



# De toegevoegde waarde van het voertuigrapport

De autoverkoop verhuist van de fysieke naar de digitale showroom. In augustus verhuisde het voertuigrapport van de RDW mee. En de toegevoegde waarde van het RDW-Voertuigrapport blijft groot. Bedrijven zijn er blij mee en de consument heeft meer zekerheid over de kilometerstand, zo leert een rondje langs de velden van AutoTrack, de Vereniging Aanpak Tellerfraude en de RDW.

Het RDW-Voertuigrapport begon zijn leven meer dan 30 jaar geleden als initiatief van een groep autodealers in Eindhoven. Dat groeide uit tot de beroemde Nationale Auto Pas. De taak van de NAP werd in 2014 overgenomen door de RDW, die het systeem gratis toegankelijk én toekomstbestendig maakte. Dat laatste is een continu proces, vertelt relatiebeheerder René Vermeulen van de RDW: "Het voertuigrapport was lange tijd een pdf. Die kun je makkelijk uitprinten en achter de ruitenwisser van een auto in de showroom steken, maar vanuit de branche werd de roep steeds luider om een manier waarop het voertuigrapport met één klik gekoppeld zou kunnen worden aan een online verkoopadvertentie."

## Positieve geluiden

"Makkelijker gezegd dan gedaan," zo bleek volgens Vermeulen. "Uiteraard wilden we de vraag uit de branche faciliteren, maar we



Rico van der Vies, commercieel directeur Automotive MediaVentions, het moederbedrijf van AutoTrack.



hebben ook een zorgplicht. Het voertuigrapport bevat kilometerstanden en de Autoriteit Persoonsgegevens heeft die aangemerkt als privacygevoelige informatie. Die is ook nog eens fraudegevoelig. De eigenaar van het voertuig moet expliciet toestemming geven om die gegevens openbaar te maken. We hebben daarom een toestemmingsregister ontwikkeld waarmee erkenninghouders snel toestemming kunnen geven. Daarna komt het voertuigrapport meteen, en kosteloos, beschikbaar via een URL die bij de advertentie geplaatst kan worden. AutoTrack heeft ons met raad en daad bijgestaan en nu het systeem werkt, horen we uitsluitend positieve geluiden uit de branche."

## Keurmerk dragen met trots

Die positieve geluiden hoort ook AutoTrack, dat het RDW-Voertuigrapport sinds 1 augustus beschikbaar maakte voor bedrijven die hun auto's op AutoTrack.nl plaatsen. Het enthousiasme van de branche is geen verrassing voor Rico van der Vies, commercieel directeur Automotive MediaVentions, het moederbedrijf van AutoTrack. "Autobedrijven hebben de RDW heel hoog zitten," zegt hij. "Steeds vaker zie je dat bedrijven het logo van de RDW in foto's monteren. Ze dragen het als een keurmerk met trots en ze zien het RDW-



## GOED GEREGELD

Relatiemanager van de RDW, René Vermeulen.

Voertuigrapport als heel waardevol. Consumenten delen dat gevoel, de RDW wordt gezien als dé autoriteit op dit gebied. Uit onderzoek blijkt dat de waardering voor het RDW-Voertuigrapport met kop en schouders uitsteekt boven die van andere rapporten."

## Onder de indruk

Op dit moment wordt het RDW-Voertuigrapport al toegevoegd aan één op de vijf advertenties op AutoTrack. Van der Vies en Vermeulen verwachten dat het aantal de komende maanden snel groeit. "Ik ben onder de indruk van die cijfers," zegt Van der Vies. "Dit soort projecten is vaak een kwestie van de lange adem. We zien nu soms nog een aarzeling bij bedrijven die vrezen dat een onregelmatigheid in het rapport ertoe leidt dat ze niet met klanten in gesprek komen, zodat ze die onregelmatigheid kunnen uitleggen. Wij zien dat die angst ongegrond is, elke auto krijgt zijn aandacht. Dat het voertuigrapport nu kosteloos bij advertenties geplaatst kan worden, is een goede zaak. Zo weet de consument dat de kilometerstand klopt. We zijn trots dat we met AutoTrack deze stap hebben gezet, maar we hopen vooral dat alle autobedrijven en onze concurrenten ons voorbeeld volgen. Hoe meer transparantie hoe beter!"

**'Consumenten delen dat gevoel, de RDW wordt gezien als dé autoriteit op dit gebied'**

## Jarenlange wens vervuld

Ook de Vereniging Aanpak Tellerfraude (VAT) is blij met deze ontwikkeling, legt voorzitter Martin Huisman uit: "Hiermee is een jarenlange wens van ons vervuld. Het RDW-Voertuigrapport is het bekendste communicatiemiddel voor de tellerstand van een auto. Daarvoor vragen wij al jaren aandacht via bijvoorbeeld banners en tv-campagnes. Maar we zochten ook al lange tijd naar een manier om die informatie op een laagdrempelige manier bij de consument te brengen. Vanwege de gevoeligheid van de informatie en de wettelijke kaders was dat niet eenvoudig, maar een constructieve samenwerking met de RDW heeft nu een heel mooi resultaat opgeleverd. Dit is een grote stap op weg naar minder tellerfraude, waarmee wij als vereniging heel blij zijn. Het rapport kan door elke ondernemer worden toegevoegd aan advertenties, dus we roepen iedereen op die stap te nemen!"