

Saab & de dokter

Saab is helaas niet meer. Het excentrieke, tot de verbeelding sprekende Zweedse merk onderhield jarenlang warme banden met de medische wereld. Oude advertenties zijn daar nog stille getuigen van.

Op 10 juni 1947 toont de militaire vliegtuigfabrikant Svenska Aero-plan Aktiebolaget (SAAB) in het Zweedse Trollhättan zijn eerste auto aan de internationale pers. Hoewel de Saab 92 in niets lijkt op bestaande auto's, zijn de reacties meteen positief. Verantwoordelijk voor de gestroomlijnde tweetakt is een team van zeven vliegtuigingenieurs. Saillant detail: slechts twee ervan hebben een rijbewijs. In 1954 maakt ons land voor het eerst kennis met Saab. Drie jaar later sluiten de Zweden een import- en verkoopovereenkomst met de in 1881 opgerichte Amsterdamse Rijtuig Maatschappij (A.R.M.).

Knipoog

In de decennia die volgen, ontwikkelt Saab zich vooral in Nederland als een excentriek Zweeds merk dat met name medici, docenten, architecten en reclamemakers lijkt aan te spreken; een doelgroep van hoogopgeleide, vaak individualistische mannen en vrouwen op wie de als veilig bekendstaande, bijzonder vormgegeven modellen een grote aantrekkingskracht uitoefenen. Als Saabrijders elkaar passeren, wordt vaak even discreet de hand naar elkaar opgestoken. Het zijn de beginjaren van Saab; een periode waarin aan een eigenzinnig netwerk wordt gebouwd van niet altijd even commercieel ingestelde dealers.

In de jaren tachtig verschijnen opvallend veel advertenties die specifiek gericht zijn op de medische stand, zoals de vermaarde 'appendicitis-

advertentie' voor de Saab 900. Deze refereert, met een knipoog naar de vele medische klanten van het merk, aan de betrouwbaarheid en het weggedrag van de 900 onder barre weersomstandigheden. Ook wordt aandacht besteed aan een luxe die in die tijd al standaard is in alle Saabs: verwarmde stoelen. Wel zo aangenaam voor de dokter die er 's nachts in de kou op uit moet.

Overnamen

Begin jaren negentig worden potentiële klanten door middel van paginagrote dagbladadvertenties met een voorbeeld uit de kno-praktijk gewezen op de voordelen van het rijden in de 900 'new generation'. Een Saab die dusdanig goed is vormgegeven dat het windgeruis tot een minimum beperkt blijft; zelfs het hoge geluid van de turbo is niet meer te horen.

In deze periode treft Karl Wevers, toenmalig bedrijfsdirecteur van de Auto Import Maatschappij (AIM), tijdens premieevenementen voor Saabklanten regelmatig artsen: "Mede voor hen organiseerden wij onder meer de Cabrio Challenge. De cabrio was toen echt onze vlagdrager. Wat was er nu mooier dan samen met ruim tachtig andere Saab cabriorijders de Col de Turini te rijden, onder begeleiding van tweevoudig Monte Carlownaar Erik Carlsson, die in een blauwe Saab Sonett I reed?"

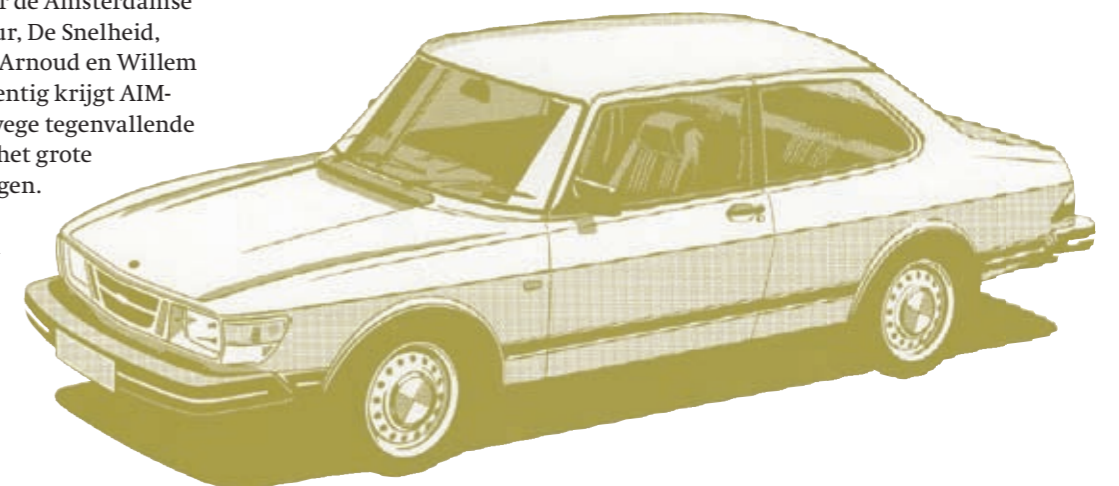
Na de roem van de rallysuccessen is het inmiddels ook de turbotechniek die velen aanspreekt in het merk. Saab opereert inmiddels in Nederland met een netwerk van maar liefst 104 dealers, waaronder de Amsterdamse Saabdealer van het eerste uur, De Snelheid, onder leiding van de broers Arnoud en Willem van der Klis. Eind jaren negentig krijgt AIM-directeur Karl Wevers, vanwege tegenvallende resultaten, de opdracht om het grote aantal dealers terug te brengen. Een proces dat al in gang is gezet door de overname van Saab in december 1989 door General Motors.

In de jaren die volgen, blijft het qua reclameuitingen richting de medische doelgroep stil.

Pas in 2010 blaast Saab Nederland zijn voorheen warme relatie met de medische wereld weer nieuw leven in door een contract af te sluiten met de Orde van Medisch Specialisten.

Het is in ditzelfde jaar dat autobouwer Spyker onder leiding van Victor Muller Saab weet over te nemen van General Motors. In 2011 wordt de campagne 'Saab daagt iedereen uit' gelanceerd. Saab werkt voor de print-, radio- en online-campagne intensief samen met de FD Media-groep. Daarnaast zet het merk NRC Handelsblad en diverse autogerelateerde internetsites in. Op www.saabdaagtiedereen.nl worden onder meer BMW-, Audi- en Mercedesrijders aangesproken. Ook Volvorijsers en ondernemers worden uitgedaagd. Voor medici stelt Saab opvallend genoeg geen specifieke keuzebutton beschikbaar. Of dit heeft uitgemaakt voor het (definitieve?) failliet op 19 december 2011 van het al langer zieltogende merk, zal wel nooit duidelijk worden.

Als Saabrijders elkaar passeren, wordt vaak even discreet de hand naar elkaar opgestoken



Onno Walgjen is verwoed Saabrijder, lid van Saab Club Nederland, hoofdredacteur van het clubblad *Saabberichten* en auteur van het eerder dit jaar verschenen boek *Saab in Nederland* (www.asnbooks.nl).

