, dat is natuurlijk wel de ambitie geweest om de politiek in te gaan. Je ziet nu ook - als je mensen hebt die daadkrachtig zijn binnen de politiek, dan gaat er ineens heel veel lopen. Dat duurt wel een paar jaar, maar er wordt nu volop gebouwd. We zijn heel druk bezig met het groot onderhoud aan de hoofdwegen en de fietspaden en het veilig maken van de woonwijken. Alle locaties waar gebouwd moet worden, worden nu gebouwd omdat je een aantal mensen in de politiek hebt die gewoon de ballen hebben om iets te gaan ondernemen.'

Wat kenmerkt die mensen dan?

'Dat zijn toch een beetje de ondernemers. Die hebben gewoon die daadkracht, die willen niet teveel lullen, die willen doen. Zo'n College is niet alleen lintjes doorknippen en feestjes en partijen, maar doen. Voor de ambtenaar is het ook belangrijk dat ze weten dat ze een wethouder of een raadslid hebben dat daadkrachtig is. Als je die combinatie hebt, dan is het prima.'

Liep je wel eens tegen frustraties aan in de politiek?

'Ja, met name over de onderbezetting bij de ambtenaren en daar krijg je meer begrip voor. Iedereen wil een vergunning en dan ligt er als snel een hele grote stapel. Ambtenaren hebben werkweken van 32 of 36 uur en dat is heel anders dan ondernemers. Je probeert eigenlijk dienstbaar te zijn aan de ander, maar dat lukt niet altijd.'

Jullie hebben toch wel wat voor elkaar gekregen in Tiel?

'Ja, zeker. We leven in een democratisch land en natuurlijk heb je altijd tegenstanders als je een plan presenteert, maar dan moet je proberen daar tussendoor te laveren en tot iets te komen. Ik ben ook niet de man met de botte bijl, maar je moet proberen daar een beetje een middenweg in te vinden. Vaak lukt dat wel als je mensen uitlegt waarom je iets doet of wanneer je iets doet. Dan hebben mensen vaak wel begrip. Dat duurt wel eventjes vaak, maar uiteindelijk kom je er wel.'

'Onze partij bestaat uit een kapper, een directeur en nog meer echte werkmensen, dat werkt goed'

Waar ben je trots op dat je hebt bereikt in de politiek?

'Dat de zogenoemde lelijke puisten in Tiel - een locatie met oude gebouwen en braak liggende terreinen - nu weer volop bebouwd worden. En dat die energietransitie nu ook op gang gaat komen; er worden een zonneveld gebouwd en er komen twee windmolens te staan. Onze partij bestaat uit een kapper, een directeur en nog meer echte werkmensen, dat werkt goed. Bij ons is het niet zo politiek, het is bijna hoe een bedrijf functioneert. Met elkaar moet je ook samenwerken, dingen voor elkaar krijgen, compromissen sluiten, aan regels voldoen. Lokale politiek is veel simpeler en veel makkelijker dan landelijke politiek. Bij landelijke politiek heb je zoveel te maken met wereldproblematiek waar wij zelf niks van weten. Lokaal kun je concrete dingen voor elkaar krijgen in je eigen omgeving - de speeltuintjes worden opgeknapt, de binnenstad wordt opgeknapt, scholen worden vernieuwd, er komt een nieuw zwembad. Dat je zorgt dat je voorzieningen behoudt.'

Wat zijn de grote uitdagingen in Tiel?

'Ja, Tiel is van oudsher een arbeidersstad. Het opleidingsniveau is er redelijk laag en daarmee vallen de inkomsten tegen. Daar zijn we nu bezig om een inhaalslag te maken door duurdere huizen te gaan bouwen, zodat je ook mensen kunt aantrekken vanuit de Randstad die een ander bestedingspatroon hebben dan de gemiddelde Tielenaar. Daarmee kun je zorgen dat het ziekenhuis, zwembad en de schouwburg blijven.'

Hoe heb je altijd die focus kunnen houden met alle dingen die je deed?

'Ik heb altijd geprobeerd tijd te maken voor mijn gezin. Als er wat leuks was, stond ik er wel bij. Als de kinderen op schoolreisje waren, was ik er vaak ook bij. Daarnaast was ik wel altijd tot diep in de nacht aan het werk. Als de kinderen sliepen, was ik aan het werk voor het bedrijf. Het is altijd wel

zoeken natuurlijk. Als je nu kijkt naar mijn schoonzons dan zijn dat allemaal ondernemers. De één zit in de slagerij, de ander in de supermarkt, de ander in de jeugdzorg - totaal anders allemaal, maar je leert wel heel veel van elkaar. Dat maakt het leven wel heel leuk.'

Als je terugkijkt, hoe heb je dat allemaal voor elkaar gebokst?

'Dat weet ik niet. Als ik terugdenk: jeetje jongen, hoe dan? In 2021 heb ik drie tankstations overgedaan dus ik ben nu bijna vier jaar geen eigenaar meer van meerdere stations. Ik vraag me wel eens af: hoe heb ik dat vier jaar geleden gedaan? Ik had drie tankstations en deed eigenlijk hetzelfde als nu, maar als je ouder wordt dan krijg je wel een ander tempo. Dingen kosten meer tijd. Als je jonger bent, ben je actiever, dan heb je een wat betere conditie, denk ik. Dat speelt wel een rol.'

Zijn er nog dingen die je wilt doen de komende tijd?

'Ik stop met de politiek, maar ik wil me een beetje gaan concentreren op de ontwikkeling van vastgoed. Met name recreatief vastgoed. Dat is natuurlijk een andere wereld, maar dan moet je jezelf eerst even verdiepen in de materie. Die uitdaging lijkt me wel leuk. Als de politiek is afgerond, dan ga ik die stap nemen om te kijken hoe die wereld in elkaar zit. Kleinschalig; misschien een appartementje hier, een huisje daar kopen, kijken hoe we dat kunnen ontwikkelen. Ik heb dat altijd zo gedaan; eerst weten waar je over praat en dan kun je daarna doorpakken.'

'Kleinschalig; misschien een appartementje hier, een huisje daar kopen, kijken hoe we dat kunnen ontwikkelen.'



Nieuw contract? Juist contract

Naast de verscheidenheid aan vragen die op het Drive-secretariaat binnenkomen, zit er ook variatie in het soort bedrijven dat contact opneemt. Net als de markt zelf, maakt ook onze vereniging een transitie door. Het aantal bedrijven met meerdere vestigingen stijgt, waardoor er steeds vaker professionele HR-afdelingen ontstaan.

Gelukkig is Drive ook de vereniging voor het kleinschalige familiebedrijf, hierbij vervult het station vaak een grote maatschappelijke functie in een dorpskern of stadswijk. De vraag die op dat moment gesteld kan worden is daarom ook anders, maar niet minder urgent. Maar wat als een van je vaste krachten na twintig dienstjaren met pensioen gaat en je een nieuwe generatie met een vast contract aan je wilt binden? Dan wil je weten of je goed zit.

Zo kwam er een verzoek binnen van een Drive-lid van het eerste uur om even het contract te checken. Uit de juridische check van een van onze Drive-juristen bleek dat het contract gebaseerd was op een modelcontract uit 2012. Inmiddels is er natuurlijk veel veranderd qua wetgeving en cao-regels, waardoor er veel niet-geldige bepalingen in het model stonden.

Gelukkig hebben we op onze website, als je als Drive-lid inlogt, altijd modelovereenkomsten staan. Deze zijn helemaal in lijn met de Cao en de geldende wet- en regelgeving. Wil je checken of jouw contracten kloppen of ben je bijvoorbeeld op zoek naar een addendum m.b.t. het verplicht stellen van de tabaksmodule van ons leerplatform? Schakel het Drive-secretariaat in en ontvang zekerheid. 



“We ervaren veel ondernemingsvrijheid en de marges op de brandstof zijn interessant.”

Willem-Bas van Tol - Tankstation Peut Moordrecht

PDVP 

Vrije keuze's. Vrij ondernemen. Dat is Peut.

Laden wordt tanken en de logische plek staat er al

Half januari was ik in Duitsland. Even een weekend skiën met mijn twee zoons, aangezien mijn vrouw helaas twee dagen eerder door de sneeuwval hier in Nederland haar enkel brak.

We zaten met twintig man net buiten Winterberg, in een huis in een dorpje van 229 inwoners. Na een dag skiën wilden we eten. De lokale herbergier werd 's middags gevraagd of hij die avond voor twintig mensen open kon. Met zichtbare twijfel zei hij: "Ja, natürlich."

Wat volgde was een meesterlijk staaltje ondernemerschap. Hij stelde ons een schnitzelfestijn voor, alles erop en eraan, onbeperkt: sauzen, salades en friet. Het werd met zoveel enthousiasme gebracht dat iedereen meteen instemde. En terecht: het was uitstekend, lekker, ruim voldoende en vooral hartstikke gezellig. Wat een topervaring!

Handig inspelen op de vraag. Niet moeilijk doen, maar doen wat nodig is. Dat is precies wat tankstationondernemers al ruim honderd jaar doen. We begonnen met een stoeppomp en een oliehandel. Toen automobilisten meer wilden, kwamen er winkels. LPG? Prima. Bakery? Doen we. HVO, waterstof, schone toiletten, bloemen, aanhangers — het hoort er allemaal bij. Steeds opnieuw passen we

ons aan aan wat mobiliteit nodig heeft. Nu gaat het gesprek over laden. En dat is terecht. Elektrisch rijden groeit en de laadinfrastructuur moet mee. Dan helpt het niet als Fastned gemeenten oproept om tankstations in te ruilen voor laadstations. Er wordt gesproken over saneren, dubbele voorzieningen en nieuwe procedures.

Maar voor ons is laden geen ideologische discussie. Het is simpelweg een volgende vorm van energie voor mobiliteit. Tankstations zijn daar bij uitstek geschikt voor. Ze zijn veilig, verlicht, ingericht op doorstroming en voorzien van alles wat een automobilist nodig heeft tijdens een korte stop. En belangrijker: de ondernemers staan klaar om te investeren — mits de randvoorwaarden er zijn. Er hoeft niets gesloopt te worden. Er zijn geen langdurige procedures nodig. En er hoeven niet altijd onnodig zware netaansluitingen te worden afgedwongen. Wij kunnen slim faseren. We kunnen combineren. En we kunnen morgen beginnen. En waar mogelijk zijn we al begonnen.

Ik heb dit onlangs ook zo uitgelegd aan de staatssecretaris en zijn ambtenaren: "Elke partij die wil investeren in laadinfrastructuur is welkom, we hebben ze allemaal nodig. Maar als je snel, veilig en met minimale ruimtelijke impact wilt opschaalen, begin dan bij locaties die daar al voor gemaakt zijn: de tankstations. Hier staan de ondernemers klaar om te investeren." Voor ons is dat logisch. Voor hen bleek dit, vreemd genoeg, toch een eyeopener.

De energietransitie versnelt niet door bestaande infrastructuur te negeren of te saneren, maar door die slim te benutten. Door overheid en ondernemers samen te laten werken, zonder onnodige tegenstellingen. Laden wordt net zo normaal als tanken. En de logische plek voor die routine staat er al.



'Het moet een plek zijn waar alles samenkomt'

Laadplein Groenlo moet meer worden dan een plek waar voertuigen stroom tanken. Met vier snel-laadpunten voor elektrische vrachtauto's van 350 kilowatt, twee snelladers voor personenauto's 150 kW en meerdere AC-laders bouwt Kuster Energy aan een schaalbaar en toekomstbestendig energieplein. Een plek waar duurzame mobiliteit in de praktijk zichtbaar wordt. Maar ambitie alleen is niet genoeg, benadrukt Business Developmanger Wessel Jan de Boer. Alles moet kloppen: technisch, financieel en qua behoefte vanuit de markt.

■ Tekst Bas Hakker, foto's Kuster Energy

Laadplein Groenlo is behoorlijk ambitieus opgezet. Was die ambitie er vanaf het begin al?

'Nee, zeker niet in deze vorm. We zijn niet begonnen met het idee 'we zetten hier even een groot laadplein neer'. We zijn eerst langs klanten gegaan en hebben heel bewust gevraagd waar zij behoefte aan hadden. Wat voor laadvermogens gebruiken jullie? Wanneer laden jullie? Overdag, 's nachts, incidenteel of structureel? Op basis van die gesprekken zijn we gaan kijken welke configuratie hier

logisch zou zijn. Pas daarna is het plan gegroeid naar wat het nu is.'

Wat kwam er uit die gesprekken met klanten?

'Dat er vooral een enorme behoefte is aan voldoende laadcapaciteit, met name voor elektrische vrachtwagens. Veel locaties hebben wel laadpunten, maar niet het vermogen of de beschikbaarheid die logistieke bedrijven nodig hebben. Zeker als je met meerdere trucks tegelijk wilt laden, loop je al snel tegen beperkingen aan. Dat was voor ons een belangrijke conclusie: als je dit doet, moet je het goed doen.'

Dus techniek moet gewoon werken, 24/7





Er is veel behoefte aan laadcapaciteit

Vandaar die zes snellaadpunten van 350 kilowatt voor vrachtwagens?

'Precies. Dat vermogen is nodig om trucks in een acceptabele tijd weer op weg te helpen. Daarnaast hebben we twee snelladers voor personenauto's en AC-laders voor onder andere taxibedrijven. Die taxi's laden bijvoorbeeld 's nachts bij ons, op basis van langlopende contracten. Zo combineer je verschillende gebruikersprofielen op één locatie.'

Jullie spreken nadrukkelijk over een 'energieplein' en niet alleen over een laadlocatie. Wat bedoel je daarmee?

'Laden is maar één onderdeel. Het moet een plek zijn waar alles samenkomt: energieopwekking, opslag, laden en gebruiksgemak. We hebben bijvoorbeeld een solar carport, zodat voertuigen beschermd staan en we lokaal energie opwekken. We kijken naar batterijopslag om pieken op te vangen. En we zorgen voor voorzieningen zoals goede verlichting, veiligheid, sanitair en horeca. Mensen staan

hier soms een half uur of langer. Dan moet het prettig zijn.'

Hoe belangrijk is die beleving voor jullie?

'Heel belangrijk. We zien dat laden steeds meer lijkt op tanken, maar met één groot verschil: je bent er langer. Dus moet je zorgen dat mensen zich veilig voelen en iets te doen hebben. Goede verlichting, cameratoezicht, een prettige omgeving, een kop koffie. Dat klinkt misschien vanzelfsprekend, maar het maakt echt het verschil. Als er in de buurt een locatie is die dat beter op orde heeft, dan rijden mensen daar naartoe.'

Veiligheid hoor je vaker terug als thema.

'Klopt. Zeker voor vrachtwagenchauffeurs is dat essentieel. Zij komen vaak 's avonds of 's nachts en willen zich gewoon veilig voelen. Dat gaat over verlichting, overzichtelijkheid, maar ook over het gevoel dat er iemand is. Vriendelijke mensen in de shop, duidelijke communicatie, goede faciliteiten. Dat alles draagt bij aan vertrouwen.'

Technisch gezien is dit een behoorlijk complex project. Hoe hebben jullie dat aangepakt?

'Door heel veel tijd in de voorbereiding te stoppen. Alles begint met een goede tekening en een kloppende businesscase. Je moet vooraf goed nadenken over rijroutes, opstelplaatsen, laadconfiguraties. Vrachtwagens moeten kunnen inrijden en vooruit weer weg kunnen. Links laden, rechts laden, op de neus. Dat soort details moet je vooraf uitdenken, want achteraf aanpassen is duur en lastig.'

Jullie hadden ook geluk met de netaansluiting, begreep ik?

'Absoluut. We hebben in november 2022 een grote stroomaansluiting aangevraagd, net voordat de netcongestie echt een groot probleem werd. Daardoor konden we relatief snel doorpakken terwijl als je dat nu zou aanvragen, je soms jaren verder ben. Ik ken voorbeelden waar mensen te horen krijgen dat ze in 2030 aan de beurt zijn. Dat is natuurlijk funest voor dit soort projecten.'

'Je kunt niet zomaar van alles neerzetten. Het moet technisch kloppen én financieel haalbaar zijn.'

Betekent dat dat timing net zo belangrijk is als visie?

'Ja, zonder twijfel. Je kunt een fantastisch plan hebben, maar als de randvoorwaarden niet kloppen, houdt het op. Daarom zeg ik ook altijd: je kunt niet zomaar van alles neerzetten. Het moet technisch haalbaar zijn, maar ook financieel. En dat betekent soms ook geduld hebben of accepteren dat iets nu nog niet kan.'

Over die financiële haalbaarheid: hoe bouw je een businesscase voor zo'n laadplein?

'Door alles terug te rekenen naar een prijs per kilowattuur en een realistisch laadprofiel. Hoeveel laadbeurten verwachten we? Tegen welk vermogen? Met welke klanten? We werken veel met vaste, contractuele klanten. Dat geeft zekerheid. Je moet dit soort projecten niet los zien van je totale business. Een laadplein werkt het best als onderdeel van een netwerk en niet als geïsoleerd eiland.'

Is Laadplein Groenlo een soort 'proeftuin' voor jullie?

'Ja, dat kun je wel zeggen. Het is een flagshiplocatie waar we enorm veel van leren. Alle data die uit de laders komt, geeft ons inzicht: wanneer wordt er geladen, hoe vaak komen mensen terug, welke vermogens worden gebruikt. We weten natuurlijk niet wie die mensen zijn, maar we zien wel patronen. En we zien dat het aantal laadsessies blijft toenemen. Dat bevestigt dat we op de goede weg zitten.'

Wat hoor je terug van gebruikers?

'Vooral positieve reacties, zeker van vrachtwagenchauffeurs. Die zeggen letterlijk: 'Eindelijk een mooi plein.' Ze waarderen de snelheid, de ruimte en de voorzieningen. Dat is voor ons een belangrijke bevestiging. Het laat zien dat je met de juiste keuzes echt waarde kunt toevoegen.'

Concurrentie zit natuurlijk niet stil. Hoe blijf je vooroplopen?

'Door nauw samen te werken met goede partners en leveranciers. Zij informeren ons over nieuwe



'We zien dat laden steeds meer lijkt op tanken, maar met één groot verschil: je bent er langer.'

technieken, nieuwe software en nieuwe mogelijkheden. Laden is voor een groot deel softwaregedreven. Dat betekent ook dat je onafhankelijk wilt zijn, inzicht wilt hebben in je systemen en zelf keuzes wilt kunnen maken in prijzen en configuraties.'

Is samenwerken daarmee een sleutelwoord?

'Absoluut. Dit soort projecten kun je niet alleen. We werken met vaste partners voor batterijsystemen, bouw, software en energievoorziening. We hebben gekozen voor een schaalbaar model, zodat we kunnen uitbreiden als de vraag groeit. Dat houdt de initiële investering beheersbaar en maakt het risico kleiner.'

Wat is volgens jou de kern van een succesvol laadplein op de lange termijn?

'Betrouwbaarheid. Er is niets zo vervelend als een laadpunt dat het niet doet. Dan staat iemand letterlijk met een probleem. Dus techniek moet gewoon werken, 24/7. Daarnaast vertrouwen: klanten die zich voor langere tijd aan je willen verbinden, omdat ze geloven in het concept. En tot slot realisme. Niet alles tegelijk willen, maar bouwen op basis van echte vraag en goede berekeningen.'

Tot slot, wat zou je andere partijen willen meegeven die ook een laadplein willen ontwikkelen?

'Begin bij de markt, niet bij de techniek. Luister naar je klanten, maak een eerlijke businesscase en zorg dat je randvoorwaarden op orde zijn. Je kunt niet zomaar van alles neerzetten. Maar als je het slim en doordacht doet, kun je echt iets neerzetten dat klaar is voor de toekomst.' 🌱



We hebben gekozen voor een schaalbaar model, zodat we kunnen uitbreiden als de vraag groeit

'Ik wist gewoon dat het te klein zou zijn voor vrachtwagens'

Op zijn 73^e kijkt Ad Mesker met nuchterheid en mildheid terug op een leven vol lange dagen, scherpe beslissingen en persoonlijk verlies. Decennialang runde hij tankstations alsof het verlengstukken van zichzelf waren. Vijf jaar na de verkoop vertelt hij hoe het begon, hoe hij ondernam en hoe hij opnieuw leerde leven.



Tekst Bas Hakker, foto's Danny Cornelissen

Ad, hoe ben je ooit in de wereld van tankstations terechtgekomen?

'Dat is niet begonnen met een groot plan. Ik zat in de techniek, sleutelde aan auto's, werkte met mijn handen. Mijn vader zat ook in die wereld, dus dat voelde vertrouwd. Op een gegeven moment stond er in Schoonhoven een klein tankstation leeg. Al jaren. Niemand wilde het hebben. Dat was precies het moment dat ik dacht: dit is mijn kans. Niet omdat het zo mooi was, maar juist omdat iedereen het had afgeschreven.'

Wat maakte dat jij er wél iets in zag?

'Ik keek anders. Ik zag geen oud station, maar een plek waar mensen kwamen. Auto's moesten tanken, olie moest worden gepeild, banden gecontroleerd. Als je dat eerlijk en netjes deed, dan kwamen mensen terug. Zo simpel was het voor mij. Ik wist ook: dit wordt geen luxe start. Ik moest 75.000 gulden betalen voor dat eerste station. Dat geld had ik niet zomaar liggen.'

Hoe kreeg je dat bedrag bij elkaar?

'Met hangen en wurgen. Ik moest naar de bank, een plan maken, mezelf verkopen. Ik had nauwelijks zekerheden. Ik weet nog dat ik daar zat en dacht: als dit mislukt, heb ik echt een probleem. Maar ik kreeg het voor elkaar en ik kan me nog goed herinneren dat ik op de dag dat het rondkwam mijn



'Dan valt je fundament weg want ik ben geen man om alleen te zijn'

'Ik reed vanuit Waddinxveen naar Schoonhoven en zorgde dat de boel open was'

diploma om aan de slag te mogen als ondernemen ook binnen had. Achteraf was dat misschien wel het spannendste moment van mijn hele loopbaan.'

Hoe zag die eerste periode eruit?

'Dat was buffelen. Alles zelf doen. Ik stond 's ochtends vroeg op, reed vanuit Waddinxveen naar Schoonhoven en zorgde dat de boel open was. Olie verversen, benzine verkopen, klanten helpen, snoep verkopen, soms sleutelen aan auto's. Er was geen personeel, geen luxe. Alleen jij en de zaak. Maar ik vond dat mooi. Je wist waar je het voor deed.'

Wanneer begon het echt te lopen?

'Langzaam. Het vertrouwen kwam stukje bij beetje. Mensen moesten weten dat ze niet werden opge-licht dus dat je eerlijk was. Dat je even meeging kijken als ze een probleem hadden. Op een gegeven moment kwam de klandizie vanzelf. Het was dan wel geen vetpot, maar het was stabiel en dat gaf ruimte om verder te denken.'

En toen kwam het tweede tankstation in beeld.

'Ja in Bergambacht op een goede locatie. Dat was een hele andere stap. Groter, drukker, langs een belangrijke weg. Maar het ontwerp dat er lag, klopte niet. Het was te klein, verkeerd gepositieerd. Ik heb toen gezegd: zó begin ik er niet aan. Dat vonden ze lastig, want wie was ik om dat te zeggen? Texaco had immers altijd gelijk. Maar ja, ik hield voet bij stuk want ik wist dat het te klein zou zijn voor vrachtwagens. We hebben dat nog getest en toen reed die chauffeur opeens heel voorzichtig waarop ik tegen hem zei: als je zo elke dag zou rijden dan kan je twee klanten per dag doen.'

'Waarom was uitbreiden voor jou zo belangrijk?'

'Omdat ik wist: als ik dit half doe, gaat het mis. Pas toen we die test deden met pionnen begrepen ze het. Uiteindelijk is het station groter gebouwd en dat was een gouden zet. Vanaf dag één liep het goed. Zonder die uitbreiding was ik nooit zo ver gekomen.'

Je had toen meerdere locaties. Hoe veranderde dat je rol?

'Je wordt meer ondernemer en minder uitvoerder. Je moet loslaten, personeel vertrouwen. Maar ook controleren. Dat is geen wantrouwen, dat is verantwoordelijkheid. Je bent verantwoordelijk voor de zaak én voor de mensen die er werken.'

Wat voor werkgever was je?

'Direct. Eerlijk. Ik hield niet van omwegen. Als iemand vond dat hij te weinig verdiende, dan zei ik: bel vijf collega's. Als je minder krijgt dan collega's, maak ik het goed. Zo niet, dan valt er te praten. Dat was duidelijk. Mensen wisten waar ze aan toe waren. En ik stond ook voor ze klaar als ze met iets zaten. Het grappige was dat ze me altijd meevroegen als ze een nieuwe auto gingen kopen want ik kan aardig onderhandelen. Dat scheelden hen zomaar 1000 gulden.'

Hoe combineerde je dat met jouw leven thuis?

'Dat ging prima, maar mijn vrouw werd heel ziek. Uiteindelijk ben ik haar verloren. Dat is iets waar



'Altijd mensen centraal zetten'

'Je bent verantwoordelijk voor de zaak en de mensen die er werken'

geen enkel zakelijk succes tegenop kan. Dan valt je fundament weg want ik ben geen man om alleen te zijn. De zaak moest door, personeel rekende op je. Maar als je 's avonds thuiskomt en het is stil, dan komt het binnen. Dat was misschien wel zwaarder dan de stress van het ondernemen.'

En toch kwam er later weer iemand in je leven.

'Ja, heel onverwacht. In een café kwam ik haar al tegen, maar toen was het nog niet het moment. Een jaar later kwam ik haar op die plek weer tegen en we zeiden allebei: ken je mij nog? Dat soort momenten kan je niet afdwingen. Het klikte meteen. We zijn inmiddels al jaren samen en ze heeft me weer geleerd om te genieten, om niet altijd bezig te zijn met morgen. Het is ook niet zo ingewikkeld: met zijn tweeën is alles veel leuker. Samen reizen, met de caravan. Dingen doen zonder haast. Dat kende ik niet. Ik leefde altijd vooruit. Nu leef ik meer in het moment.'

Toch kende je ook zware momenten in het werk?

'Zeker. Overvallen bijvoorbeeld. Dat hoort helaas bij de branche. Dat doet wat met je veiligheidsgevoel. Je gaat nadenken over maatregelen, over personeel beschermen. Dat zijn beslissingen die je liever niet neemt, maar moet nemen.'

En financieel?

'De marges werden steeds dunner. Brandstof levert weinig op. Je moest het hebben van de shop, de wasstraat. Op een gegeven moment was ik de duurste van Zuid-Holland qua brandstof. Dan weet je: dit houdt een keer op. De sector veranderde. Groter, zakelijker, minder persoonlijk.'

'Was dat het moment dat je besloot te stoppen?'

'Het speelde mee. Ik voelde dat ik er klaar mee was. Niet omdat ik het niet meer kon, maar omdat ik het niet meer wilde. In 2018 heb ik verkocht en dat was een rationele beslissing, maar emotioneel lastig. Het was mijn levenswerk. Het voelde dubbel. Leegte, maar ook opluchting. Geen verplichtingen meer, geen constante druk. Ik verkocht ook mijn huis en ging kleiner wonen. Dat paste bij die fase.'

Hoe ziet je leven er nu uit?

'Goed. Ik ben gezond, heb een fijne relatie, reis veel. We gaan graag naar de Canarische Eilanden, maar ook gewoon naar Zeeland met de caravan. Dat zijn dingen waar ik vroeger geen tijd voor had. Het contact met mensen mis ik soms wel want je kende iedereen. Dat persoonlijke mis ik wel eens. Maar ik hoef niet terug. Deze fase past beter.'

Als je terugkijkt, wat typeert jouw manier van ondernemen?

'Hard werken, eerlijk zijn en vooruit durven kijken. Niet bang zijn om nee te zeggen. En altijd mensen centraal zetten. Zonder mensen ben je niks. Ja. Met alles erop en eraan. Het was mijn leven. En ik heb er uiteindelijk een mooi leven aan overgehouden. Meer kan je niet wensen.' 🌱

'Op een gegeven moment was ik de duurste van Zuid-Holland qua brandstof. Dan weet je: dit houdt een keer op.'





'Wij willen locaties ontwikkelen waar mensen bewust naartoe gaan'

De grenzen tussen tanken, laden, eten en verblijven vervagen in rap tempo. Wat ooit een functionele stop langs de weg was, ontwikkelt zich steeds vaker tot een plek waar automobilisten, buurtbewoners en elektrische rijders samenkomen. In dat speelveld slaan Bakker Bart en Tango de handen ineen. In Deventer opende recent de eerste gezamenlijke vestiging: een Bakker Bart binnen een grotendeels onbemande Tango-locatie, ingericht op snelheid én verblijf. Het is geen los experiment, maar het begin van een bredere uitrol. Waarom kiezen deze twee merken voor elkaar? Hoe vertaal je een vertrouwde foodformule naar een mobiliteitsomgeving? En wat leer je als klanten anders naar je locatie kijken dan je vooraf had bedacht? We bespreken het met Michael Romijn, Shop Performance Manager NL, bij Tango.

Tekst Bas Hakker

Foto's Tango/Emiro Smolders

De samenwerking tussen Bakker Bart en Tango lijkt logisch. Was dat ook jullie eerste gedachte?

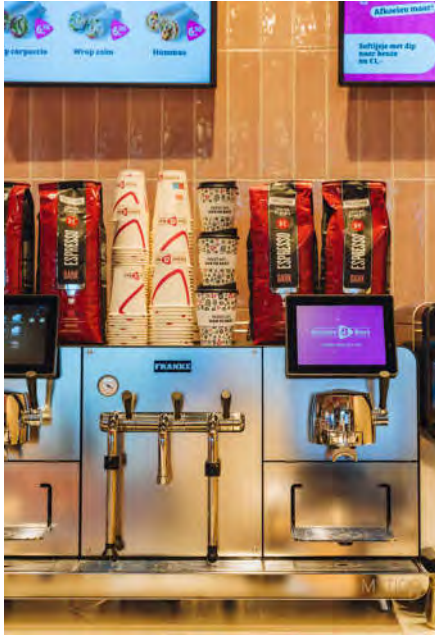
'Het voelt logisch als je het eindresultaat ziet, maar het is vooral het gevolg van een heel bewuste strategische keuze. Vanuit Tango zijn we al geruime tijd bezig

met de vraag hoe onze locaties relevant blijven in een wereld die snel verandert. Mobiliteit verandert, energie verandert en klantgedrag verandert. Daar moet je als merk op anticiperen.'

Wat betekent dat voor Tango als organisatie?

'Wij willen ons ontwikkelen van een traditionele brandstofretailer naar een bredere mobiliteitspeler. Dat klinkt





abstract, maar het betekent in de praktijk dat een Tango-locatie meerdere functies krijgt. Niet alleen tanken, maar ook laden, verblijven, werken en jezelf voorzien. We willen plekken creëren die logisch zijn in het dagelijks leven van mensen.'

Elektrisch laden speelt daarin een belangrijke rol?

'Zeker. Elektrisch laden is een game-changer. Waar tanken een handeling van enkele minuten is, staan mensen bij een laadpaal soms een half uur. Dat vraagt om een andere omgeving. Mensen willen goede koffie, vers eten, schone sanitaire voorzieningen en een prettige plek om even te zitten. Daar ligt een enorme kans.'

'Het is een heel bewuste strategische keuze'

Waarom hebben jullie besloten om foodservice niet zelf te ontwikkelen?

'We hebben dat serieus overwogen, maar we waren daar ook heel realistisch in. Een goede foodpropositie vraagt om merkbekendheid, schaal, consistente kwaliteit en een sterke operatie. Dat bouw je niet van de ene op de andere dag. Bovendien moet het meteen kloppen, want de eerste indruk is alles.'

En toen kwam Bakker Bart in beeld?

'Ja, via een tenderproces. We hebben duidelijk omschreven wat we zochten: geen klassieke tankshop, geen bijzaak, maar foodservice als kern. We zochten een merk dat staat voor toegankelijkheid, kwaliteit en betrouwbaarheid. Bakker Bart voldeed daar op alle punten aan.'

Wat gaf voor jullie de doorslag?

'Naast de merkbekendheid was de operationele kracht doorslaggevend. Bakker Bart heeft een sterke franchiseorganisatie en bewezen processen. Dat betekent dat je kunt opschalen zonder dat kwaliteit onder druk komt te

staan. Dat is essentieel als je ambities hebt om meerdere locaties te openen.'

Hoe past Bakker Bart binnen het merk-DNA van Tango?

'Heel goed. Tango staat al jaren voor value for money: tanken tegen de best mogelijke prijs. Bakker Bart staat voor een goed broodje voor een eerlijke prijs. Dat zijn vergelijkbare waarden. Het is een merk voor iedereen, net als Tango. Dat maakt dat de samenwerking natuurlijk voelt en niet geforceerd.'

Toch is dit geen standaard Bakker Bart-vestiging. Hoe hebben jullie het concept aangepast?

'We hebben samen gekeken naar wat logisch is binnen een mobiliteitsomgeving. Foodservice is de basis, maar aangevuld met productgroepen die je op een tankstation verwacht. Denk aan koude dranken, koffie to go, impulsproducten en een beperkt non-foodassortiment. Alles is gericht op gemak en snelheid, zonder afbreuk te doen aan kwaliteit.'

'Een goede foodpropositie vraagt om merkbekendheid, schaal, consistente kwaliteit en een sterke operatie.'



Waarom is Deventer gekozen als eerste locatie?

'Deventer is wat wij een hybride locatie noemen. Je komt er vanaf de snelweg, maar het ligt ook dicht bij woonwijken en bedrijven. Daardoor bedient de locatie meerdere doelgroepen: voorbijrijdend verkeer, elektrische rijders en mensen uit de omgeving. Dat maakt het een ideale plek om dit concept te testen.'

Jullie spreken vaak over 'bestemmingen creëren'. Wat bedoel je daarmee?

'Veel tankstations zijn ingericht op doorstroom. Wij willen locaties ontwikkelen waar mensen bewust naartoe gaan. Niet alleen om brandstof te halen, maar ook om te eten, koffie te drinken of iets op te halen. Dat vraagt een andere benadering van locatieontwikkeling en assortiment.'

Een opvallend element is de bezorgfunctie vanuit Deventer. Hoe loopt dat?

'Dat loopt verrassend goed. Het is uniek dat een tankstation fungeert als bezorgpunt voor food. Dat laat zien dat deze locatie echt een rol speelt in de omgeving. Het bevestigt onze gedachte dat een mobiliteitslocatie veel meer kan zijn dan een tussenstop.'

Wat zijn tot nu toe de belangrijkste learnings uit Deventer?

'Het belangrijkste is dat foodservice enorm goed draait. Dat was onze verwachting, maar het is fijn om dat bevestigd te zien. Mensen weten Bakker Bart

te vinden, blijven langer en waarderen de kwaliteit.'

En waar zitten de aandachtspunten?

'Die zitten vooral in perceptie. Klanten associëren Bakker Bart sterk met het klassieke beeld: een broodje bestellen aan de counter en weer door. Ze realiseren zich niet altijd dat het concept hier breder is en dat er ook andere producten verkrijgbaar zijn.'

Hoe weten jullie dat zo zeker?

'We hebben klantonderzoek gedaan, onder andere op het voorterrein. We vroegen mensen die kwamen tanken of laden of ze wisten dat ze binnen ook koffie, snacks en andere producten konden krijgen. Een groot deel gaf aan dat niet te weten. Dat is een belangrijk inzicht.'

Wat doen jullie met die kennis?

'Dat betekent dat we het verhaal beter moeten vertellen. Zowel op de locatie zelf als in communicatie. We moeten duidelijk maken dat dit een Bakker Bart is in een mobiliteitscontext, met een breder aanbod. Daar gaan we samen met Bakker Bart actief op inzetten.'

Botst deze ontwikkeling niet met het onbemande karakter van Tango?

'Nee, want we stappen niet af van ons DNA. Tango blijft staan voor efficiëntie en scherpe prijzen. Wat we doen, is onze dienstverlening uitbreiden. We voegen functies toe die passen bij het veranderende gedrag van klanten.'

Wat is jullie volgende locatie?

'Binnenkort opent ook Den Bosch Maaspoort. Dat is een compleet ander type locatie. Daar verbouwen we een bestaand gebouw in een meer stedelijke omgeving. Andere verkeersstromen, andere doelgroepen. Juist die verschillen zijn waardevol, omdat we zo leren wat waar werkt.'

Hoe belangrijk is dat leerproces voor de verdere uitrol?

'Cruciaal. We willen geen one size fits all-concept uitrollen. Elke locatie is anders. Door verschillende typen locaties te openen, bouwen we kennis op die we kunnen gebruiken voor toekomstige keuzes.'

Hoeveel locaties willen jullie uiteindelijk openen?

'Onze ambitie ligt op tien locaties in de eerste twee jaar, maar dat is geen harde grens. We kijken per locatie of het past. Ruimtelijk, qua vergunningen en qua doelgroep. Als het niet klopt, doen we het niet.'

Wat maakt deze samenwerking voor jou persoonlijk interessant?

'Het feit dat we hier echt iets nieuws aan het bouwen zijn. Dit is geen kleine optimalisatie, maar een andere manier van denken over mobiliteitslocaties. Je ziet hier hoe energie, food en retail samenkomen. Dat maakt het werk inhoudelijk heel interessant.'

Wanneer is deze samenwerking voor jou geslaagd?

'Als mensen straks zeggen: "Ik ga even naar Tango", in plaats van "ik ga tanken". Omdat het een plek is geworden waar je graag stopt. En als Bakker Bart daar vanzelfsprekend onderdeel van is, dan weet je dat we iets goeds hebben neergezet.'



'We konden het hier slimmer en groter aanpakken'

Wie de afgelopen maanden langs Loogman tanken & wassen Aalsmeer is gereden, kan er niet omheen: hier gebeurt iets groots. Wat ooit begon als een vertrouwde locatie met tankstation en wasstraat, verandert stap voor stap in een modern serviceplein waar mobiliteit, gemak en beleving samenkomen. Achter deze transformatie schuilt een duidelijke visie. We spreken met Jerry Hollander van Loogman over de achtergrond van de vernieuwing, de keuzes die zijn gemaakt en de toekomst van deze iconische locatie in Aalsmeer.

Tekst Bas Hakker

Foto's Loogman



Jerry, Loogman Aalsmeer is de afgelopen periode flink op de schop gegaan. Kun je schetsen wat hier precies gebeurt en waarom?

'De locatie in Aalsmeer heeft een lange geschiedenis. We zitten hier al sinds 1959 en zijn in de loop der decennia steeds meegegroeid met de tijd. In 1983 kwam hier de eerste wasstraat bij en sindsdien is auto wassen echt een kernactiviteit geworden. De laatste jaren zagen we dat de grenzen van het terrein en de bestaande faciliteiten werden bereikt en tegelijkertijd kregen we de kans om aangrenzende percelen over te nemen. Dat was voor ons het moment om niet alleen te vernieuwen, maar echt opnieuw na te denken over wat deze plek in de toekomst moet zijn.'

Die vernieuwing begon met plannen voor een nieuwe stofzuigerhal, maar groeide uit tot een veel groter project, begrijp ik.

'Klopt. Aanvankelijk wilden we investeren in een nieuwe stofzuigerhal, omdat daar simpelweg behoefte aan was. Maar toen we de mogelijkheid kregen om twee buurpercelen aan te kopen, veranderde de schaal van het project. Ineens konden we het groter en slimmer aanpakken en dat leidde tot het besluit om twee volledig nieuwe wasstraten te bouwen, gecombineerd met een geïntegreerde

stofzuigerhal en ruimte om het hele terrein opnieuw in te richten.'

De nieuwe dubbele wasstraat is inmiddels operationeel. Wat maakt deze anders dan de oude situatie?

'We hebben hier bewust gekozen voor een modern beltsysteem. Dat heeft meerdere voordelen, zeker met het oog op de toekomst. Elektrische auto's worden steeds gangbaarder en niet iedereen weet precies hoe die zich gedragen in een traditionele kettingwasstraat. Bij een beltsysteem is dat risico veel kleiner. Daarnaast kunnen we met deze opzet makkelijker verschillende typen auto's verwerken en de doorstroming verbeteren. Het is een investering die echt gericht is op de lange termijn.'

Naast wassen speelt ook laden straks een rol op het terrein. Hoe ziet dat eruit?

'We plaatsen drie snellaadpalen van 400 kW, goed voor zes laadplekken. Dat is fors, maar noodzakelijk. Laden is een essentieel onderdeel van moderne mobiliteit. Tegelijkertijd lopen we, net als veel andere ondernemers, tegen netcongestie aan dus daarom werken we met accu-opslag om pieken op te vangen en toch voldoende capaciteit te hebben. Het is technisch complex en kostbaar, maar wel nodig om toekomstbestendig te zijn.'

'In een stad als Rotterdam zou ik dit concept morgen willen neerzetten, maar daar heb je simpelweg de grond niet.'



'Elektrische auto's worden steeds gangbaarder en niet iedereen weet precies hoe die zich gedragen in een traditionele kettingwasstraat. Bij een beltsysteem is dat risico veel kleiner.'

'We willen geen 'Kruidvat-achtige' kortingscultuur, maar waarde toevoegen.'

Jullie spreken zelf over een 'mobiliteitshub'. Wat bedoelen jullie daarmee?

'Voor ons gaat mobiliteit verder dan tanken of wassen. Mensen willen gemak. Ze willen meerdere dingen in één bezoek kunnen combineren en daarom voegen we diensten toe die misschien niet direct met auto's te maken hebben, maar wel logisch zijn op deze plek. Denk aan een grote stiegeldmachine, pakketwanden van verschillende vervoerders en straks ook een industriële wasmachine voor bijvoorbeeld werkkleding, bootkussens of paardendeakens.'

Is dat vooral een extra verdienmodel, of zit er een andere gedachte achter?

'Eerlijk gezegd is het verdienmodel van sommige van die diensten beperkt. Een pakketwand levert financieel niet veel op, maar het zorgt wel voor traffic. Mensen komen naar je terrein, en als ze er toch zijn, maken ze vaak ook gebruik van andere faciliteiten. Dat is de kruisbestuiving waar we op inzetten. Het draait om aantrekkingskracht en relevantie.'

Dat vraagt ook om voldoende ruimte. Hoe hebben jullie het terrein verder ingericht?

'Door de herinrichting krijgen we er ongeveer 36 parkeerplekken bij. Die ruimte gebruiken we bewust niet alleen voor parkeren, maar als onderdeel van het totaalconcept. Daarnaast hebben we bestaande gebouwen een nieuwe functie gegeven. De oude wasstraat wordt nu gebruikt als opslag en ondersteunende ruimte voor het tankstation en ons hoofdkantoor. De voormalig hoofdwasstraat uit 1998 bouwen we om tot extra wasboxen en rollovers die geschikt zijn voor hogere voertuigen en busjes.'

Dat busjes wassen is een bewuste keuze?

'Ja, absoluut. Auto's worden gemiddeld steeds groter en hoger. Veel moderne SUV's en busjes passen simpelweg niet meer in een standaard wasstraat. Daar zien we een duidelijke behoefte. Door wasboxen te creëren voor voertuigen tot bijna drie meter hoog, kunnen we een doelgroep bedienen die nu vaak nergens terecht kan.'



In het tankstation spelen ook foodconcepten een rol. Hoe belangrijk is dat in het geheel?

'Heel belangrijk. We hebben hier onder andere verse broodjes, FEBO en een concept van Ron Blaauw. Dat zijn sterke namen die mensen aantrekken. Iemand kan hier komen voor een broodje, en denkt dan: ik kan meteen even tanken of mijn auto wassen. Of andersom. Alles versterkt elkaar.'



Is Aalsmeer daarmee een blauwdruk voor andere Loogman-locaties?

'In zekere zin wel, maar elke locatie is anders. Niet elke plek heeft de ruimte of de mogelijkheden die we hier hebben. In een stad als Rotterdam zou ik dit concept morgen willen neerzetten, maar daar heb je simpelweg de grond niet. We kijken altijd per locatie wat logisch en haalbaar is. Sommige elementen, zoals een statiegeldmachine of pakketwanden, zijn makkelijker te kopiëren dan een complete mobiliteitshub.'



Hoe bewaken jullie dat al die extra functies niet ten koste gaan van de kern: auto wassen?

'Dat is een heel belangrijk punt. De wasstraat is en blijft de basis. Alles wat we toevoegen moet een aanvulling zijn, geen belemmering. Als extra diensten zorgen voor verkeersdrukke waardoor klanten de wasstraat niet meer goed kunnen bereiken, dan slaan we de plank mis. Dat houden we continu in de gaten.'

'We hebben nu negen locaties en de ambitie is om er gemiddeld één per jaar bij te krijgen, via nieuwbouw of overnames'



'Ineens konden we het groter en slimmer aanpakken en dat leidde tot het besluit om twee volledig nieuwe wasstraten te bouwen, gecombineerd met een geïntegreerde stofzuigerhal en ruimte om het hele terrein opnieuw in te richten.'

Jullie investeren fors bij Loogman. Waar zit volgens jullie de echte groei voor de komende jaren?

'Die zit niet alleen in meer diensten, maar vooral in het beter kennen van je klant. We hebben een sterke focus op loyaliteit. Met ons Loogman Was-App-programma werken we met verschillende statussen: hoe loyaler de klant, hoe beter de voordelen. We hebben inmiddels zo'n 300.000 app-downloads. Dat geeft ons enorm veel inzicht.'

Wat doen jullie met die kennis?

'We kunnen gericht communiceren en klanten op het juiste moment verrassen. Denk aan acties na de winter, na een Sahara-zandperiode of bij bepaalde wasfrequenties. Het gaat niet om continu korting geven, maar om relevant zijn. We willen geen 'Kruidvat-achtige' kortingscultuur, maar waarde toevoegen.'

Hoe belangrijk is die persoonlijke relatie met de klant voor jullie?

'Heel belangrijk. Veel mensen vinden het helemaal niet erg om een relatie op te bouwen met een merk waar ze vaak komen, zolang het eerlijk, duidelijk en comfortabel is. Als je doet wat je belooft en het gevoel geeft dat je de klant kent, dan werkt dat.'

Hoe ziet de toekomst van Loogman eruit, los van Aalsmeer?

'We hebben nu negen locaties en de ambitie is om er gemiddeld één per jaar bij te krijgen, via nieuwbouw of overnames. We zijn een familiebedrijf en willen dat ook blijven. Groei moet beheerst zijn en passen bij wie we zijn. Onze kracht zit in cultuur, betrokken medewerkers en het samen doen. Dat willen we vasthouden, ook als we verder groeien.' 🌱

In Landgraaf valt Drive-ondernemer in de prijzen



Elk jaar worden ze weer uitgereikt: grote internationale prijzen voor films en series, prestigieuze onderscheidingen voor natuurkunde of literatuur en uiteraard de veelbesproken Nobelprijs voor de Vrede. Dit jaar mocht het Nobelcomité in Oslo de Venezolaanse oppositieleider María Corina Machado onderscheiden voor haar inzet in eigen land. De commotie was groot toen de Amerikaanse president Trump zich ermee bemoeide en openlijk liet weten dat hij vond dat hij deze prijs eigenlijk zelf verdiende.

Tot zover de prijzen op het grote wereldtoneel. Ze zijn alom bekend en de winnaars blijven vaak nog jaren in het collectieve geheugen. Maar ook op lokaal niveau is de impact van ondernemerschap van grote waarde. Juist daar maken mensen het verschil: de stille krachten die verenigingen, buurten en lokale economieën draaiende houden. Binnen lokale gemeenschappen is daar gelukkig steeds vaker aandacht voor en worden bijzondere prestaties ook daadwerkelijk gewaardeerd.

De gemeente Landgraaf in Limburg doet dit met de jaarlijkse uitreiking van de Giraffe Award, die tijdens een speciale ondernemersdag wordt toegekend. Afgelopen jaar mochten Huub Minten en zijn dochter Manuela Minten van Drive-lid Minli B.V. uit Landgraaf deze prijs in ontvangst nemen. Op haar website

laat de gemeente weten dat Minli zich al jaren inzet voor de ontwikkeling van het regionale bedrijfsleven. Zij durven hun nek uit te steken en investeren actief in vernieuwing en toekomstbestendigheid. Precies daarom werd deze treffend gekozen prijs aan hen toegekend.

Een mooie pluim voor het werk van Huub en Manuela en een welverdiende blijk van waardering. Voor Drive komt deze erkenning niet als een verrassing: ook binnen de branche staan zij bekend als voorlopers op het gebied van waterstof en elektrisch laden. Ondernemerschap, innovatie en betrokkenheid gaan hier hand in hand.

Drive feliciteert Minli B.V. dan ook van harte met deze bijzondere onderscheiding.



POWER UP!

Energiestations en carwashbedrijven
Fueled by Drive



Houd onze socials in
de gaten voor alle
feestelijke momenten

VIJF JAAR POWER UP!

Dit vieren wij graag met jou!

Martin van Eijk, Joan Gunsch en
André Braakman (van links naar rechts).



'Onze kracht zit in het vertalen van beleid naar praktijk'

Drive staat aan de vooravond van een nieuwe fase. De koers richting 2026 is geen abstract toekomstbeeld, maar het logische vervolg op jaren van veranderingen in de mobiliteits- en energiesector. Ondernemers voelen dagelijks de druk van veranderend reisgedrag, een steeds tastbaarder energietransitie en een politiek klimaat dat grillig en enorm onvoorspelbaar is. In dat krachtenveld wil Drive richting geven, verbinden en uitleggen. Niet door te roepen, te dreigen of te polariseren, maar door het gesprek op te zoeken en de praktijk zichtbaar te maken. Daartoe is een goede dialoog voorwaardelijk.

Tekst Bas Hakker

We gaan het gesprek aan met voorzitter Martin van Eijk, bestuurslid Joan Gunsch en André Braakman. Deze informele setting biedt ruimte voor het échte gesprek en voor verdieping, twijfels en zorgen. Martin opent het

gesprek. "Onze kracht zit in het vertalen van beleid naar praktijk, als we dat niet goed doen, raken ondernemers het vertrouwen kwijt. Het draait om focus: welke dossiers bepalen de komende jaren de koers, en waar kan

Drive daadwerkelijk voor ondernemingen het verschil maken? Wij zijn het onderling als bestuur wel eens over de koers voor onze sector maar wij worden, als MKB-ondernemingsvereniging maar slecht begrepen door beleidsmakers."

En natuurlijk begrijpen de aanwezigen aan tafel dat elk thema meerdere belangen raakt en vraagt om nuance. Desondanks komen tijdens het gesprek er successen voorbij, maar ook frustraties, onzekerheden en de snelheid waarmee beleid soms over de sector wordt uitgestort, die vervolgens in de uitvoering niet altijd haalbaar blijkt en de MKB-onderneming voor dilemma's stelt. Ze zeggen tal van voorbeelden te kennen waar ze telkens de kolen uit het vuur halen voor de beleidsmakers, maar die in de praktijk

de ondernemingen veel tijd, geld en energie kost.

Het snelwegendossier: een lakmoesproef

Het snelwegendossier blijft een van de zwaarste en meest gevoelige onderwerpen op de agenda. Het raakt forse investeringen die ondernemers jarenlang geleden al hebben gedaan, en beslissingen die nu bepalend zijn voor de toekomst van mobiliteit. Martin is helder: "Ondernemers langs de snelweg werken met langlopende concessies, enorme investeringen die moeten wel kunnen renderen. Dat vraagt om consistent beleid." De pijn ontstaat vooral wanneer nieuwe initiatieven, zoals laden, onder andere niet reële voorwaarden worden toegestaan door de overheden. "Dan ontstaat er een ongelijk speelveld," zegt Martin. "Dat creëert onzekerheid en ondermijnt vertrouwen en remt investeringsbereidheid." Vernieuwing is niet het

probleem, benadrukt hij. "Maar iedereen moet volgens dezelfde spelregels kunnen ondernemen."

Joan wijst erop dat een snelwegstation vaak wordt gereduceerd tot "een pomp", terwijl het veel meer is: "Het is een knooppunt waar logistiek, veiligheid, horeca en dienstverlening samenkomen. Als je daarin ingrijpt zonder het geheel te begrijpen, ontstaan onbedoelde neveneffecten. Als wij nu naar de laadveiligheid kijken van verschillende snelweg locatie dan is het wachten op de eerste incidenten. Tankstations kennen dit dossier al jaren en hebben oplossingen klaarliggen maar worden door wet- en regelgeving hierin belemmerd." André benadrukt vooral het belang dit te blijven uitleggen aan beleidsmakers en ze bijvoorbeeld deze dilemma's te laten zien. „We bezoeken met hen dergelijke locaties om ze inzicht te geven hoe het systeem werkt. Dat is

geen eenmalig gesprek, maar een doorlopend proces. Het vraagt geduld, volharding en soms een lange adem. 'Soms ontstaat beweging, maar nooit vanzelf en dit vraagt om veel inzet vanuit de sector. De inrichting van zo'n snelweglocatie vraagt om specifiek kennis van het gehele aanbod en niet om wat knip en plakwerk. Een goed initiatief is het Stopcontact op Land (SOL) dat ervoor zorgt draagt dat ervoor nu en in te toekomst op dergelijke locaties voldoende energie beschikbaar is. Dit vraagt om nieuwe infra en niet te vergeten nieuwe concessie verhoudingen. Laten we met elkaar in gesprek gaan om vanuit een pragmatische aanpak tot nieuwe wet- en regelgeving te komen."

De energietransitie in de stad

In steden wordt de energietransitie het meest zichtbaar en het meest voelbaar. Netcongestie, beperkte ruimte en soms botsende belangen maken het vraag-

'Als wij nu naar de laadveiligheid kijken van verschillende snelweg locatie dan is het wachten op de eerste incidenten'



Joan, André en Martin gaan druk door met de lobby in Den Haag.

stuk complex. Toch ziet Drive vooral kansen. „Onze locaties zijn er al,” zegt Joan. „Strategisch gelegen, ingericht op het voorzien in de vraag van energie voor mobiliteit. Wij staan klaar om een voortrekkersrol te spelen.” Een treffend voorbeeld is Amsterdam waar eigenlijk al een beperkt aantal tankstation locaties zijn ten opzichte van andere grootte gemeente. Maar waar de gemeente aanvankelijk dacht dat veel tankstations op termijn kunnen verdwijnen, maakten gesprekken duidelijk dat er langdurige contracten, erfpacht en wederzijdse verplichtingen spelen. Dit naast het feit dat Drive kon duiden dat de bestaande infra uitstekend geschikt is om de een energietransitie versneld vorm te geven lag er een nieuwe realiteit op tafel. Dit veranderde de toon en het gesprek verschoof van 'opheffen' naar: hoe benutten we bestaande locaties slim en toekomstgericht. Drive toont zich een bruggenbouwer: niet remmen, maar verstandig en slim versnellen. De rode draad: ondernemers willen investeren, maar hebben een gelijk speelveld en voorspelbaarheid nodig. Beleid dat telkens wijzigt, maakt lange termijnbeslissingen en investering onmogelijk.

Onwetendheid en beeldvorming

André benoemt een dieper probleem: beeldvorming. „Veel beleidsmakers hebben geen idee wat er op een modern energiestation gebeurt. Ze denken nog in termen van 'de pomp', terwijl onze leden al jaren bezig zijn met laden, biobrandstof, waterstof en slimme dienstverlening.” Dat probleem wordt versterkt doordat veel beleidsmakers zelden autorijden. In gesprekken met Kamerleden wordt die kloof soms pijnlijk

zichtbaar. „Er wordt wel eens gedacht dat benzine bijna verdwenen is,” vertelt Joan. „Terwijl een groot deel van het wagenpark benzine- of hybrideauto's is en ook nog wel een behoorlijk aantal jaren blijft.” De energietransitie is geen aan/uit-knop, maar een echte transitie die zich laat definiëren als een periode van zomaar 30 jaar en dus vraagt om een holistische aanpak met een lange termijnvisie. „Die nuance ontbreekt te vaak,” zegt Martin.

In gesprek in Den Haag

Juist daarom zoekt Drive actief het gesprek op. Frequent bezoek van verschillende Kamerleden, waaronder Thierry Aartsen, zijn noodzakelijk om onze gezamenlijke uitdagingen beter te duiden. Zulke gesprekken maken zichtbaar dat beeldvorming kantelt zodra de praktijk wordt uitgelegd. „Mensen zeggen vaak: ja, dat is eigenlijk heel logisch,” vertelt André. Maar door de vele personeelsswisselingen in Den Haag is die uitleg steeds opnieuw nodig.

Randvoorwaarden en accijnzen

Naast de transitie spelen randvoorwaarden een grote rol, zoals accijnzen. De verschillen met buurlanden blijven zorgen baren. Martin is helder: „Als klanten tot voorbij Utrecht uitwijken naar Duitsland of België, dan verliezen we niet alleen tankbeurten. Dan verlies je ook winkerverkoop, werkgelegenheid en levendigheid in hele regio's.” Het lijkt een budgettaire maatregel, maar is op termijn een sociaal-economisch lek. Drive blijft daarom hameren op één ding: accijnsbeleid moet niet alleen vandaag kloppen, maar ook over vijf jaar. „Het lijkt soms alsof het begrotingstekort wordt opgelost met accijnsverhogingen en

hogere belastingtarieven, terwijl het uiteindelijk leidt tot een begrotingstekort door lagere inkomsten dan vooraf ingeschat”, zegt Martin. Het basisprobleem, het grote prijsverschil, blijft bestaan. Neem de accijnskorting. We waren blij dat deze tijdelijk zou blijven bestaan maar het lost het probleem helemaal niet op. Het gat wordt alleen niet groter. Nu de 'korting' alsnog verlaagt is verwacht men 500 miljoen extra inkomsten maar de uittocht naar de buurlanden zal alleen maar groter worden.”

Vertrouwen als sleutelwoord

Alles komt uiteindelijk neer op vertrouwen. Vertrouwen dat ondernemers willen meebewegen, willen investeren en kunnen blijven ondernemen. „Geef ons de ruimte,” is de kern. Niet om verandering tegen te houden, maar omdat ondernemers altijd al gewend zijn om van oudsher continu te moeten meebewegen. Het gesprek werd geen slotakkoord, maar een startschot. De conclusie is dat Drive vastberaden doorgaat met de lobby en dat het ervoor wil zorgen dat ondernemen in deze sector nog steeds interessant is en een bijzondere dynamiek kent. De koffie is koud, het gesprek nog lang niet afgerond. „We hebben veel uitdagingen,” zegt Martin. „Maar ook een sector die gewend is om te veranderen.” Joan knikt: „Ondernemers zijn flexibel, zolang ze weten waar ze aan toe zijn.” André vat het samen: „Het is geen strijd, maar een continu gesprek.”

De bijeenkomst laat zien dat Drive richting 2026 kiest voor rust, verdieping en uitleg. Met oog voor de ondernemer. En met de overtuiging dat samenwerking en vertrouwen uiteindelijk het verschil maken. 🌱

'Maar iedereen moet volgens dezelfde spelregels kunnen ondernemen.'



Groen doen... zonder greenwashing

'Gewoon doen' is het motto van onze branche. Ik ben Lisanne Henneveld en werk al ruim twintig jaar voor BETA en DRIVE aan milieumaatregelen voor tankstations in Nederland, en aan de energietransitie die van onze ondernemers wordt gevraagd om toekomstbestendig te blijven. Die transitie vraagt om forse investeringen, in een onzeker ondernemersklimaat en met een overheid die veel verwachting schept, maar dat niet altijd kan waarmaken. Tegelijk moeten tankstation-ondernemers zich steeds opnieuw verantwoorden, terwijl er al veel is geïnvesteerd en er voorlopig ook nog brandstof nodig blijft voor mensen die niet zomaar kunnen overstappen. Verduurzaming is geen marketingverhaal, maar een verantwoordelijkheid van de overheid én van de ondernemer. En juist daarom is het zaak om realistisch, eerlijk en zichtbaar te blijven in een markt die voortdurend verandert.

We zien het overal: termen als 'klimaatneutraal', 'eco-vriendelijk' en 'groen' vliegen ons om de oren. Duurzaamheid is hot en iedereen wil een graantje meepikken. Maar pas op: in onze branche, waar grote oliereuzen soms het goede voorbeeld lijken te geven (maar dat niet altijd doen), ligt greenwashing op de loer. En die valkuil kan voor lokale ondernemers duur uitpakken. Greenwashing draait om misleidende duurzaamheidsclaims die niet waargemaakt kunnen worden. Dat schaadt niet alleen het klantvertrouwen en de reputatie — denk aan de kritiek op de klimaatclaims van Shell — maar brengt ook serieuze financiële risico's met zich mee. De Autoriteit Consument & Markt kan boetes opleggen tot wel €900.000 per overtreding. Transparantie, specificiteit en échte acties zijn daarom essentieel om het vertrouwen van de kritische consument te behouden.

Maar wat is greenwashing precies?

Simpel gezegd: je groener voordoen dan je bent. Bijvoorbeeld door een paar bomen te planten en jezelf

'klimaatneutraal' te noemen, terwijl de kernactiviteit nog altijd fossiele brandstoffen is. Grote bedrijven worden hier regelmatig op aangesproken, met rechtszaken en publieke kritiek tot gevolg. De gevaren zijn duidelijk. Reputatieschade ligt op de loer: consumenten zijn kritischer dan ooit. Als blijkt dat 'groene' acties vooral marketing zijn, verdwijnt het vertrouwen snel — en dat win je niet zomaar terug. Daarnaast zijn er juridische en financiële risico's. De ACM treedt steeds strenger op en boetes kunnen een fors deel van de omzet opslokken. Tot slot is er sprake van oneerlijke concurrentie: ondernemers die echt investeren in duurzaamheid zien soms hoe concurrenten met loze beloftes klanten trekken.

Hoe voorkom je greenwashing?

Wees vooral concreet. Zeg niet 'we zijn groen', maar bijvoorbeeld: 'Onze zonnepanelen leveren X procent van onze stroom' of 'We verminderen afval met Y'. Feiten in plaats van vage claims. Wees transparant over wat je wel en nog niet doet. Openheid wekt vertrouwen. En doe je huiswerk: onderbouw je claims, vraag bewijs van leveranciers en controleer je marketinguitingen zorgvuldig. Focus daarnaast op echte acties. Investeer in energiebesparing, laadpalen, duurzame producten en afvalscheiding. Kleine, concrete stappen maken een groot verschil en voelen authentiek. En laten we eerlijk zijn: die stappen zetten we al. Ik zie dagelijks mooie voorbeelden. We hebben bewezen succesvolle locaties, veel kennis in huis en we zijn eerder al door een energietransitie gegaan — van kolen naar motorbrandstoffen. Dus ja, we kunnen dit.

Laten we niet meedoen aan groene leugens. Laten we écht duurzaam zijn, helder communiceren en zo het vertrouwen van onze klanten winnen én behouden. Dat is pas een sterke businesscase.

Lisanne Henneveld

Exclusief

voor slimme ondernemers!

Lever hier je flessen en blikjes met statiegeld in!

Geen glazen flessen!



Upgrade je carwash of tankstation!

Zoek je naar een manier om de rest een stap voor te blijven? Dit is je kans! Geef je carwash of tankstation een upgrade en word statiegeld innamepunt. Naast een interessante vergoeding zorgt dat ook voor meer aanloop en meer tevreden klanten. Maar ook voor méér omzet! Want wist je dat veel klanten het statiegeld weer besteden op locatie? Met deze extra service haal je nog meer uit je business.

Word ook innamepunt! Kijk op statiegeldnederland.nl/bedrijven/bulkautomaat of scan de QR-code.



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!



Belastingconcurrentie tussen buurlanden is een race naar beneden



'Wie goed luistert naar de eerste signalen van een nieuw kabinet, hoort meestal meer dan er op papier staat.'

Jurist en ondernemersadviseur Chris van der Straaten kijkt met die bril naar de plannen van de nieuwe regering. Geen juichverhalen, geen doemscenario's, maar een nuchtere analyse van wat er wél mogelijk is. In een tijd waarin ondernemers vooral gebukt gaan onder onzekerheid, ziet hij juist in die eerste contouren kansen ontstaan. Een eerlijker accijnsbeleid en de hernieuwde aandacht voor rekeningrijden vormen volgens hem aanknopingspunten voor beleid dat niet alleen ideologisch klopt, maar ook economisch uitvoerbaar is.

Tekst Bas Hakker

Van der Straaten beweegt zich al jaren op het snijvlak van recht, ondernemerschap en overheidsbeleid. Hij spreekt dagelijks ondernemers die moeten laveren tussen stijgende kosten, veranderende regels en een overheid die soms sneller wil dan de markt kan volgen. 'Wat mij opvalt,' zegt hij, 'is dat dit kabinet in ieder geval erkent dat sommige dossiers zijn vastgelopen.' Alleen al het besef dat het huidige belastingstelsel rondom mobiliteit en consumptie zijn grenzen bereikt, noemt hij een stap vooruit.

Accijnskorting

Een belangrijk signaal is volgens hem dat de accijnskorting op brandstof voorlopig niet wordt losgelaten. Dat geeft rust, al is het geen structurele

oplossing. 'Niemand gelooft dat dit eindeloos zo kan blijven,' stelt hij. 'Maar het feit dat ze niet meteen grijpen naar de makkelijke knop van accijnsverhoging, is betekenisvol.' Tegelijkertijd klinkt in Den Haag de bereidheid om breder te kijken naar de manier waarop mobiliteit wordt belast. En daar ziet Van der Straaten ruimte ontstaan. De afgelopen jaren is Nederland steeds verder uit de pas gaan lopen met omliggende landen. Brandstof is hier structureel duurder dan in België en Duitsland, met als voorspelbaar gevolg dat automobilisten en transporteurs massaal over de grens tanken. 'Dat is geen moreel falen van ondernemers of burgers,' zegt Van der Straaten. 'Dat is rationeel gedrag.' Het gevolg is dat de Nederlandse staat inkomsten misloopt, terwijl de druk op

infrastructuur toeneemt door extra grensverkeer.

Afstemming

Volgens hem is dat precies het punt waar beleid zichzelf begint te ondermijnen. 'Je kunt belastingen verhogen tot je een ons weegt, maar als mensen massaal uitwijken, schiet je je doel voorbij.' Voor ondernemers is dat extra wrang. Zij kunnen hun kosten niet altijd doorberekenen, zeker niet in sectoren waar marges al onder druk staan. 'Dan wordt belasting geen sturingsinstrument meer, maar een concurrentienadeel.' Daarom pleit Van der Straaten voor afstemming met het buitenland. Niet om per se de goedkoopste te zijn, maar om extreme verschillen te voorkomen. 'Belastingconcurrentie tussen buurlanden is een

race naar beneden, of naar irrationeel gedrag.' Een gelijkmatiger accijnsniveau zou volgens hem direct effect hebben: minder tanktoerisme, minder omrijden en uiteindelijk stabielere inkomsten.

Rekeningrijden

In dat licht komt rekeningrijden vrijwel automatisch in beeld. Een beladen onderwerp, zeker in het publieke debat, maar volgens Van der Straaten onvermijdelijk. 'We doen nu alsof het een ideologisch experiment is, maar feitelijk is het een logische modernisering van het systeem.' In plaats van bezit en brandstof te belasten, wordt gebruik belast. 'Wie veel rijdt, betaalt meer. Wie slim rijdt, betaalt minder.' Voor ondernemers biedt dat juist kansen. Zeker voor bedrijven die hun logistiek goed op orde hebben of buiten de spits opereren. 'Met rekeningrijden kun je eindelijk differentiëren.' Elektrische voertuigen kunnen goedkoper uitkomen, vervuilende voertuigen zwaarder worden belast, en spitskilometers een hogere factor krijgen. 'Dat is verfijnd beleid, geen botte bijl.'

Grensoverschrijdend

Een belangrijk voordeel is bovendien dat rekeningrijden grensoverschrijdend gedrag neutraliseert. 'Je kunt niet naar Duitsland rijden om kilometers te ontwijken.' Daarmee verdwijnt een groot deel van het weglekeffect dat accijnzen nu hebben. Volgens Van der Straaten is dat ook eerlijker richting ondernemers die hun activiteiten niet zomaar kunnen verplaatsen. De vrees dat rekeningrijden vooral een verkapt belastingverhoging wordt, begrijpt hij wel. 'Maar dat is een politieke keuze.' Het instrument zelf is neutraal. 'Het kan worden ingezet om te sturen, niet alleen om te vullen.' Bovendien biedt het ruimte om andere belastingen af te bouwen. 'Als je kilometers belast, kun je accijnzen matigen. Dat is een ruil die te verdedigen is.'

Energietransitie

Dat alles staat of valt met de energietransitie. De overheid stuurt stevig aan op elektrisch rijden, maar volgens Van der Straaten wringt daar nog veel. 'Elektrisch rijden wordt fiscaal gepusht, maar praktisch nog onvoldoende ondersteund.' Het elektriciteitsnet loopt tegen grenzen aan, laadinfra blijft achter en ondernemers lopen vast in wachttijden en onzekerheid. 'Je kunt niet alles tegelijk willen.' Hij ziet het als een klassieke overheidstaak om hier tempo te maken. Niet door nog meer regels, maar door te investeren in infrastructuur en voorspelbaarheid. 'Als elektrisch rijden aantoonbaar goedkoper en makkelijker wordt dan fossiel, dan volgt de markt vanzelf.' Dat vraagt geduld en consistentie. 'Geen jojo-beleid.'

Tabak

Diezelfde lijn trekt hij door naar andere accijnsdossiers, zoals tabak. De verhoging van de leeftijdsgrens van 18 naar 21 jaar noemt hij in principe een verstandige maatregel. 'Juist omdat je daarmee een groep eruit haalt die het meest prijsgevoelig is.' Jongeren van 18 tot 21 wijken nu relatief makkelijk uit naar het buitenland of het illegale circuit als accijnzen verder stijgen. 'Door de grens hoger te leggen, haal je een deel van die discussie weg.' Volgens Van der Straaten zorgt dat ook voor meer rust aan de toonbank. Minder grijze gebieden, minder handhaving op de rand. 'Het is geen wondermiddel,' benadrukt hij, 'maar het maakt het systeem consistenter.' Voor ondernemers in de retail betekent dat minder frictie en minder confrontatie. 'Dat is ook wat waard.' Tegelijk waarschuwt hij voor stapeling. Leeftijdverhoging, accijnsverhoging en grote prijsverschillen met het buitenland tegelijk doorvoeren, noemt hij risicovol. 'Dan duw je mensen richting illegaliteit.' Ook hier pleit hij voor internationale afstemming en maatvoering. 'Beleid moet geloofwaardig blijven.'

Stabiliteit

Wat in al deze dossiers terugkomt, is volgens Van der Straaten de noodzaak van stabiliteit. Ondernemers kunnen omgaan met verandering, maar niet met permanente onzekerheid. 'Elke nieuwe regering voelt de neiging om het roer om te gooien.' Dat maakt investeren lastig en vergroot de reflex om af te wachten. 'En afwachten is funest voor groei.' Toch ziet hij ook de andere kant. Onzekerheid creëert kansen voor wie vooruitkijkt. 'Er zijn altijd ondernemers die juist in transitie hun moment pakken.' Nieuwe producten, nieuwe diensten, nieuwe verdienmodellen. 'Maar die hebben wel een overheid nodig die het speelveld niet elk jaar hertekent.' Zijn oordeel over de nieuwe coalitie is daarom voorzichtig positief. 'Alles beter dan stilstand,' zegt hij. Zolang economische realiteit en beleidsambitie elkaar blijven raken, is er ruimte voor verbetering. 'Je helpt de economie niet door haar te straffen.' De kunst zit in het vinden van evenwicht: sturen zonder te forceren, belasten zonder te ontwrichten.

Aan het slot van zijn betoog komt Van der Straaten terug op zijn belangrijkste advies aan beleidsmakers en belangenorganisaties. 'Kijk over de grens. Stem af. Vermijd extreme verschillen.' Juist in een open economie als de Nederlandse is dat essentieel. 'Ondernemers zijn mobiel, kapitaal is mobiel. Beleid moet dat erkennen.' Als het kabinet erin slaagt om accijnzen eerlijker te maken, rekeningrijden zorgvuldig in te voeren en maatregelen zoals de hogere tabaksleeftijd logisch in te bedden, ziet hij dat als een solide basis. Geen grote woorden, geen snelle winst, maar wel richting. 'Beleid hoeft niet perfect te zijn,' besluit hij, 'als het maar uitlegbaar is. Dan ontstaat vertrouwen. En vertrouwen is uiteindelijk de motor van ondernemerschap.' 🌱

Drive verwelkomt Basic Wash als nieuwe partner: slim wassen, sterk rendement

Wat vandaag bekendstaat als een herkenbare wasformule met tientallen locaties door heel Nederland, begon met een praktische ondernemersvraag: kan een wasstraat slimmer, efficiënter en zonder continue bemensing worden geëxploiteerd? Voor ondernemer Vincent Baas vormde die vraag het startpunt van Basic Wash, een concept dat na jaren van testen en ontwikkelen inmiddels volwassen is.

Tekst en foto's: Bas Hakker

Eind januari kreeg die ontwikkeling een nieuw hoofdstuk met de officiële ondertekening van de samenwerkingsovereenkomst tussen Drive en Basic Wash. Daarmee biedt Drive haar leden toegang tot een concept dat inspeelt op actuele marktvraagstukken, zoals arbeidsmarktkrapte, kostenbeheersing en voorspelbaar rendement.

'Complexiteit die niets toevoegt, laten we bewust achterwege'

Ondernemen vanuit de praktijk

Basic Wash ontstond niet vanuit theorie, maar vanuit dagelijkse ervaring in de wasstraatbranche. Baas en zijn zakenpartner Thom Mekelenkamp zagen dat traditionele modellen sterk leunden op personeel, beperkte openingstijden hadden en kwetsbaar waren bij storingen. "Als een machine

stilvalt en je er fysiek naartoe moet, kost dat direct geld," aldus Baas.

Die constatering leidde tot technologische experimenten, met kentekenherkenning als basis. Niet alleen de start van de wasbeurt werd geautomatiseerd, ook storingsafhandeling, resets en veiligheidschecks moesten op afstand mogelijk zijn. De eerste oplossingen werden intern ontwikkeld en getest. "Het was pionieren: veel proberen, soms falen, maar vooral leren."

Onbemand, maar niet onbeheerd

De technische basis maakte volledig onbemand wassen mogelijk. Waar de branche aanvankelijk sceptisch was, koos Basic Wash voor centrale monitoring, camera's, sensoren en een 24/7 klantenservice. "Onbemand betekent niet onbeheerd," benadrukt Baas. "Het vraagt juist om meer controle."

De eerste locaties fungeerden als proeftuin. Wasstraten die met personeel niet langer rendabel waren, kregen een tweede leven door een sterk verlaagde kostenstructuur. Het abonnementsmodel zorgde vervolgens voor extra versnelling: vaste maandinkomsten, hogere bezettingsgraad en meer voorspelbaarheid. Voorwaarde was wel maximale betrouwbaarheid. "Stilstand is geen optie als klanten vooruitbetalen."

Data als bewijs

Na meerdere jaren beschikt Basic Wash over uitgebreide operationele data. Die tonen aan dat het concept werkt: op veel locaties ligt het aantal wassingen boven het marktgemiddelde. Daarmee verschuift het gesprek met partners van verwach-



Drive-voorzitter Martin van Eijk (links) en Vincent Baas van Basic Wash ondertekenen de overeenkomst.

ting naar bewijs. "We laten zien wat er daadwerkelijk gebeurt," zegt Baas.

Die datagedreven aanpak sluit aan bij de visie van Drive. Tijdens onder meer de Car Wash Show Europe 2025 en de Mobility Energy Expo werd duidelijk dat schaalbaarheid en automatisering steeds belangrijker worden voor was- en energiestation-ondernemers.

Meerwaarde voor Drive-leden

Voor Drive-leden – exploitanten van wasbedrijven, carwashes en energiestations – biedt Basic Wash concrete kansen. Zeker op locaties waar wassen onderdeel is van het totaalconcept, maar niet de kernactiviteit. Basic Wash neemt techniek, exploitatie en administratie over, terwijl de ondernemer profiteert van extra traffic en een aanvullende inkomstenstroom.

De positionering is bewust functioneel: goed wassen tegen een scherpe prijs, zonder wachttijden. "Elke keuze moet bijdragen aan rendement," aldus Baas. "Wat niets toevoegt, laten we achterwege."

Partnerschap met visie

Volgens Drive-voorzitter Martin van Eijk past Basic Wash goed bij de ambities van Drive. "Onze leden zoeken toekomstbestendige oplossingen. Dit concept biedt flexibiliteit in exploitatievormen en focus op duurzaam rendement."

Een belangrijk onderdeel van het partnerschap is een exclusief ledenvoordeel: een gratis, locatie-specifiek Rapport Onbemand Autowassen (ter waarde van € 450,-). Dit rapport analyseert marktkansen, verwachte omzet, concurrentie en de inpasbaarheid van het concept op locatie. Geen theorie, maar een concreet en datagedreven advies.

"Het helpt ondernemers keuzes te maken op basis van feiten," aldus Van Eijk. "En dat is precies wat nodig is in een snel veranderende markt."

Wat begon met een handtekening, is vooral een startpunt. Voor nieuwe locaties, nieuwe samenwerkingen en verdere optimalisatie. Zoals Baas het samenvat: "De markt beweegt. En zolang we blijven doen waar we goed in zijn, is er volop ruimte om door te groeien." 🌱

Esso Isselt zet in op bulkstatiegeldautomaat

Tekst: Birgitta van der Linden

Aan de uitgaande weg van Amersfoort, op bedrijventerrein Isselt, staat een tankstation dat de afgelopen jaren transformeerde van een klassiek, kleinschalig pompstation naar een volwaardig servicepunt. Bij Esso Isselt draait het al lang niet meer alleen om brandstof. Pakket-services, wasvoorzieningen, horeca en elektrisch laden vormen samen een ecosysteem van dienstverlening. Sinds september 2025 is daar een nieuwe schakel aan toegevoegd: een Envipco Quantum Bulk-feed statiegeldautomaat.

Voor eigenaar Dirk van Garderen voelt de stap logisch. "Ik geloof al jaren dat de toekomst van het tankstation niet zit in alleen producten verkopen, maar in dienstverlening. Dingen bieden die mensen écht gebruiken. En daar hoort statiegeldinname gewoon bij." Via collega Antoine Meijer kwam Van Garderen in contact met Envipco en Statiegeld Nederland.

Ondernemen met visie

Van Garderen nam het station in 2003 over, toen nog een bescheiden pomp. De crisis van 2008 remde de groei, maar het zaadje voor verandering was al geplant. Rond 2015 kwam het besef dat tankstations hun rol moesten herdefiniëren. "Het tankstation van de toekomst is een plek waar meerdere functies samenkomen. Waar mensen niet alleen komen om te tanken, maar ook om iets te regelen. En hoe meer relevante diensten je biedt, hoe sterker je positie in de stad."

Die visie sluit naadloos aan bij de ambities van Statiegeld Nederland, onderdeel van Verpact, dat werkt aan een forse uitbreiding van het landelijke netwerk van innamepunten. "Bulkinnamepunten op strategische locaties zijn daarin essentieel," zegt Jeroen Hillen, directeur Statiegeld Nederland. "Ze bieden consumenten gemak, omdat grote hoeveelheden verpakkingen in één keer ingeleverd kunnen worden."



Raadslid Dirk-Joost van Hamersveld gooit de blikjes erin.

Via automaatleverancier Envipco kwam Statiegeld Nederland in contact met Esso Isselt. De ligging langs een belangrijke verbindingsweg van en naar het centrum van Amersfoort maakte het station direct interessant. "Maar minstens zo belangrijk als de locatie is de beheerder," benadrukt Hillen. "Een bulkautomaat vraagt om ondernemerschap, betrokkenheid en de drive om er echt een succes van te maken. Die passie zien we duidelijk bij Dirk van Garderen."

De plaatsing verliep opvallend snel. Binnen anderhalve maand na het eerste contact stond de machine er al. Van Garderen regelde in hoog tempo de infrastructuur: bestrating, elektra, voorbereiding van de plek. "Ik hoefde alleen maar in het concept te geloven," zegt hij. "De investering werd gedaan door Statiegeld Nederland en Envipco. Dat vertrouwen voelde goed."

De kracht van bulk

De Envipco Quantum Bulkfeed automaat maakt het mogelijk om tot 120 blikjes of flesjes per minuut in te leveren. Dat maakt het systeem aantrekkelijk voor huishoudens, sportverenigingen, evenementen en bedrijven. "Als je met honderd of duizend flesjes aankomt, wil je niet in de rij bij de supermarkt staan," zegt Van Garderen. "Hier ben je in een paar minuten klaar."

De cijfers liegen er niet om. In zes maanden tijd zijn er al meer dan een miljoen verpakkingen ingenomen. Wekelijks ziet Van Garderen via het online portal hoeveel er binnenkomt. "Vorige week waren het er 91.000. Dat is gewoon leuk om te zien. En het zijn allemaal mensen die mijn terrein op rijden."

Meer bezoekers, meer rust

Die bezoekers blijven zelden alleen voor de automaat. "Ze leveren hun statiegeld in en halen meteen een broodje, tanken of halen een pakket op," vertelt Hillen. "In de praktijk wordt het statiegeld vaak op locatie besteed. Dat maakt een bulkautoomaat ook economisch interessant voor de ondernemer."

Bij Esso Isselt leidde dat zelfs tot een uitbreiding van het team. "Door de extra inkomsten kan ik met drie mensen werken in plaats van twee," zegt Van Garderen. "Dat geeft rust op de vloer, betere service en meer kwaliteit. Het personeel is niet meer aan het rennen, maar kan elkaar versterken."

De opstart vroeg wel aandacht. Medewerkers moesten wennen aan het beheer van de automaat, het vervangen van zakken en het oplossen van

kleine storingen. "De opstart ging zó snel dat ik mijn team eigenlijk te weinig had voorbereid," geeft Van Garderen toe. "Maar nu zien ze het comfort. Het is onderdeel geworden van het station. Iedere keer dat we 100.000 flesjes of blikjes meer hebben verzameld, wordt dit in de groepsapp gevierd en de bakker levert gebak voor het team."

Doneren met één druk op de knop

Bijzonder is de koppeling met Swim to Fight Cancer Amersfoort, een goed doel waar Van Garderen zich persoonlijk voor inzet. Klanten kunnen ervoor kiezen hun statiegeld te doneren in plaats van uit te laten betalen. "Ongeveer tien procent doet dat," zegt hij. "Ik verwacht dat we via deze automaat vijf tot achtduizend euro extra ophalen. Dat is pure winst voor het goede doel." Volgens Hillen is die koppeling een belangrijk onderdeel van het systeem. "Alle innamepunten kunnen een eigen goed doel kiezen. Zo wordt doneren laagdrempelig en krijgt statiegeld ook een maatschappelijke betekenis."

Samen bouwen aan het netwerk

De samenwerking tussen Esso Isselt, Envipco en Statiegeld Nederland noemt Hillen "uitermate plezierig". Ook Van Garderen is uitgesproken positief: "Ze zijn goed bereikbaar, denken mee en lossen dingen op. Als ik extra containers of karretjes nodig heb, wordt dat gewoon geregeld. Dat is goud waard."

Voor beide partijen is dit project een blauwdruk voor de toekomst. Statiegeld Nederland wil het netwerk van bulkinnamepunten verder uitbreiden, terwijl Van Garderen gelooft dat servicepunten zoals het zijne de standaard worden. "Over tien jaar zijn tankstations geen plekken meer met één of twee mensen. Het zijn hubs waar meerdere diensten samenkomen. En deze machine past daar perfect in. Wat zes maanden geleden begon als een snelle beslissing, is uitgegroeid tot een tastbaar voorbeeld van hoe samenwerking, visie en ondernemerschap elkaar kunnen versterken. Bij ons in Amersfoort staat niet zomaar een automaat: hier staat een stukje toekomst van de branche." 

Jeroen Hillen: 'Een bulkautomaat vraagt om ondernemerschap, betrokkenheid en de drive om er echt een succes van te maken'



'Ondernemers zijn op zoek naar extra services die passen bij onderweg zijn'

Tijdens de Horecava 2026 in RAI Amsterdam werd opnieuw duidelijk hoe veerkrachtig de Nederlandse horeca- en gemaksector is, maar ook hoe groot de uitdagingen zijn. De beurs fungeerde dit jaar nadrukkelijk als spiegel van een markt die blijft bewegen, maar waarin groei steeds minder vanzelfsprekend is. Stijgende kosten, veranderend consumentengedrag en druk op traditionele inkomstenbronnen dwingen ondernemers en leveranciers om continu te zoeken naar nieuwe verdienmodellen, services en concepten.

Tekst Bas Hakker

Foto's Bas Hakker en Horecava

Uit de gezamenlijke terug- en vooruitblik van Koninklijke Horeca Nederland (KHN) en Foodservice Instituut Nederland (FSIN) blijkt dat de totale horecaomzet in 2025 is uitgekomen op €33,9 miljard. Dat betekent een groei van 3,8 procent ten opzichte van het jaar ervoor. Die groei zit echter vrijwel volledig in prijsstijgingen: het volume nam slechts met circa 1 procent toe. De cijfers onderstrepen wat op de beursvloer alom voelbaar was: de sector draait door, maar de marges staan onder druk en echte volumegroei is schaars.

Voor de gemakmarkt - waaronder fastservice-restaurants, pompshops en andere 'on-the-go'-concepten - is het beeld gemengd. De omzet steeg in 2025 met 3,2 procent naar €6,5 miljard, maar het



Eric Harsta demonstreert hij een robot die binnen een paar seconde een ei bakt en heel snel allerlei Aziatische gerechten.

verkochte volume bleef nagenoeg gelijk. Ook hier zijn prijsverhogingen de belangrijkste aanjager van omzetgroei. Dat heeft gevolgen voor de positionering van fastservice en gemak. Door de forse prijsstijgingen van de afgelopen jaren ervaren consumenten deze kanalen steeds minder als een goedkoop alternatief voor de traditionele horeca. Zeker in de petrolmarkt, waar brandstofverkoop onder druk staat en tabak geleidelijk uit het assortiment verdwijnt, wordt de zoektocht naar aanvullende inkomsten en onderscheidende services urgenter.

Opladen als service en traffic-generator

Met die achtergrond lopen we langs de verschillende stands op de Horecava want voor pompshops is het dus belangrijk dat ze naar alternatieve inkomstenbronnen zoeken. Een van de concepten die inspeelt op die zoektocht is ICCXX, een aanbieder van draagbare snellaadunits voor smartphones. Op de Horecava spraken we met Kody Tehrani, oprichter en CEO van het bedrijf. Zijn uitgangspunt is eenvoudig en herkenbaar. „Als je telefoon bijna leeg is, raak je direct gestrest,” zegt hij. „Je betaalt ermee, je navigeert ermee en je regelt er je hele dag mee. Dat probleem wil je op een laagdrempelige manier oplossen.”

ICCXX plaatst laadstations bij horeca- en tankstationlocaties zonder dat de ondernemer hoeft te investeren. De laadunits blijven eigendom van ICCXX; het bedrijf verzorgt onderhoud, monitoring en het bijvullen van lege powerbanks. De locatie-

houder ontvangt 20 procent van de opbrengst per verhuur. Volgens Tehrani zit de waarde voor locaties niet alleen in directe omzet, maar vooral in extra traffic. „Iemand komt binnen om zijn telefoon te laden en neemt vaak meteen een drankje, snack of broodje mee.”

Het concept leunt sterk op schaal en gebruiksgemak. Een gebruiker moet een powerbank kunnen huren bij locatie A en deze eenvoudig kunnen inleveren bij locatie B. Inmiddels is ICCXX actief op circa 425 locaties in Nederland en ook in landen als Spanje, Oostenrijk, Zweden en Griekenland. De ambities zijn fors: doorgroeien naar 5.000 locaties in Nederland en zo'n 200.000 actieve gebruikers. Grote ketens spelen daarin een belangrijke rol. ICCXX draait pilots met partijen als Shell, Albert Heijn en Jumbo.

Kody Tehrani (midden), oprichter en CEO van ICCXX. 'Je betaalt ermee, je navigeert ermee en je regelt er je hele dag mee.'



Tankstations zijn volgens Tehrani een logische groeimarkt. "Brandstof levert steeds minder op en sigaretten verdwijnen. Ondernemers zijn op zoek naar extra services die passen bij onderweg zijn." Tegelijkertijd benadrukt hij dat het geen snel winstmodel is. "Dit is geen goudmijn op korte termijn. Het is een nieuw concept en zowel locaties als consumenten moeten eraan wennen. Je hebt een lange adem nodig." Juist in een markt waarin het volume stagneert, kan zo'n service echter net het verschil maken tussen stilstaan en relevant blijven.

Leveranciers in een datagedreven petrolmarkt

Ook leveranciers merken dat de dynamiek in de petrolmarkt verandert. Eric Harsta van Hakvoort, leverancier van grootkeukenapparatuur, ziet tankstations als een steeds professioneler en datagedrevener kanaal. Hakvoort is van oorsprong een klassieke horecaleverancier, maar bedient inmiddels ook zorg, onderwijs en retail. De petrolmarkt vormt een interessante, maar relatief beperkte pijler binnen dat geheel.

Datagedreven

"Tankstations zijn extreem datagedreven," stelt Harsta. "Ze weten exact hoe lang een klant binnen is, wat hij koopt en waar hij afhaakt." Dat vertaalt zich naar een andere manier van samenwerken met leveranciers. Concepten worden vaak centraal ontwikkeld en eerst getest via pilots met tientallen locaties tegelijk. Veiligheid, betrouwbaarheid en prijs zijn doorslaggevend. 'Je levert wat gevraagd wordt, tegen een vooraf vastgestelde prijs. Meedenken kan soms, maar vaak hebben ze het al helemaal doorgerekend."

Hakvoort levert in de petrolmarkt daarom regelmatig slechts een deel van het assortiment, volledig afgestemd op de eisen van de formule. Harsta ziet dat tankstations steeds meer richting supermarklogica bewegen. Formules worden sneller aangepast, apparatuur wordt vaker vervangen en alles draait om rendement per vierkante meter. „Ze moeten de klant langer vasthouden en meer omzet per bezoek genereren. Dat vraagt om flexibiliteit en snelheid, maar het is ook een harde markt."

Volgens Harsta fungeert de petrolmarkt daarmee als een soort proeftuin voor de rest van de food-

service. "Wat hier werkt, zie je later ook terug in andere kanalen. Het dwingt leveranciers om scherp te blijven en continu te verbeteren." Harsta probeert ook in te spelen op het steeds groter wordende tekort aan personeel. Zo demonstreert hij een robot die binnen een paar seconde een ei bakt en heel snel allerlei Aziatische gerechten. "Het zijn de eerste ontwikkelingen en verkrijgbare oplossingen voor in de foodservice."

De gesprekken met ICCXX en Hakvoort illustreren een bredere trend die op de Horecava duidelijk zichtbaar was. In vrijwel alle hallen lag de nadruk op efficiëntie, data, gemak en nieuwe services. Niet zozeer radicale innovaties, maar slimme aanvullingen op bestaande concepten. Ondernemers zoeken naar manieren om de verblijfsduur te verlengen, de besteding per bezoek te verhogen en relevant te blijven voor een kritische consument. De stagnatie in volume dwingt tot keuzes. Waar groei vroeger vaak vanzelf kwam, moet die nu actief worden georganiseerd. Dat geldt voor horecaondernemers, maar net zo goed voor leveranciers en dienstverleners. De Horecava laat zien dat er volop ideeën zijn, maar ook dat succes steeds vaker afhangt van schaal, samenwerking en doorzettingsvermogen. De beurs bevestigt dat de horeca- en gemakssector veerkrachtig is, maar zich wel in een fase van herpositionering bevindt. Omzetgroei maskeert dat het volume nauwelijks toeneemt en dat traditionele inkomstenbronnen onder druk staan. De toekomst ligt in data, services en concepten die inspelen op gemak en beleving. Of het nu gaat om een powerbank bij de kassa of een efficiëntere keukenopstelling achter de schermen: het zijn juist de kleine, slimme aanpassingen die het verschil kunnen maken. 🌱





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.

22 januari 2026

Voorkom **interne fraude** op jouw tankstation!

Overall waar gewerkt wordt, proberen sommigen zichzelf op een oneerlijke manier te bevorderen. Een greep uit de kassa, het niet afrekenen van producten of het stelen van spaarpunten: het komt helaas ook voor op het tankstation. Als ondernemer wil je je hier zo goed mogelijk tegen weren om schade te voorkomen. Het is daarvoor belangrijk om op een aantal zaken te letten ter preventie of om direct te handelen wanneer er gefraudeerd is.

Waarschuwingregister FAD

Om fraudegevallen te voorkomen is er voor de gehele detailhandel een frauderegister opgezet. In dit register kunnen werknemers worden opgenomen die bewezen hebben gefraudeerd. Dit register is door deelnemende werkgevers te raadplegen om op die manier te checken of iemand in het verleden heeft gefraudeerd, en om die reden is ontslagen. Indien je zelf te maken hebt gehad met een fraudegeval kun je deze tussen de 1 en 4 jaar laten inschrijven in het register.

De kosten voor deelnemen komen normaal neer op ca. €1.000,00. Het gebruik van het waarschuwingregister is voor Drive-leden volledig kosteloos. Met deelname kun je dus gratis preventief controleren op fraudeurs zodat je al bij het sollicitatieproces of in de proeftijd de rotte appels eruit kan plukken. Klik hier om je te registreren.

Heb je zelf te maken gehad met fraude op het tankstation? Of heb je vragen of opmerkingen? Neem dan contact op met het Drive-secretariaat via 085 00 71 361 of mail info@drivenederland.nl

15 januari 2026

Grootverbruikers gaan meer belasting op leidingwater betalen

Gebruik je veel leidingwater in jouw truck- of carwashbedrijf? Dan ga je meer belasting op leidingwater (BoL) betalen. De BoL is een milieubelasting die je in 2025 alleen over de eerste 300 m³ leidingwater per jaar hoefde te betalen. Dat hield in dat je als grootverbruiker maar over een klein deel van de totale hoeveelheid water belasting betaalde.

Grootverbruikers van leidingwater gaan vanaf 2026 meer belasting betalen door een verhoging en afschaffing van het heffingsplafond voor de belasting op leidingwater (BoL). De grens (het plafond) verschuift van 300 m³ naar 50.000 m³ in 2026, waarna deze in 2027 volledig verdwijnt. Dan wordt er over al het drinkwater van goede kwaliteit belasting geheven om bewuster watergebruik te stimuleren en extra inkomsten te genereren. Tegelijkertijd verhogen sommige waterbedrijven ook hun tarieven voor zakelijke gebruikers.

Wat verandert er precies?

Tot 2025: Belasting werd alleen geheven over de eerste 300 m³ per jaar.

Vanaf 1 januari 2026: Het heffingsplafond wordt verhoogd naar 50.000 m³ per aansluiting.

Vanaf 1 januari 2027: Het heffingsplafond verdwijnt, en belasting wordt geheven over alle verbruikte m³ drinkwater.

Waarom deze wijziging?

Stimuleren van besparing: De overheid wil grootverbruikers aanmoedigen om bewuster om te gaan met drinkwater. Alternatieven benutten: Bedrijven worden gestimuleerd om alternatieve waterbronnen (zoals proceswater) te gebruiken.

Extra inkomsten: De maatregel genereert structureel extra inkomsten voor de overheid.

Gevolgen voor grootverbruikers

Hogere kosten: Grote zakelijke gebruikers krijgen te maken met aanzienlijk hogere kosten, vooral de sectoren die veel drinkwater gebruiken.

Aanpassing is nodig: Bedrijven krijgen de tijd om te investeren in waterbesparende maatregelen of alternatieve wateroplossingen.

Extra stijgingen

Naast de BoL verhogen veel waterbedrijven in 2026 ook hun reguliere drinkwatertarieven voor zakelijke grootgebruikers.

Heb je nog vragen naar aanleiding van dit bericht? Neem dan gerust contact op met Lisanne Henneveld van het Drive-secretariaat via info@drivenederland.nl of bel 085 0071 361. Wij hebben het antwoord of zoeken het graag voor je uit.



DÉ SPECIALIST IN ONBEMAND AUTOWASSEN

Geen zorgen meer van jouw locatie? Ga voor een samenwerking met Basic Wash. Een gezamenlijke exploitatie of liever een vaste huur? Met ons unieke concept zorgen wij voor een duurzame samenwerking met het beste rendement.



24/7 onbemand autowassen

Dankzij onze innovatieve techniek en slimme remote-beheer software, draait de wasstraat altijd. Het resultaat? Ruimere openingstijden en meer wassingen.

Totale ontzorging

Met onze slimme oplossingen beheren wij alle facetten van de locatie. Van 24/7 klantenservice tot onderhoud van de verschillende apparatuur. Wij regelen alles en zorgen dat de klant altijd terecht kan.

Passend op elke locatie

Dankzij een op maat gemaakte potentieanalyse weet je direct wat de mogelijkheden zijn.



Profiteer als Drive lid van een exclusieve aanbieding;

Ontvang vrijblijvend een op maat gemaakt Rapport Onbemand Autowassen voor jouw locatie. Meer weten of aanvragen? Neem contact op met vincent@basicwash.nl of via 06 497 089 92.

Coalitieakkoord 2026–2030 (D66, VVD, CDA)

Accijnzen blijven heet

Hoewel het nieuwe coalitieakkoord geen harde knopen doorhakt over brandstofaccijnzen, is de boodschap tussen de regels duidelijk: de prijs aan de pomp mag niet losgezongen raken van de praktijk. Het kabinet benadrukt dat bij Europees klimaat- en brandstofbeleid nadrukkelijk rekening wordt gehouden met betaalbaarheid voor automobilisten én met de concurrentiepositie van Nederlandse pompstations. Met name het risico op verder oplopende prijsverschillen met buurlanden wordt erkend. “We nemen daarbij het gelijk speelveld voor onze transportsector en pompstations nadrukkelijk mee,” staat in het akkoord.

Dat is relevant, zeker nu tanktoerisme richting België en Duitsland weer toeneemt. Concrete accijnsverlagingen blijven vooralsnog uit, maar de toon is gematigder dan in eerdere akkoorden. Geen extra nationale koppen, wel oog voor de portemonnee. Voor de sector betekent dit geen directe verlichting, maar wel politieke erkenning dat brandstofprijzen meer zijn dan een klimaatknop alleen.

NielsenIQ / Mobility Energy

Energydrinks domineren de tankshop

Onderweg energie tappen is big business

Wie langs de snelweg even stopt, grijpt steeds vaker naar een energydrink. Uit cijfers van NielsenIQ blijkt dat Red Bull in 2025 opnieuw het grootste A-merk is in Nederlandse tankstations. Met een omzet van 136 miljoen euro en een groei van ruim 6 procent laat het merk concurrenten ver achter zich. Ook Monster Energy (+44%) en Coca-Cola doen het goed, maar op afstand. Tankstations blijken al jaren een ideale plek voor impulsaankopen: snel, koud en direct beschikbaar. Opvallend is dat niet alleen energiedrank scoort. Spa en Ola completeren de top vijf, wat laat zien dat tankshops steeds meer functioneren als mini-supermarkten. Voor exploitanten is de tankshop inmiddels minstens zo belangrijk als de pomp zelf.

AD / BN / De Stem

Goedkoper tanken over de grens blijft lonken

Bij de Belgische tankstations in Baarle-Hertog is het een bekend beeld: rijen Nederlandse automobilisten die geduldig wachten. Sinds de recente prijsverhogingen in Nederland is het opnieuw drukker geworden. Voor veel automobilisten

weegt de wachttijd niet op tegen het prijsverschil. “Ach, het is hier veel goedkoper, dus het blijft mooi meegenomen,” zegt een vrouw uit Dordrecht in AD BN De Stem. De grensregio profiteert zichtbaar van het tanktoerisme, terwijl Nederlandse pomphouders juist omzet zien weglekken. Het fenomeen is niet nieuw, maar laait op bij elke prijsstijging. Voor automobilisten voelt het als een kleine overwinning op hoge accijnzen, voor beleidsmakers blijft het een lastig dossier.

AD / ED

Eeuw oud familiebedrijf sluit de deuren

Na honderd jaar valt het doek voor autobedrijf Meulendijks. Het familiebedrijf, ooit begonnen als kolenhandel, wordt verkocht aan een vastgoedontwikkelaar die er appartementen wil bouwen. In AD ED vertelt eigenaar Meulendijks zonder wrok over het besluit. “Ik heb er altijd een goede boterham aan kunnen verdienen,” zegt hij. “De cirkel is rond.” Zijn kinderen zien geen toekomst in het bedrijf en daarmee eindigt een ondernemersverhaal dat generaties overspant. Van kolen, naar brandstof, naar tankstation: Meulendijks groeide mee met de tijd. Nu maakt mobiliteit plaats voor woningbouw, een ontwikkeling die op meer plekken zichtbaar is.

AD

Tankstation Voorst maakt plaats voor woningen

Aan de zuidkant van Voorst verdwijnt over enkele jaren het tankstation van Jan de Croon. Op die plek verrijzen straks 25 tot 35 woningen. Toch betekent dit geen afscheid van het ondernemerschap: het tankstation verhuist naar buurtschap De Kar, nabij Apeldoorn. “Een mooi initiatief van een bevlogen ondernemer,” aldus wethouder Henk van Zeijts in AD. De combinatie van woningbouw en bedrijfsverplaatsing wordt gezien als een pragmatische oplossing voor de ruimte druk. De Croon slaagt erin mee te bewegen met veranderende tijden, zonder zijn kernactiviteit los te laten. Het is een voorbeeld van hoe lokale ondernemers kunnen inspelen op maatschappelijke behoeften.

Move On Agenda

8 & 9 maart 2026

Spot On Retail



Spot On Retail is dé vakbeurs voor retailers die hun assortiment willen vernieuwen, verdiepen of uitbreiden. Van speelgoed en stationery tot knutselartikelen, gifts en feestbenodigdheden: alles is onder één dak te vinden. De beurs richt zich op ondernemers met een fysieke winkel, webshop of conceptstore, variërend van cadeauwinkels en boekhandels tot campingwinkels. De beursvloer staat vol inspiratie, slimme productcombinaties en enthousiaste exposanten met kennis van zowel hun collectie als de markt. Daarnaast ontmoet je retailorganisaties zoals NSO Retail, Libris Blz. en Audax voor waardevolle inzichten en praktisch advies.

9 & 10 maart 2026

Horecabeurs Goes

Op maandag 9 en dinsdag 10 maart 2026 komen ruim 10.000 horecaondernemers en -medewerkers samen in de Zeelandhallen in Goes voor de 62e editie van Horecabeurs Goes. Deze vakbeurs is dé ontmoetingsplek voor horeca en recreatie in Zuidwest-Nederland en Vlaanderen. Bezoekers ontdekken hier alles op het gebied van food, hospitality, toerisme en innovatie. Welke horecatrends bepalen 2026 en hoe speel je daar als ondernemer op in? Tijdens de beurs krijg je volop inspiratie rond beleven, technologie en nieuwe concepten, aangevuld met praktische oplossingen voor de dagelijkse praktijk.

21 & 22 maart 2026

Belgium Auto Show (Gent)

Op zaterdag 21 en zondag 22 maart 2026 vindt de Belgium Auto Show plaats in Flanders Expo Gent. Dit evenement is een must voor auto- en motorliefhebbers uit België en omstreken. Op de spectaculaire Car Catwalk worden elk uur shows gegeven met interviews, premiers en indrukwekkende showcars. In de Live Action Arena verzorgen professionele drifters dagelijks spectaculaire driftshows voor duizenden bezoekers. Daarnaast zijn verspreid over de hallen meer dan 300 unieke showcars uit heel Europa te bewonderen, variërend van hypercars en tuningprojecten tot klassiekers en motoren.



30 maart t/m 1 april 2026

Ledenreis DRIVE: Genève

Van maandag 30 maart tot en met woensdag 1 april 2026 organiseert DRIVE een exclusieve, volledig verzorgde inspiratiereis naar Genève voor energiestationondernemers. Na het succes van eerdere reizen biedt deze driedaagse trip internationale inzichten op het gebied van energie, innovatie en ondernemerschap. Het programma combineert inhoud en beleving met onder meer een stadstour, bedrijfsbezoek aan VARO, een retail-inspiratietour in Lausanne en unieke lunches en diners. Genève vormt met haar internationale karakter en prachtige omgeving het perfecte decor voor ontmoeting, verdieping en netwerkversterking. Een reis die inspireert en nieuwe energie geeft.



2 t/m 6 april 2026

IAMS 2026 (RAI Amsterdam)

The International Amsterdam Motor Show (IAMS) 2026 vindt plaats van 2 tot en met 6 april 2026 in de RAI Amsterdam en is hét automotive lifestyle- en mobiliteitsevenement van Nederland. De beurs brengt de toekomst, het heden en het verleden van mobiliteit samen. Bezoekers kunnen genieten van high-performance en luxe voertuigen, innovatieve elektrische en duurzame mobiliteitsoplossingen en een indrukwekkende collectie klassieke en custom cars. Daarnaast is er volop aandacht voor technologische innovaties zoals autonoom rijden, connected cars en slimme stedelijke mobiliteit. IAMS is daarmee aantrekkelijk voor zowel autoliefhebbers als professionals en gezinnen.



Haal (meer) voordeel uit het drive lidmaatschap!

Onderhoud olieafscheiders



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 vetafscheiders



Vetafscheidrs 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.



Eenvoudig uw productaanbod



met HVO uitbreiden



VANAF NU LEVERBAAR IN 5 CAPACITEITEN - 3000 - 4000 - 6000 - 8000 - 10.000 LITER

De vraag naar HVO diesel – een duurzame, hernieuwbare brandstof die de CO₂-uitstoot met tot wel 90% kan verminderen – groeit explosief in de transportsector. Veel tankstation ondernemers lopen echter aan tegen praktische bezwaren: een tekort aan vrije tanks of dure infrastructurele aanpassingen. Mokobouw, introduceert een unieke en innovatieve oplossing voor de verkoop van HVO renewable diesel:

de **HVO Tank & Storage (HVO-TS)** serie.

VOORDELEN



2 slangen
(40 en 120 L p/m)



MID dispenser
equipment integreerd



geschikt voor
elk POS systeem



ATC automatische
temperatuur compensatie



automatische
ZVA nozzles



groene LED
nozzle houder



zuigpomp met
dry-run beveiliging



MID, gekalibreerd
telwerk



mechanische nivo
indicator



audiovisuele
lekdetectie



staal
constructie & buizen



solide & duurzame
veilige behuizing



TW
(truck vulkoppeling)



audiovisuele
overvul protectie
met truck adapter



eenvoudig in
gebruik en onderhoud



diverse afmetingen
voor elke situatie



snelle levering



eenvoudige plaatsing

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



Mokobouw

Heerenveen

T. +31(0) 513 61 47 11

Rotterdam

T. +31(0) 10 462 14 55

WWW.MOKOBUW.NL