

Autosupermarkt Cardoen ontsnapt aan de crisis

De ruimste keuze van het land!

Cardoen introduceerde in de jaren '90 het concept van de autosupermarkt in België. Met succes. Ondertussen zijn er negen vestigingen in België. Samen waren ze in 2012 goed voor een verkoop van dertienduizend auto's. Daarmee lijkt de crisis aan Cardoen voorbij te gaan. AMT gaat op zoek naar het geheim.



Cardoen is de onbetwiste leider in de multi-merken autodistributie in België.

De familie Cardoen heeft een lange traditie in de autoverkoop. Albert Cardoen begon in 1949 in Antwerpen met de verkoop van tweedehandswagens, die hij toen soms al in het buitenland ging halen als er koopjes te doen vielen. Begin jaren '70 nam zoon Karel de fakkel over en breidde het aanbod uit met nieuwe auto's die tegen gunstige voorwaarden in Spanje en Portugal werden aangekocht. Dat concept bleek zeer succesvol, zodat Cardoen in 1992 verhuisde naar een 7.500 m² grote showroom met permanent negenhonderd auto's in voorraad op de Boomsesteenweg in Wilrijk langs de A12, tussen Antwerpen en Brussel. De eerste Belgische 'autosupermarkt' was een feit en Cardoen wierp zich op als de onbetwiste leider in de multi-merken autodistributie in België.

Aanhoudende groei

Als autosupermarkt blijft Cardoen uniek in België, waar de meeste garages nog steeds verbonden

blijven aan één automerk of een merkengroep. Het eigenzinnige concept legt het Antwerpse bedrijf echter geen windeieren, want sinds 2008 ging de omzet elk jaar de hoogte in. Ook vorig jaar steeg het aantal verkochte wagens weer met 19 procent, zodat dertienduizend nieuwe of jonge tweedehandse wagens aan klanten werden geleverd. Het lijkt wel alsof de crisis geen vat heeft op Cardoen.. "Dat is inderdaad ons motto", pikt commercieel directeur Ivo Willems hierop in. "We kennen de laatste jaren nog steeds een gestage groei, ondanks de crisis die toch stevig woedt. De verklaring is te zoeken in de commerciële strategie van het bedrijf. Enerzijds proberen we de klant de beste koop op de markt tegen de beste prijs te leveren. Daarnaast kopen we in alle Europese landen auto's in om de beste voorwaarden te verkrijgen. Die combinatie is het succes van Cardoen. We hebben permanent duizend auto's in stock waarop een duidelijke nettoprijs

is geëfficeerd. Iedereen kan komen shoppen om de voor hem meest geschikte auto te vinden. Aangezien we niet merkgebonden zijn, kunnen we iemand die voor model A kwam, adviseren toch voor een auto van merk B te kiezen als die beter aan zijn behoeften voldoet. Om alles overzichtelijk te houden staan de auto's volgens drie categorieën opgesteld: stadswagens, kleine en grote gezinswagens, telkens geordend per merk en per prijsklasse. Zo vindt de klant makkelijk zijn gading in het ruime aanbod, zoals hij dat gewoon is in een andere supermarkt. Het is ook mogelijk om op ons testterrein verschillende modellen uit te proberen, zodat de koper zich echt kan overtuigen over zijn keuze."

Bewuster kopen

Ook al kende Cardoen de voorbije jaren nog steeds een fikse groei, toch merkt het bedrijf een verandering in het koopgedrag van zijn klanten.



Commercieel directeur Ivo Willems voor de vestiging in Wilrijk. Zeven jaar garantie op nieuw en gebruikt voor € 395,-!

“De klant is nu veel bewuster bij zijn aankoop”, verduidelijkt Willems. “De aanschaf van een auto gebeurt veel rationeler, met minder emoties dan voorheen. Ook de merktrouw is veel lager. We zien dat mensen die altijd Europees reden, nu ook voor een Koreaanse wagen durven kiezen. Na een ritje merken ze dat je vrijwel dezelfde kwaliteit krijgt voor een lagere prijs. Bij ons kunnen ze makkelijk de vergelijking maken. Verder moet het niet meer noodzakelijk een nieuwe auto zijn, een jonge tweedehands kan ook steeds meer dienst doen. En dan merken we dat mensen meer over mobiliteit nadenken. Wie niet veel kilometers rijdt, koopt nu vlugger een benzine model, terwijl het vroeger bijna altijd een diesel moest zijn. Het aandeel van de dieselmotoren bedroeg tot voor kort 90 procent, nu zitten we op 50-50.”

Aangepast gamma

In de showroom van Cardoen is het aanbod aan stads- en gezinswagens zeer ruim. Opvallend is



Cardoen koopt voorraden nieuwe auto's op in andere Europese landen.



Zo staan er permanent duizend wagens in voorraad waarop een duidelijke nettoprijs is geafficheerd.

dat het duurdere gamma vrijwel afwezig is. “Klopt. Door de fiscale hervormingen is de vraag naar duurdere wagens sterk afgenomen en daarom is

ons aanbod tegenwoordig vooral gericht op de betaalbare modellen”, licht Willems toe. “Het feit dat we ons niet richten op de fleetmarkt speelt daarin ook mee. Veel bedrijven hebben een klassieke politiek voor hun wagenparkbeheer met strikte eisen over kleur, uitrusting en motorisatie. Daarom kunnen ze moeilijker van onze ‘koopjes’ genieten, omdat die meestal niet 100 procent aan hun voorwaarden voldoen. Bij Cardoen moet je de auto nemen zoals hij er staat, maar dat kan wel aardig in prijs schelen. Dat weet de prijsbewuste particulier ondertussen wel.”

Zeven jaar garantie!

Cardoen zit niet verlegen voor een stunt, waarmee het bedrijf al meermaals de media haalde. In 2008 was er de actie ‘2^e auto gratis’ waarmee in twee weken tijd vierhonderd auto's werden verkocht. En sinds februari van dit jaar wordt de mogelijkheid geboden de garantieperiode tot zeven jaar of 150.000 km uit te breiden, zowel

De wagens staan in drie categorieën opgesteld: stadswagens, kleine en grote gezinswagens, telkens geordend per merk en per prijsklasse.



Op het testterrein kan de klant verschillende modellen uitproberen.

voor nieuwe als tweedehandswagens en dit voor €395,-. Voor occasions begint de termijn wel te lopen op de datum van de eerste inschrijving, maar ook daarmee is het concept uniek. Ivo Willems benadrukt meteen dat het hier niet enkel om een mediastunt gaat, maar dat de klant probleemloos van de uitgebreide garantie kan gebruikmaken. "De aandacht in de algemene pers was mooi meegenomen om Cardoen weer in de kijker te brengen, maar met die boodschap breiden we onze service naar de klanten weer verder uit", zegt hij. "Om aanspraak te maken op de wettelijke garantie kan de klant met zijn wagen bij ons of bij een merkverdelers terecht. Voor de uitgebreide garantie staat Cardoen dan weer zelf

in. Er zit helemaal geen addertje onder het gras. Wij willen gewoon een complete en betrouwbare service verlenen. De klanten kunnen bij Cardoen trouwens ook terecht voor hun onderhoud. Dat wordt uitgevoerd door een team ervaren technici."

België is Nederland niet

Cardoen wil dit jaar nog twee nieuwe vestigingen openen, waarmee het totaal aantal verkooppunten in België op elf komt. Aan internationale expansie wordt voorlopig niet meer gedacht. "We willen eerst het verhaal in eigen land volledig afmaken", zegt Willems. "We hadden enkele jaren geleden een vestiging in Nederland, in Roosendaal, maar dat was niet meteen een succes. Het

Buitenbeentjes, alleen bij Cardoen

Cardoen heeft af en toe héél exclusieve auto's in de showroom. Het leuke is dat het niet gaat over Ferrari's of andere exotische bolides, maar wel over bescheiden auto's die hier normaal niet verkrijgbaar zijn. Zo was in 2005 bij Cardoen de eerste Dacia in West-Europa te koop, lang voor Renault besloot dit merk ook bij ons te verdelen. In 2006 werden dan de eerste Chinese wagens voorgesteld, waaruit contacten voortvloeiden om later deze merken eventueel officieel in te voeren. Ook de Nissan Tiida was een buitenbeentje. Cardoen tikte een lot van deze budgetauto's op de kop en bood ze aan voor €12.999,-. Binnen de maand waren de tachtig exemplaren verkocht. "Als we denken dat voor een onbekend automodel bij ons een publiek bestaat, aarzelen we niet om hem aan te kopen. Vaak laten merken kansen liggen omwille van hun marketingpolitiek. Daar spelen we handig op in", licht Ivo Willems toe.

had niets te maken met het concept van de autosupermarkt, maar wel met het aanbod van wagens dat niet overeenstemde met de verlangens van het Nederlandse publiek. Door andere fiscale regels wil men daar minder goed uitgeruste auto's, anders verlies je door de BPM het prijsvoordeel. Eigenlijk zouden we voor Nederland, en waarschijnlijk ook voor de meeste andere landen, telkens specifieke modellen moeten aankopen. Daardoor levert een expansie naar het buitenland niet onmiddellijk voordeel op voor ons bedrijf. Je zit dan ook met een logistiek probleem. Nu kunnen we onze voorraad van duizend auto's binnen de dag naar elk verkooppunt brengen. Over de landsgrenzen wordt dat al veel moeilijker."



Supermarkt of niet, de aflevering wordt tot in de puntjes verzorgd.



Na de koop kan de klant ook weer bij Cardoen terecht voor het onderhoud.