



# ☒ We durven buiten de lijntjes te kleuren. ☒

In advertising is de uitstekende combinatie van aandacht en ambacht een succesvolle positioneringsstrategie. Kijk maar naar de meubelmakers van IKEA of de bierbrouwers van Brand. Toch is deze vakmanschapsclaim vaak niet veel meer dan een slimme marketingtruc. Goed bedacht. Maar niet oprecht of überhaupt waar. Gelukkig zijn er nog genoeg merken die vakmanschap



(echt waar) in hun DNA hebben zitten. En het Brabantse Oss is wat dat betreft goed bedeed. Want op 100 meter afstand van de scheepswerf waar Canday-klant Heesen Yachts droomjachten beyondbellefbouwt, vinden we de werkplaats van Schmidt-Oss. Eigenaar Frank Schmidt werkt hier met zijn team aan het reviseren, restaureren en onderhouden van droomautos: Porsches.



De namen Schmidt en Porsche zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Maar Schmidt-Oss zet zich in de markt als veel meer dan een Porsche-garage. Als restaurateur en als customizer bijvoorbeeld. Omdat we ons graag laten inspireren door ondernemende ambachtslieden met een eigen visie, gingen we langs in Oss waar we met Frank Schmidt spraken over jongensdromen, dicht bij jezelf blijven en het belang van 'customer intimacy'.

**We zijn omringd door talloze pkn en verleidelijke vormen.**

**Een werkplek om jaloeers op te zijn.**

Ik ben van oorsprong Duits. En zoals elke Duitse jongen had ook ik een grote poster van een Porsche boven m'n bed hangen. Een Porsche rijden zou me misschien nooit lukken, maar wie wou het mocht ik er wel aan sleutelen. Ik ben een echte techniker, dus de keuze om automonteur te worden voelde goed. Toen ik met Porsches ging werken maakte ik kennis met de dagelijkse techniek, de beleving en het geluid. Een jongensdroom die uitkwam.

**Porsche combineert exotisch temperament met Duitse degelijkheid en betrouwbaarheid. Wat de knoert het succes van het merk volgens jou?**

Porsche maakt slim gebruik van de kracht der herhaling. In ontwerp maar ook in techniek en communicatie. Dat maakt het merk succesvol. Als je al jaren Porsche rijdt dan weet je hoe zo'n auto aan moet voelen. Wat je ervan mag verwachten. Die continuïteit is ontzettend knap.

**Speelt continuïteit ook bij Schmidt-Oss een rol?**

Zeker. Een Porsche is voor onze klanten geen gebruiksvoorwerp, maar een lid van de familie. Dat klikt gek maar zo voelt het

wel. Een persoonlijke aanpak is daarom cruciaal: bij ons is er bijvoorbeeld direct contact tussen de klant en de monteur. Hij kan je alles over je auto vertellen en kent de historie. Naast een vertrouwensband met de klant bouw je zo ook een gestroomlijnde manier van werken op.

**In ons vak heet dit 'customer intimacy' iets waar veel bedrijven enorm aan moeten wennen.**

Ik zie dat het persoonlijke contact in grote bedrijven de afgelopen jaren is zoekgeraakt maar weer aan een opmars bezig is. Wij doen het al 20 jaar zo. Samen met de klant een mooie auto onderhouden of een auto nog modier maken. We zorgen er altijd voor dat de klant zich ook een beetje monteur voelt.

**Je hebt plannen om onder de naam Von Schmidt je eigen custom lab te starten. Spannend!**

Klopt. Ik ben per toeval in het customizen geroid. Ik was al puur voor mezelf bezig met de revisie van een 911 uit 1985. Gaandeweg heb ik me niet alleen mechanisch, maar ook optisch aangepakt door te kiezen voor een retro look gecombineerd met moderne techniek. Ik ben een perfectionist. En stop pas als het helemaal klopt. Toen mijn klanten zagen waar ik mee bezig was



ging het hard. Inmiddels hebben we drie Porsches gecustomized en staan de volgende twee projecten alweer op de planning. Onze klanten spelen zelf een actieve rol bij het ontwerpen van de auto. Denk aan het bepalen van de kleur, het interieur en de technische specificaties. Samen creëren we de Porsche van hun dromen. »

#### **Wat is de onderscheidende kracht van Von Schmidt?**

«Mijn team en ik hebben een duidelijke visie op hoe een op maat gemaakte Porsche eruit moet zien. We spelen met het origineel, durven buiten de lijntjes te kleuren. Maar we bewaren altijd de kenmerkende identiteit van de auto. Een stukje historie opnieuw glans geven dus. Er is in Europa geen enkel bedrijf dat dit op ons niveau doet. Dus het heeft potentie, zeker als we het met communicatiespecialisten in de markt gaan zetten. Weet je, we doen vrij extravagante dingen voor een garagebedrijf. Maar met voorzichtige stapjes. Ik blijf altijd dicht bij mezelf, want ik hecht veel waarde aan wat ik de afgelopen 20 jaar heb opgebouwd. »

#### **Heb jij als ondernemer een wijze les voor alle merkenbouwers en marketingmanagers die ons magazine lezen?**

«Handel vanuit de geest of essentie van een merk. Voeg telkens iets toe dat nieuw en waardevol is, zonder de oorsprong uit het oog te verliezen. Zo kun je namelijk altijd meer waarde creëren. Voor een merk. Maar ook voor klanten. Want uiteindelijk bestaat je bij de gratie van je tevreden klanten. »



«Uiteindelijk bestaat je bij de gratie van je tevreden klanten.»