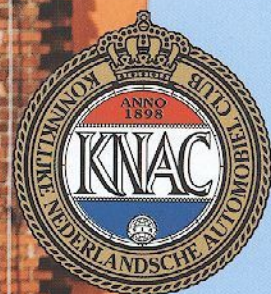


# De Auto

POWERED BY CARROS

In gesprek met Toni Bienemann en Daniel Klinge ■  
Schrijf u in voor de **ledenvergadering** ■ Vakmanschap  
van **Blaak Radiateurs** ■ Vriendenclub **AMRWR-register**  
■ **Cars & Coffee** tussen Rolls en Bentleys ■  
Interview Joop Iriks van **IVA Driebergen**

NUMMER 6 ■ OKTOBER/NOVEMBER 2019 ■ KNAC.NL



# 60 JAAR MINI

Schrijf u  
in voor  
de ALV in  
Baarn





Jonge mannen in pakken en stropdassen, jonge vrouwen in mantelpakjes en geklede jurken. Het is de eerste dag van het nieuwe schooljaar. De eerste eerstejaars zijn al geïnstrueerd over het parkeerbeleid. Parkeren op het IVA-terrein moet altijd in wat in de volksmond 'de brandweerstap' wordt genoemd: achteruit, met de neus naar de rijbaan. "Je wilt niet weten wat er hier anders aan het eind van de dag gebeurt. Dat wordt één grote chaos", zegt Joop Iriks, volgens wie elke student een vaste parkeerplaats heeft. Dat stelt de school in staat om erop toe te zien dat die parkeerplaatsen netjes blijven. Tegelijkertijd leren de studenten zo op een verantwoorde manier om te gaan met het eigenaarschap van een auto.

We zijn te vroeg. De eerste pauze op de beroemde 'autoschool' is nog aan de gang. Maar directeur Joop Iriks (62) heeft ons al gespot, vanuit zijn kantoor pal naast de ingang. Hij begroet ons met een brede glimlach. "Mijn kantoor is links voorin. Net als in de auto, daar zit je het liefste ook links voorin", lacht hij. We worden uitgenodigd in zijn bescheiden kantoor, hij haalt zelf koffie. Een innemende man, wars van kapsones. Keurig in pak en stropdas, net als zijn coördinator marketing & voorlichting Caspar Lecluse, die later aanschuift. Buiten wordt het rustig, de klaslokalen vullen zich weer, ook met de net ingestroomde 425 nieuwkomers.

## TECHNIEK

"Wat wij willen - dat is onze passie, onze missie ook - is jonge mensen succesvol laten zijn", zegt Iriks. "Onze beeldvorming is heel sterk automotive gerelateerd. En wij realiseren ons steeds meer, en dat heeft ook te maken met de plaats van de auto in de maatschappij, dat er daardoor ook mensen afhaken. Daarom kiezen we inmiddels voor een wat bredere opleiding. We zijn volop bezig om, naast de automo-

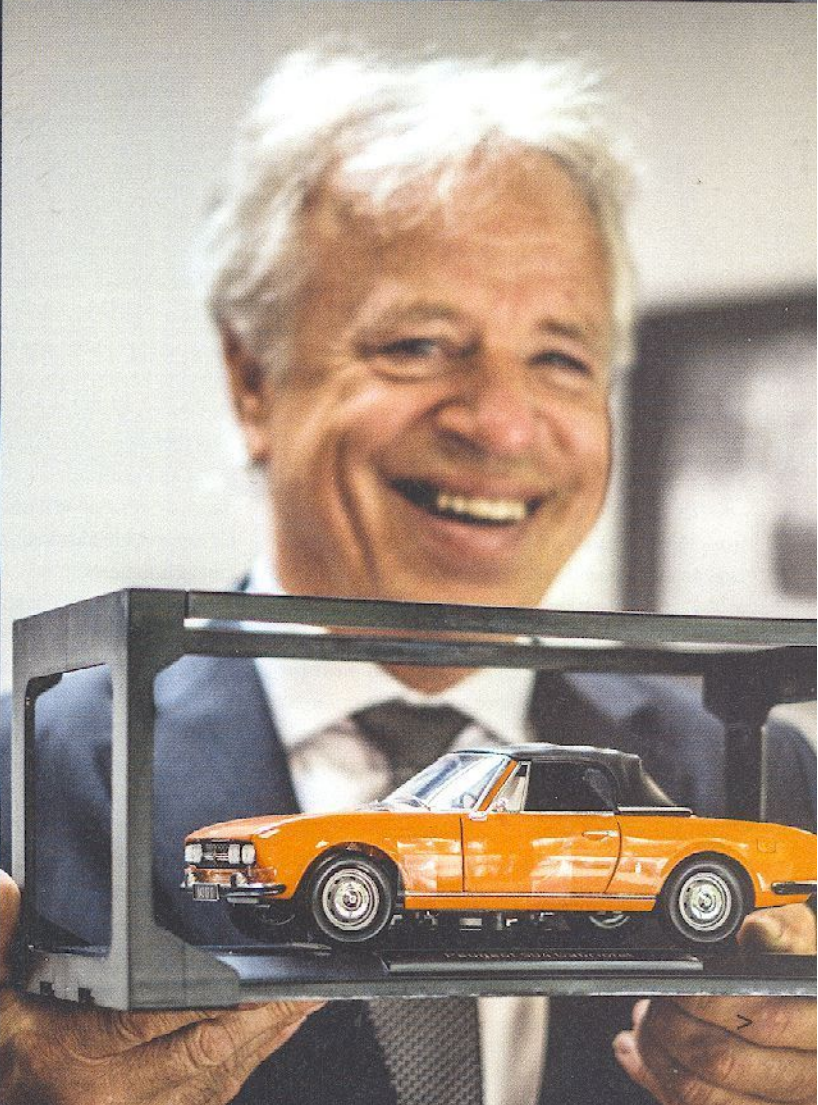
tive en de nautische tak, een wat algemenere 'business'-richting te ontwikkelen. In ons DNA zit techniek, dus zit dat ook in ons nieuwe programma. Techniek vinden wij één van onze onderscheidende waarden. We weten hier als geen ander hoe kennis van techniek leren leuk maakt en jonge mensen succesvol maakt in hun verdere carrière." Er komen op de IVA dan ook steeds meer studenten die niets met auto's hebben. Tweederde van de afgestudeerden gaat niet de automotive in. "Je leert hier zaken doen. Dat is het. Daarom staat er ook *Business School* in ons logo. We staan met onze opleiding midden in de maatschappij. Wat we heel graag willen, zijn studenten die ondernemer willen worden, die in business willen zijn, die het een uitdaging vinden om zaken te doen. Wij gaan ons negentigste jaar in, we hebben een enorme reputatie. Met een IVA-diploma kun je overal terecht; ze weten wat ze aan je hebben", aldus Iriks.

## TIELESS FRIDAY

De IVA staat aan het begin van een bijzonder jaar, vertelt Iriks, met een kleine glinstering in zijn ogen. Het leerjaar 2019-2020 zal onder meer de geschiedenis ingaan door de introductie van *Tieless Friday*. Op de laatste dag van de week mag voortaan de al 89 jaar verplichte stropdas thuisblijven. Al zal er geen sprake zijn van *Casual Friday*, spijkerbroeken blijven verboden, stelt Iriks. "De elementaire gedachte achter de dresscode hier is dat wij vinden dat kleding, de manier waarop je je presenteert, nooit weerstand mag oproepen bij de ander. Downgraden kan altijd nog, maar met upgraden hebben de meeste mensen nogal moeite. Wij houden in deze opleiding gedurende twee of vier jaar de standaard hoog, waardoor onze studenten leren zich op een correcte manier te presenteren. Het moet geen afbreuk doen aan hun reputatie, aan de manier waarop ze met dingen bezig zijn. En zo hebben we nog wat aanvullingen: geen petjes, geen oorbellen, geen zichtbare tattoos. Mensen mogen dat elitair vinden, maar dat is niet erg. Het zijn allemaal dingen die af kunnen leiden van waar het daadwerkelijk om gaat."

Zo bijzonder is de dresscode ook niet, vindt Caspar Lecluse. Op een horeca- of een koksopleiding en bij elke hotelschool zijn er volgens hem ook dresscodes. "Bij Ajax spelen ze ook niet in het shirt van Feyenoord", herinnert Iriks, volgens wie ook decolletés en stoppelbaarden kritiek oogsten. "Een baard van een paar uur, dat kan niet hoor. Eigenlijk zou je iedere student een spiegel moeten voorhouden en vragen: wat vind je nou van jezelf? Bij alle vakken speelt de performance van de student

**IK GELOOF ABSOLUUT IN  
DEALERS. ALS JE WEET WAT  
ER BIJ JE KLANTEN SPEELT  
KUN JE SUCCESVOL ZIJN**



**DE DEALER VAN DE  
TOEKOMST? HEEL KLASSIEK.  
DE VENT MAAKT DE TENT.  
ALS JE NIET IN STAAT  
BENT MEER TE DOEN DAN  
WAT EEN COMPUTER ZEGT  
OF WAT ER IN EEN BROCHURE  
STAAT IS HET EINDE VERHAAL**

een rol en onze docenten begeleiden hen naar de dagelijkse praktijk. Knoopjes dicht, stropdas niet los. En op de stropdasloze vrijdag gaan ook niet alle knoopjes open, we willen geen borsthaar zien. De meeste ouders zijn met deze aanpak erg blij. Meestal hebben zij deze invloed niet meer op hun kinderen en wij wenden het positief aan. Bovendien: het voorbeeld is er, alle andere studenten doen het ook. Als je IVA gedaan hebt, draagt dat bij aan een bepaalde *lifestyle*. IVA-mensen begroeten elkaar altijd, ze hebben *gentlemanship*."

### GOEDKOOP

Het gesprek gaat naar tarieven. IVA geldt als een dure opleiding, maar Iriks rekent voor: "Wij rekenen op jaarbasis een kleine elfduizend euro af. Als je dat ziet in relatie tot andere particuliere opleidingen, betaal je bij ons het minste. Zeker gerelateerd aan het aantal lesuren dat wij hier geven. Wij zitten aan de onderkant van de markt, terwijl we de beste hbo-opleiding van Nederland zijn." Lecluse vindt de IVA niet exclusief. "Zeker de helft van onze studenten betaalt de opleiding volledig of voor een behoorlijk groot gedeelte zelf, omdat ze daar financieringsmogelijkheden voor kunnen gebruiken die de overheid aanbiedt."

Loop Iriks komt nog even terug op dat exclusieve. "Als wij aan oud-studenten vragen: wat vond je nou? Was het zo elitair? Dan zeggen ze: 'Ach welnee, ik heb juist heel veel dingen geleerd waar ik thuis en in mijn vooropleiding nog nooit van had gehoord. Dat heeft me echt verder geholpen; niet zózeer in het vak, maar vooral ook als persoon.' Dat is ook mijn eigen ervaring, ik was student van 1982 tot '84. De meest belangrijke ervaring was wel dat leren ook leuk kan zijn. Je werd gestimuleerd om dingen op te pakken, te ondernemen. Ik was met mijn 23 jaar geen gemiddelde student, omdat ik al een aantal jaren gewerkt had. Nee, niet in de autowereld. Ik was van alles in die tijd: chauffeur op een geldauto, deed de administratie bij

een fabriek, ik heb in de horeca gewerkt. Maar ik vond auto's écht leuk. Ik ontmoette mijn latere echtgenote en die zei: ga je door met wat je nu doet, of ga je je hart volgen? Toen heb ik gezegd: ik ga het doen en ik haal er alles uit wat erin zit."

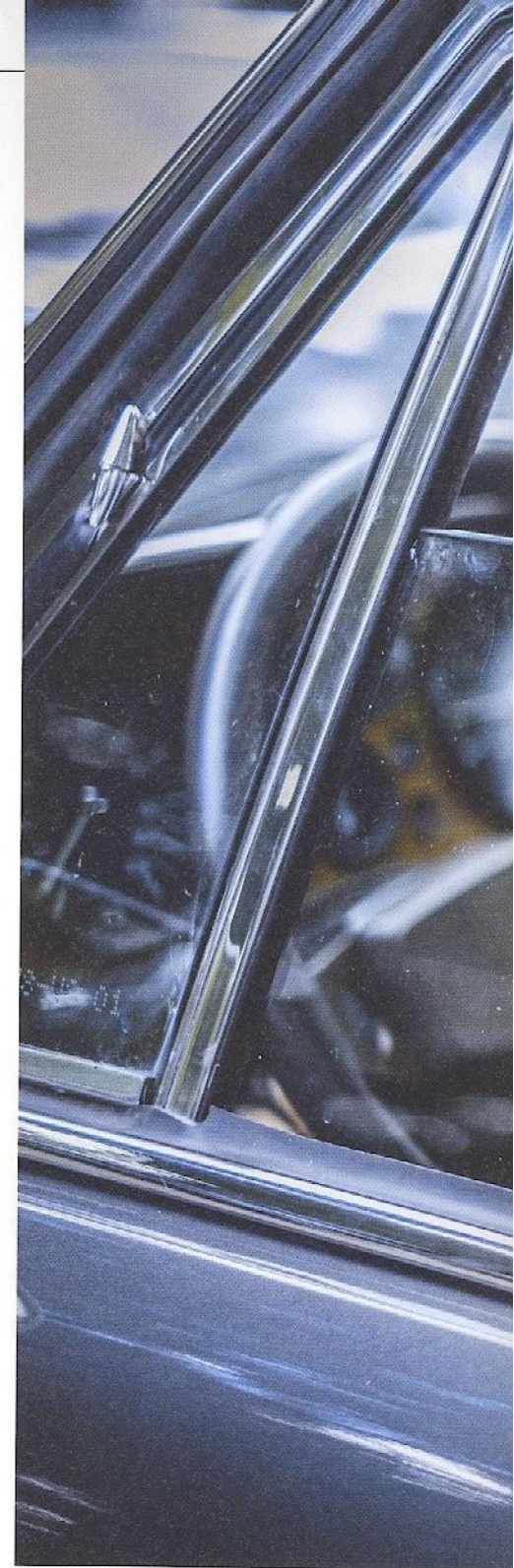
### PROFIEL

En nu is hij, sinds ruim een jaar, de baas van IVA Driebergen Business School. De procedure was een passend verhaal. De voormalige directeur, Frick Vermei, ging in 2018 met pensioen. Zijn opvolger draaide al een tijdje warm, maar werd ziek. "Toen werden we voor een voldongen feit geplaatst", zegt Iriks. "Zo'n jaar start op een gegeven moment op en moet doorgaan. De Raad van Commissarissen stelde een profiel op: het moest iemand zijn die de IVA gedaan heeft en zodoende op de hoogte is van de voornaamste ins en outs, een ondernemer, iemand ook met affiniteit voor training en opleiding. En direct beschikbaar. Ik was parttime docent aan de IVA. Ik had contact met één van de commissarissen, die mij het gewenste profiel kon schetsen en tegelijkertijd kon ik mijn profiel toelichten. Een schoolvoorbeeld van hoe netwerken werken. Twee weken later waren we er uit."

Het directeurschap kwam op een gepast moment voor Iriks. "Ik had twee Peugeot-dealerschappen. Ik kocht mijn bedrijf in 1996 en degene die het aan mij verkocht zei: 'Joop, je moet je goed realiseren dat als je vijftig bent of ouder wordt, je kennisniveau en fysieke energie af gaan nemen.' Dat heb ik altijd in mijn achterhoofd gehouden. Ik heb steeds gedacht: als ik tussen mijn vijftigste en mijn vijfenzestigste iemand tegenkom die mijn bedrijf wil kopen, dan doe ik dat. Mijn dochters wilden het bedrijf niet overnemen, dus eind 2012 heb ik het verkocht en opgeleverd. Jaartje sabbatical gedaan, bijna alle golfbanen van Europa gezien. Kort daarna overleed vrij plotseling mijn echtgenote, na een relatie van 32 jaar. Toen heb ik mezelf gereset: ik ga mijn leven toch anders vormgeven, dacht ik toen. Ik was te jong, had nog te veel ambitie, te veel de wens om weer een rol te kunnen spelen. Om iets te mogen toevoegen, om iets voor mensen of bedrijven te kunnen betekenen."

### GELOOF IN DEALERS

Als oud-dealer kijkt Iriks met interesse naar de ontwikkelingen in dealerland. De moderne autodealer kampt steeds vaker met tweespalt als het om zijn eigen rol gaat. "Vanuit mijn eigen ervaring kan ik zeggen: economisch wordt je als dealer gedreven om steeds groter te



worden. Terwijl je aan de andere kant - en dat zou de insteek moeten zijn van elke dealer - zo dicht mogelijk bij je klant moet blijven staan. Je moet weten: wat leeft daar? Maar dat is lastig, ingegeven door het economische model dat niet meer toestaat om klein te blijven. Maar ik geloof absoluut in dealers; als je weet wat er in je regio leeft, wat er bij je klanten speelt, dan kun je succesvol zijn. Of het nou om auto's met een waterstofmotor, een elektromotor of op LPG gaat, dat maakt niet uit. Mensen zullen blijven opteren voor individuele mobiliteit. En het is aan de dealer om dat in te vullen." Over de dealer van de toekomst is Iriks resoluut. "Heel klassiek. De vent maakt de tent."



**IK WAS HIER ZELF STUDENT VAN 1982 TOT 1984.  
DE MEEST BELANGRIJKE ERVARING WAS WEL  
DAT LEREN OOK LEUK KAN ZIJN**

Absoluut. Als je niet in staat bent om meer te doen dan wat een computer zegt of wat er in een brochure staat is het einde verhaal. Maar als je je nog steeds baseert op de relatie, op het elkaar gunnen, op vertrouwen hebben en iets daadwerkelijk kunt toevoegen aan wat een ander graag wil, dan is er absoluut een plaats voor onderscheidende lui. Dat is ook onze focus. Dat er dingen veranderen, hartstikke mooi. Dat biedt kansen voor ondernemende mensen."

### **504 ALS AMBASSADEUR**

We wandelen naar buiten, waar een mooi gerestaureerde Peugeot 504 Cabriolet wacht.

Een auto met een verhaal, glimlacht Iriks. "Gewone tweeliter motor, maar best een bijzondere auto, want met deze ben ik vorig jaar vanuit Bant in Friesland naar Peking gereden. 17.000 kilometer in zes weken tijd. Als Peugeot-dealer heb ik altijd gevonden dat ik een auto moest hebben die ik associeerde met mijn jeugd. Dus ik kocht deze, ook omdat ik vond dat hij een soort ambassadeur moest zijn voor mijn bedrijf. We zijn 'm op onze eigen manier gaan restaureren, helemaal over de top. Het volgende fenomeen was een Cabrio V6 en al snel had ik op elke vestiging van mijn bedrijf een 504 Cabrio in de showroom staan. De verkopers zeiden eerst: 'wat moeten we met

die ouwe rotzooi?', totdat er met een bepaalde regelmaat klanten binnenkwamen die over die cabrio begonnen. Die gesprekken gingen zo gemakkelijk, de auto bleek een enorme trigger. De verkoper hoefde eigenlijk nog maar weinig te doen, behalve luisteren. En als er mensen van een ander merk kwamen die dan vroegen hoe het met de betrouwbaarheid van Peugeot zat, hoefden ze alleen maar te wijzen. Echt fantastisch."

Met de verkoop van zijn bedrijven in 2012 verdwenen ook alle vijf-nul-vieren. "In één keer was alles weg", zegt Iriks. "Maar toen belde er een klant uit Frankrijk en die zei: Joop, ik heb tien jaar geleden bij jou een 504 Cabrio



**WIJ HEBBEN NOGAL WAT  
EISEN. GEEN PETJES, GEEN  
OORBELLEN, GEEN ZICHTBARE  
TATTOOS. MENSEN MOGEN  
DAT ELITAIR VINDEN,  
MAAR DAT IS NIET ERG**

gekocht. Die is nog zó goed, ik geef 'm aan mijn zoon en dan koop ik bij jou een andere. Tja, zei ik, ik heb alles verkocht. Maar die man hield vol, hing elke maand wel even aan de lijn. En toen dacht ik; het is toch wel erg leuk. Dus nu heb ik een bedrijfspandje gekocht en weer een levendige handel in 504 Cabrio's. Afgelopen zaterdag nog eentje afgeleverd. Ik heb er denk ik een kleine twintig in voorraad en ben er elke zaterdag full-time mee bezig."

### **UITDAGING ALS MENS**

Het gastheerschap is IVA-waardig. We gaan lunchen in een zaal die vernoemd is naar IVA-oprichter Geerlig Ricmer. De mooiste ruimte van de school, met uitzicht op het gazon. Iriks vertelt dat hij in 2018 voor een jaar was aangenomen als algemeen directeur, maar hij blijft nog even. "Ik ben 62, ik ga het nog wel een paar jaar doen. Dat omgaan met jonge mensen, daar krijg ik enorm veel energie van. Zo'n instituut als dit op weg helpen naar de honderdste verjaardag, dat is geweldig. Met een mooi team van medewerkers om mij heen. Ik zeg altijd dat wij mensen opleiden voor banen die er nu nog niet zijn. Er zullen altijd ondernemende mensen zijn die graag iets met hun leven willen doen, daar op hun eigen manier invulling aan willen geven, ondernemend zijn, uitdagingen zoeken, zaken doen leuk vinden. Het meest elementaire vinden wij dat het daarbij moet gaan om: hoe zit je daar zelf in, als persoon? Los van het feit dat je een zekere mate van kennis en ervaring moet hebben, hoe ben je als mens? Die *social skills*, daar geloven wij heel erg in. Met de vakken die we tien, vijftien jaar geleden deden gaan we het niet meer redden, we gaan focussen op data. Hoe ga je met data om, met logistiek, met nieuwe technieken? En dan geen technieken waarbij, zoals vroeger, het product centraal staat, maar waarbij vandaag de dag de klant centraal staat. De particulier of het bedrijfsleven, welke behoeften hebben die? Als we alleen maar de behoeften invullen, dan zijn er dadelijk technieken die dat heel goed kunnen vervullen. De echte uitdaging zit 'm in de uitdaging als mens, om de verwachtingen van de klant te overtreffen. Daar ligt de rol van de ondernemer." ❖