

ken sterk op elkaar, alleen kregen ze elk wel een voorkant met de eigen familietrekjes. En op de Aygo zitten de achterlichten net even anders. Als TPCA de doelstelling haalt, zullen ze ook snel te zien zijn op de weg: voor elk van de drie wordt gerekend op een jaarproductie van honderdduizend stuks.

'Voor ons is TPCA een puur strategische keuze,' zegt Tadashi Arashima, president van Toyota Europe in gesprek met *Elsevier*. 'Europa is een grote markt, maar als je volume wilt maken met betaalbare auto's loop je tegen hoge kosten aan en dure milieuregels.' Eén ding is zeker: Toyota en PSA zijn ervan overtuigd dat voor goedkope en zuinige compact cars flinke belangstelling bestaat. En ze hebben elkaar veel te bieden. PSA kent de smaak van de Europese consument, heeft een naam in design en beschikt over een fijnmazig netwerk. Toyota is sterk in de productie en logistiek, in techniek, betrouwbaarheid en veiligheid. PSA heeft in Europa een marktaandeel van 14,6 procent, Toyota 4,7 procent.

Voor Toyota is het een logische stap in de verovering van Europa. Niet zo lang geleden was het een centralistisch bedrijf: alles, van ontwerp tot productieplan, van marketing tot verkoopstrategie, kwam van het hoofdkantoor in Japan. Nu kruipt Toyota dicht op de lokale markten. Brussel herbergt het hoofdkantoor voor Europa, waar inmiddels acht fabrieken staan. Toyota heeft een designcentrum in Nice, en de marketing gebeurt ook lokaal.

Toyota heeft geen plannen voor fusies of overnames. Arashima: 'Wij staan wél open voor elke vorm van samenwerking. Een groot bedrijf heeft wereldwijd één duidelijke en heldere strategie nodig. Voor regionale markten kan daarin heel goed passen dat je partners zoekt. Daarom hebben wij samenwerkingsprojecten over de hele wereld – ook in China, India, de Verenigde Staten. Dat is voor ons de strategie voor expansie.'

Wil Toyota nummer één worden en General Motors van de troon stoten, zoals algemeen wordt verwacht? Arashima: 'Elk bedrijf wil 100 procent marktaandeel, probeert zo veel mogelijk auto's te verkopen en de consument te bedienen. Het is nooit onze ambitie geweest nummer één, twee of drie te zijn. Op die manier over de toekomst nadenken, heeft ook weinig zin. De markt is zo dynamisch, straks koopt General Motors misschien wel Ford. En dan is dat ineens een gigant.'

Welke afspraken zijn gemaakt als de Aygo beter of slechter verkoopt dan zijn broertjes C1 en 107, wil Arashima niet prijsgeven. 'Eerst proberen we van alle drie zo veel mogelijk te verkopen. Levert dat problemen op, dan zullen we die zeker oplossen.' Ligt het dan niet voor de hand dat bij verschillen in verkoopaantallen ook de deelnameverhoudingen in de Tsjechische fabriek veranderen? Het antwoord daarop luidt kortweg: 'Nee, het is en blijft *one, one, one*.'

## WONINGBOUW

# 'Een kwestie van willen'

Betaalbaar bouwen is remedie tegen verstopte woningmarkt, zegt Bouwfonds-topman Friso de Zeeuw. 'De prop zit aan de onderkant'

Brenda van Osch

**T**rabantwoningen, stewardesshuizen, konijnenhokken – er zijn al vele fraaie kwalificaties bedacht voor de betaalbare koopwoningen (prijs tot 175.000 euro) die Bouwfonds op de markt brengt. Friso de Zeeuw (53), directeur Nieuwe Markten van Bouwfonds MAB Ontwikkeling, wuift de kritiek weg. 'De bouw van deze woningen leidt uiteindelijk tot doorstroming op de woningmarkt. En de kopers, die zijn hartstikke tevreden.'



Friso de Zeeuw: 'Voor dure nieuwbouw is beperkte animo'

**ELSEVIER** Iedereen is ervan overtuigd dat juist de bouw van dure koopwoningen de doorstroming op de markt op gang brengt.

**De Zeeuw:** 'In theorie werkt de doorstroming zo dat als je aan de bovenkant van de markt er een huis bij bouwt, iedereen in de keten een stap opschuift. Maar de praktijk is anders. Voor duurdere nieuwbouw van 3 à 4 ton is beperkte animo. Mensen die zo'n huis kunnen kopen, wonen al goed. Ze verbouwen liever dan dat ze verhuizen. Bovendien zijn ze onzeker over de verkoop van hun eigen huis.'

**ELSEVIER** Dus pleit u voor goedkope bouw?

**De Zeeuw:** 'Aan de onderkant van de markt zijn mensen sneller in beweging te krijgen. Er zit een groot gat tussen sociale huur en de koopmarkt – daar zit de prop. Met betaalbare koophuizen kunnen mensen de overstap naar koop wel maken. Tweederde van de kopers komt uit de huursector.'

**ELSEVIER** Hoe helpt dat de koopmarkt?

**De Zeeuw:** 'Als we alleen de allergekoopste huizen bouwen, 55 vierkante meter voor een ton, is het effect nihil. Die woningen worden gekocht door starters die nog thuis wonen en door huurders. Dat helpt om wachtlijsten in de huursector weg te werken, maar niet om de koopmarkt vlot te trekken. Woningen met een prijs tot 175.000 euro helpen daarbij wel. We hebben het over euro's hè, daar heb je een gezinsinkomen van bijna 1,5 keer modaal voor nodig. Een deel van die huizen wordt gekocht door mensen uit een koopappartement, of mensen die kleiner gaan wonen. Denk aan echtscheidingen en aan ouderen die deels in het buitenland gaan wonen. Die groep is niet onaanzienlijk.'

**ELSEVIER** Wat zijn de voorwaarden om te kunnen bouwen voor 175.000 euro?

**De Zeeuw:** 'Alle delen van de verkoopprijs moeten beperkt blijven, de bouwkosten, de ontwikkelkosten en de grondprijs. Vaak bestaat eenderde van de verkoopprijs van een nieuwbouwwoning uit grondkosten. Voor betaalbare woningen moet dat naar zo'n 20 procent. Als de gemeente de grondexploitatie doet, moet die belangen afwegen: de woningbehoefte van inwoners

versus de opbrengsten van het grondbedrijf.'

**ELSEVIER** Grond is op de ene plek veel duurder dan op de andere. Kan dit overal?

**De Zeeuw:** 'We bouwen ze door het hele land, dus ja. In de binnenstad is het lastig. De gemeente of ontwikkelaar heeft soms veel betaald voor grond of moet hoge kosten maken om de grond schoon te maken. Voor gemeenten geldt: wat je op een plan in de wei verdient, besteed je aan onrendabele plannen in de stad. Dat is een kwestie van willen.'

'Op populaire lokaties speelt nog een probleem: de huizen worden onder de marktwaarde verkocht. Dat brengt het gevaar mee dat een woning direct met forse winst wordt doorverkocht. Dus geldt een anti-speculatiebeding. Een paardenmiddel, maar anders maken we één persoon gelukkig en hebben we een middeldure woning aan de voorraad toegevoegd. Dat was niet de bedoeling.'