Familie Cardoen

Date : 9 maart 2016

In 1949 kocht vader Albert Cardoen, zoon van een West-Vlaamse vlasboer, een parkeergarage in de Antwerpse Willem Linnigstraat. Hij nam daarvoor een hypotheek op een huis dat zijn echtgenote zou erven. De vlasteelt bood nog weinig perspectieven. Als burgerlijk ingenieur zag Cardoen meer brood in de autosector. Cardoen kreeg nogal wat buitenlandse matrozen over de vloer die met de thuishaven in zicht en flink wat dollars op zak hun zinnen op een auto hadden gezet. Zijn klanten waren vooral Polen, later Egyptenaren en Soedanezen. "De Polen die mijn vader ontving, waren vooral op zoek naar Amerikaanse merken zoals Ford en Chrysler, zegt Karel Cardoen daarover in een kranteninterview. Daar specialiseerde mijn vader zich dan ook in. De Soedanezen waren gek op Sunbeam en Peugeot 404. Pa kocht bij het ministerie van Verkeerswezen de lijst van eigenaars van de meest gegeerde autotypes en schreef hen aan: direct mail avant la lettre. Daarop bezochten we hen thuis." Deze directe aanpak bleek succesvol, de matrozen bezorgden garage Damof bij hun collega’s en landgenoten de nodige mond-tot-mond reclame.

Zo groeide het bedrijf van Cardoen uit tot van carrosseriebedrijf tot autoverkoper. “Eigenlijk was mijn broer Dirk voorbestemd om na zijn legerdienst de zaak van mijn vader over te nemen. Hij had automechaniek gestudeerd. Ik zou naar de universiteit gaan. Maar toen brak mijn vader een heup. Dirk was soldaat. Dus hield ik voor een jaartje de zaak recht. Na dat jaar had ik geen zin meer om naar de unief te gaan. Dus hebben mijn broer en ik samen de zaak gerund, tot in 1990. Om nog te kunnen groeien, moesten we uitbreiden. De zwaarste investering uit onze geschiedenis. Maar Dirk zag dat niet zo zitten. We hebben hem dan uitgekocht.” Dirk vertrok naar Frankrijk, waar hij kamers ging verhuren en paarden fokken.

In 1992 opent Cardoen in Antwerpen aan de Boomsesteenweg zijn eerste megacenter onder de naam Cardoen Autostad. Het complex van 14.000 vierkante meter werd gedeeltelijk zelf gebruikt en gedeeltelijk verhuurd als kantoorruimte. Cardoen kocht grote loten nieuwe auto's op uit faillissementen en uit de overstock van producenten en werd specialist in lage prijzen. Het bedrijf pakte de daaropvolgende jaren graag uit met stuntverkopen die de media halen. ‘Koop je auto in de supermarkt’, ‘2 auto’s voor de prijs van 1’ of de samenwerking met distributeur Colruyt, altijd was het goed voor grote krantenkoppen. Autostad Cardoen kreeg opnameploegen uit Chili, Japan en de States over de vloer.

Karel Cardoen: "Met een sterke stunt contacteren we soms zelf bewust de pers. Media-aandacht ondersteunt je naambekendheid en je kan bij een ruim publiek duidelijk maken waar je voor staat. De directe en de indirecte commerciële impact valt niet te meten. Soms leidt die media-aandacht tot gekke situaties. Zo stond hier in het stuntjaar van de tweede auto gratis ineens een Tsjech. Die had in zijn land op tv weet gekregen van onze commerciële actie. De man had meteen de trein genomen en zwaaide met cash geld. De koop kon niet afgerond worden omdat de witwaswetgeving grote betalingen in speciën verbiedt."

Cardoen werd al met Virgin en Ryanair vergeleken, ook prijzenbrekers. Maar verder is elke

vergelijking met de Richard Bransons en de Michael O’Leary’s van deze wereld met Karel Cardoen zoek. Hij verkoopt geen Ferrari’s en hij rijdt er ook niet mee. "Eigenlijk zijn auto’s voor mij niet belangrijk. Ik had evengoed schoenen kunnen verkopen." Wat is voor Karel Cardoen het merk waar hij naar opkijkt? "Colruyt is voor mij een sterk merk en dat om drie redenen: de transparante communicatie, de klantvriendelijkheid en de efficiëntie. Als we de Colruyt van de autodistributie worden genoemd, beschouw ik dat als een fijn compliment."

Eind 2015 verkocht Karel Cardoen 66 procent van zijn bedrijf aan het investeringsfonds Kebek. Zijn vier kinderen zijn niet geïnteresseerd in de leiding van het bedrijf. Karel Cardoen wil zelf nog tot 2020 in het bedrijf blijven om er dan definitief mee te stoppen.