

Rammstein en Stone

Du bist das Roß... maar die tekst krijg je niet, da's te makkelijk. Schobbejak, ik hoor je wel denken.

De auto des huizes. Het huisdier. Maar het is meer, het is de lastezel, het luxepaard en rijpaard ineen. Bij een sportieve auto gaat het dan minder om dressuur en ras dan om een talent voor accerelatie, agiliteit en wendbaarheid; mit Ihr K nigshase zackig schnelle Haken zu schlagen.

Om dat te kunnen, gaat het ook om mekaar begrijpen, aanvoelen .. gaat het wat worden tussen jou en de nieuwe? (band wordt gestart)

Ich will

Ich will da  Sie mir vertraut
Ich will da  Sie mir glaubt
Ich will Ihr Blicken sp ren
Ich will jeden Herzschlag kontrollieren
Ich will eure Stimmen h ren
Ich will die Ruhe st ren
Ich will eure Phantasie
Ich will eure Energie
Ich will in Beifall untergehen



Vandaag belde ik met de Mitsubishi dealer (wij bellen *oooveral*). Der mensch kon niet gestoord worden, hij was onderweg met een aflevering. Vanzelfsprekend. Wanneer na maanden van gehannes over de aankoop, na nog eens maanden van verwachtingsvolle levertijd-tijd de bruid dan voor je staat .. dan moeten we daar toch een klein feestje van maken. Zonder meer.



Het had wel wat. Het vroegere inrijden wat bij nieuwe auto's nodig was. Nog niet meer dan 3000 toeren, ze is nog zo teer.

Dus als ik wil wat Rammstein wil, **hoe** zou dat gaan? Allereerst kan het afscheid van de oude wel iets meer ceremonieel gebruiken. Als de nieuwe (een auto, voor A naar B uiteindelijk) zo bijzonder is, kan de oude niet zo gewoon zijn (een auto, voor A naar B uiteindelijk). Het is dus vooral ** nders**. Hoe precies?

Free of charge houden we de oude nog een weekje rijdend. Dat doen we gewoon. Partir c'est mourir un peu. Intussen wordt de nieuwe een tikkeltje competitief, ze wil zich bewijzen. Is ze niet leuk dan? Ruikt ze niet lekkerder? Zijn haar koplampen soms geen headturners? Is haar bibs niet om te bijten? Is haar bekleding geen fashion-statement? De eerste dag van deze huwelijksreis-week gaan we inrichten. Indien nodig de radio aansluiten. **Spulletjes inruimen**. Jouw personal organiser, idealiter een dubbelganger van Sharon Stone¹, helpt. Ook niet te lullig. Dus als je roker bent, dan staat er niet in de accessoirelijst dat een asbak 25 euro kost (maar dat gebeurt alleen bij die maffe concurrent, toch? Hoop ik?). Als je graag snoept, komt er een opzetje voor in dat ene

¹ Snedigheidje voor de filmgevoeligen onder ons

bakje. Als je veiligheidsfreak bent, komt die brandblusser erin. Past het stratenboek wel ergens? En de kinderspullen? Hoe zit dat met die isofix? Had de oude een chromen uitlaatstukje? Komt er allemaal.

Ben je al helemaal je nopjes, als je bij haar bent? Of nog wat onwennig? Tijd om gezien te worden. Dus de komende paar dagen heb je mooie lunches, onverwachte etentjes en fashionable events te kust en keur. Naar smaak onze oogappel zo het glimgepoetste **middelpunt** makend, of te laten opgaan in de menigte. Legio dates – en nooit met de parkeermeter, hoogstens valet parking.

De barre werkelijkheid: dat hoort niet bij een huwelijksreis.

Natuurlijk maak je van de gelegenheid gebruik om wat volumineuze klusjes te klaren nu je een os én een ezel bezit. Waarmee de oude zichzelf nogmaals bewezen heeft. Tijd voor een spiritueel afscheid. Een **figuurlijke haarlok** of knuffelbeer die je van haar hebt bewaard. Een fotosessie'tje, een aandenken; het kan van alles zijn.

Nu gaan we sleutels uitwisselen: het is definitief. De garagist haalt er nog even een liefdevolle doek overheen, checkt slinksgewijs of je die radio-instelling nu helemaal hebt gesnapt en doet iets belangrijks met paperassen. En dan **de wijde wereld in!**

Dit kan ingewikkeld klinken. Nu is klantenservice nooit bedoeld geweest om het leven makkelijker te maken voor werknemers – daarover is elke verbazing verbazend. Zonder flauwheid: service moet je menen, of steengoed acteren. En is weliswaar niet kosteloos, maar die smile is alvast gratis. Andere P's van de marketing, breng ik met enige gretigheid in herinnering, knagen ook aan de marges. Korting, om eens iets te noemen. Promotie of plaats, ook P's die niet vanzelf komen. Ten opzichte van niets doen daarentegen, is alles duur. Maar dat is dan ook een heel vreemdsoortige vergelijking, immers.



Stilstand is achteruitgang, zegt het spreekwoord.

En zal ik nog eens wat zeggen (nu ik toch het woord heb). Het is **een mooie tijd**, en niet vanwege de weersvoorspelling dit aprilweekend. Ik sloeg het nieuwe, goedkopere en betere autoblad open en kwam eerst een messcherp gesneden, ultra competitieve Kia tegen. Toen een Rolls met een perfecte V12 die een Impreza bijhoudt. Een Nederlands formule-1 team. Een Honda Civic die voor de lol 7800 toeren draait in zijn tweede leven, dat bij 5500 begint. En bepaald **R**'er oogt dan twee, zelfs drie generaties voorgangers.

En hoewel ik soms best eens naar 1995 verlang, peins ik er niet over een 2007 Bravo te vergelijken met de Tempra of Ritmo. Epica versus Evanda double so.

Als we nu niet vlammen, wanneer waren we het wel van plan? **Feuer frei!**

Om terug te keren naar die wittebroodsweken: manage wat je kunt beïnvloeden. You never get a second first impression.

Dat het niet bij een kalverliefde blijft, maar tot iets blijvends uitgroeit..

