

Van gadget naar gangbare tweewieler

Twee afgestudeerde bedrijfseconomen begonnen vijf jaar geleden in Amsterdam-Noord met de verkoop van elektrische scooters. Inmiddels leveren ze ook elektrische auto's, fietsen, segways en in huis ontwikkelde oplaadsystemen. MisterGreen heeft klanten als TNT, Schiphol, NS en gemeenten als Amsterdam en Eindhoven.

MAARTJE SMEETS



MISTER GREEN

Drs. Florian Minderop (l)
Drs. Mark Schreurs (r)
06-43161375
info@mistergreen.nl
www.mistergreen.nl

“Nee, we zijn geen prototypes van geitenwolensokken-idealisten,” aldus mede-eigenaar Mark Schreurs. “We willen als bedrijf groeien en geld verdienen, maar op een verantwoorde manier. Daarom verkopen we geen goedkope Chinese troep waarvan de accu's na twee jaar in het milieu belanden, zitten we aan bureaus van gerecycled hout en verspillen we geen papier.” Ondanks hun serieuze aanpak duurde het drie jaar voordat ze de markt konden overtuigen van hun gelijk. Schreurs: “Mensen verklaarden ons voor gek. Elektrische scootertjes, dat werd gezien als *spielerei*. Al Gores *Inconvenient Truth* zorgde voor de omslag.”

Voor die tijd verliepen gesprekken met gemeenten dramatisch, stelt Schreurs. Pas toen aansprekende kopstukken als Ruud Lubbers en Wubbo Ockels, maar ook

Hollywoodsterren als Cameron Diaz zich voorstander van elektrisch vervoer toonden, ging de publieke opinie om. “Maar het blijft moeilijk om mensen te overtuigen”, zegt Schreurs. “Pas als we het hele college van een gemeente de kans geven het gemak, ook van het opladen, zelf te ervaren, gaan ze overstag.”

Imago speelt bij het overstappen op elektrisch vervoer een belangrijke rol. Groen is hip. Volgens Schreurs zijn er

bedrijven die één elektrische auto aanschaffen voor een duurzaam imago, zonder verder hun wagenpark te vergroenen. “Gelukkig merken we dat steeds meer bedrijven en organisaties, van pizzakoeriers tot politiediensten, elektrisch vervoer echt serieus nemen en zo willen bijdragen aan het verminderen van de CO₂-uitstoot.”

MisterGreen koos bewust voor de verkoop aan bedrijven en organisaties in plaats van aan particulieren, omdat die makkelijker zijn te overtuigen dan de individuele consument. Hij verwacht dat de kennis over en ervaring met elektrisch vervoer van daaruit naar de consumentenmarkt zal doorsijpelen. Bang dat het elektrisch rijden zal leiden tot een afname van het aantal gefietste kilometers is Schreurs niet. “Ik geloof niet dat iemand die bewust voor de fiets kiest, overstapt op elektrisch rijden. Bovendien worden ook fietsen steeds beter en kun je er makkelijker grotere afstanden mee afleggen. Ik denk dat die twee markten zich naast elkaar blijven ontwikkelen.”

Jongeren tonen volgens Schreurs nog weinig interesse in de superstille elektrische scooters. “De meeste jongeren willen een scooter die flink brult, ook al is een elektrische veel goedkoper in het gebruik.” ■

Stijgende verkoop

In 2006 werden in Nederland 400 e-scooters verkocht, in 2007 980. In 2008 en 2009 steeg de verkoop verder, doordat grotere organisaties zoals gemeenten en politiekorpsen elektrische scooters aanschafften. De verkoop van elektrische brom- en snorfietsen steeg in het eerste kwartaal van 2009 met 78 procent ten opzichte van de eerste drie maanden van vorig jaar. Het aandeel elektrische scooters in de totale verkoop (17.371) is inmiddels toegenomen tot 2,5 procent. De accu kan voor een paar dubbeltjes via een normaal stopcontact binnen enkele uren worden opgeladen. In de toekomst moeten overal snellaadpunten komen waar opladen binnen tien minuten kan. (Bron: RAI Vereniging en BOVAG)

