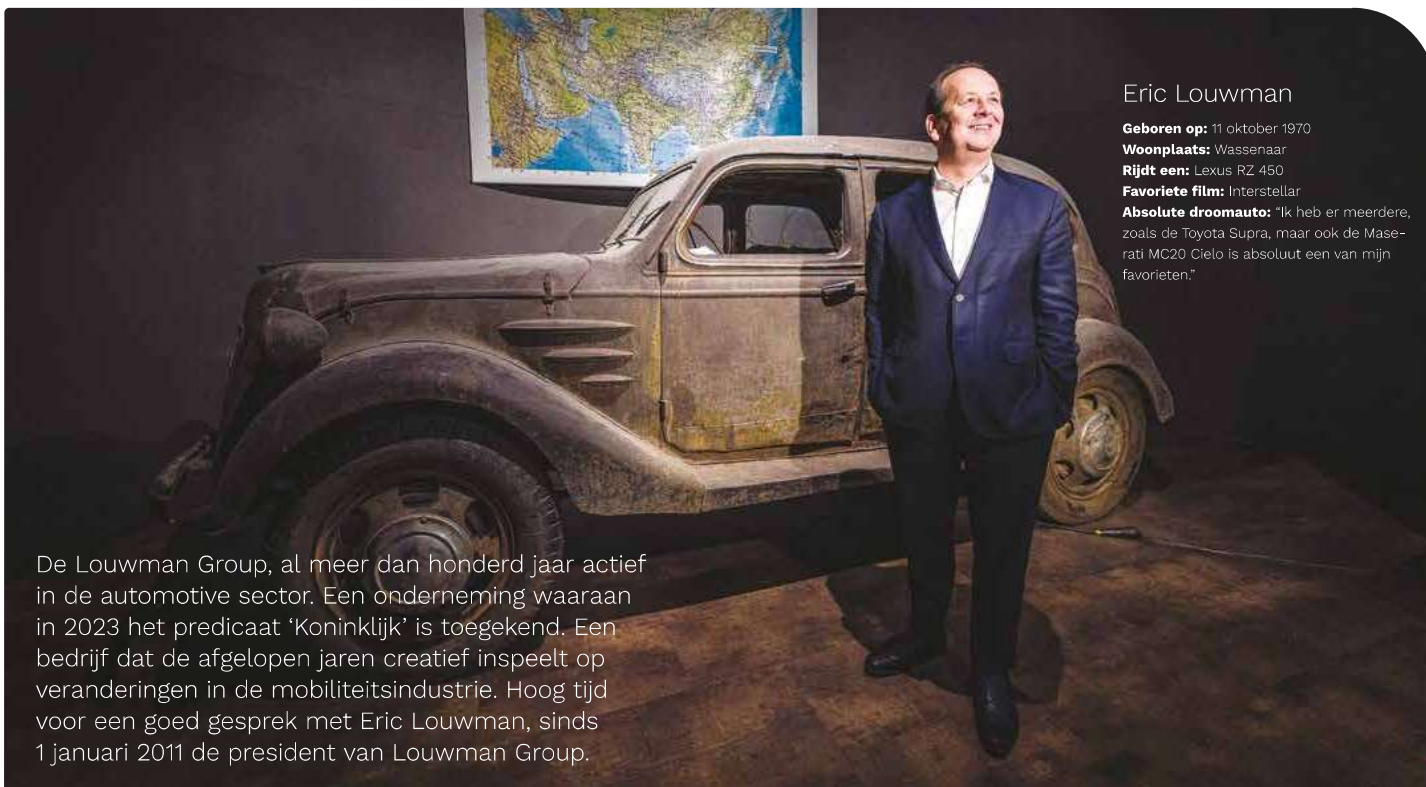


# “Iedereen dacht dat die man gek geworden was”



## Eric Louwman

**Geboren op:** 11 oktober 1970

**Woonplaats:** Wassenaar

**Rijdt een:** Lexus RZ 450

**Favoriete film:** Interstellar

**Absolute droomauto:** “Ik heb er meerdere, zoals de Toyota Supra, maar ook de Maserati MC20. Cielo is absoluut een van mijn favorieten.”

De Louwman Group, al meer dan honderd jaar actief in de automotive sector. Een onderneming waaraan in 2023 het predicaat ‘Koninklijk’ is toegekend. Een bedrijf dat de afgelopen jaren creatief inspeelt op veranderingen in de mobiliteitsindustrie. Hoog tijd voor een goed gesprek met Eric Louwman, sinds 1 januari 2011 de president van Louwman Group.

Een meterslange tafel in de bibliotheek van het Louwman Museum in Den Haag vormt een prima decor om met Eric Louwman terug te blikken op het verleden, maar vooral ook te kijken naar de toekomst. “Een honderdjarig jubileum is maar weinig bedrijven gegund. Ik ben dan ook ongelooflijk trots. In die periode hebben we onwijs veel geleerd, met één belangrijke basisles: als je gezond oud wilt worden, moet je jezelf blijven uitdagen. Te lang vasthouden aan iets vertrouwds is niet goed.”

Eric noemt als sprekend voorbeeld de reis van zijn opa naar Japan eind jaren vijftig met als doel om een Japans automerk te gaan vertegenwoordigen in Nederland: Toyota. “Iedereen dacht dat die man gek geworden was, maar uiteindelijk weten we allemaal

hoe dat gelopen is. En zo blijven we stappen ondernemen. Eind 2019 hebben we fietsen toegevoegd aan ons portfolio. Niet veel later kwam daar het Chinese BYD bij, een merk dat compleet anders denkt. Niet zozeer als autofabrikant, maar vooral vanuit energieoogpunt. Het is ontzettend leuk om dat vorm te geven. De ruimte tussen de fiets en auto wordt ook steeds groter, daar spelen we onder meer op in met de compacte elektrische Microlino, een van mijn persoonlijke favorieten.”

### Honderd jaar uitdagingen

Een eeuw ondernemen leverde tal van uitdagingen op. Eric: “Een voor de hand liggend voorbeeld is natuurlijk de Tweede Wereldoorlog. We hebben begin jaren tachtig en negentig te maken gehad met importrestric-

“Te lang vasthouden aan iets vertrouwds is niet goed”

ties als gevolg van protectionisme in de wereld. Een moeilijke periode. Ook het continue veranderende overheidsbeleid zorgt voor uitdagingen. Beleid kan ontzettend snel veranderen, terwijl de industrie en de mensen die erin werken niet zo snel meebewegen. Dat is niet alleen in de gezondheidszorg zo – waarin we actief zijn met Welzorg – maar ook in de automotive sector. Ik vind

er een overschot aan groene energie is, want zeventig procent efficiency is beter dan nul procent rendement.”

### ‘Belang van partners en klanten belangrijker dan winst’

Inspelen op verandering, verandering durven omarmen, maar ook durven loslaten wat je hebt: honderd jaar Louwman levert veel kennis en inzichten op, maar ook een ijzersterke reputatie als het gaat om klanttevredenheid. “Het belang van onze klanten en partners is belangrijker dan winst. Dat hebben we binnen onze familie altijd meegekregen. Het is geweldig dat Toyota dezelfde filosofie heeft. We vinden het ook heel belangrijk dat de merken waarmee we samenwerken een gelijke visie hebben. Het komt voor dat we terugroepacties op auto’s hebben die tien of twaalf jaar oud zijn. Dat doen ze bij Toyota echt vanuit de overtuiging dat ze het idee hebben dat ze iets gemaakt hebben waarin ze de klant teleurstellen. Dat moet worden rechtgezet. Zo’n terugroepactie vindt dan wellicht plaats bij de vierde of zelfs vijfde eigenaar, maar het gebeurt toch. Die visie vind ik persoonlijk prachtig. Ik vind het ook geweldig om te zien hoe we als bedrijf inspelen op de veranderende wereld. We worden ook steeds meer een echte mobiliteitspeler.”

Passie voor mobiliteit staat elke dag centraal in het leven van Louwman. “Maar ook passie voor mensen. Het is ontzettend belangrijk hoe we met mensen omgaan, niet alleen onze collega’s maar ook klanten. Waar ik onwijs trots op ben is dat we in 2023 met Suzuki tweede werden als meest klantvriendelijke autobedrijf van Nederland en dat we met Toyota eerste zijn geworden. Met Toyota waren we zelfs voor het eerst en ook als enige automerk te vinden in de algemene top tien van alle merken bij elkaar. Dat geeft in ieder geval aan dat we op de juiste weg zijn. Dat is ook waar voor we staan: we willen er zijn voor klanten. Dat ‘klantdenken’ willen we in alle componenten van Louwman Group terug laten komen, dus niet alleen in de personenautodivisie, maar ook met bijvoorbeeld Welzorg, gespecialiseerd in rolstoelen en scootmobielen. Dat leert ons op een compleet ander vlak om klanten te helpen.”

### Koninklijk

De kers op de taart: een beloning in de vorm van het predicaat ‘Koninklijk’. “Daar zijn we heel trots op, maar het is vooral een pluim voor alle medewerkers van de Louwman Group. We gaan er overigens bescheiden mee om, je hoeft dus niet te rekenen op de ‘Koninklijke inruilweken’ ofzo”, grapt Eric. “Zonder gekheid: we zien het als een grote eer, maar we zetten ons elke dag met overtuiging in om mobiliteit voor iedereen bereikbaar te maken in alle fases van het leven. Mobiliteit geeft namelijk het ultieme gevoel van vrijheid. Of dat nu gaat om een fiets of vervoer op maat. Als je meerijs met een bus van Welzorg, kom je in een wereld die je gewoonlijk nooit ziet als je gezond bent. Voor heel veel mensen is mobiliteit niet vanzelfsprekend. Die mensen weer mobiel maken, dat is ook passie. Het is fantastisch om te zien als iemand met een lange historie van herstel weer op pad kan. Dat verandert hun leven en daar doen we het voor.”



## Koninklijke Louwman Group

**Aantal werknemers:** 3.800

**Aantal dealerschappen:** 70

**Merken:** Toyota, Lexus, Suzuki, BYD, Microlino, Mercedes-Benz, Peugeot, Opel, Mazda, Kia, McLaren, Bentley, Maserati, Morgan

**Unieke eigenschap:** actief in vrijwel alle facetten van de mobiliteitsmarkt, waarbij mobiliteit wordt geboden voor alle levensfasen