

Terugblik op de beurs

Tal van trends op de Mobility Energy Expo

De recente Mobility Energy Expo stond bol van de innovatieve oplossingen voor tanken, laden, shops en carwash. Mobility Energy Magazine maakte een uitgebreide ronde langs de velden en ging met exposanten in gesprek over hun innovaties en de kansen die zij zien.

TEKST: MATTHIAS VANHEERENTALS FOTO'S: PROMEDIA/ROY VERMEIJ

BTamoil, een oliemaatschappij met een keten van 3.000 tankstations in Italië, Zwitserland, Duitsland, Spanje en Nederland, is sinds 1986 actief op de Nederlandse markt. Er wordt meer en meer ingezet op EV's, e-bestelwagens en e-trucks met de laadoplossingen van T-Electric. "We hebben in oktober een mooie laadhub met hyperchargers met acht laadplekken geopend in Moordrecht aan de A20", zegt Anita Lenselink, MT-lid bij Tamoil. "T-Electric biedt innovatieve oplossingen voor laadpleinen en energyhubs, al dan niet in combinatie met een eigen batterij, als er te weinig capaciteit in het elektriciteitsnet aanwezig is. Naast fossiele brandstoffen bieden we onze klanten ook hernieuwbare Neste MY Renewable Diesel (HVO100), AdBlue en CNG."

"Met ons nieuwe shopconcept met Flocafe Espresso Room willen we een verblijfplaats creëren voor de klant die onderweg is", zegt Marjan Rozemeijer, hoofd marketing bij Tamoil. "Zeker omdat elektrisch laden wat langer duurt dan een tankbeurt, is het belangrijk om een shop te hebben waar bezoekers graag langer verblijven met een lekkere kop koffie en verse broodjes. Of een rustpunt voor wie even op de laptop wil werken. We willen meer een retailer worden dan een tankshop. Over een aantal jaren zal de sigarettenverkoop uit de shop verdwijnen. Dus moeten we andere

markten aanboren. Denk hier bijvoorbeeld aan het cadeau- en verwenconcept zoals verpakte kaas en noten en Italiaanse noga, maar ook boeken en speelgoed. Bij Tamoil zijn we nieuwe locaties aan het bekijken en ontwikkelen."

Koelvriestoestel met LCD-scherm

Bij Creative Cooling Group werd een nieuw retailconcept voor de retail en tankstations ontwikkeld. Het gaat om een koelvriestoestel met LCD-scherm, met achterliggend een online digitaal platform. Met één druk op de knop kunnen merken of voedingsproducten productinformatie en promotieboodschappen live op de schermen van de toestellen in de verschillende retailpunten en tankstations streamen en zo in directe communicatie met de shopper treden. Ook de retailers en tankstations kunnen de schermen hanteren om eigen informatie, boodschappen of promoties op te streamen. "Fabrikanten kunnen op hun scherm hun promotieacties lanceren", zegt Bjorn Verschaeve, sales & marketing manager bij de Creative Cooling Group. "Het grote voordeel is dat er minder papier moet gedrukt worden en het logistieke proces bij promotionele campagnes een stuk eco-vriendelijker en efficiënter verloopt". We werken eraan dat de schermen meer ingeburgerd raken in de retail en tank- en laadstations in Europa."



Bij Orange Charging zien ze als belangrijke trend dat steeds meer tankstations overgaan tot het plaatsen van snelladers.

De schermen zijn bedoeld om meer impulsaankopen te genereren. “Wanneer de promotie direct zichtbaar is bij het product dat in de koeler of vriezer zit, zien we echt een gunstig effect op last minute impulsaankopen”, zegt Verschaeve. “Uit een onderzoek van het Duitse bureau Gfk blijkt namelijk dat de verkoop makkelijk met 250 of meer procent kan stijgen door middel van secondary placement en krachtige promotiecampagnes op koel/vriestoestellen uitgerust met schermen.” Als mogelijke bedreiging ziet Verschaeve de Chinese alternatieven die het niet noodzakelijk altijd even nauw nemen met de strenge regels. “In welke mate moeten we China omarmen of zien als een bedreiging? Zolang de regels gelden voor iedereen en er met een gelijk speelveld wordt gewerkt, is er geen probleem. Indien dit niet het geval is, moet er op Europees niveau worden ingegrepen.”

Orderkiosk

De Digitale was ook aanwezig op de beurs. Het bedrijf ontwerpt schermcommunicatie waar de klant zijn keuze kan maken en heeft een nieuwe orderkiosk bedacht. “Daarmee kunnen we de piekdruk weghalen”, zegt accountmanager Kees Groenland. “In korte tijd kunnen in de spits meer bestellingen verwerkt worden. Zo kan de klant sneller geholpen worden en je kunt opties laten zien waar de klant nog niet aan gedacht had. We zien dat dankzij die orderkiosken de bestedingen toenemen. Als de klant in een drukke wachtrij zit, maakt die vaak goedkopere keuzes.”

Voor het personeel heeft zo'n orderkiosk ook voordelen. “Zij kunnen zich echt focussen op de primaire taken, zoals het klaarmaken van een broodje”, zegt Groenland. “Vervelende taken, zoals het afrekenen, hoeven niet meer te gebeuren. Het is ook een oplossing voor het personeelstekort. Het personeel moet



Bij Tamoil zetten ze in op een nieuw shopconcept.

zo'n orderkiosk wel aanvaarden want als zij dwarsliggen, gaat het niet werken. Er moet ook voldoende piekdruk zijn om het systeem relevant te maken.”

In de shop ruik je niets

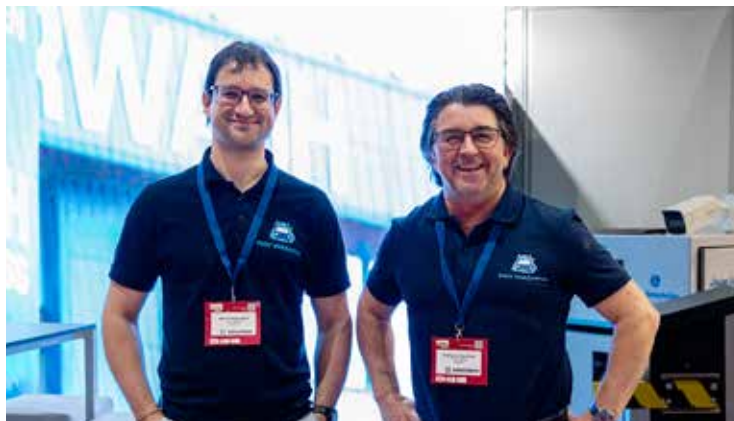
Kiremko toonde enkele nieuwe ontwikkelingen, waaronder een nog meer gebruiksvriendelijke en energiezuinige frituurinstallatie voorzien van een lage afzuiging. “Het voordeel is dat je veel minder warme lucht aan de shop onttrekt waardoor je minder energie verbruikt. En het belangrijkste is dat je niets ruikt in de shop” zegt Oscar Muis. “We zijn alsmaar meer actief in de sector van de tankstations. De klant wil meer eten op locatie en er zijn veel mogelijkheden om uit te breiden.” Volgens Muis zijn er wel uitdagingen. “We zien dat EV-rijders tijdens het laden vaak in de wagen blijven zitten en een filmpje kijken. Het is een uitdaging om hen in de shops te krijgen.”

Shop geen absolute must

Bij Orange Charging, een specialist in laadoplossingen, zien ze als belangrijke trend dat steeds meer tankstations overgaan tot het plaatsen van snelladers. “Zelfs onbemande stations aan drukke wegen of in een grote stad kunnen zeer geschikt zijn. Wij zien dat op drukke locaties een shop geen absolute must is en dat er ook zonder shop voldoende wordt geladen om tot een rendabele business case te komen”, zegt Jasper Boogert, algemeen directeur van Orange Charging. “De snelladers van Autel Energy – in de range van 40kW tot 480kW - zijn zeer geschikt voor plaatsing bij tankstations. Mede afhankelijk van de netcapaciteit en het gecontracteerde vermogen bepalen we samen met de klant de meest geschikte oplossing voor een specifieke locatie. Omdat onze laders standaard zijn uitgerust met grote schermen kan bijvoorbeeld ook de



Op de foodcourt waren de verschillende food-aanbieders gecentreerd, met onder andere de snoepgroothandel Happy Sweets.



Tracs Systems zette PayWashGo in de kijker.

aanbieding in de shop worden weergegeven. We zien afgelopen jaar ook productverbeteringen in de markt die zorgen voor een betere gebruikerservaring, zoals een cable managementsysteem en paymentterminals die geïntegreerd worden.”

Sneller waterstof tanken

Resato Hydrogen Technology, een bedrijf dat waterstof-tankstations ontwikkelt op basis van hogedruksystemen, was eveneens aanwezig. Het bedrijf ontwikkelde een nieuw systeem waardoor voertuigen sneller gevuld kunnen raken. De compressietechnologie werd geoptimaliseerd om de levensduur van de componenten te verlengen. “We willen de huidige situatie op kunnen schalen”, zegt Martijn Kruisweg van Resato. “Onze klanten zullen dus efficiënter waterstof naar de tankstations kunnen brengen, tot 10.000 kilogram per dag. De capaciteit wordt groter. De markt toont alvast veel interesse.”

Volgens Resato zijn er veel marktontwikkelingen wat betreft waterstof. “We zien veel activiteiten bij bussen en vrachtwagens”, zegt Kruisweg. “In de sector van het professioneel vervoer is waterstof dan ook een aanvulling op batterij-elektrische aandrijving die bij personenwagens zo hard heeft doorgezet. Voor emissievrij transport voorspel ik dat waterstof verder zal opkomen bij het vracht- en busvervoer in steden. We willen dan ook meer samenwerking met de bus- en transportsector. Er zijn veel mogelijkheden. Voor binnensteden is dat bijvoorbeeld interessant om de hoeveelheden fijnstof en roet te verminderen. Waterstofvoertuigen voorkomen druk op grondstoffen als lithium en kobalt van batterijen. We willen de markt dan ook actiever helpen om waterstof met trots te tanken en om het verder uit te bouwen in België, Nederland en steeds meer de rest van Europa”

Volgens Kruisweg kan Europa dankzij waterstof energie-onafhankelijk worden. “Dat is nodig in de huidige roerige tijden, met de herverkiezing van Trump als recent voorbeeld. Dat zorgt voor ongerustheid. Het kan ervoor zorgen dat milieumaatregelen vertragingen

oplopen. We moeten dus meer energie-onafhankelijk worden zodat we voor onszelf kunnen zorgen. Dat zal wel gebeuren. Door de AFIR-wetgeving zullen al 500 tankstations uitgerold worden en tegen 2030 zullen er zeker 2.000 watertankstations zijn.”

Betaaloplossingen

Het bedrijf Tracs Systems biedt met PayWashGo een innovatieve totaaloplossing voor klantbeheer en betalen, specifiek ontwikkeld voor de carwashindustrie. “We willen de beste kassa- en IT-leverancier zijn”, zegt Anthony Vavrinek, sales marketing manager bij Tracs. “We werken nauw samen met onze klanten om continu onze mogelijkheden te vergroten en te verbeteren. We hebben een groot eigen ontwikkelteam en een uitgebreide internationale helpdesk en serviceploeg.” Slimme koppelingen zorgen binnen deze all-in-one-oplossing voor optimale automatisering en efficiënt klantencontact. “De markt voor slimme betaalsystemen groeit”, zegt Vavrinek. “Met PayWashGo kunnen de klanten van de carwash online hun eigen accounts beheren. Dat leidt tot minder administratie voor de uitbater door automatische rapporten en slimme koppelingen met de boekhouding. En last but not least, een rijkdom aan data voor slimme, geautomatiseerde marketing. Het is een investering in meer klanttevredenheid, meer omzet, minder administratie en slimme marketing.”

Anthony Vavrinek benadrukte de internationale groei die het bedrijf doormaakt. “We hebben al meer dan vijftig vestigingen in vier landen: België, Nederland, Frankrijk en Duitsland. We groeien snel internationaal. We zien een duidelijke trend naar meer klantvriendelijkheid met minder personeel. Ook het analyseren van data wordt zeer belangrijk. Dankzij de data kunnen we veel gerichter inspelen op de wensen van de klanten van carwash.” Er zijn volgens Vavrinek wel bedreigingen. “Dan denk ik aan security, phishing en hacking. We hebben een team van ingenieurs en IT-specialisten en we zetten sterk in op GDPR, beveiliging en software. Zo maken we de carwashes efficiënter, veiliger en slimmer.” 