

NR4 - 2026

Move @N

voor en door ondernemers en medewerkers
van energiestations powered by  drive

magazine



Gerrit Heinen

over noaberschap

Laura en Luc
gaan door!

Tanken op het
water

Bouwen aan
een merk

Weghorst blijft
scoren

SCHOUTEN ZEKERHEID

Gratis verzuimscan

Hoe goed is jouw bedrijf
voorbereid op verzuim?

Wist je dat?

Veel ondernemers ontdekken pas dat hun verzuimaanpak tekortschiet wanneer een medewerker uitvalt. Dan lopen de kosten op en neemt de druk op de organisatie toe.

Krijg inzicht met een gratis verzuimscan

Met onze gratis verzuimscan brengen we in kaart hoe jouw organisatie is voorbereid op verzuim. Je krijgt inzicht in mogelijke risico's én praktische aandachtspunten om grip te houden op verzuim en uitval.

Waarom nu handelen?

Grip op verzuim begint vóór de eerste ziekmelding. Door nu te toetsen of alles goed is geregeld, voorkom je verrassingen en ben je beter voorbereid op onverwachte uitval.

Meer weten of hulp nodig?

Onze specialisten voor mobiliteits- en energiestations denken graag met je mee over het beperken van verzuimrisico's binnen jouw organisatie.

Stel ons je vraag

Heb je vragen of wil je een gratis verzuimscan aanvragen?

Bel 010 - 288 44 90

of mail naar info@schoutenzekerheid.nl.

Zeker voor Mobiliteit



Vertrouwen

De afgelopen weken was ik met mijn gezin op vakantie in Denemarken. Tijdens die reis maakten we in Aarhus een stadswandeling met gids David. Aarhus staat bekend als een van de gelukkigste steden van Denemarken en dus waren we benieuwd wat volgens hem de verklaring is voor dat opvallend hoge geluksniveau.

Natuurlijk kwamen de bekende onderwerpen voorbij. De goede sociale voorzieningen, de mogelijkheden om te studeren, de relatief goed georganiseerde overheid en de manier waarop Denemarken omgaat met integratie en werk. Interessant allemaal, maar volgens David zat de echte verklaring ergens anders. De sleutel tot het Deense geluk is volgens hem vooral één woord: vertrouwen.

Dat vertrouwen zie je overal terug. Denen hebben veel vertrouwen in hun overheid, maar misschien nog wel meer in elkaar. De gedachte is simpel: de overheid zorgt voor goede wegen, goed onderwijs en een betrouwbare publieke dienstverlening. In ruil daarvoor nemen inwoners ook hun eigen verantwoordelijkheid. Ze houden zich aan de regels, betalen netjes en gaan zorgvuldig om met publieke voorzieningen.

Tijdens onze vakantie kwamen we daar voortdurend voorbeelden van tegen. Bij de padelbaan stond een koelkast met frisdrank en op een bordje stond simpelweg: "Cola, 15 kronen." Geen medewerker, geen camera's en geen controle. Je pakt een flesje en betaalt. Ook parkeerplaatsen zijn vaak verrassend eenvoudig ingericht, zonder hoge slagbomen of ingewikkelde controlesystemen. Dat kan alleen als mensen elkaar vertrouwen.



Nu zeg ik niet dat we het Deense model één op één moeten kopiëren. De Deense cultuur is anders dan de onze. Denen zijn misschien wat gehoorzamer, minder uitgesproken en soms zelfs een beetje saai. Maar dat vertrouwen vond ik wel inspirerend want als je kijkt naar Nederland, lijkt juist dát steeds vaker te ontbreken.

In mijn werk spreek ik inmiddels al ruim twintig jaar ondernemers, ook veel tankstationondernemers. Vrijwel niemand zegt ooit: "Wat fijn dat de overheid met ons meedenkt." Veel vaker hoor ik verhalen over nieuwe regels, ingewikkelde procedures en steeds veranderende wetgeving. Het gevoel leeft dat ondernemers vooral moeten voldoen aan allerlei verplichtingen, terwijl ze juist een belangrijke bijdrage leveren aan de economie en de leefbaarheid van hun omgeving. Misschien zou de overheid zich wat vaker kunnen afvragen hoe zij ondernemers vooruit kan helpen in plaats van vooral nieuwe maatregelen te bedenken. Natuurlijk zijn regels soms noodzakelijk, maar beleid hoeft niet alleen bedoeld te zijn om politieke punten te scoren. Het kan ook een instrument zijn om ondernemerschap te stimuleren en het midden- en kleinbedrijf sterker te maken. Een beetje meer vertrouwen vanuit de overheid levert vaak ook meer vertrouwen terug op.

Over ondernemerschap gesproken: ook in deze editie staan weer volop inspirerende verhalen. Zo vertelt Laura Boekestijn openhartig over haar lange carrière in tankstations en lunchrooms. Net toen zij en haar man dachten rustig te kunnen afbouwen, veranderde een hartinfarct alles. Een indrukwekkend verhaal over veerkracht en doorzetten. Ook lezen jullie over de familie Heinen, die al jarenlang gelooft in het principe van 'naboarschap': naar elkaar omkijken en elkaar helpen waar dat kan. Misschien is dat uiteindelijk wel de mooiste les van onze vakantie. Vertrouwen begint niet bij regels of systemen, maar gewoon bij mensen die elkaar iets gunnen. En daar kunnen we, ook in Nederland, best wat vaker aan denken.

Bas Hakker
Hoofdredacteur Move On Magazine

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)70-2211944
info@businesscontentmedia.nl
www.businesscontentmedia.nl

Adverteren

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

Abonneren

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

Hoofdredacteur

Bas Hakker
bas@kleedkamer4.nl
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

Danny Cornelissen, André Weima en Isabella Verduyn

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, Erik Stroosma 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 abonneesovereenkomst. 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 vervoelvoudigd, 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

Inhoud



13

Family business Heinen

Wie het terrein van Heinen Brandstoffen in De Heurne kent, weet dat dit geen doorsnee tankstation is. De winkel oogt eerder als een ouderwetse kruidenierszaak dan als een moderne shop, met houten vakkenkasten die al sinds de jaren vijftig dienstdoen. Achter de kassa staat geregeld eigenaar Gerrit Heinen zelf. Zijn bedrijf draait niet alleen om brandstoffen, olie en gas, maar vooral om mensen. In de Achterhoek noemen ze dat 'noaberschap': naar elkaar omkijken, elkaar helpen en net dat stapje extra zetten.



6

Nieuwe energie: Avia Weghorst

De 'soft opening' van de mobiliteitshub van AVIA Weghorst op het XL Businesspark in Almelo vond inmiddels plaats. Wat het Twentse bedrijf daar aanbiedt is bepaald niet soft. Zo kunnen e-trucks hier met de krachtigste snelladers (tot 560 kW) van Europa laden. Krachtig (tot 400 kW) zijn ook de snelle laadpalen voor personenauto's. En dat is nog maar een deel van wat dit 'energiestation van de toekomst' te bieden heeft.



35 Tankstation aan het water

Over het nieuws en de ontwikkelingen van tanken en laden langs de weg lees je elke twee maanden alles in Move On Magazine. Anders is dat met tanken en laden aan de waterkant. De tankstations voor de pleziervaart en watersport beleven in de zomermaanden hun toptijd. Een goed moment om eens te kijken wat daar allemaal speelt. En nu we toch op het water zitten, nemen we de bunkerstations voor de beroepsvaart meteen mee.



48 Life after petrol

Op 15 januari draaide Laura Boekestijn voor het laatst de sleutel om van haar tankstation. Geen vroege controle van de omzetcijfers meer, geen medewerkers die binnenlopen voor een praatje en geen klanten die onderweg nog snel een broodje komen halen. Na ruim dertig jaar ondernemerschap viel de stilte onverwacht in. Niet omdat zij en haar man Luc er klaar voor waren om met pensioen te gaan, maar omdat het leven hen daartoe dwong.

3 Voorwoord

10 Meterkast

Door de komst van laadpalen, zonnepanelen, batterijen en andere elektrische toepassingen groeit de meterkast uit tot het zenuwcentrum van het moderne tankstation.

18 Drive partner: Buckaroo

21 De Vrije Pomp Nieuwe Bestuursleden

23 Wassen: Avia Marees

Ruim zestig tankstations dragen inmiddels de naam AVIA Marees, maar directeur Dick-Jan Marees

ziet zijn bedrijf allang niet meer als een traditionele brandstoffenretailer.

30 Column Van de voorzitter

32 Drive Weekly

38 Mobility Energy Expo

40 Advorial Skippify

42 Nieuwsflits

43 Nieuws Power Up

46 Vraagje van Steven

52 Column Chris van der Straaten

54 Loyalty

Jarenlang was het een vertrouwd beeld. Automobilisten die nét dat ene tankstation kozen omdat er Ferrari-autootjes, handdoeken, voetbalplaatjes of Air Miles te verdienen waren. Maar de wereld van het tankstation verandert razendsnel en niet langer draait het vooral om cadeautjes, maar om klantrelaties, data en gemak.

58 Agenda

AVIA Weghorst opent energiestation van de toekomst XL

Tekst en foto's: Erik Stroosma

De 'soft opening' van de mobiliteitshub van AVIA Weghorst op het XL Businesspark in Almelo vond inmiddels plaats. Wat het Twentse bedrijf daar aanbiedt is bepaald niet soft. Zo laden e-trucks hier via een standaard CCS2-stekker met vermogens tot maar liefst 560 kW. Krachtig (tot 400 kW) zijn ook de snelle laadpalen voor personenauto's. En dat is nog maar een deel van wat dit 'energiestation van de toekomst' te bieden heeft.

Trots zijn ze bij AVIA Weghorst op hun fonkelnieuwe energiestation in Almelo. Het bedrijf beschouwt de mobiliteitshub op het XL Businesspark als zijn nieuwe vlaggenschiplocatie. Bart Leussink en Leonie Pater van AVIA Weghorst leiden Move On

Magazine graag rond over de 9.000 m² grote locatie. "1 juni vond de soft opening plaats", geeft Bart Leussink aan. "Alle laad- en tankfaciliteiten zijn inmiddels beschikbaar. Het station wordt al goed gevonden door de klanten, maar na de opening van



Leonie Pater en Bart Leussink in Almelo bij de nieuwe vlaggenschiplocatie van AVIA Weghorst.



Het station maakt gebruik van drie omvormkasten, die gekoppeld zijn aan een slim energiemanagementsysteem.

Met een laadvermogen tot 560 kW behoren de snelladers op de mobiliteitshub tot de snelste van Europa.



de shop wordt het hier pas echt druk. Die opening staat gepland op 1 oktober, maar wellicht dat de deuren al wel wat eerder opengaan. Medio oktober, als alles helemaal klaar en operationeel is, organiseren we een grote officiële opening.”

alle Hush-locaties, ook terecht voor een blikje energiedrank en een broodje bal.”

Supersnelle laadfaciliteiten

Bij ontwikkeling van het foodconcept is gekozen voor de naam Hush omdat dit het tegenovergestelde is van 'rush', wat haast en spoed betekent. “Hush staat voor stilte, rust en kalmte”, legt Leonie uit. Hoe anders gaat het eraan toe op de twee snellaadpleinen van de mobiliteitshub in Almelo. Daar draait alles om snelheid, kracht en hoge laadvermogens. “Voor elektrische trucks hebben we vier snellaadplekken met een laadvermogen tot 560 kW”, vertelt Bart. “Daarmee laad je een gemiddeld accupakket van een e-truck in ongeveer 20 minuten weer op tot zo'n 80%. Uiteraard afhankelijk van het accupakket, de laadstatus en de laadcurve van de truck. Maar supersnel dus. En tamelijk uniek. In een publieke setting vind je zulke krachtige snelladers maar op een paar plekken in Europa. Daarmee onderscheiden we ons en spelen we in op de groeiende behoefte aan dit soort supersnelle laadfaciliteiten voor elektrische trucks. Het laden met die hoge vermogens gebeurt bij ons via een standaard CCS2-aansluiting (officiële Europese standaardstekker, red.). Bovendien is de locatie voorbereid op MCS, de nieuwe

'Dit station heeft alles in huis voor de mobiliteitsvraag van de toekomst'

Foodconcept Hush

De shop wordt ingericht volgens het foodconcept Hush. “Het wordt al weer de achtste Hush-locatie”, zegt Leonie Pater. “Ook hier creëren we weer een rustpunt waar mensen, die onderweg zijn, kunnen bijtanken en genieten van kwalitatief uitstekende en gezonde dranken en voeding in een prettige en schone omgeving. Het wordt, geheel volgens de formule, een ruime shop met een restaurant-gedeelte en een plek waar veel aandacht is voor goede hygiëne, comfort en ambiance. Bij Hush kunnen mensen onthaasten en bieden we hen de mogelijkheid om te kiezen voor goede en gezonde voeding. Die wordt elke dag vers op de locatie bereid. Maar uiteraard kun je straks hier, net als bij

megawattstandaard voor zwaar wegvervoer. Zodra daar behoefte aan ontstaat, kunnen we hierin opschalen.”

Geen gebrek aan stroom

Voor personenauto's heeft AVIA Weghorst een laadplein met zes snelladers bij het nieuwe energiestation. Bart: “Daarmee kun je met een vermogen tot 400 kW laden. Die laadinstallaties zijn de krachtigste die er momenteel voor personenauto's zijn. Afhankelijk van wat een auto aankan, kun je daarmee al in enkele minuten 100 kilometer aan bereik aan je accu toevoegen. Daarnaast hebben we op het ruime parkeerterrein (met 56 plaatsen, red.) nog zes plekken met AC-laadpalen. Gebrek aan stroom hebben we op deze

'Voor elektrische trucks zijn er vier snellaadplekken met een laadvermogen tot 560 kW'

locatie gelukkig niet. De laadvoorzieningen worden gevoed via de elektriciteitsaansluiting van de locatie. Daarnaast wekken we lokaal elektriciteit op met zonnepanelen op het dak. Met drie omvormkasten, gekoppeld aan een slim energimanagementsysteem, stemmen we de beschikbare capaciteit, de lokale opwek en het verbruik van de laadvoorzieningen optimaal op elkaar af. Zo kunnen we de beschikbare energie dynamisch en efficiënt verdelen. De aansluiting

Voor personenauto's is er een laadplein met zes snelladers waarmee je met een vermogen tot 400 kW kunt laden.



biedt voldoende ruimte om de laadinfrastructuur in de toekomst verder uit te breiden.”

Dat soort slimme laadoplossingen verzorgt AVIA Weghorst via AVIA VOLT ook voor een groot aantal bedrijven op het Almelo XL Businesspark en in de rest van Nederland.

14 pompen

Tanken kun je bij de mobiliteitshub uiteraard ook. Het station heeft maar liefst 14 pompen, waarvan 8 voor vrachtwagens, met in totaal 42 slangen. Naast traditionele brandstoffen biedt AVIA Weghorst hier ook HVO100 aan. “We hebben hier een heel compleet aanbod”, vertelt Bart. “Met dit station anticiperen we op de ontwikkelingen in de automobilititeit en het wegvervoer. Het percentage elektrische vrachtwagens zal naar verwachting snel stijgen de komende jaren. Daar is laadinfrastructuur voor nodig en dragen wij met onder andere deze hub aan bij. Het aantal elektrische personenauto's zal ook flink doorgroeien de komende jaren, als gevolg van meerdere marktontwikkelingen die we zien. Met de mobiliteitshub in Almelo zijn we daarop voorbereid. De locatie is toekomstbestendig en heeft alles in huis voor de mobiliteitsvraag van de toekomst.”

Strategische locatie

AVIA Weghorst is heel blij met de Almelo toevoeging aan zijn netwerk. Leonie: “Het is een heel strategische locatie. Centraal in ons werkgebied. De hub ligt langs de A35 en vlakbij de op- en afritten van die snelweg. Op dit stuk van de A35 rijden tussen de 41- en 44.000 voertuigen per dag. Waaronder veel vrachtwagens. Aan deze snelweg (die Wierden en Enschede verbindt en 28 km lang is, red.) lag ook nog geen tankstation. Verder staat de mobiliteitshub op een groot bedrijventerrein aan de zuidkant van Almelo met veel logistieke bedrijven. Aangrenzend wordt de komende jaren het XL Businesspark 2 aangelegd. Hiernaast ligt een grote, drukbezochte carpoolplaats. Dat alles bij elkaar maakt deze locatie heel aantrekkelijk. De komst van McDonald's, op het nu nog braakliggende terrein aansluitend op de parkeerplaats van onze mobiliteitshub, maakt deze plek straks alleen nog maar interessanter.”

Veel doorzettingsvermogen

De vestiging van de mobiliteitshub kende een lang voortraject. Bart: “Dit project vergde inderdaad veel doorzettingsvermogen. De eerste aanbesteding was acht jaar geleden. Daarvoor waren wij in de race. De locatie werd toen gegund aan de EG Group. Daartegen hebben wij bezwaar gemaakt, waarna een langdurig juridisch traject volgde. De EG Group veranderde echter een paar jaar geleden haar investeringsstrategie in Nederland. Dat creëerde een opening voor ons. We gingen het gesprek aan en kwamen tot een overeenkomst waarbij wij het project en de vergunning konden overnemen. Daarna pakten we snel door. Eind vorig jaar is begonnen met het grondwerk en in januari begon de bouw. We zijn trots op wat we hier hebben neergezet en kunnen niet wachten om straks volledig operationeel te zijn.” 🌱

'We zijn trots op wat we hier hebben neergezet'



De meterkast als zenuwcentrum van het moderne tankstation

Tekst: Bas Hakker

Een meterkast was voor een tankstationondernemer lange tijd vooral een technische voorziening waar hij zich nauwelijks mee hoefde bezig te houden. Zolang de verlichting brandde, de pompen werkten en de koelingen bleven draaien, was er weinig reden om de deur van de kast te openen. Die tijd is definitief voorbij. Door de komst van laadpalen, zonnepanelen, batterijen en andere elektrische toepassingen groeit de meterkast uit tot het zenuwcentrum van het moderne tankstation.

Dat merkt ook Ferd Geerlings, mede-eigenaar van Tankstation Reuver. Een aanpassing die aanvankelijk overzichtelijk leek, mondde uit in een ingrijpende en kostbare vernieuwing van vrijwel de volledige elektrische installatie. Geerlings heeft op zijn locatie niet alleen een tankstation, maar ook zonnepanelen. Daarnaast liggen er 254 zonnepanelen op het dak en is er een batterij geplaatst. Al die onderdelen hebben hun eigen elektrische vraag of leveren juist stroom terug. Daardoor ontstond in de loop van de jaren een steeds ingewikkelder systeem van verschillende meterkasten, aansluitingen, omvormers, schakelaars en beveiligingen. 'Van het een kwam het ander', vertelt Geerlings. 'We hadden meerdere meterkasten, waarbij de ene kast weer andere onderdelen aanstuurde. Door de zonnepanelen en de batterij werd het systeem steeds uitgebreider. Op een gegeven moment bleek dat je niet meer met een kleine aanpassing klaar was.'

Afgekeurd bij de keuring

De directe aanleiding om de installatie grondig onder de loep te nemen, was een keuring in

opdracht van de verzekeraar. Een oudere meterkast werd daarbij afgekeurd. De vervanging daarvan liet enige tijd op zich wachten, mede omdat gespecialiseerde elektriciens bijzonder druk zijn. Toen de nieuwe kast uiteindelijk was geplaatst, bleek ook die niet direct aan alle vereisten te voldoen. Bij een verzwaring van de aansluiting was een hoofdschakelaar geplaatst die niet aansloot bij het vermogen dat op de installatie stond vermeld. Dat lijkt misschien een administratief detail, maar voor een inspecteur en verzekeraar is het essentieel dat de installatie, de beveiliging en de bijbehorende aanduidingen volledig met elkaar overeenkomen.

'Op de sticker stond een ander amperage dan de schakelaar aankon', zegt Geerlings. 'Dan wordt de installatie dus niet goedgekeurd. Je kunt zo'n sticker natuurlijk niet zomaar verwijderen en doen alsof het probleem niet bestaat. Uiteindelijk moet het technisch gewoon kloppen.' Daar kwam bij dat er inmiddels een batterij aan het systeem was toegevoegd. Een installatie die ooit voor een veel eenvoudiger energiehuishouding was aangelegd,



Dit is uiteindelijk de meterkast geworden van Tankstation Reuver.

moest daardoor steeds meer vermogen verwerken en verschillende energiestromen aansturen. De conclusie van een specialist was uiteindelijk duidelijk: niet opnieuw een onderdeel vervangen, maar de oude situatie volledig opruimen en één nieuwe, overzichtelijke installatie bouwen.

Geen losse producten stapelen

Volgens Sjoerd van Gelder van Techniek Nederland is de ervaring in Reuver kenmerkend voor de manier waarop veel bedrijven hun energievoorziening de afgelopen jaren hebben uitgebreid. Eerst kwamen er zonnepanelen, daarna laadpunten en vervolgens mogelijk een batterij. Ieder onderdeel werd afzonderlijk aangeschaft en aangesloten, terwijl het totale energiesysteem niet altijd het uitgangspunt was. 'Je moet voorkomen dat je alleen maar producten op elkaar stapelt', zegt Van Gelder. 'Een ondernemer wil zonnepanelen

en krijgt een zonne-installatie. Vervolgens wil hij een batterij en wordt er een batterij bijgeplaatst. Daarna komen de laadpalen. Maar de belangrijkste vraag is wat je uiteindelijk met al die energie wilt doen en hoe alle onderdelen met elkaar samenwerken.'

Van Gelder maakt daarbij onderscheid tussen productverkopers en systeemdenkers. Een productverkoper richt zich vooral op het installeren van een specifieke oplossing. Een systeemdenker kijkt eerst naar het totale verbruiksprofiel van het bedrijf. Wanneer ontstaat de grootste vraag naar stroom? Wanneer produceren de zonnepanelen het meest? Hoeveel vermogen kan de bestaande aansluiting leveren? En welke processen kunnen eventueel worden verschoven naar een ander moment?

Bij een tankstation wordt die manier van denken steeds belangrijker. Elektrische auto's zorgen namelijk voor grote vermogenspieken. De ondernemer weet vooraf niet altijd precies wanneer meerdere voertuigen tegelijk willen laden. Tegelijkertijd produceren zonnepanelen vooral overdag stroom, terwijl het verbruik zich niet noodzakelijk op hetzelfde moment voordoet. 'De vraag is niet hoe je zo snel mogelijk een laadpaal op het terrein krijgt', legt Van Gelder uit. 'De vraag is hoe je ervoor zorgt dat de auto's op de drukke momenten daadwerkelijk kunnen worden geladen. Daarvoor moet je het energieprofiel van de hele locatie kennen.'

Een energiemanagementsysteem kan daarbij helpen. Zo'n systeem registreert hoeveel elektriciteit een locatie opwekt en verbruikt. Vervolgens kan het bepalen wanneer een batterij

'We hadden meerdere meterkasten'

Sjoerd van Gelder: 'De vraag is hoe je ervoor zorgt dat de auto's op de drukke momenten daadwerkelijk kunnen worden geladen. Daarvoor moet je het energieprofiel van de hele locatie kennen.'

'Uiteindelijk moet het technisch kloppen'

moet worden opgeladen, hoeveel vermogen naar laadpunten mag gaan en welke bedrijfsprocessen tijdelijk minder stroom kunnen gebruiken. Daarmee kan een ondernemer soms uitbreiden zonder dat de netaansluiting direct hoeft te worden verzwaaard. Dat is volgens Van Gelder een belangrijk inzicht in een tijd waarin op veel plaatsen netcongestie is afgekondigd. Een grotere aansluiting is lang niet altijd snel beschikbaar. Ondernemers moeten daarom nauwkeuriger kijken naar het vermogen dat ze al hebben. 'Vroeger was de reactie vaak heel eenvoudig: meer vermogen nodig, dus een grotere aansluiting aanvragen. Die tijd is voorbij. Nu moet je eerst bekijken hoe je de bestaande capaciteit slimmer kunt benutten.'

Lang wachten op technische vakmensen

Voor Geerlings zat de grootste frustratie niet alleen in de technische complexiteit, maar ook in de doorlooptijd. Door het tekort aan gespecialiseerde vakmensen duurde het lang voordat offertes, ontwerpen en werkzaamheden konden worden uitgevoerd. Ondertussen bleef de afgekeurde installatie een aandachtspunt richting de verzekeraar. 'Je moet er als ondernemer echt vroeg bij zijn', zegt hij. 'Voor een relatief groot project ben je maanden verder voordat alles is bekeken, berekend, ingepland en uitgevoerd. Wij hebben uiteindelijk ruim een jaar op de werkzaamheden moeten wachten.'

De nieuwe installatie bij Tankstation Reuver vraagt bovendien om een tijdelijke onderbreking van de stroomvoorziening. Naar verwachting ligt de locatie tijdens de vervanging ongeveer twee dagen grotendeels stil. Voor een tankstation met een shop, pompen, koelingen, laadvoorzieningen en zonnepanelen is dat een ingrijpende operatie. Ook de batterij blijkt niet automatisch de oplossing voor een stroomuitval. Veel ondernemers gaan ervan uit dat een batterij het bedrijf bij een storing



zelfstandig van elektriciteit kan voorzien, maar in de praktijk schakelt een installatie bij netuitval vaak volledig af, onder meer vanwege veiligheidsvoorschriften. 'Wij dachten aanvankelijk ook dat we met de batterij gewoon konden doordraaien', zegt Geerlings. 'Maar bij stroomuitval wordt de installatie afgesloten en ligt de batterij stil. Wanneer je noodstroom wilt, moet het systeem daar specifiek voor worden ontworpen en moeten ook de omvormers en schakelingen daarop zijn voorbereid.'

Forse investering

De vernieuwing van de meterkast kost Geerlings naar schatting ongeveer 10.000 euro. Eerder werd al zo'n 25.000 euro geïnvesteerd in aanpassingen aan een andere kast. Het zijn bedragen die uiteindelijk moeten worden terugverdiend met de activiteiten op de locatie, waaronder de zonnepanelen, het tankstation en de energie-installaties. Juist daarom adviseert hij andere ondernemers om niet alleen naar de eerstvolgende investering te kijken. Wie vandaag zonnepanelen aanschaft, moet al nadenken over een mogelijke batterij of laadinstallatie van morgen. Omvormers en schakelaars die voor de huidige situatie voldoende zijn, kunnen bij een volgende uitbreiding opnieuw vervangen moeten worden. 'Wanneer wij het nu opnieuw zouden doen, zouden we vanaf het begin naar het hele systeem kijken', zegt Geerlings. 'Anders betaal je steeds opnieuw voor onderdelen die technisch nog niet versleten zijn, maar niet meer bij de nieuwe situatie passen.' 🌱

'Natuurlijk kun je alles strak en modern maken, maar dan verlies je ook iets van je identiteit'

Wie het terrein van Heinen Brandstoffen in De Heurne kent, weet dat dit geen doorsnee tankstation is. De winkel oogt eerder als een ouderwetse kruidenierszaak dan als een moderne shop, met houten vakkenkasten die al sinds de jaren vijftig dienstdoen. Achter de kassa staat geregeld eigenaar Gerrit Heinen zelf. Zijn bedrijf draait niet alleen om brandstoffen, olie en gas, maar vooral om mensen. In de Achterhoek noemen ze dat 'noaberschap': naar elkaar omkijken, elkaar helpen en net dat stapje extra zetten.

Tekst: Bas Hakker

Foto's: Danny Cornelissen

Was het voor jou altijd duidelijk dat u het familiebedrijf zou overnemen?

'Nee, helemaal niet. Ik ben in 1992 definitief in het bedrijf gekomen, maar daarvoor heb ik eerst een aantal jaren in Rotterdam gewerkt bij de groothandel in olie. We verkochten brandstoffen

vanaf de depots aan handelaren door heel Nederland en daardoor heb ik de branche van een heel andere kant leren kennen. Toen ik naar Rotterdam vertrok, wist ik eerlijk gezegd nog niet of ik ooit terug zou komen. Maar hoe langer je ergens werkt, hoe beter je ziet hoe dingen gaan. Op een gegeven moment zei mijn vader: "Als je in de

Gerrit Heinen: 'Noaberschap is veel meer dan buurhulp. Het is een oud systeem van rechten én plichten.'



zaak wil, moet je het nu doen." Daar heb ik eigenlijk geen seconde over hoeven nadenken.'

Waarom koos je uiteindelijk toch voor het familiebedrijf?

'Het contact met mensen. De groothandel is ontzettend interessant, maar uiteindelijk zit je daar in een relatief kleine wereld. Hier heb je iedere dag contact met klanten en dat vind ik veel mooier. Wij leveren niet alleen brandstof; we leveren ook service. Je kent de mensen, je weet wat er speelt en je bouwt een band op.'

Kwam u met veel nieuwe ideeën binnen?

'De basis van het bedrijf was uitstekend. Mijn vader had een solide onderneming opgebouwd. Alleen zaten we nog wel heel erg in de manier van werken van de jaren zestig en zeventig. Computers? Nauwelijks. Veel ging nog handmatig. Ik vond dat we daarin stappen moesten zetten, maar dat betekent niet dat het vroeger slecht was. Integendeel. Maar iedere generatie kijkt weer anders naar een bedrijf. Je wilt processen slimmer maken, automatiseren waar dat zin heeft en zorgen dat je klaar bent voor de toekomst.'

Een van de opvallendste dingen is de winkel. Die ziet eruit alsof de tijd er heeft stilgestaan.

'Dat klopt eigenlijk ook. Oorspronkelijk hadden mijn opa en zijn broer hier een bakkerij, een molen en een kruidenierswinkel. Vanuit de molen zijn we uiteindelijk steeds verder de oliehandel ingerold. Die kruidenierswinkel was er nog toen ik in het bedrijf kwam. Op een gegeven moment hebben we besloten om die winkel onderdeel van het tankstation te maken. Maar we hebben die

prachtige houten inrichting gewoon behouden. Volgens mij bestaat er in Nederland geen tweede tankstation met zo'n interieur. Alles is nog handwerk, met houten vakken en schappen uit de jaren vijftig. Veel mensen zeggen dat het bijzonder is en dat vinden wij zelf eigenlijk ook. Het vertelt iets over waar we vandaan komen.'

Waarom heb je dat nooit gemoderniseerd?

'Omdat het bij ons past. Natuurlijk kun je alles strak en modern maken, maar dan verlies je ook iets van je identiteit. Op een gegeven moment ga je jezelf afvragen waarom je dingen eigenlijk doet. Wat is je drijfveer? Waar word je blij van? Toen kwam ik steeds weer uit bij de Achterhoek. Wij zitten hier vlak bij de Duitse grens, midden in een streek waar gemeenschapszin nog heel belangrijk is. Daar hoort ook onze winkel bij.'

Op jullie site gaat het vaak over noaberschap. Wat betekent dat precies?

'Noaberschap is veel meer dan buurhulp. Het is een oud systeem van rechten én plichten. Je helpt elkaar als dat nodig is, maar je weet ook dat je zelf ooit geholpen wordt. Bij een bruiloft of een begrafenis zie je dat hier nog steeds. Dan neemt de buurt heel veel werk uit handen. Mensen staan voor elkaar klaar en dat zit diep in de cultuur van de Achterhoek. Dat gevoel hebben wij eigenlijk vertaald naar ons bedrijf.'

Hoe ziet dat er in de praktijk uit?

'Door dienstbaar te zijn, nét dat stapje extra te zetten. Niet denken: het is vijf uur, ik ga naar huis. Nee, als een klant hulp nodig heeft, probeer je dat op te lossen. Dat zit in kleine dingen, even

'Het gaat niet om brandstof, maar om vertrouwen.'



'Veel mensen zeggen dat het bijzonder is en dat vinden wij zelf eigenlijk ook. Het vertelt iets over waar we vandaan komen.'

meedenken, helpen, een vriendelijk woord. Dat kost vaak helemaal niets. Wij zijn geen landelijke keten met honderden vestigingen, maar een regionaal familiebedrijf. Dan moet je het ook hebben van de relatie met je klanten.'

Werkt dat ook echt?

'Ja, absoluut. Mensen komen terug omdat ze zich hier prettig voelen. Natuurlijk kijken klanten ook naar de prijs - dat doen we allemaal - maar uiteindelijk willen mensen ook gewoon prettig geholpen worden. Dat zit niet alleen bij mij, maar voor iedereen die hier werkt. Onze chauffeurs, de mensen achter de kassa, de collega's op kantoor. Zij zijn allemaal het gezicht van ons bedrijf.'

Dat noaberschap moet natuurlijk ook in jouw medewerkers zitten.

'Absoluut. Dat merk je vanzelf. Mensen die hier werken, moeten een beetje hetzelfde DNA hebben. Als dat niet zo is, dan houdt het meestal vanzelf op. Dat klinkt misschien hard, maar je merkt gewoon dat iemand zich dan niet thuis voelt. Onze chauffeurs zijn ontzettend belangrijk. Die komen bij boeren op het erf, die kennen de klanten persoonlijk. Zij zijn eigenlijk net zo goed het gezicht van Heinen Brandstoffen als ik en dat geldt ook voor de mensen achter de kassa. Iedereen heeft weleens een mindere dag, maar uiteindelijk probeer je er toch weer een geintje van te maken. Een glimlach doet gewoon ontzettend veel.'

Je staat zelf ook nog regelmatig achter de kassa?

'Ja, natuurlijk. Waarom niet? Als er buiten iets opgeruimd moet worden, dan pak ik de kruiwagen. Als het druk is achter de kassa, dan spring ik daar bij. Dat vind ik heel normaal. Ik zie mezelf niet als directeur die alleen maar opdrachten geeft. Daar geloof ik niet in. Je moet gewoon onderdeel blijven van het bedrijf.'



'Een Nederlandse boer en een Duitse boer lopen tegen dezelfde problemen aan en dat maakt het prettig werken.'

Dat lijkt nogal een verschil met Duitsland, waar jullie ook actief zijn.

'Dat klopt. We rijden inmiddels met twee tankwagens in Nederland en met vijf in Duitsland. Dat is in de loop der jaren flink gegroeid. Ik spreek Duits omdat mijn moeder Duits is en dat heeft enorm geholpen. Niet alleen vanwege de taal, maar ook omdat je de cultuur beter begrijpt wan er zijn natuurlijk verschillen. In Duitsland is de hiërarchie vaak duidelijker. Als je daar tegen iemand zegt: "Spring", dan vraagt hij: "Hoe hoog?" In Nederland krijg je eerder de vraag: "Waarom?" Dat is gewoon een andere manier van werken. Maar als je bij boeren komt, zijn de verschillen eigenlijk helemaal niet zo groot. Een Nederlandse boer en een Duitse boer lopen tegen dezelfde problemen aan en dat maakt het prettig werken.'

De ligging aan de grens heeft ook nadelen.

'Jazeker. We hebben periodes gehad waarin de prijsverschillen met Duitsland enorm waren. Dan

wordt het gewoon lastig. Daar kun je als ondernemer weinig tegen doen. We zijn vaak genoeg naar Den Haag geweest om uit te leggen wat de gevolgen waren van accijnsverhogingen, maar uiteindelijk heb je daar weinig invloed op. Gelukkig bestaat ons bedrijf uit meerdere onderdelen. We hebben het tankstation, maar ook een oliehandel en een gashandel. Als het op de ene plek wat minder gaat, vangt een ander onderdeel dat vaak weer op. Dat maakt je als familiebedrijf weerbaarder.'

En blijven investeren zeker?

'Ja. Eigenlijk heb ik alles wat we verdienen weer terug in het bedrijf gestopt. Dat is altijd mijn manier van ondernemen geweest. Dat geldt ook voor automatisering. Je moet daarin meegaan, maar het moet wel iets toevoegen. We zijn ooit begonnen met tankpassen en een nieuw kassasysteem. Dat lijkt nu heel vanzelfsprekend, maar destijds was dat een enorme stap. Ik kijk altijd om me heen. Wat doen anderen? Wat werkt goed? Kunnen wij daar iets van leren?'

'De vierde generatie staat inmiddels klaar. Hoe bijzonder is dat?'

'Dat is heel bijzonder. Mijn dochter is uiteindelijk ook weer in het bedrijf terechtgekomen. Ze heeft een andere opleiding gevolgd, maar ontdekte toch dat dit haar wereld is. Ze rijdt zelfs op de grootste tankwagen. Mijn zoon heeft eerst allerlei andere dingen gedaan. Hij werkte onder meer als stratenmaker en vrachtwagenchauffeur. Op een dag vroeg hij of hij ook bij ons kon beginnen en natuurlijk mocht dat. Ik vind het eigenlijk wel mooi dat ze allebei eerst iets anders hebben gezien. Dan maak je een veel bewustere keuze.'

Moet je leren loslaten?

'Dat is misschien wel het moeilijkste. Je bouwt iets tientallen jaren op en op een gegeven moment moet je accepteren dat anderen het gaan overnemen. Dat is soms lastig, maar het hoort erbij. Bovendien zie ik bij hen precies hetzelfde als wat ik vroeger bij mijn vader had. Zij denken soms ook: dat kan sneller, dat kan slimmer. En eerlijk gezegd hadden wij vroeger precies dezelfde discussie. Zij moeten uiteindelijk de puzzel leggen voor de komende dertig jaar. Ik hoef dat niet meer te doen.'

Hoe zie je de toekomst van de branche?'

'Dat blijft lastig. Voor diesel zie ik de komende tien of vijftien jaar nog wel voldoende toekomst. Zeker in de agrarische sector. Ik zie voorlopig nog geen trekkers met accu's over het land rijden. Maar hoe de wereld er over dertig jaar uit ziet, weet niemand. Elektrisch laden, waterstof... wij zijn niet groot genoeg om daar als eerste miljoenen in te investeren. Dat zou onverstandig zijn. Zodra er een verdienmodel ontstaat dat bij ons past, kunnen we altijd instappen. Maar je moet niet de eerste willen zijn als dat financieel niet verantwoord is.'

'Wat hoop je dat de volgende generatie vooral meeneemt?'

'Dat ze kunnen blijven ondernemen zoals wij dat altijd gedaan hebben, een goede boterham verdienen én dat mensen hier graag blijven komen. Want uiteindelijk draait het niet alleen om brandstof, maar om vertrouwen. Om mensen kennen. Om een stapje extra zetten. Dat is volgens mij de kracht van een familiebedrijf. En zolang we dat blijven vasthouden, heb ik alle vertrouwen in de toekomst.' 🌱

'Ik zie voorlopig nog geen trekkers met accu's over het land rijden. Maar hoe de wereld er over dertig jaar uit ziet weet niemand.'





Pakketautomaten voor iedereen

De voordelen van onze pakketautomaten:

Open netwerk

Modulair

24/7 toegankelijk

Indoor & outdoor

Vrijwel kosteloos

Verzenden, afhalen én retourneren



Meer info



Demmersweg 104
7556 BN Hengelo
Nederland

+31 (0)74 - 240 - 58 90
info@deburen.nl
www.deburen.nl

Eric Elijzen
Sales Manager
+31 6 20 83 98 62



Van pintransactie naar mobiliteitspartner:

Drive en Buckaroo slaan handen ineen

Een handtekening onder een samenwerkingsovereenkomst is vaak een formeel moment. In het Utrechtse hoofdkantoor van Buckaroo is dat echter vooral het begin van een gesprek over de toekomst van de energiestationbranche. Namens Drive zijn André Braakman, Angela de Boer en Martin van Eijk aanwezig. Hij plaatst de handtekening onder de samenwerking, terwijl Buckaroo werd vertegenwoordigd door Robert van Haersma Buma, Martijn van der Haak en CCO Maurits Dekker.

Al snel gaat het gesprek niet meer over contracten, maar over de grote veranderingen die de sector de komende jaren te wachten staan. Elektrisch laden, energietransitie, nieuwe verdienmodellen en de rol van technologie passeren de revue.

Dat juist Buckaroo en Drive elkaar vinden, is volgens Dekker daarom geen toeval. De betaaldienstverlener is al langer actief binnen de mobiliteitssector en ziet dat de grenzen tussen verschillende vormen van mobiliteit hard veranderen. 'We hebben

'Wij kunnen online betalingen verwerken, onbemande tankstations ondersteunen, betaalautomaten koppelen én EV charging faciliteren'

allemaal graag een bredere rol als vertegenwoordiger binnen de mobiliteitssector. We hebben veel bestaande relaties, niet alleen in de energiestationwereld, maar ook in deelmobiliteit en het openbaar vervoer. Dat zijn allemaal verschillende markten, maar uiteindelijk draait het steeds om dezelfde vraag: hoe maak je mobiliteit eenvoudiger voor ondernemers en consumenten?'

Volgens de Chief Commercial Officer is de energiestationbranche juist daarom een interessante markt. Niet omdat betalen ingewikkelder wordt, maar omdat de locaties zelf een veranderen. 'De traditionele pintransactie blijft belangrijk, maar daar houdt het voor ons niet op. Wij willen ondernemers helpen met de volgende stap. Daar ligt de echte toegevoegde waarde.'

Die ontwikkeling sluit naadloos aan bij de koers die Drive voor ogen heeft. Martin van Eijk schetst hoe de vereniging steeds vaker vragen krijgt die veel verder gaan dan de klassieke belangenbehartiging. 'Onze leden vragen niet alleen meer naar brandstoffen of regelgeving. Ze willen weten hoe ze moeten omgaan met elektrisch laden, energievraagstukken en nieuwe investeringen. Daar willen wij ondersteuning bij bieden. Dat is voor ons een belangrijk speerpunt geworden.'

Elektrisch laden vormt daarbij misschien wel de grootste uitdaging. Niet alleen omdat steeds meer automobilisten elektrisch rijden, maar vooral omdat de infrastructuur achterblijft. Netcongestie, onvoldoende aansluitvermogen en hoge investeringen maken de overstap ingewikkeld. Dekker ziet dezelfde ontwikkeling. 'Vrijwel ieder gesprek dat wij met ondernemers voeren gaat tegenwoordig over EV charging, loyalty-apps of nieuwe retailconcepten. De wereld van mobiliteit verandert

razendsnel. Dan wil je als ondernemer een partner die mee kan bewegen en die niet alleen transacties verwerkt.'

Volgens hem ligt juist daar de kracht van het 200 man tellende fintechbedrijf. Waar traditionele banken vaak vooral financiële instellingen zijn, ziet Buckaroo zichzelf als technologiepartner. 'Wij positioneren ons nadrukkelijk als onafhankelijk fintech bedrijf. Door de informele cultuur en snel te reageren spelen wij goed in op de marktvraag.' Die snelheid wordt volgens hem steeds belangrijker. Mobiliteit wordt digitaal, apps spelen een steeds grotere rol en betaalprocessen worden onderdeel van complete klantreizen. 'Steeds meer dienstverlening wordt samengebracht in één app. Daar hoort een flexibel betaalplatform bij dat nieuwe toepassingen kan ondersteunen.' Martijn van der Haak vult aan dat ondernemers juist behoefte hebben aan één partij die verschillende betaalstromen kan afhandelen. 'Wij kunnen online betalingen verwerken, onbemande locaties ondersteunen, betaalautomaten koppelen én EV charging faciliteren. Daarmee heb je als ondernemer één betaalpartner voor vrijwel je complete dienstverlening. Dat maakt het overzichtelijker. Het helpt dat wij terminal- én bankonafhankelijk zijn, waardoor ondernemers in veel gevallen hun bestaande betaalterminals kunnen behouden, dat we de overstap zoveel mogelijk begeleiden en ontzorgen en dat we één betaalpartner kunnen zijn voor onder andere stations, carwash, wasboxen, EV charging en andere onbemande betaaloplossingen.'

Volgens Dekker gaat het daarbij niet alleen om techniek. Ook data en koppelingen worden belangrijker. We hebben verbindingen met tientallen betaalsystemen en kunnen transacties uit allerlei

'Juist omdat mobiliteit zo snel verandert, wil je een partner hebben die daar ook snel op kan inspelen'

verschillende bronnen verwerken. Juist doordat de markt zo snel verandert, ontstaan voortdurend nieuwe propositities. Daar willen wij ondernemers bij helpen.' Die flexibiliteit onderscheidt Buckaroo volgens hem van grotere financiële instellingen wat betekent dat we veel sneller veranderingen kunnen doorvoeren dan een traditionele bank. Daar zit onze kracht.'

Voor Drive sluit dat perfect aan bij de behoefte van de achterban. Energiestationondernemers moeten immers steeds meer investeren, terwijl tegelijkertijd bestaande inkomstenbronnen onder druk staan. Tijdens het gesprek komt uitgebreid de voorgenomen tabakswetgeving aan bod. Volgens Van Eijk dreigt daardoor niet alleen omzetverlies, maar verdwijnen op sommige plekken complete voorzieningen. 'Je gaat winkels verliezen. In dunbevolkte gebieden is het tankstation vaak veel meer dan alleen een plek om brandstof te kopen. Als die shop verdwijnt, verdwijnen ook andere

voorzieningen. Dat heeft veel grotere gevolgen dan alleen de verkoop van tabak.'

'Iedereen wil elektrisch laden stimuleren, maar dan moeten de randvoorwaarden wel op orde zijn. Ondernemers lopen nu vaak vast omdat er simpelweg geen capaciteit (netcongestie) beschikbaar is. Het moet een bestemming worden. Mensen laden straks niet alleen hun auto op, maar drinken ook een kop koffie, werken even of spreken af. Dat is de richting waarin de markt zich ontwikkelt.'

Dekker herkent dat beeld. Volgens hem zal de betaaltechnologie zich automatisch aanpassen aan die nieuwe werkelijkheid. Dat is precies de rol die wij voor onszelf zien.' Daarmee raakt hij de kern van de samenwerking tussen Buckaroo en Drive. Natuurlijk profiteren leden van aantrekkelijke voorwaarden, maar beide organisaties benadrukken dat de samenwerking veel verder gaat dan alleen een financieel voordeel. Het draait om kennis delen, ondernemers begeleiden en samen vooruitkijken naar een branche die fundamenteel verandert.

Aan het einde van de bijeenkomst worden alsnog de contracten op tafel gelegd voor het symbolische tekenmoment. De handtekeningen markeren een gezamenlijke ambitie: ondernemers in de energiestationwereld helpen om de transitie naar nieuwe vormen van mobiliteit met vertrouwen tegemoet te treden. 🌱

Angela de Boer (Drive), André Braakman (Drive), Robert van Haersma Buma (Buckaroo), Martin van Eijk (Drive), Maurits Dekker (Buckaroo) en Martijn van der Haak (Buckaroo).



De Vrije Pomp haalt nieuwe bestuursleden binnen

De Vrije Pomp heeft zijn bestuur uitgebreid met twee nieuwe bestuursleden. Maarten Devilee en Rick Bolten treden toe tot het bestuur van de vereniging van zelfstandige tankstationondernemers. Met hun komst wil De Vrije Pomp de continuïteit van de vereniging waarborgen én verder bouwen aan nieuwe initiatieven die de positie van de aangesloten ondernemers versterken.

De uitbreiding van het bestuur volgt op een wisseling binnen de organisatie. Volgens Esmee Kooloos van De Eendracht was het belangrijk om het bestuur weer compleet te maken. 'Om de continuïteit van de vereniging te waarborgen en het bestuur weer op volle sterkte te brengen, was het noodzakelijk om twee nieuwe bestuursleden aan te stellen.' De zoektocht naar geschikte kandidaten verliep via het bestaande netwerk van De Vrije Pomp. 'Via mond-tot-mondreclame, ons eigen netwerk en goede referenties kwamen we uit bij Maarten en Rick. Beiden zijn bovendien al vanaf het eerste uur betrokken bij De Vrije Pomp en kennen de vereniging én de branche daardoor door en door. Dat maakt dat zij direct van waarde kunnen zijn voor het bestuur.'

Enthousiast over de uitdaging

Rick Bolten hoefde niet lang na te denken toen hij werd benaderd voor de bestuursfunctie. Via een collega uit de branche, die zelf al lid is van De Vrije Pomp, hoorde hij over de mogelijkheid om toe te treden tot het bestuur. 'Ik was positief verrast door het voorstel en had direct zin om een bijdrage te leveren aan de vereniging,' vertelt Bolten. Zijn nieuwe rol bestaat uit veel meer dan alleen het bijwonen van bestuursvergaderingen. Samen met de andere bestuursleden denkt hij mee over de koers en toekomst van de vereniging.

Daarnaast houdt het bestuur zich bezig met de belangenbehartiging van de leden, de organisatie van bijeenkomsten en evenementen en het ontwikkelen van nieuwe initiatieven die de vereniging aantrekkelijk houden voor bestaande én nieuwe leden.

'Ik zie het als een mooie uitdaging om mee te bouwen aan de toekomst van De Vrije Pomp,' zegt Bolten. 'Mijn ambitie is om leden nog beter met elkaar te verbinden en kennisdeling verder te stimuleren. Juist de uitwisseling van ervaringen tussen ondernemers kan veel opleveren. Daarnaast wil ik graag bijdragen aan vernieuwende initiatieven die onze vereniging sterker maken.'

Vereniging volop in beweging

Volgens Kooloos breekt voor De Vrije Pomp een interessante periode aan. De vereniging groeit en werkt tegelijkertijd aan verschillende nieuwe projecten voor haar leden. 'Het gaat goed met De Vrije Pomp,' vertelt zij. 'We hebben onlangs drie nieuwe leden mogen verwelkomen, werken aan een nieuw ontzorgplan voor onze leden en organiseren gedurende het jaar verschillende brandstofacties. Er zit dus volop beweging in de vereniging.'

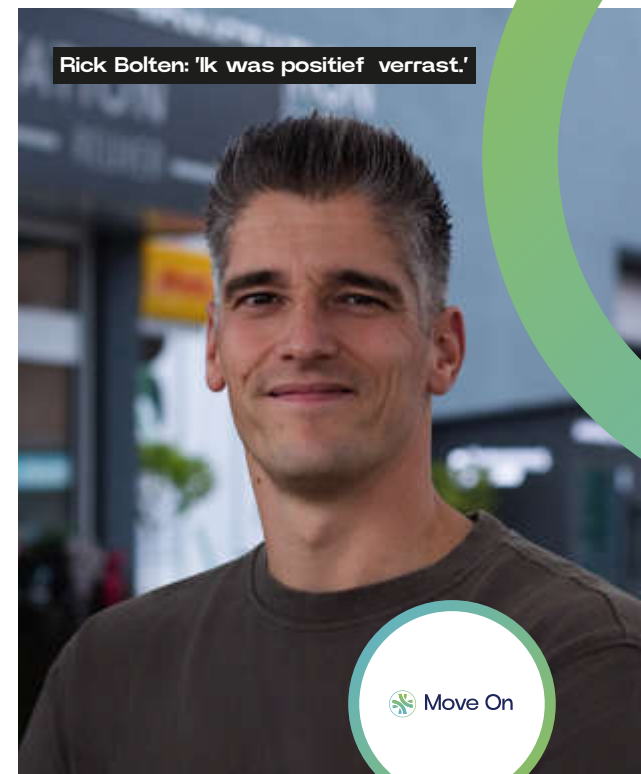
Juist die ontwikkeling vraagt volgens haar om een bestuur dat vooruitkijkt en inspelt op de veranderende behoeften van zelfstandige tankstationondernemers. 'Onze branche verandert voortdurend. Ondernemers

krijgen te maken met nieuwe regelgeving, stijgende kosten, verduurzaming en een steeds complexere bedrijfsvoering. Dan is het belangrijk dat een vereniging haar leden optimaal ondersteunt.'

Ontzorgplan als belangrijk speerpunt

Tijdens een brainstormsessie deze zomer worden de portefeuilles binnen het vernieuwde bestuur verdeeld. Daarna gaan de bestuursleden gezamenlijk verder aan de slag met de strategische koers van de vereniging. Een van de belangrijkste projecten voor de komende periode is de verdere uitrol van een nieuw ontzorgplan. Daarmee wil De Vrije Pomp haar leden nog beter ondersteunen bij uiteenlopende vraagstukken waar ondernemers dagelijks mee te maken krijgen. Daarnaast blijft de vereniging investeren in een sterke belangenbehartiging, gezamenlijke inkoop, nieuwe ledenvoordelen en verdere groei van het ledenbestand. Juist daarin ziet het bestuur een belangrijke rol voor de twee nieuwe bestuursleden. 🌱

Rick Bolten: 'Ik was positief verrast.'





Altijd &
overal
te bekijken

Vergroot je kennis met een webinar

Aanbod webinars in PowerUp:



Feedback geven

Leer hoe je op een positieve
en constructieve manier
feedback geeft.



Gastvrijheid

Ontdek hoe je elke gast
een bijzondere ervaring
bezorgt.

 Gegeven door branche-experts

 Praktisch en direct toepasbaar in de praktijk

 Voor medewerkers én stationmanagers

Login op PowerUp, ga naar het branchepaspoort en bekijk de webinars!

'Stilstaan is geen optie'

Ruim zestig tankstations dragen inmiddels de naam AVIA Marees, maar directeur Dick-Jan Marees ziet zijn bedrijf allang niet meer als een traditionele brandstoffenretailer. Terwijl de energietransitie het verdienmodel van tankstations ingrijpend verandert, bouwt hij stap voor stap aan locaties waar automobilisten kunnen tanken, laden, eten, drinken én hun auto laten wassen. Onder de naam WashKing ontwikkelde AVIA Marees de afgelopen jaren een eigen formule die inmiddels een volwaardige pijler onder het bedrijf vormt.

Tekst: Bas Hakker

Foto's: AVIA Marees





'Vroeger was ik vooral bezig met stenen en locaties. Tegenwoordig haal ik misschien wel de meeste energie uit mensen die helemaal op hun plek zitten.'

'Als je een merk bouwt, geeft dat duidelijkheid.
Niet alleen voor de klant, maar ook voor je
medewerkers.'

Volgens Marees draait het daarbij niet alleen om schone auto's, maar vooral om ondernemerschap. Durven investeren voordat de markt er klaar voor is, kansen herkennen voordat anderen ze zien en vooral blijven bouwen aan locaties waar klanten graag terugkomen. 'Je weet nooit precies hoe de markt zich ontwikkelt, maar stil blijven staan is geen optie. Dan loop je vanzelf achter de feiten aan.'

Voor Dick-Jan Marees begon die ontwikkeling jaren geleden met een eenvoudige vraag: hoe ziet een tankstation er over tien of twintig jaar uit? Hij zag dat de afhankelijkheid van brandstoffen langzaam zou afnemen en wilde voorkomen dat zijn bedrijf volledig afhankelijk bleef van één inkomstenbron. Daarom ging hij op zoek naar activiteiten die logisch aansluiten bij een tankstation én ook in een

veranderende mobiliteitsmarkt relevant blijven. 'Ik vind wassen gewoon een mooie activiteit. Mensen komen toch al naar je locatie en met een goede wasvoorziening maak je zo'n plek completer. Uiteindelijk wil je dat klanten meerdere redenen hebben om naar je toe te komen.' Vanuit die gedachte ontstond WashKing, een merk dat bewust los werd ontwikkeld van AVIA. Veel wasstraten dragen volgens Marees nog altijd een lokale naam, maar hij wilde een formule bouwen die op meerdere locaties dezelfde kwaliteit en uitstraling biedt. 'Als je een merk bouwt, geeft dat duidelijkheid. Niet alleen voor de klant, maar ook voor je medewerkers. Daarom hebben we een compleet merkboek gemaakt waarin staat hoe een locatie eruit moet zien en welke uitstraling daarbij hoort. Daardoor hoeft je niet iedere keer

opnieuw het wiel uit te vinden.' De ervaring die AVIA in de loop der jaren opdeed met merkconsistentie hielp daarbij. 'Je leert natuurlijk van een groot merk als AVIA. Daar werken ze al jarenlang met duidelijke richtlijnen en die discipline hebben we ook bij WashKing toegepast.' Volgens Marees zit de kracht bovendien niet in één nieuwe activiteit, maar juist in de combinatie. Brandstoffen, laadvoorzieningen, horeca, duurzame energie en autowassen vormen samen de basis voor de mobiliteitslocatie van de toekomst. 'Alleen op brandstoffen kun je de toekomst niet bouwen. Daarom investeren we op meerdere fronten tegelijk. Niet omdat één activiteit straks alles moet verdienen, maar omdat ze elkaar versterken.'

Relatief eenvoudig

Dat laatste vraagt volgens hem wel om een consequente aanpak. Een wasstraat neerzetten is relatief eenvoudig, maar ervoor zorgen dat die er vijf of tien jaar later nog steeds als nieuw uitziet, is minstens zo belangrijk. Juist daar ziet hij in de markt veel verschil. 'Je ziet nog regelmatig dat wasboxen of wasstraten een beetje een ondergeschoven kindje worden. Dat vind ik zonde, want klanten moeten het gevoel hebben dat ze op een verzorgde locatie komen.' Daarom krijgen de waslocaties binnen AVIA Marees dezelfde aandacht als de tankstations. Facilitaire medewerkers onderhouden beide onderdelen en ook grotere investeringen worden niet uit de weg gegaan. 'Na verloop van tijd zie je bijvoorbeeld dat vloeren slijten door alle chemische middelen die gebruikt worden. Dan kun je wel denken dat het nog een paar jaar mee kan, maar wij kiezen er liever voor om opnieuw te investeren. Een verzorgde locatie straalt kwaliteit uit en dat merken klanten meteen.' Die kwaliteitsgedachte loopt door in de hele formule. WashKing probeert niet de goedkoopste aanbieder te zijn, maar wil vooral bekendstaan om betrouwbaarheid en een constante ervaring. 'Bij brandstoffen heb je heel

kleine marges. Dan kun je niet eindeloos stunten met acties. Bij autowassen kun je veel creatiever zijn. Natuurlijk zetten we social media en acties in om klanten te bereiken, maar uiteindelijk draait het erom dat mensen terugkomen omdat ze tevreden zijn. Ze moeten denken: mijn auto was goed schoon en de locatie zag er netjes uit. Dat is uiteindelijk veel belangrijker dan een paar euro korting.' Daarmee probeert AVIA Marees een relatie op te bouwen die verder gaat dan één bezoek. In een markt waarin automobilisten steeds meer keuze hebben, is volgens Marees juist die combinatie van kwaliteit, herkenbaarheid en een verzorgde uitstraling het onderscheidende vermogen.

Hoorn

Het denken in complete mobiliteitslocaties komt misschien wel het duidelijkst tot uiting op het mobiliteitsplein in Hoorn. Daar komen tanken, elektrisch laden, horeca en autowassen samen op één locatie, waardoor verschillende activiteiten elkaar versterken. Volgens Marees is dat precies de kant waarop de branche zich ontwikkelt. 'Op zo'n locatie gebeurt van alles. Mensen komen er om

Zo werd het mobiliteitsplein in Hoorn aangekocht op een moment dat nog lang niet alle huurders waren vastgelegd.



te tanken, laden hun elektrische auto op, halen iets te eten of drinken en kunnen ondertussen hun auto wassen. Dat zorgt voor reuring en juist dat maakt zo'n locatie sterk.' Die kruisbestuiving wordt volgens hem alleen maar belangrijker naarmate elektrische auto's terrein winnen. Wie zijn auto oplaadt, verblijft immers langer op een locatie dan iemand die binnen enkele minuten een tank vult. Daardoor ontstaat ruimte voor horeca, retail en andere diensten.

Tegelijkertijd waarschuwt Marees ervoor om elektrisch laden niet te beoordelen op de cijfers van vandaag. 'Je ziet de laadtransacties langzaam toenemen. Dat is positief, maar de winstgevendheid

spat er nog niet vanaf. Dat vraagt nog steeds forse investeringen.' Toch herkent hij hetzelfde patroon als bij eerdere ontwikkelingen in de branche. 'Met brandstoffen duurde het vroeger ook jaren voordat alles echt op gang kwam. Je moet dus accepteren dat je een lange adem nodig hebt. Als je wacht tot een markt volledig volwassen is, ben je eigenlijk al te laat. Dan hebben anderen hun netwerk al opgebouwd.' Die bereidheid om vooruit te investeren loopt als een rode draad door de geschiedenis van AVIA Marees. Nieuwe locaties ontstaan niet omdat een spreadsheet dat voorschrijft, maar omdat cijfers worden gecombineerd met ervaring en intuïtie. 'We laten marktonderzoeken uitvoeren en kijken naar



verkeersstromen, concurrentie en verzorgingsgebieden, maar uiteindelijk ga ik ook veel op gevoel af. Ik rij zelf rond, kijk hoe een omgeving zich ontwikkelt en probeer te ontdekken waar wij echt iets kunnen toevoegen.' Dat betekent ook dat niet iedere kans automatisch wordt aangegrepen. 'Als wij al een sterke locatie in de buurt hebben, heeft het vaak weinig zin om daar nóg een wasstraat te bouwen. Dan kun je je geld beter ergens anders investeren. Niet iedere kans is ook echt een kans.'

Die nuchtere manier van ondernemen betekent ook dat Marees durft te stoppen wanneer een project niet de juiste kant op gaat. 'Soms merk je gewoon dat procedures eindeloos duren of dat de weerstand te groot wordt. Dan moet je niet blijven trekken aan een dood paard. Er komen altijd weer nieuwe kansen voorbij.' Groei is voor hem dan ook geen doel op zichzelf. Hij heeft geen ambitie om binnen een bepaald aantal jaren een vooraf vastgesteld aantal locaties te exploiteren, maar bouwt liever stap voor stap verder aan een organisatie die financieel gezond blijft en ruimte houdt om kansen te benutten. 'Het is eigenlijk kralen rijgen. Er komt iets voorbij, je kijkt of het past en als het klopt, dan doe je het. De ene keer zijn dat een paar nieuwe wasboxen, de andere keer een compleet mobiliteitsplein.' Die filosofie geldt ook voor de mensen binnen het bedrijf. Inmiddels werken tientallen medewerkers bij AVIA Marees en juist die ontwikkeling geeft hem steeds meer voldoening. 'Vroeger was ik vooral bezig met stenen en locaties. Tegenwoordig haal ik misschien wel de meeste energie uit mensen die helemaal op hun plek zitten. Als iemand initiatief neemt, plezier heeft in zijn werk en echt betrokken is, dan zie je dat meteen terug in de organisatie.'

Schaars

Tegelijkertijd beseft hij dat goede mensen schaars zijn. 'We hebben regelmatig vacatures openstaan en die worden gelukkig ingevuld, maar het gaat niet

vanzelf. Uiteindelijk moet er gewoon een klik zijn. Dat geldt voor medewerkers, maar net zo goed voor partners en grondeigenaren. Ondernemen blijft mensenwerk.' Diezelfde overtuiging komt terug in de ontwikkeling van nieuwe projecten. Zo werd het mobiliteitsplein in Hoorn aangekocht op een moment dat nog lang niet alle huurders waren vastgelegd. 'Dat was spannend, maar we geloofden in de locatie. We zagen dat de infrastructuur zou verbeteren en dat de bereikbaarheid enorm zou toenemen. Dan moet je soms gewoon durven investeren.' Dat geldt ook voor de uitstraling van zijn locaties. Marees bewaakt die nauwgezet en verwacht dat huurders daarin meegaan. 'We hebben bewust gekozen voor één architectonische uitstraling. Iedereen heeft zijn eigen identiteit, maar het totaal moet wel één geheel vormen. Als de hele locatie kwaliteit uitstraalt, profiteert iedere ondernemer daarvan.'

Wie met Dick-Jan Marees spreekt, merkt al snel dat hij weinig op heeft met grote management-theorieën of modieuze ondernemerskreten. Zijn visie is verrassend praktisch. Blijven kijken, blijven investeren en vooral niet bang zijn om nieuwe



dingen te proberen. Volgens hem bestaat er geen wondermiddel waarmee tankstationondernemers de energietransitie probleemloos doorkomen. Succes ontstaat door stap voor stap een bedrijf op te bouwen dat aansluit bij de veranderende behoeften van automobilisten. Autowassen blijft daarin een belangrijke pijler, elektrisch laden zal de komende jaren verder groeien en ook horeca en andere voorzieningen krijgen een steeds grotere rol. Samen vormen ze de bouwstenen van de mobiliteitslocatie van de toekomst. 'Je moet je bedrijf voortdurend aanpassen aan wat klanten nodig hebben. Sommige ideeën blijken een schot in de roos, andere werken minder goed. Daar leer je

van en daarna ga je weer verder.' Misschien vat die houding de ontwikkeling van AVIA Marees nog wel het beste samen. Het bedrijf wacht niet af welke kant de markt op beweegt, maar probeert die toekomst zelf vorm te geven. Niet door afscheid te nemen van het tankstation, maar door het stap voor stap opnieuw uit te vinden. 'Je weet nooit precies hoe de markt zich ontwikkelt, maar één ding weet ik wel: stil blijven staan is geen optie.' 🌱

Dick-Jan Marees: 'Soms merk je gewoon dat procedures eindeloos duren of dat de weerstand te groot wordt. Dan moet je niet blijven trekken aan een dood paard.'





**UW TERREIN.
UW KLANT.
UW OMZET.**

Snelladen: het nieuwe tanken.

- ✓ Verdien 20 euro per laadbeurt
- ✓ Meer tijdsbesteding in de shop of horeca
- ✓ Totaaloplossing PV, batterijopslag en slim energiemanagement
- ✓ Van ontwerp en bouw tot beheer en exploitatie

**Wat kan uw locatie
dragen en opleveren?**

Scan voor een technische
haalbaarheidsstudie en
business case.



energie-intern.nl

Ik hoop verrast te worden

Over een paar weken stappen we weer in de auto richting Italië. Mijn kinderen weten inmiddels precies wat er onderweg gaat gebeuren. Zodra we een verzorgingsplaats oprijden, klinkt steevast dezelfde opmerking.

"Nee hè... papa gaat weer foto's maken."

En eerlijk gezegd hebben ze gelijk.

Zij gaan op zoek naar een toilet, een ijsje of iets te eten. Ik kijk naar de laadpleinen, de routing, de horeca en de winkels. Maar vooral kijk ik naar de mensen. Waarom stoppen ze hier?

Waarom rijden ze de vorige locatie voorbij? En wat maakt dat sommige plekken voelen als een verplichte tussenstop, terwijl je op andere locaties eigenlijk nog best even wilt blijven?

Misschien is dat een beroepsdeformatie. Maar ik vind het fascinerend.



De afgelopen jaren heb ik onderweg prachtige voorbeelden gezien, maar ook genoeg locaties waarvan ik dacht: hier had zoveel meer ingezet. Duitsland was ooit toonaangevend met hun uitgebreide Raststätten, maar de foodservice voelt op veel plekken minder onderscheidend dan vroeger. Oostenrijk verrast juist met kleinschalige ondernemers die hun locatie nog een heel eigen karakter geven. En Italië? Daar drink je onderweg misschien wel de beste espresso van Europa, maar ik hoop stiekem ook een plek tegen te komen waar de totale beleving net zo goed is als de koffie.

Misschien is dat wel waar ik deze reis het meest naar uitkijk. Ik hoop verrast te worden.

Niet door de bestemming, maar door de reis. Ik hoop verzorgingsplaatsen tegen te komen waar laden, tanken, horeca, retail en gastvrijheid vanzelfsprekend in elkaar overlopen. Waar je niet stopt omdat de auto daarom vraagt, maar omdat je er graag even wilt zijn.

Want volgens mij is dát de toekomst van onze branche. We verkopen allang niet meer alleen brandstof. We maken mobiliteit mogelijk. En of iemand nu rijdt op benzine, diesel of elektriciteit, uiteindelijk wil iedere reiziger hetzelfde: prettig, comfortabel en zonder gedoe onderweg zijn.

Dat vraagt om een andere inrichting van locaties dan twintig jaar geleden. Laden geeft mensen tijd. Tijd voor een goede kop koffie, een lunch, een overleg of gewoon even rust.

Tegelijkertijd laat de praktijk zien dat we er nog niet zijn. Niet omdat elektrisch rijden geen toekomst heeft, maar omdat de totale reiservaring nog volop in ontwikkeling is.

En misschien is dat wel de grootste les die ik de afgelopen jaren heb geleerd.

Niemand kan die toekomst alleen bouwen.

Achter een verzorgingsplaats werken tegenwoordig vaak meerdere partijen samen. Tango werkt samen met Bakker Bart en Fastned met Vermaat om reizigers meer te bieden dan alleen een laadplek. Carwash- en wasvoorzieningen worden steeds vaker geëxploiteerd door gespecialiseerde

partners. Horecaconcepten voegen gastvrijheid toe aan locaties die vroeger alleen draaiden om brandstof. Iedereen brengt zijn eigen expertise mee.

Die ontwikkeling zie ik op meerdere vlakken.

Onlangs sprak ik met DOET, de vereniging voor elektrisch vervoer. Op papier vertegenwoordigen we verschillende werelden, maar in de praktijk blijken we veel dezelfde uitdagingen te hebben. Vraagstukken als netcongestie, vergunningverlening en de mobiliteit van morgen raken ons allemaal. Ook initiatieven als OQ Value/Fieten/Slump on of onze Drive Connect-meetings laten zien hoeveel waarde ontstaat wanneer ondernemers, leveranciers en kennispartners elkaar opzoeken.

Dat geldt misschien nog wel sterker voor onze gezamenlijke belangen. Of het nu gaat over accijnzen, tabaksbeleid of de toekomst van verzorgingsplaatsen: de grote uitdagingen van vandaag houden zich niet aan de grenzen van één branche. Juist daarom is samenwerking zo belangrijk.

Daar ligt ook de rol die wij als Drive voor ons zien. Niet alleen als belangenbehartiger, maar vooral als verbinder. Een vereniging waar ondernemers, leveranciers en andere organisaties elkaar ontmoeten, kennis delen en samen bouwen aan de mobiliteit van morgen.

Dus ja... deze zomer maak ik ongetwijfeld weer veel te veel foto's. Tot lichte ergernis van mijn kinderen.

Maar stiekem hoop ik dat ik onderweg steeds vaker zie waar wij als sector naartoe groeien.

En als u daar ook aan wilt bouwen, nodig ik u van harte uit om die samenwerking met ons op te zoeken. Tijdens een Drive Connect-meeting, in een gezamenlijk lobbytraject of gewoon met een goed gesprek.

Want uiteindelijk bouwen we niet aan tankstations. We bouwen samen aan de energie voor mobiliteit. 🌱

Voorzitter

Martin van Eijk



De specialist voor legionellapreventie in de washbranche!

BGW Advies heeft een jarenlange ervaring en zet zich in voor de veiligheid van medewerkers en klanten.

Als tankstation of wasstraat ondernemer bent u verantwoordelijk voor de (drink)waterveiligheid van uw personeel en klanten.

U dient te zorgen voor veilig drinkwater en u dient de groei van legionella in het waterleidingnet tot een minimum te beperken.

De Inspectie Leefomgeving en Transport en de waterleidingbedrijven inspecteren bedrijven of hun waterleidingnet voldoet aan de strenge eisen. Afwijkingen kunnen leiden tot verplichte aanpassingen, boetes of zelfs afsluiting van het publieke drinkwaternet.

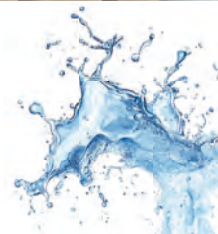
BGW Advies is uw deskundige en betrouwbare partner om u hierin te ontzorgen.



Uw waterleidingnet, onze zorg!

Afhankelijk van de soort locatie ontzorgt BGW Advies u met behulp van de volgende diensten:

- Waterleidingnet controleren op de juiste aanleg en toepassing (inclusief foto's, technisch verbeterplan en beheersplan)
- Het onderzoeken van uw leidingwaternet op risicopunten met betrekking tot legionella-groei en drinkwaterveiligheid (NEN1006)
- Het voorschrijven van verbeteringen aan het waterleidingnet om het aantal risicopunten te verminderen
- Opstellen van een beheersplan voor risicopunten waar geen directe verbetering voor bestaat plus voor het uitvoeren van controles



VOOR ALLE OVERIGE INFORMATIE VERWIJZEN WIJ U NAAR ONZE WEBSITE OF VOOR EEN ADVIES OP MAAT, NEEM CONTACT MET ONS OP!

WWW.BGWADVIES.NL • INFO@BGWADVIES.NL • TEL.: 010 - 295 75 19



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.

03-07-2026

Vanaf 1 juli 2026 **géén automatische aansluitplicht** voor mkb

In gebieden met netcongestie vervalt vanaf 1 juli 2026 de automatische aansluitplicht en netreservering voor kleinverbruikers (tot 3x80A), zoals MKB-ondernemers. Vraag je na deze datum een nieuwe of zwaardere stroomaansluiting aan, dan kom je op één centrale wachtlijst te staan.

Wat dit voor jouw situatie betekent:

Eén gezamenlijke wachtlijst: voorheen kregen huishoudens en kleine aansluitingen automatisch ruimte op het net, maar dit is door nieuwe regels van de Autoriteit Consument & Markt (ACM) gestopt. Groot- en kleinverbruikers komen op dezelfde wachtlijst.

Overgangsperiode

Van 1 juli tot 1 januari 2027 geldt een overgangsfase om de nieuwe werkwijze in goede banen te leiden. Daarna wordt eventueel beschikbare capaciteit onder wachtenden verdeeld.

Prioriteit

Projecten die belangrijk zijn voor de samenleving (zoals woningbouw en onderwijs) krijgen voorrang wanneer er weer capaciteit vrijkomt.

Wat kun je doen?

Heb je de uitbreiding of aanpassing van je aansluiting echt nodig voor

bijvoorbeeld elektrificatie (warmtepompen, laadpalen), uitbreiding of nieuwbouw, en had je nog niet aangevraagd? Overleg dan direct met een erkend installateur of bekijk de mogelijkheden op Netbeheer Nederland.

Eén landelijke aanpak, verschillende uitkomsten

De verdeling gebeurt volgens regels van de ACM. Dit heet het prioriteringskader. Vanaf 1 juli 2026 geldt dit ook voor kleinverbruikers. Netbeheerders verdelen eerst op basis van dit kader. Daarna geldt de volgorde van binnenkomst. Toch verschillen de uitkomsten per regio. Dat komt door verschillen in het netwerk. In het ene gebied ontstaat ruimte. In een ander gebied blijft het net vol. Netbeheerders werken dus hetzelfde. Maar de situatie per gebied is anders.

Van onderzoek naar aansluiting

Als uit onderzoek blijkt dat er ruimte is, volgt een volgende stap. Netbeheerders

beoordelen eerst wat technisch en juridisch kan, daarna verdelen zij de capaciteit. Dat gebeurt stap voor stap. Daarvoor zijn extra berekeningen nodig. Klanten krijgen vervolgens een aanbod dat zij kunnen accepteren of weigeren. Dit proces kost tijd. Daarom is capaciteit niet direct beschikbaar.

Wanneer ontstaat er duidelijkheid? Het elektriciteitsnet bestaat uit meerdere lagen. Bijvoorbeeld landelijke en regionale netten, deze netten zijn verbonden, maar niet uitwisselbaar. Soms is er ruimte op het ene niveau, maar blijft een ander deel van het net vol. Daardoor merken projecten extra capaciteit niet altijd direct. Netbeheerders werken hun onderzoeken regelmatig bij. Vanaf het najaar komen nieuwe uitkomsten beschikbaar, dit gebeurt stap voor stap per regio. Elke uitkomst is een momentopname, de situatie kan daarna weer veranderen en. Daarom ontstaat duidelijkheid niet overal tegelijk.



23-07-2026

Toenemende regelgeving voor energieopslagsystemen (batterijen)

Energieopslag is ook belangrijk voor ondernemers van Drive om netcongestie tegen te gaan, maar de regels voor batterijprojecten worden snel strenger. Ondernemers die een energieopslagsysteem willen realiseren, krijgen te maken met ruimtelijke afwegingen, veiligheidsnormen en vergunningplichten die volop in ontwikkeling zijn.



Elektriciteitsopslagsystemen ("EOS") zijn in korte tijd uitgegroeid tot een belangrijk onderdeel van de energietransitie.

Impact op de omgeving

EOS(batterij)-projecten vragen ruimte, zijn zichtbaar in het landschap en kunnen gevolgen hebben voor geluid, en externe veiligheid. Vooral bij grootschalige batterijopslag kan discussie ontstaan over locatiekeuzes. Nabij hoogspanningsstations en bedrijventerreinen ligt vaak de benodigde infrastructuur, terwijl dezelfde locaties ook schaars zijn vanwege woningbouw, natuur of andere ruimtelijke opgaven. Provincies en gemeenten zoeken daarom steeds vaker naar manieren om opslagprojecten ruimtelijk te sturen, bijvoorbeeld via beleidskaders, omgevingsverordeningen of specifieke regels in het omgevingsplan.

Toenemende sturing

Beleid en regelgeving rondom EOS ontwikkelen zich snel. Onder de Omgevingswet zijn gemeenten in principe bevoegd gezag voor de ruimtelijke beoordeling en vergunningverlening. Tegelijkertijd kunnen provincies via instructieregels sturen op bijvoorbeeld landschappelijke kwaliteit of locatiekeuze. Zo wordt in de conceptherziening van de Omgevingsverordening van Noord-Holland 2022 een instructieregel toegevoegd voor grootschalige energieopslagsystemen in landelijk gebied. De provincie bepaalt daarin dat energieopslagsystemen 1) moeten worden gekoppeld aan de opwek van zon- of windenergie, 2) moeten aansluiten op een bedrijventerrein of 3) bij een 380 kV-station moeten worden geplaatst.

PGS 37

Wat betreft de veiligheid, is recent op Rijksniveau een wijzigingsbesluit ter inzage gelegd waarin EOS in bepaalde gevallen worden aangemerkt als vergunningplichten milieubelastende activiteit. EOS moeten daarbij voldoen aan PGS-37-normen voor veilige opslag van elektriciteit en Lithium houdende energiedragers.

Ten slotte kan het ook voorkomen dat het omgevingsplan nog niet is voorbereid op de komst van energieopslagsystemen.

Het lijkt de ver van mijn bed show maar mocht je dergelijke plannen hebben, houdt dan rekening met de bovenstaande regels. Nu en straks.

Let op!

In aansluiting op bovenstaande organiseert Drive op 7 oktober, in samenwerking met Energiehaven, de Drive Connect Special 'Van liters naar kWh'. Deze bijeenkomst is een vervolg op de presentatie van Stijn en Rob Kromwijk van Energiehaven tijdens de ALV.

Tijdens deze middag staan de volgende onderwerpen centraal:

- Gastsprekers over kansen, uitdagingen en praktijkervaringen rondom elektrisch laden
- Energiehubs en toekomstbestendig investeringen
- Alles rondom ERE's (Emissie Reductie Eenheden)

Van Kessel: partner in tankstations, laadpleinen en de mobiliteit van morgen

Van Kessel exploiteert 43 tankstations in Brabant, Gelderland en Zuid-Holland. Met sterke merken als Argos, Shell en ons eigen duurzame merk Greenpoint bieden wij oplossingen die aansluiten op de mobiliteit van vandaag én morgen.

Greenpoint: Clean Energy Hubs voor de transitie naar duurzame mobiliteit

Met Greenpoint geven we invulling aan de energietransitie. Onze locaties combineren traditionele brandstoffen met duurzame alternatieven, snelladen en waterstof. Zo helpen we ondernemers inspelen op veranderende mobiliteitsbehoeften.

Naast HVO100 en andere duurzame brandstoffen investeren we in openbare laadpleinen voor vrachtverkeer. Deze locaties worden ontwikkeld op strategische plekken langs hoofdwegen en bedrijventerreinen en beschikken over krachtige snelladers tot 360 kW.



Voor iedere locatie een passende oplossing

Elke locatie vraagt om een eigen aanpak. Met de kracht van meerdere merken, jarenlange ervaring en een duidelijke visie helpen wij ondernemers het maximale uit hun locatie te halen.

Wilt u uw tankstation binnenkort verkopen of verhuren? Neem dan vrijblijvend contact met ons op om de mogelijkheden te bespreken.



Van Kessel

T 0492 - 34 12 21

E verkoop@vankesselolie.nl

www.vankesselolie.nl

van Kessel

Geen Tango aan de waterkant, wel grensproblematiek

Tekst: Erik Stroosma

Foto's: NOVE, HISWA-RECRON en Hermus Watersport

Over het nieuws en de ontwikkelingen van tanken en laden langs de weg lees je elke twee maanden alles in Move On Magazine. Anders is dat met tanken en laden aan de waterkant. De tankstations voor de pleziervaart en watersport beleven in de zomermaanden hun toptijd. Een goed moment om eens te kijken wat daar allemaal speelt. En nu we toch op het water zitten, nemen we de bunkerstations voor de beroepsvaart meteen mee.

Als je tanken en laden langs de weg vergelijkt met die activiteiten langs de waterkant, zie je overeenkomsten en verschillen. Een groot verschil is onbemand tanken. Dat is langs en op het water wettelijk niet toegestaan. Dus Tango en TinQ, om er maar een paar te noemen, tref je langs het water niet aan. "Dat is een van de punten die het moeilijk maakt om die activiteit winstgevend te exploiteren", zegt adjunct directeur Jeroen van den Heuvel van HISWA-RECRON. "Op dit moment zijn er zo'n 200

brandstofstations langs de vaarwegen. Vervut de meeste in jachthavens. Die bieden het aan als service en om pleziervaarders en watersporters te trekken. Rijk word je er niet van. Aan de exploitatie zijn strenge milieu- en veiligheidsregels verbonden. Die zijn langs en op het water strenger dan aan

'Wij stimuleren het gebruik van HVO100 actief'

de weg. Eén daarvan is dus dat tanken altijd moet gebeuren door deskundig personeel. Daarnaast hebben de stations gespecialiseerd onderhoud nodig en zijn de verzekeringspremies en leveringskosten vaak hoger dan die van tankstations langs de weg."

Het tanken, bunkeren, van binnenvaartschepen gebeurt vanaf bunkerstations of bunkerschepen.





'Dit sloopt de infrastructuur voor bunkeren voor de binnenvaart'

HVO100

"Bovendien heb je maar een korte tijd om die kosten terug te verdienen", vertelt Jeroen verder. "Het vaarseizoen loopt van eind maart tot eind oktober. Waarbij het zwaartepunt uiteraard ligt in de zomermaanden. Het meest wordt nu nog reguliere diesel getankt, maar HVO/blauwe diesel is in opkomst. Dat gaat 'ten koste' van het aandeel GTL. Uit de meest recente telling, van begin 2024, leverden 31 tankstations langs het water HVO100. Uit de berichten die wij horen, zijn dat er inmiddels (veel) meer en neemt dat aantal snel toe. De

meeste exploitanten bieden het aan in plaats van diesel en niet als extra keuze daarnaast. Vanwege de enorme reductie van broeikasgassen die je ermee kan bereiken, stimuleren wij het gebruik van HVO100 actief. Ik noemde al het jaartal 2024. In de zomer van jaar hebben wij samen met onder andere Waterrecreatie Nederland een enquête gedaan naar het gebruik van HVO in de recreatievaart. De uitkomsten zetten we in om bekendheid van die brandstof bij waterrecreanten te vergroten en de kennis daarover te delen."

Maasplassengebied

"Juist vanwege die hoge CO₂-reductie is het erg jammer dat HVO onder dezelfde productcategorie en accijnswetgeving valt als reguliere diesel", vervolgt Jeroen. "Vanwege de hogere productie- en inkoopkosten ligt de prijs daardoor tussen de 10 en 20 cent hoger dan die van diesel/gasolie. We lobbyen in Den Haag om dat veranderd te krijgen, maar vooralsnog zonder het gewenste resultaat."

Eén van de ongeveer 200 brandstofstations voor de recreatievaart bevindt zich in jachthaven van Hermus Watersport in het Maasplassengebied bij Roermond. "Wij hebben biodiesel en Euro98 op de pomp", zegt mede-eigenaar Emiel Hermus. "Die laatste is langer houdbaar dan Euro95 en daarom kiezen veel klanten met een boot met een benzinemotor of buitenboordmotor daarvoor. In een heel groot gebied zijn wij de enige die deze brandstof aanbieden langs het water. Daarmee trekken we extra klanten."



Eén van de ongeveer 200 brandstofstations in Nederland voor de watersport en pleziervaart.

'Nederland telt tussen de 25 en 30 bunkerstations'

Doorgaan of stoppen

Hoe anders is dat met diesel. De grensproblematiek die tankstations langs de weg ervaren, speelt bij Hermus Watersport ook. De Maasplassen liggen gedeeltelijk in België. Vanwege het prijsverschil tanken veel pleziervaarders en watersporters daar. Emiel: "Of ze rijden met een paar jerrycans even naar België of Duitsland. Daardoor hebben wij zo'n 50% minder klanten. Volgend jaar wordt ons tankstation geïnspecteerd voor het verlengen van de vergunning met 10 jaar. Daarvoor moet het onder meer uit het water worden gehesen. De kosten voor die inspectie liggen, mede daardoor, rond de 20.000 euro. Ik verwacht daarnaast een ton kwijt te zijn aan reparaties en investeringen om te voldoen aan de nieuwste richtlijnen. Zonder hulp kunnen we dat niet dragen. We zijn daardoor in gesprek met lokale overheden en een andere jachthaven, om hierin samen te werken. Wat daar uitkomt, bepaalt of het tankstation volgend jaar openblijft."

REDIII

Problemen met tanktoerisme spelen ook bij de op de binnenvaart gerichte tankstations. Al spreekt men daar van 'bunkertoerisme'. Nederland telt volgens directeur Erik de Vries van NOVE tussen de 25 en 30 bunkerstations. Waaraan vaak een of meerdere bunkerboten verbonden zijn. "Zij voorzien de binnenvaart van een miljard liter gasolie per jaar. Een aantal van de grote

aanbieders in deze markt is ook actief langs de weg: FincoEnergies, VAROPreem en OK, dat bij bunkering opereert onder de naam OK Slurink. Om te verduurzamen is HVO een goed alternatief voor gasolie. In de binnenvaart wordt daar nu nog zeer beperkt op gevaren. Dat geldt ook voor lagere blends met die biodiesel en bijmengingen met FAME (wat volgens een recent onderzoek van TNO in de binnenvaart zou kunnen tot 30%, red.). Het bijmengen van HVO is echter door forse prijsstijgingen sinds 1 januari veel minder aantrekkelijk geworden. Dat heeft alles te maken met de invoering van de derde versie van de Europese richtlijn voor hernieuwbare energie voor vervoer. De Renewable Energy Directive III, REDIII."

Bunkertoerisme

"Nederland heeft die richtlijn al ingevoerd, maar België en Duitsland nog niet", aldus Erik. "De daardoor ontstane prijsverschillen zullen leiden tot bunkertoerisme naar die buurlanden, als zij die richtlijn niet op korte termijn invoeren. Dit verstoort de markt, bedreigt de business en als deze situatie te lang duurt, sloopt het de infrastructuur voor bunkeren voor de binnenvaart. Daar komt geplande invoering van de CO₂-heffing EU-ETS2 per 2028 nog bij. Ook daarmee lijkt Nederland vooruit te lopen op de buurlanden. Wij zijn druk bezig om het beleid gewijzigd te krijgen, maar ondanks alle negatieve gevolgen, ook qua verduurzaming, lopen we tot nu toe tegen een muur op in Den Haag."



Emiel Hermus bij het tankstation van de jachthaven van Hermus Watersport.

Elektrificatie

Als het om verduurzaming in de binnenvaart gaat, heb je het ook over elektrificatie, het gebruik van LNG en waterstof en diesel-elektrisch of hybride varen. Het daarbij nog om hele kleine aantallen, waarbij hybride veruit het meest toegepast wordt. In de recreatievaart is dat, als het om elektrificatie gaat, wel anders. "Daarin zien wij een behoorlijke groei", geeft Jeroen van den Heuvel aan. "5 tot 10% vaart nu elektrisch. Daarbij gaat het vooral om het open-boten-segment; open zeilboten, sloepen. Die laden over het algemeen via de bestaande walstroominfrastructuur op. In gebieden waar elektrisch varen verplicht is, zoals Amsterdam en Utrecht, is wel sprake van een tekort aan laadinfrastructuur. Mede veroorzaakt door netcongestie. De overstap naar elektrisch varen is bij grotere boten prijstechnisch wel een ding. Sowieso zal die transitie langer duren dan op de weg; motoren van recreatie- en pleziervaartuigen gaan lang mee. Gemiddeld 35 tot 40 jaar." 

'In de recreatievaart zien wij een behoorlijke groei in elektrisch varen'

Een branche in transitie



In de Jaarbeurs in Utrecht wordt op woensdag 11 en donderdag 12 november 2026 de vierde editie van de Mobility Energy Expo georganiseerd. De toonaangevende vakbeurs voor professionals die actief zijn in de tankstationbranche in Nederland en België staat in het teken van de energietransitie, duurzame mobiliteit en de laatste ontwikkelingen in food, carwash en payment.

Mobility Energy Expo keert op woensdag 11 en donderdag 12 november terug naar de Jaarbeurs in Utrecht. De beurs, georganiseerd door uitgeverij ProMedia in Rotterdam, combineert dit jaar een dynamische beursvloer met vernieuwde themapleinen en kennistheaters, waar bezoekers terecht kunnen voor workshops, paneldiscussies en informatieve sessies. Mobility Energy Expo is de toonaangevende vakbeurs voor professionals die actief zijn in de tankstationbranche en de wereld van duurzame mobiliteit en de energietransitie. Twee dagen lang staan in Utrecht thema's als tanken, laden, alternatieve brandstoffen, shop en carwash centraal.

Keuzes

De energietransitie stelt de tankstationbranche voor ingrijpende keuzes. Waar traditioneel brandstoffen de kern van het verdienmodel vormden, komt nu een mix van elektrisch laden, waterstof, HVO en nieuwe retailconcepten centraal te staan. De uitdagingen zijn legio: van het krijgen van een

aansluiting tot en met het vinden - of ombouwen van - de locatie. En ga je verder als onbemande of bemande shop? Daarnaast zijn er diverse digitale toepassingen die het managen van een tank- of laadstation veraangenamen. Tijdens Mobility Energy Expo 2026 komen ondernemers, experts en beleidsmakers samen om richting te geven aan de veranderingen waar u als ondernemer voor staat. Kennistheaters en themapleinen Verspreid over de beurs zijn meerdere kennistheaters te vinden met informatieve sessies en paneldiscussies. De sprekers worden op een later moment bekendgemaakt. Verder presenteren exposanten op de beursvloer hun nieuwste producten, diensten en oplossingen. Nieuw dit jaar zijn twee themapleinen, elk met een eigen focus. Zo brengt het Energie & Laadpaviljoen, dat is opgericht in samenwerking met de Fleet Expo, alles rondom elektrificatie, laden en energiebeheer samen op één centrale locatie. Het plein biedt tankstationondernemers concrete handvatten om hun locatie toekomstbestendig te maken. Bezoekers vinden

er onder meer laadpalen en snellaadoplossingen, slimme energiesystemen, betaalsystemen, duurzame energieconcepten en exploitatiemodellen voor laadinfrastructuur. Ook is er een Convenience Alley. Hier vinden bezoekers alles rondom shopconcepten en retail voor de tankstation ondernemer.

Aanvullende omzetstromen

Waar brandstof jarenlang centraal stond, zowel binnen de sector als op de beurs, verschuift de aandacht tegenwoordig steeds meer naar services en aanvullende omzetstromen. Ook op de beurs zal deze ontwikkeling nadrukkelijk zichtbaar zijn. Er is aandacht voor diensten en concepten die meer bezoekers trekken, de verblijfsduur verlengen en extra inkomsten genereren. Denk bijvoorbeeld aan wasserettes, pakketautomaten, aanhangwagenverhuur, bloemen- en cadeauconcepten en aanvullende digitale diensten. Tot slot staan, net als voorgaande jaren, de nieuwste ontwikkelingen op het gebied van autowassen en car care op de beursvloer centraal. Bezoekers kunnen zich onder meer laten informeren over onder andere onbemand wassen, duurzaamheid, chemie, interieurreiniging, detailing en betaalsystemen. Registreren Het evenement vindt plaats op 11 en 12 november in de Jaarbeurs Utrecht. Registreren voor de beurs is gratis en binnenkort mogelijk. 



MEER RENDEMENT UIT JOUW WASLOCATIE

Meer rendement en geen zorgen meer van jouw locatie?

Ga voor een samenwerking met Basic Wash. 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 gemaakt potentieanalyse weet je direct wat de mogelijkheden zijn.

Interesse?

Neem contact op via vincent@basicwash.nl en ontvang een vrijblijvende potentie analyse voor jouw locatie.

Kijk ook eens op onze website www.basicwash.nl



Met Skippify meer rendement uit ieder bezoek

Tekst: Birgitta van der Linden

Het tankstation van de toekomst draait allang niet meer alleen om brandstof. De shop ontwikkelt zich steeds meer tot een volwaardige retail- en foodlocatie, terwijl ondernemers zich tegelijkertijd voorbereiden op het verdwijnen van de tabaksverkoop. Dat vraagt om nieuwe manieren om omzet te genereren. Volgens Jeffrey Brouwer, CEO van Skippify, ligt de grootste kans niet in het aantrekken van meer bezoekers, maar in het verhogen van de gemiddelde besteding van de klanten die er al zijn.

Tijdens de Drive Connect-bijeenkomst in mei verzorgde Jeffrey de workshop 'Meer omzet per bezoek'. Daar liet hij zien hoe een slim digitaal ecosysteem – bestaande uit onder meer orderkiosken, digitale menuborden, LED-schermen en elektronische schaplabels – ondernemers helpt om hun shop efficiënter te laten draaien én tegelijkertijd de omzet te verhogen.

Meer omzet zonder extra bezoekers

'Veel ondernemers vragen zich af hoe ze de omzet kunnen opvangen die verdwijnt door het wegvallen van de tabaksverkoop', vertelt Jeffrey. 'Een belangrijke oplossing is ervoor zorgen dat iedere bezoeker nét iets meer besteedt.' Volgens hem gebeurt dat door hen op het juiste moment de juiste keuzes aan te bieden. 'Met technologie kun je de besteding beïnvloeden. Denk aan een campagne, een tijdelijke promotie of een suggestie voor een

extra product. Dat kan een koek bij de koffie zijn, een menuvoordeel of een extra topping op een broodje.'

Digitale oplossingen maken het bovendien mogelijk om het aanbod gedurende de dag aan te passen. Zo kan een ondernemer in de ochtend andere producten onder de aandacht brengen dan tijdens de lunch of in de avond. Ook prijswijzigingen zijn eenvoudig door te voeren met elektronische schaplabels, waardoor aanbiedingen automatisch kunnen meebewegen met het moment van de dag.

De orderkiosk als commerciële assistent

Een belangrijk onderdeel van het ecosysteem is de orderkiosk. Die wordt vaak gezien als een oplossing voor personeelstekorten, maar volgens Jeffrey zit de grootste winst ergens anders. 'Een kiosk stelt altijd dezelfde vragen. Een medewerker achter de

balie doet dat tijdens drukke momenten vaak niet.' Dat heeft alles te maken met tijdsdruk. Wanneer er een rij staat, ligt de focus van medewerkers op snelheid. Aanvullende vragen – bijvoorbeeld of iemand een koek bij de koffie wil of een menu wil samenstellen – worden dan sneller overgeslagen. 'Een orderkiosk neemt daar wél de tijd voor. De klant kan rustig kijken, verschillende opties vergelijken en zelf zijn keuze maken.'

Die consistente manier van upselling blijkt effectief. 'We zien regelmatig dat de gemiddelde besteding via een orderkiosk twintig tot dertig procent hoger ligt dan bij een traditionele kassatransactie.' Daar komt nog een tweede voordeel bij. Bezoekers hoeven niet eerst in de rij te staan om een bestelling te plaatsen. Zeker op locaties waar veel passanten onderweg zijn, kan dat het verschil maken tussen wel of geen aankoop.





'De gemiddelde besteding via een orderkiosk ligt twintig tot dertig procent hoger dan bij een traditionele kassatransactie'

Eén platform, volledige controle

Waar Skippify zich volgens Jeffrey onderscheidt, is de combinatie van verschillende digitale oplossingen binnen één centraal platform. Orderkiosken, digitale menuborden, LED-schermen en elektronische schaplabels werken niet los van elkaar, maar vormen samen één ecosysteem. 'Alle productinformatie, prijzen en promoties worden centraal beheerd. Daardoor maakt het niet uit of een klant naar een menubord, een kiosk of een schaplabel kijkt; overal ziet hij dezelfde actuele informatie.'

Dat levert ondernemers vooral controle op. In plaats van posters handmatig te vervangen of acties afzonderlijk in te stellen, worden wijzigingen automatisch op alle aangesloten schermen doorgevoerd. 'Met een centraal systeem weet je zeker dat iedere vestiging op hetzelfde moment de juiste boodschap communiceert.' Dat bespaart niet alleen tijd, maar zorgt ook voor een consistente uitstraling van de formule.

Technologie ondersteunt de klantbeleving

Hoewel digitalisering een steeds grotere rol speelt, benadrukt Jeffrey dat technologie nooit het persoonlijke contact moet vervangen. 'De ideale situatie blijft natuurlijk een enthousiaste

medewerker die je welkom heet. Maar als die er op dat moment niet is, moet een digitale oplossing minstens zo prettig werken.' Daarom besteedt Skippify veel aandacht aan gebruiksgemak. Een logische schermopbouw, duidelijke productfoto's, een intuïtieve bediening en een soepel betaalproces zorgen ervoor dat klanten snel en zonder frustratie hun bestelling kunnen plaatsen. 'De techniek moet eigenlijk onzichtbaar zijn. De klant moet niet hoeven nadenken over hoe het systeem werkt.'

Slim communiceren

Naast besteloplossingen ziet Jeffrey ook veel kansen in retail media: digitale schermen waarop leveranciers en merken hun producten kunnen promoten. Volgens hem ligt de grootste waarde in communicatie die aansluit bij het assortiment van de ondernemer. 'We adviseren om vooral samen te werken met leveranciers die al in de shop aanwezig zijn. Een koffieleverancier of broodleverancier heeft er belang bij dat juist die producten vaker worden verkocht. Dan profiteert de leverancier, maar ook de ondernemer zelf.' Op die manier leveren de schermen niet alleen advertentie-inkomsten op, maar stimuleren ze ook de verkoop van producten met een aantrekkelijke marge.

Vorbereid op de toekomst

De retailomgeving binnen tankstations zal de komende jaren verder digitaliseren, verwacht Jeffrey, omdat ondernemers behoefte hebben aan meer flexibiliteit, efficiëntie en inzicht. 'Een slim ecosysteem geeft ondernemers controle. Je kunt sneller inspelen op klantgedrag, eenvoudiger promoties aanpassen en ervoor zorgen dat iedere bezoeker op het juiste moment de juiste boodschap ziet.' Juist in een markt die volop verandert, ziet hij daarin de grootste kans. 'Meer omzet begint niet bij meer klanten, maar bij meer rendement uit ieder bezoek.' 🌱





www.nu.nl/economie/6385678/het-is-steeds-moeilijker-te-voorspellen-wat-het-opladen-van-je-auto-kost.html

Nieuwsflits... Wat als...

De afgelopen maanden zie je het steeds vaker, berichtgeving over de opkomst van elektrisch laden. De geest was de afgelopen jaren al uit de fles, maar met maatregelen die het (bedrijfsmatig) rijden van een benzine- of dieselauto duurder maken, neemt de stekkerauto een vlucht. De ondernemers van energiestations zijn daarom al jarenlang bezig met de herinrichting van hun locatie, steeds meer laadmogelijkheden en meer comfort in de shop in verband met een iets langere wachttijd.

Over de prijs van elektrisch laden hoor je ook steeds meer, omdat de prijs bij openbare laadpalen wordt bepaald door de laadpas die je gebruikt of het regime van de energieleverancier. "Een wildgroei aan laadpassen en tegelijk een gebrek aan transparantie over laadtarieven," stelt Jos van der Bergh van de Vereniging Elektrische Rijders (VER) tegenover NU.nl.

De journalist van dienst filosofeert verder in het artikel over een ideale wereld waarin de prijs voor elektrisch laden net zo voorspelbaar is als die van benzine en diesel. De prijs voor tanken wordt bepaald door de prijs van de olie op de LED-borden bij de energiestation. Het station vermeldt en via consumentenorganisaties zoals United Consumer en de Consumentenbond is een gemiddelde benzine- of dieselprijs makkelijk vooraf op te zoeken. Het elektrisch laden is dit

al dus nog een stuk minder inzichtelijk en kan het ook nog eens lokaal flink verschillen.

Geen regie

Deze effecten hebben een duidelijke oorzaak. Er is tot nu toe geen regie gevoerd op de uitrol van de laadinfrastructuur via laadpleinen en parkeerplekken voor elektrisch (snel)laden, en steeds meer particulieren hebben een laadpaal op de oprijlaan staan. Drive Nederland pleit daarom al geruime tijd voor meer regie en een werkbaar visie op elektrisch laden. Een onmisbare schakel binnen die visie is het benutten van bestaande infrastructuur, zoals het huidige landelijk dekkende netwerk van energiestations. Dit brengt verschillende voordelen met zich mee: ondernemers van energiestations hebben ruime ervaring in het leveren van

energie voor mobiliteit, hebben ruimte en beschikbaarheid voor zware elektrische aansluitingen die nodig zijn om snel te kunnen laden, en tot slot geeft het ruimte op het stroomnet.

In steeds meer regio's en gemeentes stijgt de vraag naar elektriciteit en kan aan die behoefte niet meer worden voorzien. Een van de oorzaken is bijvoorbeeld dat veel mensen thuis hun auto opladen, op momenten dat het elektriciteitsnet al flink wordt belast. Denk aan de periode vanaf 16:00, wanneer mensen uit hun werk komen. Met de extra toename aan elektrische auto's wordt deze situatie onwerkbaar en is ook opladen in de woonwijk geen oplossing.

De ideale plek

Maar wat als er een plek is die beschikt over ervaring, capaciteit en een gezonde dosis ondernemersgeest, en die wil helpen bij dit probleem...

Die plek is er, namelijk op de energiestations van Drive. Zij zijn klaar voor de toekomst en richten zich op de behoeften van de klant. Dit is in toenemende mate elektriciteit, maar denk ook aan andere duurzame biobrandstoffen en waterstof voor niet-elektrische voertuigen. 

Drive-opleidingen volop in beweging

De Drive-opleidingen zijn continu in beweging. Nieuwe energiedragers, veranderende wet- en regelgeving en een groeiende behoefte aan goed opgeleide medewerkers vragen om actuele kennis en vaardigheden. Daarom heeft Drive Opleidingen het afgelopen jaar volop geïnvesteerd in de verdere ontwikkeling van het PowerUp!-opleidingsplatform én in nieuwe initiatieven om de branche te ondersteunen.



Uitbreiding opleidingsaanbod

Een belangrijke stap is de uitbreiding van het online opleidingsaanbod. Zo is de e-learning LPG volledig geactualiseerd en afgestemd op de nieuwste regelgeving. Daarnaast zijn nieuwe e-learnings toegevoegd over CNG, waterstof, elektrisch laden, LNG en de wasplaats. Ook de e-learning Milieu & Veiligheid is vernieuwd, met praktische aandacht voor veilig werken, verantwoordelijkheden en actuele wet- en regelgeving. Hiermee beschikken medewerkers over de kennis die nodig is om vandaag én morgen professioneel en veilig te werken. Het complete aanbod is beschikbaar via www.mijnpowerup.nl.

Klassikale training

Naast online leren blijft ook persoonlijke ontwikkeling centraal staan. Daarom organiseert Drive opnieuw de klassikale

training Succesvoller Leidinggeven. Deze training is speciaal ontwikkeld voor (aankomende) leidinggevers die hun leiderschapsvaardigheden verder willen versterken. Tijdens de interactieve bijeenkomsten staan onderwerpen als coachend leidinggeven, effectief communiceren, motiveren van medewerkers en het omgaan met uitdagende praktijk-situaties centraal. Door de combinatie van theorie, praktijkvoorbeelden en het uitwisselen van ervaringen met collega's uit de branche, gaan deelnemers direct met bruikbare inzichten naar huis. De belangstelling voor eerdere edities was groot; daarom is de inschrijving voor de nieuwe reeks inmiddels geopend. Meer informatie is te vinden op

www.drivenederland.nl.

Aanmelden kan via drivenederland.nl/klaskikale-trainingen/

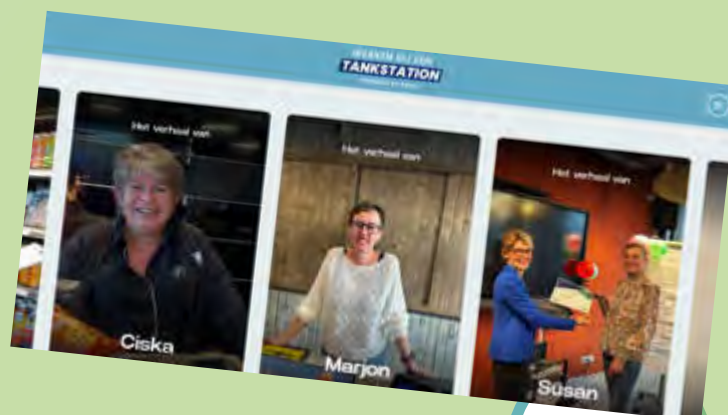
Arbeidsmarkt

Ook op het gebied van arbeidsmarktcommunicatie zijn mooie stappen gezet.

De website 'Werken bij een Tankstation' is uitgebreid met drie nieuwe persoonlijke verhalen van medewerkers Ciska, Marjon en Leonie. Zij vertellen hoe veelzijdig, afwisselend en leuk het werken op een

energiestation is. Ciska bijvoorbeeld: 'Ik werk graag met mensen en geen dag is hetzelfde. Je merkt snel hoe iemand binnenkomt; gehaast, vrolijk of misschien een beetje chagrijnig. Met een grapje probeer ik daar vaak iets positiefs van te maken.' Deze inspirerende praktijk-verhalen ondersteunen onze leden om zo potentiële collega's een realistisch beeld geven van het vak. De website is speciaal ontwikkeld voor Drive-leden en biedt een waardevolle aanvulling op de eigen wervingsactiviteiten. Leden kunnen eenvoudig vanuit hun eigen vacaturepagina of werken-bij-website doorlinken op de website. Check: <https://werkenbijeen-tankstation.com/>

Met actuele opleidingen, praktijkgerichte trainingen en ondersteuning bij arbeidsmarktcommunicatie blijft Drive investeren in de ontwikkeling van mensen én de toekomst van de energiestationbranche.'





Ook lid worden van Drive?

Jouw lidmaatschap van € 960,- per jaar levert je veel voordeel op.
Dit krijg je er als Drive-lid allemaal voor terug.



Drive advies

BESPAAR

€ 570

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 à € 190,- per uur.



Drive elektrisch laden

BESPAAR

€ 190

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 à € 190,- per uur



Drive opleidingen

BESPAAR

€ 100

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

*Korting op maatwerk klassikale trainingen!



Interne fraude register

BESPAAR

€ 2.500

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

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



Energie besparing

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

BESPAAR TOT WEL
€ 5.500,-

per locatie, onder de streep

Dat is onze drive

Hét netwerk van energiestation-ondernemers





Rabobank

BESPAAR

€ 650

Scherpe tarieven voor pin-, creditcard- en IDEAL/Wero-transacties.

*Op basis van gemiddeld aantal transacties per locatie



ING

BESPAAR MIN.

€ 500

Kies voor lagere kosten per pintransactie.

*Op basis van de gemiddelde pintransacties per locatie



Buckaroo

BESPAAR

€ 500

Verlaag je kosten voor pin- en andere instore betalingen.

*Op basis van gemiddeld aantal transacties per locatie



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



Onderhoud
olieafscheimers

BESPAAR MIN.

€ 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. € 226,50,-



Rapport Onbemand
Autowassen

BESPAAR MIN.

€ 450

Bereid je voor op de toekomst van autowassen met een op maat gemaakt rapport voor jouw locatie. Incl. commerciële, technische en operationele analyses van de locatie.

*Normale prijs € 450,-



Onderhoud
vetafscheimers

BESPAAR MIN.

€ 255

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. € 226,50,-



Milieuzorg

BESPAAR MIN.

€ 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,-



Legionella-risicoanalyse
of NEN 1006-inspectie

BESPAAR MIN.

€ 100

Exclusieve ledenkorting op een Legionella-risicoanalyse of NEN 1006-inspectie.

Bekijk al je voordelen
online. Lees hier alles
over drive voordeel.

drivenederland.nl/voordeel



In deze rubriek behandelen we vaak opvallende vragen, bijzondere situaties of opzienbarende momenten die plaatsvinden op de werkvloer van een energiestation. Om het artikel interessant te houden voor jou als lezer, kiezen we voor aansprekende casussen en intrigerende gevallen. Toch is niet elke vraag die binnenkomt op het Drive-secretariaat spannend of 'sexy'. Dit betekent echter niet dat ze minder van belang zijn!

Wat zit er aan te komen?

In het kader van 'regeren is vooruitzien' stelde een Drive-lid een scherpe vraag: "Ik hoor veel over nieuwe wetgeving die veel impact heeft op nul-urencontracten en de huidige ketenregeling. Wat kan ik allemaal verwachten?". Een belangrijke vraag, want een gewaarschuwd mens telt voor twee en is cruciaal voor de bedrijfsplannen van de toekomst.

Wet meer zekerheid Flexwerkers

De vraag komt voort uit plannen die al een aantal jaar geleden zijn gemaakt door de overheid. Door politieke strubbelingen en andere uitstelfactoren heeft de huidige minister van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, Hans Vijlbrief, het wetsvoorstel pas onlangs met de Tweede Kamer gedeeld. In dit voorstel wordt het nul-urencontract afgeschaft en vervangen door een bandbreedtecontract. Voor jongeren en studenten wordt een uitzondering gemaakt. Ook voor mensen die de

AOW-gerechtigde leeftijd hebben bereikt, mag het nul-urencontract nog worden gebruikt.

Daarnaast gaat het beleid rondom de ketenregeling op de schop. Waar er nu nog minimaal 6 maanden tussen twee tijdelijke contracten mag zitten, om te spreken van een nieuwe 'keten', zal er straks sprake zijn van een administratieve vervallperiode van 3 jaar.

Flink wat wijzigingen, en geen wijzigingen waar je als werkgever direct voor op de banken springt. Het is dan ook logisch dat belangenorganisaties zoals ONL voor Ondernemers zich kritisch hebben uitgelaten over deze plannen. De Tweede Kamer is desondanks akkoord gegaan met het wetsvoorstel. Als het wetsvoorstel ook door de Eerste Kamer wordt bekrachtigd, zal het per 1 januari 2028 in werking treden.

Vorbereiding

Hoewel 2028 nog ver weg lijkt, is dat in werkelijkheid slechts anderhalf jaar. Juist daarom is het belangrijk dat je als werkgever tijdig vooruitkijkt en waar nodig aanpassingen doorvoert. Gelukkig sta je er niet alleen voor: het Drive-secretariaat staat klaar om je te ondersteunen met advies en praktische hulp. 





Succes groeit waar
ondernemers elkaar
vooruiithelpen.



Samen sterker. De kracht
van Coöperatie. Dat is Peut.

Betere inkoop door collectieve afspraken - Kennisdeling met vakgenoten die jouw uitdagingen begrijpen
- Onafhankelijkheid, mét de steun van een sterk netwerk

'We zouden nog jaren samen doorgaan....

Tot die ene zomerdag alles veranderde'

Tekst: Bas Hakker

Foto's: Danny Cornelissen

Op 15 januari draaide Laura Boekestijn voor het laatst de sleutel om van haar tankstation. Geen vroege controle van de omzetcijfers meer, geen medewerkers die binnenlopen voor een praatje en geen klanten die onderweg nog snel een broodje komen halen. Na ruim dertig jaar ondernemerschap viel de stilte onverwacht in. Niet omdat zij en haar man Luc er klaar voor waren om met pensioen te gaan, maar omdat het leven hen daartoe dwong.

'We hadden echt het plan om nog een aantal jaren samen door te gaan,' vertelt Laura. 'We hadden de taken mooi verdeeld, hadden er allebei plezier in en het liep fantastisch. Maar soms beslist het leven anders.' Wie Laura hoort vertellen, merkt al snel dat ondernemen haar in het bloed zit. Ze groeide op in een ondernemersgezin en houdt ervan om kansen

te zien waar anderen vooral beperkingen zien. 'Van iets niets maken, dat vind ik gewoon ontzettend leuk, zegt ze. 'Ik ben altijd op zoek geweest naar verbetering.'

Die mentaliteit bracht haar begin jaren negentig in de tankstationwereld. Niet via een uitgestippeld carrièreplan, maar doordat haar schoonvader een tankstation aan de provinciale weg in Horst had. Haar man Luc werkte daar al. Toen haar schoonvader plotseling ziek werd, moesten de zaken snel geregeld worden. 'Van het ene op het andere moment moesten we het overnemen,' vertelt Laura. 'Dat was mijn kennismaking met de benzinebranche. En eerlijk gezegd ben ik er nooit meer weggegaan.' Het was een heel andere tijd dan nu. Klanten werden nog persoonlijk geholpen aan de pomp en een tankstation was veel meer dan een plek om brandstof te halen. 'Iedereen kende elkaar. Je wist waar mensen woonden, hoe het met hun gezin ging en je hoorde als eerste alle nieuwtjes uit het dorp. Op een tankstation gebeurde altijd wel iets. Geen dag was hetzelfde.'

Toen de A73 werd aangelegd, veranderde ook hun werk. Het oorspronkelijke tankstation maakte plaats voor een nieuwe locatie en Laura en Luc kwamen terecht bij Texaco. Voor Luc voelde dat als een logische stap, maar Laura merkte al snel dat ze iets miste. 'Ik ben niet zo iemand die zich prettig voelt binnen een grote organisatie, zegt ze. 'Ik wilde mijn eigen beslissingen nemen.' Die kans kreeg ze in 1998, toen haar een locatie in Venlo

Laura Boekestijn:
'We hebben het
gered, de zorgen
vielen van ons af.'





'Het was ontzettend druk, maar ik kreeg er alleen maar energie van'

werd aangeboden. 'Dat was echt mijn ding. Ik kon eindelijk mijn eigen ideeën uitvoeren. Daar heb ik al mijn ziel en zaligheid ingestopt.' Het tankstation dat ze overnam, zag er heel anders uit dan de moderne shops van nu. De winkel lag vol olieblikken, ruitwissers en auto-accessoires, maar van verse broodjes of snacks was nog geen sprake. 'Dat wat je tegenwoordig nodig hebt om te overleven, was er toen helemaal niet.'

Omdat Luc inmiddels bij Texaco werkte, liep hij vaak voorop bij nieuwe ontwikkelingen in de branche. Laura keek mee en vertaalde die ideeën naar haar eigen, kleinere locatie. 'Ik keek gewoon wat zij deden en dacht dan: kan dat bij mij ook? Soms werd ik wel teruggefloten. Dan zeiden ze: "Laura, jouw shop is niet zo groot." Maar dan ging ik net zo lang puzzelen totdat het tóch paste.'

Dat leidde tot een besluit waar ze nog altijd met plezier op terugkijkt. Ze offerde haar kantoor op om ruimte te maken voor een broodjeskeuken. Zelf

verhuisde ze met haar bureau naar het magazijn, tussen de drankkratten en olieblikken. 'Ik dacht: als ik ergens ruimte voor moet maken, dan maar voor de klanten.' Ze nam twee medewerkers aan en gaf hun een duidelijke opdracht. 'Ik zei: "Jullie krijgen een jaar om te laten zien dat dit werkt. Doe je best, want dan hebben jullie over een jaar nog steeds werk.' Het bleek een gouden zet. Als eerste tankstation in Venlo verkocht Laura verse belegde broodjes en de klanten wisten haar al snel te vinden. 'Dat sloeg enorm aan. Daarna zijn we gaan verbouwen omdat het alweer te klein werd.'

Juist dat bouwen aan iets nieuws gaf haar energie. 'Nieuwe uitdagingen, oplossingen zoeken, kijken hoe iets nóg beter kan. Daar genoot ik met volle teugen van.' Dat alles combineerde ze met een druk gezinsleven. 'Het was ontzettend druk, maar ik kreeg er alleen maar energie van.' Stilstaan zat niet in haar aard. Toen op het nabijgelegen industrieterrein een lunchroom werd geopend, zag Laura de bui al hangen.

'Ik dacht meteen: o jee, daar gaat mijn omzet.' Waar anderen misschien hadden afgewacht, besloot Laura in actie te komen. Ze besprak haar zorgen met Luc. 'Hij zei: "Laura, we hebben het al druk genoeg." Maar ik dacht alleen maar: dit gaat ons klanten kosten.' Dus deed ze iets wat perfect bij haar ondernemersmentaliteit paste: ze nam de lunchroom over. 'Het was eigenlijk meer een cafetaria. Dat vond ik niet zo interessant. Ik wilde er een echte lunchlocatie van maken.' De zaak werd volledig verbouwd. Broodjes kwamen centraal te staan en opnieuw wist Laura klanten aan zich te binden. 'Ik heb daar ontzettend van genoten. Weer iets nieuws opzetten, weer kijken hoe het beter kon.'

Haar passie lag duidelijk bij food. 'Met brandstof kun je je als kleine ondernemer nauwelijks onderscheiden, daar draait het om prijs. Maar met eten, service en kwaliteit kun je echt het verschil maken.' Die service

ging ver. Als een bedrijf op zaterdag onverwacht broodjes nodig had, werd er een oplossing gevonden. 'Ook al hoorde bezorgen op zaterdag eigenlijk niet bij de afspraken, we regelden het toch. Je probeert er gewoon voor je klanten te zijn.'

Dat leverde trouwe relaties op. 'Klanten kwamen altijd terug. Natuurlijk maakten wij ook fouten, zeker in het begin. Ik wist helemaal niets van snacks of een cafetaria. Maar je leert, past aan en gaat weer verder.' Het tekent Laura als ondernemer: niet bang om iets nieuws te beginnen, ook als ze nog niet alle antwoorden heeft. 'Ik ben behoorlijk autodidact. Als ik ergens in geloof, dan ga ik ervoor.'

Laura bleef ondertussen bouwen. Het ene succes volgde het andere op en toch begon ze te merken dat het steeds moeilijker werd om alles zelf te blijven doen. Ze had inmiddels twee bedrijven onder haar hoede, meer dan twintig medewerkers en

'Van het ene op het andere moment stond ons leven stil'



'Ik ben altijd op zoek geweest naar verbetering'



'We kopieerden gewoon wat goed werkte'

was het liefst overal tegelijk aanwezig. 'Ik doe graag zelf mee,' zegt ze. 'Met de handjes werken vind ik nog altijd het allerleukste. Maar als je twee locaties hebt, wordt het steeds meer aansturen. Dat vond ik lastig.' Ze vroeg Luc of hij haar kwam helpen. Hij had inmiddels jaren ervaring en kende de branche als geen ander. 'Ik zei: "Kun je me niet komen helpen? Het wordt me eigenlijk een beetje te veel." Nog maar een paar maanden nadat Luc de overstap had gemaakt, diende zich opnieuw een kans aan. Onze adviseur belde met de vraag of ze interesse hadden in een sterk verouderd tankstation in Elsendorp. 'Het station stelde eigenlijk niet veel voor, maar de locatie... die was fantastisch. De beste plek die je je kunt wensen.' De beslissing was snel genomen. Luc stortte zich op de nieuwe vestiging, terwijl Laura zich bleef richten op Venlo en de lunchroom. De succesformule met verse broodjes verhuisde direct mee naar Elsendorp. 'Dat noemen ze schalen,' lacht ze. 'We kopieerden gewoon wat goed werkte.' Het bleek opnieuw een schot in de roos. 'Het liep als een trein. Ongelooflijk wat je op zo'n paar vierkante meter kunt neerzetten.' Ineens hadden ze drie bedrijven. Een flinke verantwoordelijkheid, maar ook een periode waar Laura met veel plezier op terugkijkt.

Ondanks alle groei begon Laura zelf langzaam signalen te voelen dat haar lichaam niet meer hetzelfde aankon. 'Ik merkte dat ik minder energie had. Eerst dacht ik: je wordt wat ouder, je hebt gewoon te hard gewerkt. Doe maar eens een stapje terug.' Maar dat stapje terug hielp niet. Traplopen kostte steeds meer moeite en uiteindelijk

volgde een medische molen die uitwees dat er sprake was van een hartspieraandoening. 'Toen wist ik dat ik keuzes moest maken.' Met lichte tegenzin besloten Laura en Luc daarom de lunchroom te verkopen. De verwachting was dat zo'n verkoop jaren zou duren, maar het liep anders. 'We vertelden 't aan het personeel in oktober en in december konden we kiezen uit drie partijen die de zaak wilden overnemen.' Het gaf rust. Ook een eerder verhuurde locatie viel weg, waardoor alleen Elsendorp overbleef. 'Dat voelde eigenlijk heel goed. We hadden het nog nooit zo rustig gehad.' Ze verbouwden de locatie opnieuw en maakten plannen voor de komende jaren. 'We dachten echt: zo kunnen we samen nog heel lang vooruit.'

Tot zaterdag 20 juli vorig jaar. Het was de verjaardag van hun zoon én het weekend van de Zwarte Cross. Veel weekendmedewerkers wilden naar het festival, dus besloten Laura en Luc de dienst samen op te pakken. 'Dat vonden we helemaal niet erg. Samen werken deden we juist graag.' Na afloop zouden ze doorrijden naar de verjaardag van hun zoon, maar die middag veranderde alles. 'Luc werd getroffen door een hartstilstand. Van het ene op het andere moment stond ons leven stil.'

Na een maand ziekenhuisopnames en het plaatsen van een ICD mocht hij weer naar huis. Maar de werkelijkheid bleek weerbarstig. 'Ik was zelf al niet honderd procent en ineens kon Luc helemaal niets meer.' Waar ze zich misschien nog wel het meeste zorgen over maakte, was haar personeel. 'Luc zei altijd: "Op de twintigste van de maand vindt

iedereen het verschrikkelijk wat je is overkomen. Maar op de drieëntwintigste moet het salaris wel op de rekening staan. Die verantwoordelijkheid kwam nu volledig op haar schouders terecht. 'Ik dacht alleen maar: hoe ga ik dit allemaal regelen? De zorg voor Luc, de administratie, twaalf medewerkers... En degene die ons normaal altijd opving, zat net in het vliegtuig naar Tenerife.'

Ze redde het, maar tegelijkertijd wist ze dat ze dit risico nooit meer wilde lopen. 'Ik dacht: dit mag me geen tweede keer overkomen.' Binnen korte tijd hakten Laura en Luc de moeilijkste ondernemersknoop van hun leven door. Ze zouden stoppen. 'Niet omdat we dat wilden, maar omdat het moest.' Ook nu hadden ze geluk. Er meldde zich snel een overnamekandidaat en op 15 januari droegen ze de sleutels over. 'Dat moment voelde eigenlijk heel dubbel.' Ze had verwacht vooral verdrietig te zijn, maar er was ook opluchting. 'We hebben het gered. De zorgen vielen van ons af. We zijn misschien gedwongen geweest om te kiezen, maar het is ons wel gelukt.' Toch blijft het gemis.

'Ik mis het nog iedere ochtend. Even de computer aanzetten, samen de omzet bekijken, analyseren waarom het gisteren drukker was dan de week ervoor. Dat zit gewoon in me.' Ondernemen blijft haar tweede natuur. 'Ik ben opgegroeid in een ondernemersgezin. Bezig zijn, verbeteren, mensen helpen... dat hoort bij mij.' Alsof het afgelopen jaar nog niet genoeg uitdagingen bracht, verloor Laura ook nog haar beste vriendin aan kanker. Ze had haar beloofd haar laatste wensen uit te voeren en stortte zich maandenlang op de afwikkeling van haar nalatenschap. 'Dat wilde ik goed doen. Ze had me precies verteld wat ze graag wilde.'

Het zorgde opnieuw voor een intensieve periode, maar ook voor een gevoel van voldoening. Langzaam ontstaat er nu ruimte voor een nieuw ritme. Samen trekken Laura en Luc er regelmatig op uit met de camper. Zonder openingstijden, zonder personeelsroosters en zonder de constante



'Klanten kwamen altijd terug'

verantwoordelijkheid van een onderneming. Toch zal het tankstation altijd een deel van haar blijven. 'Ik heb er ruim dertig jaar met ontzettend veel plezier gewerkt. Natuurlijk mis ik het. Maar als ik terugkijk, overheerst vooral trots. We hebben samen iets heel moois opgebouwd.' 🌱

Schaal wordt steeds belangrijker

De Nederlandse tankstationbranche consolideert in hoog tempo. Grote spelers als Fieten Olie, Vollenhoven, De Haan en andere regionale ketens breiden hun netwerk vrijwel ieder jaar verder uit. Tegelijkertijd staan veel zelfstandige ondernemers voor een fundamentele vraag: blijven ze volledig zelfstandig of is het verstandiger om zich aan te sluiten bij een grotere organisatie? Volgens brancheadviseur Chris van der Straaten bestaat daar geen standaardantwoord op, maar één ding is volgens hem duidelijk: de afweging wordt steeds relevanter.

'Het is uiteindelijk een exitbeslissing,' zegt hij. 'De vraag is wanneer je vindt dat het juiste moment is om te verkopen, te verhuren of samen te gaan werken. Dat hangt veel minder af van "de prijs" alleen.' Volgens Van der Straaten is de tijd voorbij dat ondernemers uitsluitend verkochten omdat het financieel noodzakelijk of aantrekkelijk was. Steeds vaker spelen persoonlijke ambities, veranderende c.q. meer uitdagende marktomstandigheden en de toenemende complexiteit van het ondernemerschap een minstens zo grote rol als de opbrengst.

begrijpelijke vragen.' Daar komt volgens hem bij dat de benodigde kennis steeds specialistischer wordt. Ondernemers moeten zich verdiepen in laadinfra, energiecontracten, netcongestie en vastgoedontwikkeling. Grote organisaties beschikken daarvoor over gespecialiseerde afdelingen, terwijl zelfstandige ondernemers alles zelf moeten organiseren. 'Dat maakt schaal steeds belangrijker. Grote bedrijven kunnen kennis en investeringen over meerdere locaties verdelen. Dat voordeel wordt alleen maar groter.'



'Kleine ondernemers komen steeds lastiger aan goede condities'

Investeringen nemen toe

De energietransitie verandert de exploitatie van een tankstation ingrijpend. Laden, energiemanagement, nieuwe winkelconcepten en digitalisering vragen om forse investeringen. Niet iedere ondernemer heeft behoefte om daar opnieuw grote bedragen voor vrij te maken. 'Veel ondernemers zeggen: het geld is misschien niet eens het probleem, maar heb ik nog zin om opnieuw miljoenen te investeren? Wil ik mezelf daarvoor weer jarenlang vastleggen? Dat zijn heel

Ook de dagelijkse praktijk verandert

Niet alleen de investeringen nemen toe. Ook de dagelijkse exploitatie wordt ingewikkelder. Leveranciers worden kritischer, marges staan onder druk en het wordt moeilijker om gunstige inkoopvoorwaarden te behouden. 'Je ziet dat kleinere ondernemers steeds lastiger aan goede condities komen. Dat geldt voor brandstoffen, maar zeker ook voor de winkel. Leveranciers richten zich steeds vaker op grotere volumes. Daardoor ontstaat vanzelf druk om je bij een grotere organisatie aan te sluiten.' Volgens Van der Straaten gaat het daarbij niet alleen om scherpere prijzen. Ook ondersteuning op het gebied van assortiment, marketing, automatisering en personeelsbeleid wordt steeds belangrijker. 'Een grotere organisatie kan op allerlei vlakken ondersteuning bieden. Dat is voor een zelfstandige ondernemer steeds moeilijker alleen te organiseren.'

Van spaarkkaart naar klantrelatie

Jarenlang was het een vertrouwd beeld. Automobilisten die nét dat ene tankstation kozen omdat er Ferrari-autootjes, handdoeken, voetbalplaatjes of Air Miles te verdienen waren. Maar de wereld van het tankstation verandert razendsnel en niet langer draait het vooral om cadeautjes, maar om klantrelaties, data en gemak.



Rik Luttmer: 'Als alles verandert, zoeken mensen naar gewoontes.'

'Een loyaltyprogramma lost nooit in zijn eentje alle problemen op,' zegt loyalty-expert Rik Luttmer. 'De impact zit altijd in de marge. Maar juist in een concurrerende markt kan die marge uiteindelijk het verschil maken. Dat betekent volgens hem wel dat ondernemers anders moeten gaan denken. Een loyaliteitsprogramma begint niet met een app of een spaarkkaart, maar met een fundamentele vraag: wat wil je eigenlijk bereiken?

Begin niet met de techniek

Dat klinkt misschien als een open deur, maar volgens Luttmer gebeurt het nog veel te weinig. Ondernemers verdiepen zich al snel in software, apps en spaarsystemen, terwijl de belangrijkste vraag vaak onbeantwoord blijft. 'Je moet eerst bepalen welk probleem je wilt oplossen,' zegt hij. 'Wil je dat klanten vaker terugkomen? Wil je dat ze naast brandstof ook een broodje of een koffie kopen, meer auto's door de wasstraat of wil je vooral een relatie opbouwen met je klanten? Pas daarna ga je kijken welk systeem daarbij past.'

Dat uitgangspunt is belangrijker dan ooit. De tankstationmarkt staat immers aan de vooravond van grote veranderingen. Elektrisch rijden verandert het tankgedrag, de tabaksverkoop stopt over een paar jaar en de traditionele omzetbronnen verschuiven steeds verder richting convenience. 'Er gebeurt zoveel tegelijk dat je loyalty eigenlijk niet meer los kunt zien van alle andere ontwikkelingen,' zegt Luttmer. 'Je moet voortdurend nadenken over de toekomst van je locatie. Dan is een

loyaliteitsprogramma geen losse marketingactie meer, maar onderdeel van je totale strategie.'

Volgens Jordy Loos, commercial director van Extendas, geldt dat zeker voor zelfstandige ondernemers. Grote oliemaatschappijen beschikken over omvangrijke marketingafdelingen en landelijke campagnes. Onafhankelijke ondernemers moeten veel slimmer omgaan met de mogelijkheden die ze wél hebben. 'Je moet goed onderzoeken welke vorm van loyalty past bij jouw bedrijf,' zegt hij. 'Niet iedere ondernemer heeft dezelfde doelgroep of dezelfde ambities. Sommige ondernemers zijn zelf heel creatief met marketing, anderen hebben juist behoefte aan een partij die daarin meedenkt.'

Data wordt het nieuwe spaargeld

Waar vroeger de spaarkkaart centraal stond, draait loyalty tegenwoordig steeds vaker om data. Niet omdat ondernemers zoveel mogelijk informatie willen verzamelen, maar omdat ze klanten beter willen begrijpen. 'Algemene aanbiedingen zijn leuk,' zegt Loos. 'Maar daar raak je lang niet iedereen mee. De toekomst zit in gepersonaliseerde aanbiedingen.' Hij wijst naar de supermarkt, waar klanten via de app aanbiedingen krijgen die zijn afgestemd op hun koopgedrag. Volgens hem ligt daar ook voor tankstations een enorme kans.

'Als je weet dat iemand iedere week een energiedrank koopt, kun je hem eens een aanbieding sturen voor een snack die daar goed bij past. Daarna meet je of dat werkt. Is de actie succesvol, dan ga je ermee door. Zo niet, dan



probeer je iets anders.' Juist dat meten wordt steeds belangrijker. 'Veel van dit soort campagnes zijn uiteindelijk trial-and-error', zegt Loos. 'Je probeert iets, analyseert de resultaten en past je acties vervolgens weer aan. Dankzij AI en moderne analysetools wordt dat steeds makkelijker.'

Luttmer noemt dat misschien wel de grootste verandering van de afgelopen jaren. Waar ondernemers vroeger vooral keken hoeveel spaarkaarten er werden uitgedeeld, kunnen ze tegenwoordig het gedrag van individuele klanten analyseren. 'Je kijkt naar hoe vaak iemand komt, hoeveel iemand besteedt en wanneer iemand voor het laatst is geweest. Vervolgens kun je precies zien wat het effect van een actie is. Niet alleen tijdens de campagne, maar ook daarna. Het mooiste is natuurlijk als het koopgedrag na afloop nét iets hoger blijft dan daarvoor.'

Meten wordt minstens zo belangrijk als belonen

Een modern loyaltyprogramma biedt ondernemers bovendien iets wat vroeger nauwelijks mogelijk was: inzicht in het effect van hun acties. Waar een spaarkaart vooral bedoeld was om klanten terug te laten komen, laten apps en digitale systemen

'Je moet goed
analyseren
wat bij jou past'

'Loyalty lost nooit alle problemen op'

tegenwoordig precies zien wat een campagne oplevert. 'Je kunt het gedrag van klanten vóór, tijdens en na een actie analyseren', zegt Luttmer. 'Je ziet hoe vaak iemand komt, hoeveel hij besteedt en of dat koopgedrag ook na afloop van een campagne op een hoger niveau blijft.' Volgens hem maakt juist die meetbaarheid loyalty veel waardevoller dan vroeger. Ondernemers hoeven niet langer op hun gevoel af te gaan, maar kunnen op basis van data bepalen welke acties wel en niet werken. Daardoor wordt loyalty steeds minder een marketinggimmick en steeds meer een instrument om het rendement van de hele locatie te verbeteren.

Alles moet met elkaar kunnen praten

Voordat ondernemers met die data aan de slag kunnen, moet de techniek wel op orde zijn. En juist daar gaat het volgens Loos nog regelmatig mis. 'Alle systemen moeten met elkaar communiceren. De betaalautomaat, de shop, de wasstraat, de bakery, kentekenherkenning, QR-codes; uiteindelijk wil je dat al die onderdelen onderdeel zijn van hetzelfde ecosysteem.' Dat is precies waar Extendas zich op richt. Het bedrijf koppelt verschillende systemen aan elkaar, verzamelt transactiedata en maakt die beschikbaar voor ondernemers of marketingpartners. 'Wij zijn eigen'

Jordy Loos (rechts, hier samen met Extendas-collega Remco Muurlink): 'De toekomst zit in gepersonaliseerde aanbiedingen.'



de verbinder,' zegt Loos. 'Wij zorgen ervoor dat alle informatie op één centrale plek beschikbaar komt. Vervolgens kunnen ondernemers daar zelf mee aan de slag of een gespecialiseerde marketingpartij inschakelen.' Daardoor ontstaan mogelijkheden die enkele jaren geleden nauwelijks denkbaar waren. Denk aan een gratis wasprogramma op iemands verjaardag, een persoonlijke aanbieding voor klanten die al een maand niet zijn geweest of een voucher voor automobilisten die regelmatig dezelfde producten kopen. 'Dat soort campagnes kun je volledig automatiseren,' zegt Loos. 'En juist daardoor kun je ook als kleinere ondernemer professioneel met loyalty aan de slag.'

Van cadeautjes naar gemak

Dat betekent niet dat sparen helemaal verdwijnt. Wel verandert de beloning. Wie vroeger tankte voor een handdoek of een Ferrari-autootje, spaart tegenwoordig steeds vaker voor korting op producten die direct gebruikt kunnen worden. 'Je ziet steeds vaker dat klanten punten invisselen voor een broodje, een kop koffie of een wasprogramma,' zegt Luttmer. 'Dat past veel beter bij het bezoek aan een tankstation.' Loos ziet dezelfde ontwikkeling. 'Je kunt bijvoorbeeld iemand na het tanken een voucher geven voor de eerste twee euro in de wasbox. Iedereen weet dat iemand vervolgens vaak toch nog een paar euro extra uitgeeft. Zo stimuleer je extra omzet op de plek waar de marges liggen.'

De menselijke factor blijft beslissend

Toch waarschuwen beide experts ervoor om niet alleen naar technologie te kijken. Hoe slim de data ook zijn, uiteindelijk blijft de totale klantbeleving bepalend. 'Als de betaalautomaat niet werkt, de locatie rommelig is of de medewerker onvriendelijk is, dan helpt geen enkel loyaliteitsprogramma meer,' zegt Loos. 'Alles moet kloppen.' Volgens Luttmer wordt juist het menselijke aspect steeds belangrijker.

'Mensen zijn gewoontedieren. Ze hebben vaste rituelen. Op zaterdag tanken, even een broodje halen, de auto wassen, een praatje maken. Dat soort momenten zijn ontzettend waardevol.' Daar ligt volgens hem ook de kracht van zelfstandige ondernemers. 'Een lokaal tankstation kan veel makkelijker aansluiten bij wat er in de omgeving speelt. Werk samen met een voetbalvereniging, speel in op carnaval als je onder de rivieren zit of organiseer iets voor de buurt. Dat voelt veel persoonlijker dan een landelijke actie.' Dat persoonlijke contact is bovendien lastig te kopiëren. 'Een medewerker die klanten herkent, een kop koffie aanbiedt of even vraagt hoe het gaat; dat lijkt misschien klein, maar juist dat maakt het verschil. Zeker nu tankstations steeds meer convenience-locaties worden waar mensen veel meer doen dan alleen tanken.'

Loyaliteit draait uiteindelijk om vertrouwen

De conclusie van beide experts is opvallend eensluidend. Loyalty draait allang niet meer om het uitdelen van cadeautjes. Het gaat om het opbouwen van een relatie. Daarvoor zijn data onmisbaar. Niet om klanten te overspoelen met aanbiedingen, maar om ze op het juiste moment iets relevant te bieden. Tegelijkertijd blijft techniek slechts een hulpmiddel. Een app kan nog zo slim zijn; uiteindelijk beslist de klant of hij zich welkom voelt. 'Je kunt ontzettend veel automatiseren,' zegt Loos. 'Maar uiteindelijk gebruik je technologie om klanten beter te begrijpen en beter te bedienen.' Luttmer kijkt nog een stap verder. 'Als alles verandert, zoeken mensen juist naar vaste gewoontes en vertrouwde plekken. Als jouw tankstation onderdeel wordt van dat ritme, heb je iets opgebouwd wat veel waardevoller is dan een spaarkaart. Dan heb je loyaliteit.' 🌱



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

Move On Agenda

9 september 2026

Drive Wassen-bijeenkomst – Almere

Tijdens de Drive Wassen-bijeenkomst op woensdag 9 september staat één vraag centraal: hoe haal je het maximale uit jouw wasbedrijf? De bijeenkomst is speciaal bedoeld voor ondernemers in de carwashbranche die zich willen voorbereiden op de toekomst.

Onderwerpen als klantloyaliteit, opleiden en trainen van medewerkers en het verder optimaliseren van de bedrijfsvoering komen uitgebreid aan bod.

Daarnaast is er volop gelegenheid om ervaringen uit te wisselen met collega-ondernemers.

De bijeenkomst vindt plaats bij Autoradam Almere Veluwedreef en start om 9.30 uur. Het programma duurt tot 13.30 uur en bestaat uit inspirerende presentaties, een rondleiding op locatie en een gezamenlijke lunch. Daarmee biedt de ochtend niet alleen praktische kennis, maar ook volop mogelijkheden om te netwerken met vakgenoten. Aanmelden kan via angela@drivenederland.nl.

Website: drivenederland.nl

19 - 24 september 2026

Area 30, Löhne

Van 19 tot en met 24 september 2026 staat het Duitse Löhne opnieuw in het teken van area30, een belangrijke vakbeurs voor de Europese keukenbranche. Fabrikanten, leveranciers, retailers en andere professionals uit de sector komen er samen om nieuwe producten, trends en innovaties te bekijken en contacten te leggen. De beurs vindt plaats in het hart van een regio waar veel Duitse keuken- en meubelfabrikanten gevestigd zijn. Daardoor kunnen bezoekers in korte tijd een groot aantal relevante bedrijven en noviteiten zien. Op de beursvloer loopt het aanbod uiteen van keukenmeubelen, werkbladen en apparatuur tot kranen,

verlichting, software, smart-home-oplossingen en buitenkeukens. Naast de stands zet area30 ook in op kennisuitwisseling en ontmoeting. Onder meer de innovation area, een eigen podiumprogramma en verschillende after-workactiviteiten moeten daarvoor zorgen.

Area30 is dagelijks geopend van 9.00 tot 18.00 uur en wordt gehouden aan de Lübbecke Straße 29 in Löhne.

General information | area30 –

The trade fair for the kitchen in Löhne:
<https://www.area-30.de/all-about-the-exhibition/general-information/>

29 september 2026

Drive bijeenkomst 'Vastgoed in transitie'



Drive nodigt je van harte uit voor weer een inspirerende bijeenkomst op dinsdag 29 september 2026, volledig in het teken van Vastgoed in transitie. Dit event is onderdeel van een reeks boeiende en inspirerende Drive Connect-sessies en belooft opnieuw waardevolle inzichten en netwerkmogelijkheden voor verhuurders en eigenaren van vastgoed.

Deze middag staan de volgende onderwerpen op het programma:

- De laatste ontwikkelingen en trends in vastgoed en energiestations
- Hoe ziet de energyhub van de toekomst er uit?

- Hoe komt gemeentelijk beleid tot stand en waar kun je als ondernemer zelf rekening mee houden?
- Projectontwikkeling van tanken naar wonen

En natuurlijk is er volop gelegenheid om te netwerken en door te praten tijdens de gezellige afsluitende borrel.

Wil je erbij zijn? Meld je dan snel aan via drivenederland.nl

11 / 12 november 2026

Mobility Energy Expo – Jaarbeurs Utrecht

De Mobility Energy Expo brengt op 11 en 12 november professionals uit de tankstationbranche, duurzame mobiliteit en de energietransitie samen in Jaarbeurs Utrecht. De beurs richt zich op de ontwikkelingen die de mobiliteitssector de komende jaren vormgeven en biedt bezoekers een compleet overzicht van innovatieve producten, diensten en concepten.

Op de beursvloer staan thema's als elektrisch laden, alternatieve brandstoffen, betaaloplossingen, shopconcepten, carwash en nieuwe omzetstromen centraal. Daarnaast zorgen vernieuwde themapleinen en kennistheaters voor een uitgebreid inhoudelijk programma met inspirerende presentaties en praktijkvoorbeelden. Bezoekers kunnen kennismaken met leveranciers, nieuwe technologieën ontdekken en in gesprek gaan met brancheleden over de kansen en uitdagingen binnen de sector.

Website: mobilityenergyexpo.nl

**MOBILITY
ENERGY
EXPO**
Tanken | Laden | Wassen | Shop

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



Vetafscheiders 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 geleegd, zodat deze goed blijft functioneren. De tankwagen van Teeuwissen zuigt het opgehoopte vet, water en slib uit de vetafscheider en reinigt de compartimenten met hogedruk. Hoe vaak? Dit kunnen we onder andere bepalen door de slib- en vetlaag te meten.

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



TEEUWISSEN
rioolreiniging

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 |

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



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

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

WWW.MOKOBOUW.NL