

Elektrische leenauto

Vijftien jaar duurt nu de collegiale verbintenis van de studievrienden Borghuis en Van Lookeren Campagne. Het is een kwestie van 'aan een half woord genoeg hebben' en van 'net als in een huwelijk'. Ze hebben hetzelfde doel en dat houdt hen bij elkaar. Hun 'kinderen' staan overal in Nederland; rode Peugeotjes met het groene vignet van Greenwheels, de auto die je alleen gebruikt als je 'm echt nodig hebt, een wagen die je met anderen deelt. Als dat nou ook nog eens elektrische karretjes konden zijn...

✦ TEKST HETTY NIETSCH ✦ FOTOGRAFIE CHRIS DE BODE



De oprichters van Greenwheels: "Wij weten dat de elektrische auto er niet komt door alleen te roepen: morgen is hij er. Je moet de pilot-fase ook daadwerkelijk doorgaan."

Het verhaal van Greenwheels kent alles behalve een droomstart. De twee beginnende ondernemers moesten sappen, geld lenen en afzien. "De eerste jaren draaiden we alleen maar verlies. Niemand geloofde dat Nederlanders een auto met elkaar zouden willen delen."

Op een gehuurd kamertje in Rotterdam wordt heel wat afgeploeterd. Het is dan eind jaren negentig van de vorige eeuw. Met een schuin oog kijken de startende ondernemers naar oud-studiegenoten die zich wentelen in het financiële feest van de internet-bubble. Borghuis had niet zoveel lol: "We hebben ongelooflijk veel ruzie gemaakt. We moesten ook zoveel ontdekken, uitvinden, oplossen. Op een zeker moment ontwikkel je een soort modus en je merkt dat als je van mening verschilt en daarover goed met elkaar communiceert, dat daar hele mooie dingen kunnen uitkomen. Daar zijn we ons heel erg van bewust: je hoeft niet over alles hetzelfde te denken om uiteindelijk het gemeenschappelijke doel te bereiken."

Want jullie zijn natuurlijk eigenwijs...

Gijs van Lookeren Campagne: "Om ons heen kreeg iedereen goeie banen, bij Unilever en bij Shell. Wij konden die banen ook krijgen. Dus we hebben tegen elkaar gezegd: gaan we dit doen of niet? Iemand zei tegen ons: 'Jongens, als je het niet doet, kun je je leven lang spijt hebben.' Dat was zo. Stel dat iemand anders met dit idee succes zou krijgen, dat is niet te verteren. Dus we zijn ervoor gegaan, met drie geleasde Peugeotjes. Dat was alles wat we konden krijgen. Tegen het gewone leasetarief, overigens."

Daar kan je toch niet op verdienen, op drie autootjes?

Het duo: "Nee, dat kan ook niet. In ons ondernemingsplan ging het over honderd of duizend auto's. Maar dat kwam niet van de grond. Dus het was de keus: veertien maanden voor niks bezig geweest of toch doorzetten? Gelukkig hebben we doorgezet. Tot dan toe kregen we van niemand geld, en toen kwam Eckart Wintzen en zei: 'Let's give it a try!' Hij wilde geen lening verstrekken, hij wilde aandelen. Hij nam 5 procent, wij hielden ieder 47,5 procent. De eerste drie, vier jaar heeft het hem niks opgeleverd. Ons wel heel veel inspiratie."

Jan Borghuis: "Ik kon toen nog als student leven,

goedkoop leven. Ik had genoeg aan een magnetron. En mijn huisgenoten hadden allemaal goede banen, die konden wel wat missen. Mijn ouders betaalden wel iets, als het nodig was. We hadden één personeelslid, een Melkert-baner. Maar we lieten dit allemaal niet blijken. We deden ons wel heel groot voor. Als je ons nummer belde, kon je kiezen uit drie afdelingen. Maar als je koos, kreeg je altijd een van ons tweeën aan de lijn... Zo kun je op die manier heel bewust op de perceptie van mensen inspelen."

Wanneer dachten jullie: nu gaat het eindelijk eens gebeuren?

Borghuis: "Dat was in december 1997 toen we de NS hadden overtuigd dat ze met ons in zee moesten gaan. Ik weet nog dat we op directieniveau bijna alles in kannen en kruiken hadden en dat we toen bezoek zouden krijgen van de marketingdirecteur en een financiële man. Dat was een belangrijk gesprek en wij hadden natuurlijk alleen dat armzalige, gehuurde voorkamertje."

Van Lookeren Campagne: "De prachtige ruimte naast ons werd gehuurd door een consultant voor Zuidoost-Azië. Die hebben we gevraagd even een dagje weg te gaan. Aan de andere kant zat een IT-bedrijf en we deden alsof dat bij ons hoorde: het had een soort callcenter en wij deden alsof ons hele inbelsysteem daar al draaide. Ingehuurde studenten lieten we koffie, thee en koekjes langsbrengen. Het zag er indrukwekkend uit. Alleen die Azië-boeken in de kast waren heel verdacht."

Een ondeugende actie om de NS-mannen te imponeren, maar wel cruciaal. Wie de grote NS als partner aan zich weet te binden, heeft een belangrijk deel van de buit binnen. De spoorwegen gaf Greenwheels toestemming een pilot te laten uitvoeren, in Utrecht. Vraag was of vaste treinreizigers behoefte hadden aan een autootje erbij. Dat bleek zo te zijn, vooral voor ver afgelegen bestemmingen, laat theaterbezoek en de wat zwaardere en lastig te verslepen aankopen. De behoefte aan een karretje voor af en toe was aanvullend, leverde geen concurrentie met de trein op. Extra service dus.

Heeft NS toen ook geïnvesteerd?

"Nee, de pilot was geheel op ons risico. De auto's en de

"De organisatie groeit, met Duitsland erbij. En er zit een elektrisch vervoerssysteem aan te komen met elektrisch aangedreven auto's."

Biography

JAN BORGHUIS

Geboren
1968, Didam

Studie

1980 -1986 VWO, Zevenaar
1986 – 1994 Bedrijfseconomie,
Erasmus Universiteit
1994 -1995 HBO docent marketing
Nima-A en Nima-B

Werkervaring

1995 – heden vennoot en directeur
Greenwheels

Partner

Ulla

GIJS VAN LOOKEREN CAMPAGNE

Geboren
1967 Groningen

Studie

1979 – 1986 VWO, Zwolle
1986 – 1990 Bedrijfseconomie,
Erasmus Universiteit
1997 – 1997 Register Account
Katholieke Universiteit Brabant
1992 – 1995 Arthur Anderson,
accountancy

Werkervaring

1995 – heden vennoot en directeur
Greenwheels

Partner

getrouwd met Karin en vader van
Roos en Bas

apparatuur hebben wij betaald. De NS nam de promotie voor haar rekening, mailde haar vaste klanten. Maar dat de NS meedeed met ons nieuwe plan, dat was megabelangrijk!”

Was er geen subsidie te krijgen?

“Jawel, maar dat zijn trage processen. Als iets goed is, een succes is, dan gaat het heel snel met de ontwikkeling. Dan laat je de tijd verstrijken met subsidieaanvragen. Dat is killing voor een dynamisch proces. Subsidie is vaak voor doodgeboren kindjes. Het zal niet in 100 procent van de gevallen zo zijn, maar je ziet wel heel vaak dat vooral de zwakke ideeën leunen op subsidies. Als je de lijsten nagaat van wat er allemaal gesubsidieerd wordt aan mogelijke vervoersoplossingen, en wat er later op straat van terug te vinden is... Dan zie je heel veel ideeën die niet verder komen dan het papier, niet verder dan een haalbaarheidsstudie.”

De zaken zijn met zo'n grote partner erbij stukken beter gegaan, maar dat wil niet zeggen dat de directie van Greenwheels er luxueus bij zit. Het huidige kantoor in Rotterdam straalt een grote mate van bescheidenheid uit. Hier worden zowel de zaken als de persoons gesprekken nog echt aan een keukentafeltje gedaan. Als de twee ondernemers het al breed hebben, dan laten ze het zeker niet breed hangen. Het blijft Rotterdams-hard-werken. Voor een Greenwheels-concept moet het hele land beschikken over gereserveerde parkeerplaatsen waar de auto's permanent kunnen staan en op de volgende bestuurdere wachten. “De deelauto behoort niet tot een categorie, is niet te definiëren dus valt niet onder een landelijke regeling. We moesten het per stad regelen. We moesten dus alle steden bezoeken, allemaal. En dat duurt jaren.” Het ergste voorbeeld is te vertellen over Den Haag. De ambtenaar was enthousiast maar het zou nog 48 maanden (!) duren eerdat de deelautoparkeerplaatsen geregeld waren. Na vier jaar stonden de Greenwheels-auto's er. “Dat is wel het meest dramatische wat we hebben meegemaakt. Als ondernemer kun je daar dus niet op plannen. Je kunt niet anticiperen, geen reclame maken, niks.”

Wat komt er voor nieuws bij?

“De organisatie groeit, met Duitsland erbij. En er zit een elektrisch vervoerssysteem aan te komen met elektrisch aangedreven auto's. Dat roept weer allerlei nieuwe vragen op. Hoe moet het met mensen die in Amsterdam in De Pijp op drie hoog wonen en een elektrische auto willen gaan gebruiken? Het kan een groot fiasco gaan worden, die elektrische auto. De verwachtingen zijn zo hoog gespannen dat men de innovatiefase wil overslaan. Dat is niet goed.”

Wat hebben jullie te bieden?

“Wij gaan elektrisch vervoer produceren. Al die ritten zijn op korte afstand. Je kan heel Nederland heel

makkelijk op elektrisch vervoer laten lopen. Maar dat moet je dan wel slim aanpakken.”

Als ik jullie plekken in Amsterdam zie, dan kunnen jullie op elk van die plekken toch makkelijk een oplaadpunt maken?

“Ja, zet er een stroomdingetje bij en je hebt het. Heel leuk. Maar er kunnen mensen zijn die de stroomkabeltjes gaan losknippen. Moet de stekker dan niet uit de auto komen? Er zijn nog zoveel meer soortgelijke details. Denk eens aan de prijs van een elektrische auto. Wij hebben de hele innovatie van de deelauto beleefd. Wij weten hoe moeizaam het is. Wij weten dat de elektrische auto er niet komt door alleen te roepen: morgen is hij er. Je moet de pilot-fase ook daadwerkelijk doorgaan. En de burger moet ervaren: dit is beter dan wat we hadden, en daarom wil ik de overstap wel maken. Op 25 maart maakte de Amsterdamse wethouder Marijke Vos (van Milieu) tijdens de presentatie van het plan ‘Amsterdam Elektrisch’ bekend dat wij in Amsterdam de elektrische deelauto zullen gaan introduceren.” Dit project wordt overigens begeleid door het Electric Exportation Team van Essent.”

Particulieren kunnen met een eigen elektrische auto gratis tanken met de stroom van zonnepanelen op het dak van hun huis.

“Maar daarmee heb je nog geen panklare oplossing voor het probleem dat massaal autobezit in de grote stad vormt. Ik leg beleidsmakers vaak uit: de auto is honderd jaar geleden uitgevonden en jullie hebben honderd jaar lang steden aangepast en nog eens aangepast om het autobezit te faciliteren. Nog meer parkeerplaatsen, nog meer wegen, nog meer asfalt.”

Dat levert de schatkist wel acht miljard euro per jaar op.

“Ja, maar wat heeft het ons écht opgeleverd? Als je kijkt naar Amsterdam, waar de hele ruimte tussen twee huizen nu zowat voor de auto is. Daar past niet eens een boom meer bij. Of een klimrekje. Jonge gezinnen uit Amsterdam moeten naar Almere of naar Haarlem verhuizen. Alles is opgeofferd aan de auto. We hebben de stad aangepast aan de auto. Maar wij hebben met Greenwheels bewezen dat vijftien huishoudens met één auto kunnen doen. Dus dan houd je veertien parkeerplekken over. Dat is veertien keer elf vierkante meter, is 154 vierkante meter. Daar kun je dus wél een speeltuintje of een postzegelparkje realiseren in de stad. En als het dan ook nog een elektrische auto is, dan kunnen we ook nog schone lucht happen. Dan zijn wij klaar met onze missie. We hebben dan individuele automobilititeit voor de burger beschikbaar, die is aangepast aan een stedelijke omgeving.”

Hoe lang gaat dat nog duren?

“Wij stonden al in 1997 op de RAI met een elektrische Peugeot 106. Wij dachten toen al dat het zou komen. Daarna zijn wij helaas teleurgesteld dat de auto niet inzetbaar was. Er waren allemaal prakti-



Borghuis en Van Lookeren Campagne: “Met een elektrische auto met pech kun je de ANWB niet bellen.”

sche redenen waarom het niet zou werken, zoals de vraag wat je moet doen als je onderweg pech hebt. Je kan de ANWB niet bellen want die kan niet komen helpen. Maar ondanks de teleurstellende ervaringen tien jaar geleden, zijn we nu toch weer enthousiast over de elektrische auto's en de ontwikkelingen die er zijn.”

Was het jullie nou vooral te doen om het milieu of om een goedlopende onderneming op te starten?

Borghuis: “Dat ligt in elkaars verlengde en dat is het mooie. Hoe meer mensen met ons bedrijf meedoen, hoe beter het is voor het milieu. En als er veel meedoen, dan is dat goed voor de BV die naar winst streeft. Dus dat is de ideale situatie: konden alle industrieën het maar zo organiseren dat hun groei een voordeel voor het milieu zou opleveren...” Van Lookeren Campagne: “Ik zou willen dat die bedrijven dan onder een aparte categorie van wet- en regelgeving zouden vallen. En dan bedoel ik niet onder de MVO – dat klinkt altijd zo soft. Ik bedoel

gewoon keihard aantonen dat de groei van je bedrijf een gunstig effect heeft op de maatschappij.”

Hoeveel winst maken jullie nu?

“We maken wel winst maar we publiceren geen winstcijfers, geen aantallen auto's en klanten. Het enige dat wij vrijgeven, is het aantal locaties en het aantal steden. We zitten op 75 steden en op 1100 locaties. En in Duitsland in 20 grotere steden, op 250 locaties.”

Waarom geven jullie dat soort info niet vrij?

“Wij zijn hier als eerste mee begonnen. In december is autoverhuurder Hertz een kopie van ons begonnen in Londen, Parijs en New York. In Europa is de grootste autoverhuurder Sixt ook begonnen met een carclub. Zo kan ik een hele lijst van bedrijven in de automobielwereld geven die vroeger helemaal niks in ons zagen en die nu allemaal kopieën maken van wat wij doen. Dus nee, ik help de concurrenten liever niet door onze gegevens vrij te geven.” ■

Borghuis had niet zoveel lol: “We hebben ongelooflijk veel ruzie gemaakt. We moesten ook zoveel ontdekken, uitvinden, oplossen.”