

Autoretail

 Economisch Bureau
Sector & Commodity Research

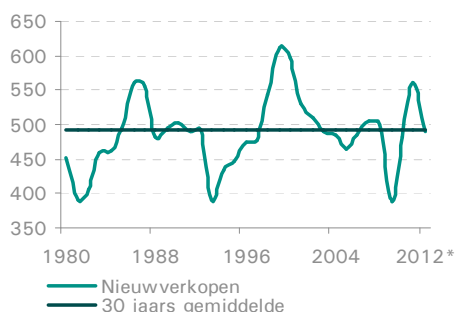
Daling verkopen maar geen zware dip

sectorupdate

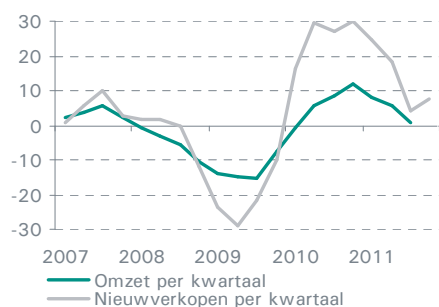
3 januari 2012

- **Volume nieuwverkopen daalt naar 490.000 in 2012**
- **Omzet en rendement lijden onder hoge volumedruk**
- **Minder verkooppunten lijkt de weg naar verhoging rendement**

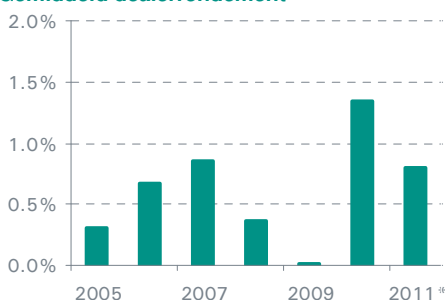
Volg ons op:


Autoverkopen (x 1000)


Bron: RDC datacentrum, * verwachting ABN AMRO

Ontwikkeling omzet en nieuwverkopen (% j.o.j.)


Bron: CBS, RDC datacentrum

Gemiddeld dealerrendement


Bron: Bovag, *verwachting ABN AMRO

2011: Goed jaar voor volumes nieuwverkopen

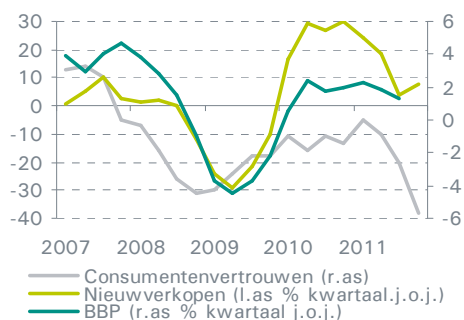
Met een aantal van 555.920 zijn de nieuwverkopen van personenauto's in 2011 15,2% hoger uitgekomen dan in 2010. Een ongekend hoog aantal als we de economische situatie in ogenschouw nemen. De afgelopen 30 jaar zijn de verkopen zelfs maar driemaal substantieel hoger geweest. De vergelijking gaat niet helemaal op omdat de groei in 2011 mede dankzij fiscale overheidsstimulering is gerealiseerd. Mede daardoor is de samenstelling van het verkochte wagenpark de afgelopen paar jaar sterk veranderd, in die zin dat het segment kleine auto's in belang is toegenomen. Echter ook een aantal demografische ontwikkelingen zoals de vergrijzing en de toename van het aantal eenpersoonshuishoudens, hebben aan deze verschuiving bijgedragen. Om dit te illustreren, meer dan 50% van alle verkochte auto's in 2011 behoren tot de "kleine auto's", het zogenaamde A en B segment. En bijna een derde van de in 2011 verkochte auto's was een van belasting vrijgestelde auto.

.....echter omzet en rendement houden geen gelijke pas

De enorme groei van de verkoop van kleine auto's heeft er toe geleid dat de gemiddelde verkoopprijs van nieuwe personenauto's met 15% is gedaald de afgelopen 5 jaar. Deze ontwikkeling heeft zijn weerslag op de omzet en het rendement van dealerbedrijven. Om eenzelfde omzet te genereren moeten er structureel meer auto's worden verkocht. Voor het rendement geldt feitelijk hetzelfde. Op de verkoop van een kleine auto zit nu eenmaal een kleinere marge. De sterke focus op volume, veelal vanuit de importeurs opgelegd, is een andere oorzaak van de rendementsproblematiek. Importeurs stellen hoge verkoopdoelen en met bonussen stimuleren zij dealers tot het afnemen van grote aantallen nog onverkochte auto's. Dit knaagt aan de marges van nieuw verkochte auto's, maar heeft ook invloed op de inkoop en verkoop van occasions.

Vorige week publiceerde de Bovag haar Branchebarometer. Een omzetstijging van 4,4% en een rendement van 0,97% bij ruim 15% hogere verkopen over de eerste negen maanden van 2011, kan de branche niet op zijn lauweren doen rusten. Het rendement ligt daarmee bijna 40% lager dan in dezelfde periode van 2010, toen het rendement 1,58% bedroeg. Het probleem van de achterblijvende omzet en marges zit niet alleen bij de nieuwverkopen, ook de aftersalesmarkt heeft problemen. Men heeft er te maken met prijsdruk door hevige concurrentie, onderhoudsintervallen van auto's die langer worden en er is het probleem van overcapaciteit. Dit treft de dealerbedrijven extra omdat juist daar altijd het meeste geld op werd verdiend. Aangezien het rendement in het laatste kwartaal van het jaar traditioneel daalt, verwachten wij dat het rendement over geheel 2011 beneden de 1% blijft.

Ontwikkeling verkopen t.o.v. macro indicatoren



Bron : CBS,

Macro economische data

	2009	2010	2011	2012
BBP	-3,5	1,7	1,4	-0,5
Particuliere cons.	-2,6	0,4	-0,7	-0,2
Investerings	-10,2	-4,4	6,2	-2,0
Uitvoer	-8,1	10,8	3,8	1,0
Invoer	-8,0	10,6	3,5	0,4
Inflatie	1,2	1,3	2,3	1,7
Lonen	3,0	1,0	1,4	1,7
Werkloosheid (% beroepsbevolk.)	4,8	5,4	5,4	6,5

Bron : Economisch Bureau ABN AMRO

ABN AMRO verwachtingen autoretail

	2009	2010	2011	2012
Omzet Autoretail	-13,2%	6%	5%*	-5%*
Verkopen (x '000)	387	483	556	490*

Bron : CBS, *verwachtingen ABN AMRO

Verwachtingen nieuwverkopen

	2012
ABN AMRO Bank	490.000
Aumacon	515.000
*Consensus van importeurs	502.000
ING Bank	475.000
Rabobank	500.000
Rai / Bovag	500.000

*bron Automotive


2012: Minder verkooppunten en verdere schaalvergroting....

In 2011 heeft zich het gestage proces van minder verkooppunten en schaalvergroting doorgezet. Nadat in 2009 de kredietcrisis al gezorgd had voor een versnelde uitstroom in de branche door een verdubbeling van het aantal faillissementen, is in 2011 het aantal verkooppunten van dealerbedrijven met 3,5% gedaald. Dit door importeurs ingezette proces van minder verkooppunten per merk, loopt al enkele jaren en is nog niet ten einde. Er zijn nog veel dealerbedrijven die per verkooppunt te weinig volume maken voor een gezonde bedrijfsvoering. In 2011 betrof het gemiddeld aantal verkochte auto's per verkooppunt 200. Een aantal dat in de branche als onvoldoende wordt gezien. Een verdere uitstroom van dealers of herstructurering van dealernetwerken, zal bij een aantal merken onvermijdelijk zijn. Het samengaan van dealerbedrijven zal zich voortzetten; de schaalvergroting zal niet tot staan komen. In 2010 werd al 45,5% van de nieuwverkochte personenauto's afgezet via de 50 grootste dealerholdings. Zonder twijfel is dit percentage in 2011 gegroeid en zal dit verder groeien. De overlevingskansen voor kleine dealerbedrijven, die geen volumemerk voeren, lijkt gering. Zeker als in 2013 nieuwe mededingingsregels van kracht worden. Fabrikanten krijgen dan een machtiger positie met mogelijk vergaande consequenties voor het verkoopkanaal op het gebied van o.a. onderhoud en reparatie, het voeren van meerdere merken en nevenvestigingen.

Verbetering van rendement gaat via minder showrooms

Het Economisch Bureau van ABN AMRO verwacht voor Nederland in 2012 een economische krimp van 0,5%. Samen met het gedaalde consumentenvertrouwen, de aangekondigde bezuinigingen, de daarmee gepaard gaande koopkrachtdaling en de verwachte hogere werkloosheid, zal dit negatief uitwerken op de autoverkopen. Echter in de eerste helft van 2012 blijven de gunstige fiscale stimuleringsmaatregelen nog onverkort van kracht. Per 1 juli 2012 zal de eerste aanscherping van CO₂ normen plaatsvinden. De branche zal hier ongetwijfeld op inspelen. Zowel voor particulieren als voor leaserijders zal het aantrekkelijk zijn voor die datum tot aanschaf van een nieuwe auto over te gaan. Dit naar voren halen van aankopen zal in de tweede helft van 2012 leiden tot lagere verkoopaantallen. In ons basisscenario, waarin wij uitgaan van een zich niet verder verdiepende Europese schulden crisis, verwachten wij dat de nieuwverkopen 12% lager uitkomen dan in 2011. In volume komt dit neer op circa 490.000. Een aantal dat in de buurt komt van de branchebrede consensus voor 2012 en nagenoeg gelijk is aan het 30-jaarsgemiddelde van 492.000.

De impact van de economische recessie blijft daarmee voorlopig beperkt. Een crash van de verkopen zoals in 2009 wordt niet verwacht. De omstandigheden van toen met een BBP dat met 3,5% en een particuliere consumptie die met 2,6% daalde, blijven nog ver van de huidige verwachtingen. Voor de omzet verwacht ABN AMRO een daling met circa 5%. De inkomsten uit aftersales, weliswaar onder druk, zorgen dat de daling van de omzet beperkt blijft. Het verbeteren van het rendement is een lastige zaak. Aan de kostenkant is ten tijden van de crisis in 2009 al veel gedaan. De marges op nieuwverkopen liggen deels in handen van de importeurs die vooral sturen op volume. Ook door de verdergaande trend van downsizing lijkt er nauwelijks ruimte om bij de nieuwverkopen extra marge te winnen. Aan de kant van aftersales liggen zoals gesteld de bedreigingen. Er zijn echter kansen. Door zich meer te richten op universele concepten in plaats van als zuiver merkgarage, is er omzet te winnen. De enige echte structurele oplossing om te komen tot gezonde rendementsniveaus is een verdere vermindering van het aantal verkooppunten.

Volg ons op: 

Economisch Bureau | Sector & Commodity Research

Theo de Kort
tel: +31 20 628 0489
theo.de.kort@nl.abnamro.com

Commercieel Contact | Sector Advisory

Michel Koster
tel: +31 6 8364 7827
michel.koster@nl.abnamro.com

Disclaimer

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie, die op zorgvuldige wijze in onze analyses en prognoses zijn verwerkt. Noch ABN AMRO, noch functionarissen van de bank kunnen aansprakelijk worden gesteld voor in deze publicatie eventueel aanwezige onjuistheden. De weergegeven opvattingen en prognoses houden niet meer in dan onze eigen visie en kunnen zonder nadere aankondiging worden gewijzigd.

Teksten zijn afgesloten op 3 januari 2012.

© ABN AMRO, januari 2012

Deze publicatie is alleen bedoeld voor eigen gebruik. Het gebruik van tekstdelen en/of cijfers is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Verveelvoudiging en/of openbaarmaking van deze publicatie is niet toegestaan, behalve indien hiervoor schriftelijk toestemming is gekregen van ABN AMRO.