

Een kleine twintig jaar geleden nam hij het bedrijf over van zijn vader Jan (83) die het zo rond zijn vijfenzestigste, na een hartoperatie, genoeg geweest vond. Het bedrijf was toen jarenlang dealer van Mazda, maar inmiddels heeft Mazda laten weten niet langer uit de voeten te kunnen met een dealer met een dergelijke bescheiden omvang en uitstraling. Maurice: "Ik voel er niks voor om in zo'n glazen paleis op een bedrijventerrein te gaan zitten met een receptioniste en een verkoopleider. Dit hier past bij me." En daar komt bij, als hij een week geen auto verkoopt, slaapt hij er niet minder om.

Opgejaagd

Het ondernemersbloed heeft vader en zoon nooit opgejaagd. Jan had een goede baan bij Renault en drie kinderen thuis en dus moest hij lang en goed nadenken toen hij zo'n veertig jaar geleden het aanbod kreeg het Haagse autobedrijf over te nemen. "Ik had op zakelijk vlak hier en daar wel eens wat onenigheid met mijn baas." Dat gaf de doorslag en uiteindelijk, na lang wikken en wegen, besloot hij de spanningen met zijn baas in te ruilen voor de spanningen van het ondernemerschap. Volgens Maurice is Jan de meest commerciële van de twee. Al kan het er ook mee te maken hebben dat de tijden nu eenmaal veranderd zijn. Maurice: "Als een klant nu een afspraak maakt, weet hij vaak al wat hij wil en

tegen welke prijs." Iedere dag gaat hij met plezier naar zijn werk. "Als je alles alleen doet, is geen dag hetzelfde."

Uitgemaakte zaak

Eigenlijk was het al snel een uitgemaakte zaak dat Maurice het bedrijf van zijn vader zou overnemen. Hij ging als kleine jongen al mee om op zaterdag auto's te poetsen, volgde de opleidingen en, anders dan zijn vader overigens, kreeg hij meer en meer belangstelling voor auto's. Jan: "Ik heb er niet veel mee." Wat het makkelijker maakte was dat het gelijknamige autobedrijf aan de overkant

de zeilen had. Maar voor Jan definitief ja kon zeggen tegen de fikse investering, werd hem de voet dwars gezet door een collega-dealer die al op een eerder moment de plek had geclaimd. Jan met een zucht van opluchting: "Dus toen ging het niet door."

Targets

De auto's die door Wieringa worden verkocht zijn tussen de 15.000 en de 25.000 euro en hebben nooit meer dan 100.000 kilometer gereden. Veel Mazda's, valt op. "Het is natuurlijk gewoon een goed en gelijk merk waar we veel ervaring mee

'Ik voel er niks voor om in zo'n glazen paleis op een bedrijventerrein te gaan zitten'

van de straat het onderhoud doet voor de auto's die door Jan en Maurice zijn verkocht.

"Maar de kracht van het bedrijf", zegt Maurice stellig, "is dat hier gewoon een andere sfeer hangt dan in een doorsnee showroom." Er is wel even sprake van geweest, toen Jan nog aan het roer stond om de stap toch te zetten en de kleine, vertrouwde 'woonkamer' in te ruilen voor een reusachtig pand op een bedrijventerrein aan de rand van de stad. Het was juist in de tijd dat Mazda de wind in

hebben." Maurice is er zich goed van bewust dat hij een relaxed ondernemer is. Er is geen automerk dat hem in zijn nek hijgt met targets. "Het is nooit genoeg, als je vandaag tien euro verdient, willen ze dat je er morgen elf van maakt." Wat een rustig idee is, is dat klanten vroeg of laat weer terugkomen. "Kwestie van vertrouwen." En de toekomst? Maurice slaat zijn benen over elkaar en glimlacht bescheiden. "Als het mag, ga ik gewoon zo door. Ja, voor mij hoeft er niks te veranderen."