



AutoGekte

Jerry Goossens is schrijver-journalist en stelt ons om de week op de hoogte van ontwikkelingen in zijn ziekelijke autoliefdesleven. Hij beweegt zich voort in een Alfa Romeo 166, daarnaast heeft hij de beschikking over een Jaguar XJC uit 1975, die in oude glorie is hersteld.

FJORDENSLOEP

Zeg, jij ziet Saab echt niet meer zitten, hè?" De retorische vraag van mevrouw Goossens werd gekleurd door weemoed. Alsof er, alleen al door de vraag te stellen, een hoofdstuk in ons huwelijk definitief werd afgesloten. Alsof er na dertien jaar toch nog een barstje in onze relatie was gekomen. Een barstje dat vanzelf zou uitgroeien tot een scheur, die uiteindelijk een onoverbrugbare kloof zou worden, waarna wij als twee ijsplateaus van elkaar zouden afdrijven. Alleen omdat ik Saab niet meer zie zitten. Nu zal ik nooit beweren dat het tussen mij en een automerk nooit meer iets zal worden. In een wereld zo grillig als die van de auto-industrie is dat veel te stellig. Lelijke eendjes kunnen van het ene op het andere moment een extreme make-over krijgen wanneer ze door nieuwe designers onder handen worden genomen. Merken die nu nog als oubollig gelden, kunnen over een paar jaar weer trendsetters zijn. Wie had twintig jaar geleden durven beweren dat een gezapige seniorenauto als Audi nu zo'n hip A-merk zou zijn? Of dat Skoda een geaccepteerde naam in het middenklassensegment zou worden?

Ik bedoel maar. Mede daarom zal ik Saab nooit helemaal afschrijven. Een andere reden is dat het van oudsher zo'n raar, eigenzinnig, Europees kwaliteitsmerk is. Dat laat onverlet dat ik er al jaren geen donder meer aan vind. De 900 Turbo cabrio – die fjordensloep met poolbestendige linnen kap – was de laatste echt leuke Saab, daarna is het in rap tempo een wat muffige, karakterloze auto geworden. Een zakenbak zonder smoel of noemenswaardige uitstraling. Het lijkt zelfs alsof de post-900-Saab uitsluitend in één kleur geleverd wordt. Vroeger zag je ze nog wel in Ikea-geel, bordeauxrood of poepbruin, tegenwoordig zijn ze allemaal zwart. Athans, die schijn heeft het. Technisch is het allemaal wel in orde. Maar ja, welke nieuwe auto is dat niet? Nee, de Svenska Aeroplan Aktiebolaget lijkt al geruime tijd – vanaf 2000, schat ik, toen het werd overgenomen door General Motors – last te hebben van 'n identiteitscrisis. En dat is jammer. Temeer omdat mijn eerste echte autoliefde de Saab 90 was. De 90, bijgenaamd 'de Tank', was mijn tweede auto, een vriendelijk bakbeest, opgetrokken uit duimendik plaatstaal, met portieren als kluisdeuren. Het interieur had de behaaglijkheid

van een knusse aanleunwoning: de stoelbekleding leek afkomstig uit een respartij fauteuilstof uit de jaren vijftig, en de stoelverwarming was heet genoeg om in de auto op Nova Zembla te kunnen overwinteren. Daarbij had het ding de wegligging van een stoomwals bij het comfort van een luxe matras. Ja, de 90 was een excentriek wagen.

Mevrouw Goossens en ik trouwden in de Saab, gingen ermee op vakantie, eerst met z'n tweeën, een jaar later met z'n drieën. En toen we de auto na 'n paar probleemloze jaren inruilden voor de eerste in een lange rij Alfa's, was er de onuitgesproken afspraak dat we ooit weer Saab zouden rijden.

Maar, zoals gezegd heeft het Scandinavische merk

'JIJ ZIET SAAB ECHT NIET MEER ZITTEN, HÈ?'

z'n eigenzinnigheid wat mij betreft verloren. Als ik het huidige gamma bekijk, zie ik uitsluitend gelikte middelmaat. De 9-3 en 9-5 zijn in al hun uitvoeringen onopvallende, bijna saaie middenklassers. En zelfs de 9-7X, het meest vernieuwende dat Saab de afgelopen jaren op de markt heeft gebracht, maakt geen diepe indruk. *Too little, too late*, die Saab-SUV. Daar is geen woord Zweeds bij, maar het is wel waar.

"Daarmee zeg je dus eigenlijk dat onze Saab-dagen definitief geteld zijn", concludeerde Mevrouw Goossens. De weemoed in haar stem kreeg nu een grimmig randje.

"Ach, weet je, schat", antwoordde ik, "uiteindelijk keer je toch altijd weer terug naar je eerste liefde."

Mijn echtgenote fronste nadrukkelijk. "Ik weet niet of ik dat wel zo'n bemoedigend antwoord vind. We hebben het hier over auto's. Toch?"

Jerry Goossens

Colofon

Hoofdredacteur: Tonie Broekhuijsen.
Adjunct-hoofdredacteur: Fanny Glazenburg.
Artidirector: Arnold Ritter.
Chef redactie: Luc Vranken.
Eindredactie: Mirjam Bos, Ralph Fischer, Robert van Overbeek, Gerit Wegman.
Redactie: Maurice de Bouvère, Sander van Es (sport), Frank Jacobs, Cornelis de Roy Kleijwegt, Roland Tameling, Stéphan Vermeulen, Michiel Willebrands (jazzmuziek).
Vormgeving: Joost Gunneman, Erik Haverkort, Tamara Laskowski, Bibi Waz, Conny Vonk.
Vaste medewerkers: Irma v/d Berg, Jeroen Booij, Dik Boosman, Albert-Jan Cornelissen, Irma Dakman, Rob van Ginneken, Jerry Goossens, René Grünfeld, Henrie Hemmink, Alex Jansen, Hans Kattenwinkel, Marc Klaver, Dennis van Laentzen, Andrew Mason, Michael Meijer, Bas van Putten, Rien Tholenaar, Hein Vertam, Remi Vellevoje, Rob Wiedenhoff, Rob Wild, Carel Zaal.
Fotografie: Louis Blom, Dexter Bressers, Raymond de Haan, Anne-Mariëke Hama, Pieter E. Kamp, Fons Klappe, Jacco v/d Kuilen, René Oudshoorn, Chris Schotanus, Lucas Verbeke, Andrew Walkinshaw.
Internet/I.T.: Nic de Boer, Jeroen Elbertse, Alexander Inia, Rob Jansman, Jan Renting (coördinator).
Marketing en Sales: Peter Balm, Hester van Dalen (020-7518095), Wouter van Dun, Jeroen van Egmond, Hermen Ratterman, Paul Scholten.
Secretariaat: Gerda van Hamburg, Patrizia Melis, Anita Spaan-Mes.
Uitgever: Eric Ariëns.
Adjunct-uitgever: Sander Stallinga.
Redactieadres: Haaksbergweg 75, 1101 BR Amsterdam, Postbus 23134, 1100 DP Amsterdam, 020-7518230, fax 020-7518231.
Internet: www.autoweek.nl. **E-mail:** autoweek@autoweek.nl.
Drukkerij: Concentra Grafic NV, Hasselt, België.
Uitgeverij: Sanoma Men's Magazines, Postbus 12515, 1100 AM Amsterdam, 020-7518000.



Abonnementen

Ga voor nieuwe abonnementen naar www.autoweek.nl/abonnement, vul de bon in dit blad in of bel 0800-5567777 (€ 0,10/minuut, ma-vrij, 09.00-21.00 uur).
Tijdschrift niet ontvangen (laatst verschenen nummer): 0800-5383736 (gratis, 24 u per dag bereikbaar).
Voor vragen over uw abonnement, bestellingen en/of nabestellingen kunt u zich wenden tot www.zester.nl/klantenservice of bellen naar 0900-2523288 (€ 0,10/minuut, ma-vrij, 09.00-20.00 uur) of schrijf naar Sanoma Uitgevers, afdeling Klantenservice, Postbus 431, 3000 AK Rotterdam. Reeds verschenen nummers kunnen tot maximaal 2 weken na verschijningsdatum telefonisch worden nabesteld.
Adreswijzigingen dient u uiterlijk 3 weken voor de verhuizing door te geven via: www.tnpost.nl/voorhuis. Ook kunt u schrijven naar Sanoma Uitgevers BV, Postbus 92, 3000 AB Rotterdam of bellen met 0900-2523288 (€ 0,10/minuut).
Beëindigen van het abonnement: geef dit uiterlijk 6 weken voor het aflopen van de betaaltermijn door via zester.nl/klantenservice, of bel 0900-2523288 (€ 0,10/minuut) of schrijf naar Sanoma Uitgevers, Postbus 7, 3000 AA Rotterdam.
Abonnementsprijzen en voorwaarden: Prijzen jaaraabbonement bij automatische incasso: € 85,80 (52 nummers, € 1,65 per nummer), halfjaaraabbonement € 43,55 en kwartaalabonnement € 22,10. Voor betaling per acceptgiro wordt € 2,60 per betaling in rekening gebracht. Prijswijzigingen voorbehouden. Het abonnementsgeld dient bij vooruitbetaling te worden voldaan. Abonnementen gelden tot wederopzegging en worden zonder tegenbericht automatisch verlengd. Voor bezorgadressen buiten Nederland, kijk op www.zester.nl/klantenservice.

Losse nummers

Distributie losse verkoop: Aldipress bv, De Meern, tel. 030-6660611. Adviesprijs per los nummer € 1,99.

België

Verdeler in België: Sanoma Magazines Belgium, Telecomlaan 5-7, 1831 Diegem. Losse-verkoopsprijs: € 1,99 per nummer. Abonnementsprijs: € 103,48 per jaar. Vraag de voordeligste abonnementsvoorwaarden voor een abonnement op *AutoWeek* aan bij Sanoma Magazines Belgium, Telecomlaan 5-7, 1831 Diegem, tel. 070-660111, fax 02-7762239 of surf naar www.aboshop.be.
Reeds verschenen nummers: Exemplaren nabestellen kan tot maximaal 2 maanden na de verschijningsdatum. Nabestellingen worden uitsluitend besteld via de dagbladhandel. Plaats uw bestelling bij een dagbladhandelaar van uw keuze, met vermelding van de titel, het aantal gewenste exemplaren, het editienummer en de verschijningsdatum. De dagbladhandelaar ontvangt uw bestelling binnen 7 werkdagen. U betaalt de reguliere verkoopprijs en € 1 administratie- en verzendingskosten per besteld exemplaar.
Handelsartikelen: Helaas is de bestelling van handelsartikelen in België niet mogelijk.

Wet op de persoonsregistratie

Sanoma Men's Magazines BV, de uitgever van *AutoWeek*, legt van haar abonnees en klanten in het kader van haar dienstverlening gegevens vast. Deze gegevens worden gebruikt ter uitvoering van de overeenkomst en om abonnees en klanten te informeren over relevante producten en diensten van Sanoma Men's Magazines BV. De gegevens kunnen ook worden gebruikt door onze partners Sanoma Uitgevers BV en Jonge Gezinnen BV en door zorgvuldig geselecteerde organisaties om klanten te informeren over relevante aanbiedingen betreffende producten en diensten. Als u op deze informatie geen prijs stelt, dan kunt u dit schriftelijk doorgeven aan: Sanoma Men's Magazines BV, Klantenservice, Postbus 40005, 2130 KM Hoofddorp.
Voor de Belgische lezers: de meegedeelde persoonsgegevens worden gebruikt om uw aanvraag te beantwoorden en worden opgenomen in het adresbestand van Sanoma Magazines Belgium en WDM Belgium (Researchdreef 65, 1070 Brussel) om u op de hoogte te houden van onze activiteiten.
Zonder schriftelijk verzet mogen uw persoonsgegevens doorgegeven worden aan derden. U heeft steeds recht op toegang, verbetering en schrapping van de gegevens. Voor meer inlichtingen kunt u zich wenden tot de Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer.

Copyright

© Niets van deze uitgave mag zonder schriftelijke toestemming van de uitgever worden verspreid, gekopieerd of op enigerlei wijze worden gereproduceerd, gepubliceerd of opgenomen in een leesportefeuille.