

# autoretail

- » Tegenvallende nieuwverkopen in 2013 rekening van verkooppieken in 2012
- » Onroerend goed in veel gevallen een molensteen
- » Klant informatie onderbenut in huidige businessmodel

## Branchebeschrijving

De autobranche bestaat uit importeurs, dealers, handelaren in auto-onderdelen en onderhouds- en reparatiebedrijven. Dealers zijn merkgebonden of universeel. Merkgebonden bedrijven zijn merkdealers en -reparateurs die door de fabrikant als zodanig zijn erkend. Nieuwe auto's worden vooral via het merkkanaal afgezet. Universele

autobedrijven zijn niet merkgebonden. Beide typen autobedrijven verkopen gebruikte auto's en verrichten reparaties en onderhoud. In de onderhouds- en reparatiemarkt zijn grote (gespecialiseerde) ketens actief. In dit rapport ligt de focus op universele en merkdealers.

## Trends en ontwikkelingen

De afgelopen vier jaar hebben de verkoopcijfers van nieuwe personenwagens grote pieken en dalen gekend. Slechts deels werden die bepaald door conjuncturele ontwikkelingen. De fiscale beprijzing van automobieliteit bepaalde in sterke mate zowel het aankoopmoment, als de keuze voor een auto. Consumenten haalden, als dit financiële winst opleverde, aankopen naar voren, met als gevolg dat de verkopen in de periode daarna scherp daalden. Ook de keuze voor een auto wordt door dit mechanisme bepaald. Merken met auto's in lage bijtellingsniveau's zijn gewild, terwijl een merk dat niet aan die normen voldoet, uit de gratie raakt. Deze ontwikkeling maakt de bedrijfsvoering voor autobedrijven extra moeilijk. In periodes voor de aanpassing van CO<sup>2</sup>-grenswaarden zijn vraag en verkoopdruk enorm. Dealers gaan over tot

grote aantallen voorregistraties, met soms onverantwoorde risico's voor liquiditeits- en balansposities. Marges worden uit het oog verloren, waarbij de rol van importeurs niet moet worden onderschat. Door het naar voren halen van aankopen volgt er na de verkooppiek een periode van stilte in de showrooms. In 2012 trad tweemaal een dergelijke verkooppiek op, waardoor 2013 het jaar van de rekening gaat worden met sterk tegenvallende nieuwverkopen. Om te overleven richt een groeiend aantal dealers zich op universele concepten. Het genereren van meer onderhoud en schadereparaties van het niet-eigen-merk is echter geen gemakkelijke uitweg, omdat juist in dat segment sprake is van hevige concurrentie en een krimpende markt.

## Onze visie

Het verdienmodel in de autoretail is onhoudbaar. Alle inkomstenbronnen, van nieuwverkopen en aftersales tot de verkoop van occasions, staan onder druk. Er hebben zich nieuwe aanbieders gemeld die online nieuwe en tweedehands auto's verkopen. De concurrentie is groot en in alle geledingen is sprake van overcapaciteit. Daarbij drukken in veel gevallen hoge kosten voor onroerend goed het bedrijfsresultaat. Nog nieuwe verkooppaleizen zijn in eigen bezit of er zijn via langjarige huurcontracten, hoge verplichtingen aangegaan. Dat goede verkoopjaren eindigen met een rendement van bijna nul, is eigenlijk logisch. De enige oplossing hiervoor is een structurele krimp van het aantal showrooms. Dit moet leiden tot een aanmerkelijke stijging van het

aantal verkochte auto's per showroom. Dit proces verloopt nu nog te traag, omdat het afstoten van onroerend goed flinke verliezen met zich meebrengt. Feitelijk is het onroerend goed de molensteen die stevige krimp van het verkoop- en servicekanaal in de weg staat. Kansen voor de branche zijn er aan de kant van de klantbenadering. Die klant laat bij zijn keuze de kosten van gebruik steeds zwaarder meewegen. In het huidige businessmodel is het gebruik van klant informatie uit eigen systemen verre van optimaal. Door met die informatie klanten proactief te benaderen, is zowel in het verkoop- als in het aftersaleskanaal nog veel te winnen.

## Kerngegevens

Aantal autobedrijven: **18.940**

Aantal werkzame personen: **ca. 82.000**

Geschatte omzet autobedrijven: **EUR 47,4 mrd**

Verkoop nieuwe personenauto's: **502.445**

Wagenpark personenauto's: **8.126.000**

Verkoop occasions autobedrijven: **1,04 mln**

## Websites

[www.bovag.nl](http://www.bovag.nl)

[www.raivereniging.nl](http://www.raivereniging.nl)

[www.dealersupportnet.nl](http://www.dealersupportnet.nl)

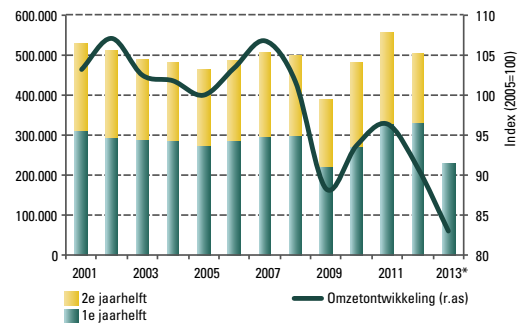
[www.focwa.nl](http://www.focwa.nl)

**Actuele sectorprognoses vindt u in onze publicatie 'Prognoses economie en sectoren'**

## Omzetontwikkeling door meerdere factoren negatief

BRON: CBS, ABN AMRO Economisch Bureau

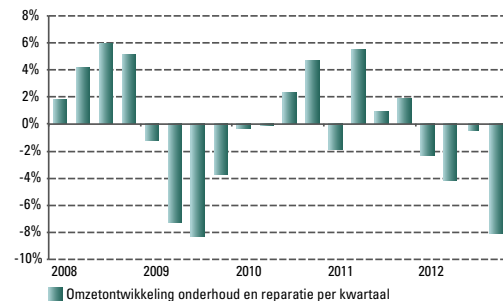
- ▶ De daling van de nieuwverkopen met 9,5% en lagere volumes in de aftersales hebben in 2012 geleid tot een omzetzdaling van 5,7%.
- ▶ Tot enkele jaren geleden vormde de aftersales een stabiele basis onder de omzet. In de aftersales dalen de volumes echter al enige tijd en is er sprake van prijserosie. Ook de komende jaren zal deze trend doorzetten. De omzetontwikkeling zal daardoor nog gevoeliger worden voor pieken en dalen in de nieuwverkopen.
- ▶ In 2013 verwacht ABN AMRO een omzetzdaling van 8% en een daling van de nieuwverkopen van 15 tot 20%.



## Onderhoud en reparatie loopt deuken op

Bron: CBS

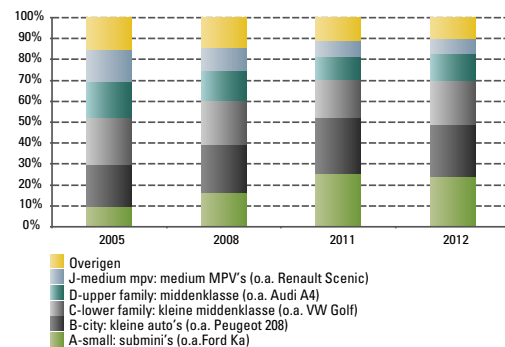
- ▶ De autoservicemarkt krimpt. Daarvoor zijn een aantal redenen: onderhoudsintervallen van auto's worden langer, de groei van het wagenpark stagneert, het aantal schadegevallen neemt af en de prijsdruk stijgt door sterke onderhandelingsposities van leasebedrijven en verzekeraars.
- ▶ Ook wordt reparatie en onderhoud in economisch mindere tijden uitgesteld of slechts deels uitgevoerd.
- ▶ Er komen nieuwe EU harmonisatieregels voor de APK. Het is nog onduidelijk hoe die gaan uitpakken, maar er is onrust in de branche over een mogelijke derving van inkomsten uit de APK.



## Fiscale stimulering zorgt voor trendbreuk

Bron: RDC Datacentrum

- ▶ Na een jarenlange stijging is het aandeel van de kleinere auto's, de segmenten small en city, in 2012 gedaald en weer onder de 50% gekomen.
- ▶ Het verkoopjaar 2012 werd sterk bepaald door de zakelijke markt. Er werd geanticipeerd op aanscherping van CO<sup>2</sup>-normen, waardoor verkopen naar voren werden gehaald. Het grotere aandeel van auto's in het C- en D-segment, met veel populaire leasemodellen, laat zich hierdoor verklaren.
- ▶ In 2012 is door het grotere aandeel auto's in het B- en C-segment de trend naar downsizing gebroken en de gemiddelde verkoopprijs gestegen.



## Export occasions niet alleen maar voordelen

Bron: WVE

- ▶ In 2012 is de export van occasions met 18% gestegen naar 325.000.
- ▶ De occasionmarkt profiteert van de sterk gegroeide export. Het zorgt voor een beperking van het aanbod op de binnenlandse markt. Dit had een stabiliserende werking op de tot voor kort dalende prijzen. Ook vinden veel incurante modellen hun weg via de export.
- ▶ Keerzijde van de sterk gegroeide export is, dat de inkomsten uit aftersales van deze veelal onderhoudsgevoelige auto's (inclusief APK) wegvallen. Dit zorgt voor een aanzienlijke inkomstenderving voor dealers en garagebedrijven.

