

# ‘Wij willen mobiliteit verder brengen’

De functie van Chief Marketing & Innovation Officer voelt alsof je aan het werk bent in een bibliotheek waar strategie en merkverantwoordelijkheid worden ondersteund met digitalisering en innovatie. In deze ambiance vertelt Greo Belgers over de wereld van BMW Financial Services Nederland in 2024.



Midden in de sfeervolle bibliotheek kijkt CMIO Greo Belgers peinzend op van zijn laptop. “De automotive sector zit duidelijk in een transitie”, stelt hij vast. “De BMW Group wil daar op verschillende bedrijfsniveaus aan bijdragen, met behulp van digitalisering en innovatie. Tja, in de laatste ranking van de jaarlijkse Auto Environmental Guide van Greenpeace staat BMW op de tweede plaats. We zijn er dus nog niet.”

## AI-toepassingen

BMW laat in zijn fabrieken camera’s met artificial intelligence (AI) meekijken, om te controleren of er tijdens de fabricage iets afwijkends gebeurt dat later problemen kan veroorzaken. En een speciaal algoritme is erop getraind om aan de hand van het geluid van de auto te voorspellen waar issues kunnen ontstaan. “Binnen BMW Financial Services werken we ook met robots om de administratie te ontlasten. Ze controleren bijvoorbeeld NAW-gegevens of bepaalde repeterende klantprocessen. Zo houden onze medewerkers tijd over om onze dienstverlening nog persoonlijker te maken, bijvoorbeeld met zorg voor en contact met onze klanten”, aldus Belgers.

## Innovatie

Naast digitalisering heeft innovatie een belangrijke plaats in het bedrijf, iets wat BMW Financial Services met Belgers’ aanstelling, ruim een jaar geleden, op bestuursniveau binnen de organisatie heeft geborgd. “Een strategische pijler is forward thinking”, aldus Belgers. “We werken aan praktische verbeteringen aan de hand van concrete klantbehoeften. In 2024 introduceert onze zusteronderneming Alphabet twee innovaties.”

## Carbon Tracker

De overheid wil de totale CO<sub>2</sub>-uitstoot van zakelijk verkeer in 2030 met 1,5 megaton reduceren. Daar komt wetgeving voor, maar er is niet precies bekend hoeveel uitstoot er is. Daarom zijn bedrijven met meer dan honderd medewerkers per 1 juli 2024 verplicht om een registratie bij te houden van alle zakelijke kilometers van hun personeel. Belgers: “Bedrijven moeten zorgen dat hun medewerkers dit doen op een manier die voldoet aan de wettelijke eisen. Datakwaliteit is belangrijk vanwege het CO<sub>2</sub>-plafond. We hebben berekend dat dit elke medewerker twee uur per maand kost. Dat is niet efficiënt. Wij

hebben een oplossing bedacht, de Carbon Tracker. Dat is een mobiele app waarmee werknemers op een eenvoudige manier hun woon-werkverkeer, zakelijke ritten en thuiswerkdagen registreren. Alleen na hun toestemming worden de gegevens – geanonimiseerd – verzonden naar bijvoorbeeld het hr-systeem van hun werkgever. De app berekent de reis- en thuiswerkvergoedingen en geeft tips om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te verminderen. Werkgevers kunnen er incentives aan koppelen door werknemers die vaker de trein of de fiets pakken te belonen.”

“Hiermee hebben we de Innovation Award van BMW gewonnen”, vervolgt Belgers trots. “Het prijzengeld gebruiken we om, samen met onze partner Fynch Mobility, de Carbon Tracker nog beter te maken. De app is zelflerend en wordt steeds slimmer en beter. Dat sluit ook mooi aan bij de slogan van Alphabet: Your mobility. Made easy.”

## Tyre Collective

“Een andere innovatie betreft het afvangen van milieubelastende stoffen bij bijvoorbeeld bestelwagens en elektrische wagens”, vertelt Belgers. “Een elektrische auto mag dan zo goed als geen CO<sub>2</sub>-uitstoten, de batterij maakt deze auto wel veel zwaarder dan een brandstofauto, waardoor er bij wrijving van de banden met het wegdek veel meer microplastics vrijkomen. We werken hiervoor samen met de Londense start-up Tyre Collective. Zij hebben een elektrostatisch apparaatje ontwikkeld dat achter de autoband komt en in combinatie met de luchtstroom plasticdeeltjes afvangt. Na een week haal je het filtertje eraf en kan de inhoud van het bakje worden geüpccycled. Er kan bijvoorbeeld isolatiemateriaal, schoenzolen of kleding van worden gemaakt. Momenteel doen we een pilot met busjes van een klant. Daar hangt nu ook een tweede kastje onder dat niets anders doet dan data registreren: snelheid, aantal kilometers, luchtvochtigheid, invloed van regen, noem maar op. Met die data kunnen we vervolgens onze klanten nog beter bedienen.”

Belgers besluit: “Weet je, wij willen mobiliteit echt verder brengen, dus zetten we vol in op elektrische voertuigen. Maar dan moet je ook je ogen niet sluiten voor nieuwe milieuproblemen die hierbij ontstaan. Ook daar moet je een oplossing voor zien te vinden. Daar is dit kastje voor bedoeld en daar zijn we nu volop mee bezig.” ◀

**Greo Belgers:**  
‘Aan het geluid van de auto voorspelt een algoritme waar issues kunnen ontstaan’