

Tekst behorende bij de powerpoint presentatie van dr. Vincent van der Vinne ter gelegenheid van de jaarlijkse bijeenkomst van de Japanse Auto-import Associatie (JAA) in Den Haag op 5 november 2010.

Een geschiedenis van de auto in Nederland en de bijdrage daaraan van de Japanse automobiellindustrie.

Auto in Nederland

Voor 1700 vond 90 procent van het vervoer over water plaats. In het vervoer van mensen en goederen over land werden paarden gebruikt. Bij economische groei kon men niet zomaar 100.000 paarden extra inzetten. Voor het gebruik van paarden moest voedsel worden verbouwd en een paard at toen ongeveer evenveel als acht volwassen mensen. Er was daarom een koppeling tussen omvang tussen het verkeer en vervoer met paarden op landwegen en de hoeveelheid landbouwgrond die daarvoor kon worden aangewend.

Met de komst van de stoomtrein, later gevolgd door de stoomtram en elektrische tram werd die koppeling doorbroken. De treinen reden niet op verbouwd voedsel maar op steenkolen. Door de ont koppeling kon de mobiliteit zeer sterk toenemen. Het leidde tevens tot stadsuitbreiding, groei van forenzensteden en bouw van fabrieken nabij spoorlijnen. Op een uitbreidingsplan van Amsterdam van Berlage uit 1915 zijn overal tramwegen te zien, zodat de bewoners afstanden met de tram kunnen overbruggen. In het Gooi ontstonden forenzensteden. Een proces van scheiding en spreiding van wonen en werken werd daarmee op gang gebracht. De toename van de mobiliteit had gevolgen voor de ruimtelijke ordening.

Met de komst van het gemotoriseerd voertuig trad deze in de plaats van het paard en rijtuig. Als laatste doorbrak de auto de koppeling tussen grondgebruik en mobiliteit. Met de komst van de auto nam de mobiliteit op landwegen toe. Voor 1914 kwam de auto eerst in het bezit van de elite. Later volgden zakelijke rijders. De auto verving niet alleen het paard en rijtuig, er werden ook veel meer auto's aangeschaft. In 1910 waren er 2.000 motorvoertuigen, in 1920 10.000 en in 1940 100.000. In het laatste jaar werd circa 90 procent daarvan voor zakelijke doeleinden gebruikt.

Pas vanaf eind jaren vijftig kwam de auto in binnen het bereik van lagere sociale klassen (de gewone man). Dit kwam door onder meer een hogere welvaart, grotere beschikbaarheid van goedkope auto's en fiscaal beleid (aftrekbaarheid van kosten woon-werkverkeer). En net als dat eerder had plaatsgevonden na de introductie van de trein en tram, nam de mobiliteit vervolgens zeer sterk toe. De vervoersprestaties van de auto zijn inmiddels een veelvoud van die van het openbaar vervoer. Het leidde tevens tot nog verder gaande groei van forenzensteden en aanleg van woonwijken en bedrijventerreinen nabij autosnelwegen (scheiding en spreiding van wonen, werken en recreëren). De sterke toename van de mobiliteit had zodoende ook grote gevolgen voor de ruimtelijke ordening.

Japanse auto's

Net als in Nederland verschenen al voor 1900 de eerste auto's in Japan. Later kwam er een bescheiden automobiellindustrie op gang. Rond 1930 werden er in Japan circa 30.000 auto's gemaakt (voornamelijk Ford en Chevrolet), waarvan 450 door Japanse fabrieken. De eigen industrie richtte zich tot dan toe vooral op bedrijfswagens. Net als in Nederland werden veelal auto's van buitenlandse makelij verkocht.

Na de tweede Wereldoorlog nam de automobiellfabricage in Japan toe. Nadat voor en na de Tweede Wereldoorlog vooral Europese auto's in licentie waren gemaakt, verschenen halverwege de jaren vijftig steeds meer eigen ontwerpen. Naarmate de productie steeg, werden hiervoor ook exportmarkten gezocht.

Nederland was een van de eerste landen in Europa waar de Japanse industrie zich op richtte. Dat kwam omdat we niet over een eigen grote automobiellindustrie beschikten, een welvarend land waren en vooral auto's kochten van buitenlandse makelij. In 1957 verscheen er in *Auto Visie* voor het eerst een artikel dat gewijd was aan de Japanse automobiellindustrie. Twee jaar later berichtte de *Financial Times* over het voornemen van een Japanse fabriek om in Nederland een assemblagefabriek te openen. Hierover werden toen gesprekken gevoerd met het ministerie van economische zaken.

Op moment waarop de lagere sociale klassen in Nederland tot de aanschaf van auto's overgingen (begin jaren zestig), maakte de Japanse automobielenindustrie een snelle ontwikkeling door. In mei 1963 was Seinen de eerste die een Japanse auto op de Nederlandse markt bracht. De Isuzu Bellel werd geen groot succes, mede omdat de auto moest concurreren in de zakelijke markt. De prijs was te vergelijken met de Peugeot 404.

Het was voor de Japanse industrie niet gemakkelijk om binnen te komen op de Nederlandse markt. Er ontstonden problemen met het distributiekanaal en met de gevoerde modellen. De Japanners wilden, gezien de hoge transportkosten, graag hun topmodellen hier verkopen, maar ondervonden daarbij weerstand (imago-probleem). Tevens moest er een nieuw dealernetwerk worden opgebouwd.

Andere fabrieken sloten geen contract met een beginnende importeur, maar juist met gevestigde importeurs. Louwman & Parqui, Hart Nibbrig & Greeve en later ook Auto-Palace, beschikten over een bestaand dealernetwerk, maar verkochten auto's die of weinig of steeds minder gewild waren of dreigden een importschap te verliezen. Door Japanse auto's te importeren beschikten de importeurs over een nieuw merk met potentiëel en konden de auto's direct via een uitgebreid dealernetwerk worden verkocht. Zowel de Japanse bedrijven, als de Nederlandse ondernemers hadden voordeel.

De Nederlandse importeurs volgden daarna een andere benadering. Juist op het moment dat de lagere sociale klassen over een auto wilden beschikken, boden zij kleine, goedkope Japanse auto's aan, die met grote, speciaal ontworpen schepen werden aangevoerd. In deze markt slaagde de verkoop wel. In het lagere marktsegment hechtte men meer aan de gebruiksmogelijkheden, het rijke uitrustingsniveau en de lage prijs, dan aan het imago. In vijf jaar tijd nam het marktaandeel toe tot 10 procent en in de daarop volgende 10 jaar tot 25 procent (1980). Deze resultaten werden behaald in een sterk groeiende markt.

De opkomst van de Japanse merken leidde vanaf 1980 tot harde confrontatie met de oude Europese fabrieken. De verkoop van nieuwe auto's kromp tijdens de economische crisis. Als eerste roerden de Italiaanse en Franse fabrieken zich. Zij waren actief in het lagere en midden marktsegment en ondervonden geduchte concurrentie van de Japanse fabrieken. Later volgden ook andere fabrikanten, omdat de Japanners in de loop van de jaren tachtig ook steeds meer duurdere auto's uitbrachten. Dankzij de kwaliteit en betrouwbaarheid van de auto's slaagden de Japanse fabrieken erin om ook in de hogere marktsegmenten door te breken.

Om de concurrentie het hoofd te kunnen bieden, vroegen Europese fabrieken de EG om maatregelen tegen de Japanse import te treffen. Dat leidde tot invoerbepalende maatregelen en tot vestiging van Japanse fabrieken in Europa (vanaf 1984). Later nam de Europese autoindustrie de Japanse wijze van produceren (lean production) en hun marketing (rijker uitrustingsniveau, langere garantieperiode) over. De aanpassing in de productie betekende de grootste verandering in de Europese automobielenindustrie sinds de introductie van de lopende band.

Het resultaat van de concurrentie is dat de auto van vandaag de dag nog nooit zo compleet is geweest, heeft nog nooit zo weinig onderhoud nodig gehad en heeft nog nooit zo'n lange garantieperiode gekend. Daarnaast is de auto, ten opzichte van het modaal inkomen, ook nog nooit zo goedkoop geweest.

Auto biedt aan de gebruikers grote vrijheid. Men kan in één dag naar Florence rijden of met caravan er achter in één dag naar Zuid-Frankrijk rijden. Maar de auto maakt ook afhankelijk. Mensen wonen in een vinex-locatie en werken bij een bedrijf gevestigd op een bedrijventerrein langs een autosnelweg. Om naar het werk te gaan, is men vaak afhankelijk van de auto. Men kan er vaak niet eens met de fiets of openbaar vervoer komen.

Een nieuwe uitdaging

Inmiddels wordt de automobielenindustrie geconfronteerd met nieuwe uitdagingen. De politiek verlangt van de automobielenindustrie dat deze modellen op de markt brengen die een geringere CO₂ uitstoot hebben. Maar een veel grotere uitdaging ligt in een verminderde beschikbaarheid van olie en de verwachte oplopende prijzen daarvan.

Het Internationaal Energie Agentschap verwachtte in 2009 dat de vraag naar olie zal toenemen van 85 miljoen vaten per dag nu, naar 88 miljoen in 2015 en 105 miljoen vaten per dag in 2030. De afgelopen jaren heeft het IEA de verwachtingen ten aanzien van de mondiale productie jaarlijks naar beneden bijgesteld (in 2002 verwachtte het IEA dat in 2030 120 miljoen vaten per dag werden geproduceerd).

De afgelopen vijf jaar heeft ook het Amerikaanse Energie Bureau de verwachting ten aanzien van de mondiale olieproductie jaarlijks naar beneden bijgesteld. In een dit jaar verschenen publicatie werd geschreven dat verwacht wordt dat vanaf circa het jaar 2014 de mondiale oliewinning uit de bestaande bronnen zal afnemen. Tegen 2030 moeten er voor de dagelijkse vraag nieuwe bronnen in exploitatie worden genomen en nieuwe bronnen worden ontdekt ter omvang van 40 miljoen vaten per dag. Dat zijn vier nieuwe velden in omvang van Saoedi-Arabië. De Amerikanen spreken van 'Unidentified projects'. Het tekort wordt ook veroorzaakt door de toenemende vraag naar olie. Dit wordt veroorzaakt door de opkomende economieën. In 2000 werden in China 2 miljoen auto's gemaakt, dit jaar zullen dat naar verwachting 15 miljoen zijn. In de verbreiding van de auto is China te vergelijken met Nederland begin jaren vijftig.

Sommige autoconcerns verwachten daarom veel van de toepassing van biobrandstof ter vervanging van olie. Met de toepassing van biobrandstof wordt een koppeling hersteld tussen mobiliteit en grondgebruik, terwijl juist die ontkoppeling heeft gezorgd voor een exponentieel groei van de mobiliteit. Er is te weinig grond om alle auto's op biobrandstof te laten rijden. Omdat biobrandstof niet de oplossing kan bieden voor het komende brandstofprobleem, vraagt dat om een andere oplossing en een visie op de toekomstige auto. Japanse bedrijven zijn al twintig jaar mee bezig.

De olie zal niet van de ene op de andere dag op zijn, maar de prijs zal steeds verder oplopen. Behalve de toepassing van veel zuiniger motoren op korte en middellange termijn, biedt een andere wijze van aandrijving, zoals hybride, plug-in hybride en elektrische auto's op lange termijn zicht op het behoud van de ontkoppeling tussen mobiliteit en grondgebruik. In de ontwikkeling van deze auto's hebben Japanse fabrieken vanaf de jaren negentig een voorsprong genomen. Voorbeelden daarvan zijn inmiddels al met succes op de markt gebracht of recentelijk uitgebracht. Daarmee heeft de Japanse automobiellindustrie een eerste stap gezet in de richting van een nieuw technologisch pad.

Meer informatie is te vinden in twee boeken van Vincent van der Vinne:

In honderd jaar van Auto-Palace naar AutoBinck Holding (2007) en *De autoproblematiek in Nederland (2010)*.

dr. Vincent van der Vinne
mobiliteitshistoricus
www.vincentvandervinne.nl