

# accountenz, breda



## Automotive Nieuwsbrief

## Visie op de automotive: analyse en prognose

Een aantal disruptieve krachten balt samen tot een 'perfect storm' voor de automotive. Zo is er de groei van elektrisch rijden en de transitie van autobezit naar het delen van vervoersmiddelen. Verder wordt er volop geïnvesteerd in zelfrijdende auto's en neemt digitalisering (de connected car) een vlucht. De auto wordt steeds meer een rijdende bron van data voor de autofabrikant, met alle uitdagingen van dien voor dealers en universele garagebedrijven. De fabrikant krijgt met al die data en directe communicatielijnen naar de eindgebruiker immers een nog stevigere machtspositie in de keten. Bovendien zijn onderhoud en reparatie door de technologische ontwikkeling minder vaak nodig én vergen andere competenties. Die andere competenties zijn voor de automotive op de krappe arbeidsmarkt toch al moeilijk aan te trekken.

Deze disruptieve krachten bieden uiteraard ook kansen, maar maken het voor veel autobedrijven steeds moeilijker ondernemen. Boven op de structurele veranderingen komt ook nog eens de coronacrisis. Door lockdownmaatregelen zijn extra logistieke uitdagingen en tekorten aan materialen en onderdelen (in het bijzonder chips) ontstaan, met als gevolg langere wachttijden voor nieuwe personenauto's. Veel auto's die worden besteld, kunnen niet tijdig worden afgeleverd en de verwachting is dat deze problemen nog wel even zullen aanhouden (volgens BOVAG tot minstens halverwege 2022). Zeker als het coronavirus van tijd tot tijd opnieuw opblaait en er nieuwe maatregelen nodig zijn.

### *Tekorten drukken nieuwverkoop*

De chiptekorten zijn terug te zien in de nieuwverkopen. Volgens BOVAG werden er in november 2021 in Nederland 27.333 nieuwe auto's geregistreerd. Dat is een daling van 17,5 procent ten opzichte van een jaar eerder, toen de coronacrisis toch al de boventoon voerde. Over de eerste elf maanden van 2021 zijn er 8,3 procent minder nieuwe auto's op kenteken gezet dan een jaar eerder.

### *Enig herstel verwacht in 2022*

De orderportefeuilles bij autodealers zijn over het algemeen goed gevuld, maar veel fabrikanten kunnen vanwege tekorten niet voldoende produceren. Voor heel 2021 verwachten BOVAG en RAI Vereniging een totaal van 327.000 registraties, mits in december een eindspurt met registraties van elektrische auto's voor de zakelijke markt volgt. Per 1 januari is de fiscale bijtelling over het privégebruik van een elektrische auto voor zakelijke rijders gestegen van 12 naar 16 procent van de consumentenprijs. Dit geldt bovendien over de eerste 35.000 euro in plaats van over de eerste 40.000 euro in 2021. Voor 2022 wordt gerekend op 390.000 nieuwe personenauto's. In 2020 bedroeg het jaartotaal 356.015.



### *Records op occasionmarkt*

Ondertussen wint de occasion als gevolg van de coronapandemie (als aantrekkelijk alternatief voor het openbaar vervoer) en het tekort aan nieuwe auto's (tekort aan chips en andere onderdelen) enorm aan populariteit. De occasionmarkt heeft dan ook een uitstekende periode achter de rug. Volgens BOVAG en RDC is de totale verkoop (aan consumenten en de vakhandel) in de eerste helft van 2021 gestegen tot een recordaantal van 685.452 occasions, een groei van ruim 9 procent op jaarbasis.

### *Aandeel elektrisch vervoer verder gegroeid*

Ook elektrisch rijden zit in de lift. Over de eerste tien maanden van 2021 waren volledig elektrische auto's goed voor 13,5 procent van de totale autoverkopen en plug-in hybridevoertuigen voor iets meer dan 10 procent, zo blijkt uit cijfers van de RVO. Over dezelfde periode een jaar eerder ging het om aandelen van respectievelijk 12,8 procent en 4,3 procent.

### *Ondernemersvertrouwen daalt*

Het ondernemersvertrouwen in de autobranche is volgens het CBS aan het begin van het vierde kwartaal van 2021 uitgekomen op 4,8. Daarmee zijn ondernemers een stuk minder optimistisch dan aan het begin van het derde kwartaal van 2021 (16,1). Ook ten opzichte van andere branches blijft de automotive flink achter: het ondernemersvertrouwen over alle branches aan het begin van het vierde kwartaal is 19,8.





### *Veranderend retaillandschap*

De coronapandemie heeft een aantal ontwikkelingen die van belang zijn voor de autobranche versneld, zoals veranderingen in consumentengedrag en mobiliteitsvoorkeuren. De combinatie met krachtige trends als verduurzaming en digitalisering en toetreding van branchevreemde concurrenten (bijvoorbeeld Google en Apple) maakt het voor ondernemers in de automotive steeds complexer. Om toekomstbestendig te blijven, zal er meer vernieuwing en consolidatie nodig zijn.

In de dealernetwerken gaat de consolidatie snel. Met het veranderen van de klantreis verandert ook de rol van de dealer. Het gaat erom de klant een gepaste retailervaring te bieden over de verschillende kanalen heen, met aanvullende diensten. Dit vergt ondernemers met voldoende schaal en/of samenwerking. Naar verwachting zal er in Nederland uiteindelijk een aantal grote dealerbedrijven resteren die een groot aantal merken in huis hebben en ook andere bedrijfsactiviteiten voeren, zoals lease, verhuur, schadeherstel en occasions. Daarnaast zullen er op een aantal plaatsen in het land dealerbedrijven zijn met minder merken, en zullen middenbedrijven langzaam uit het dealerlandschap verdwijnen.

Voor universele garagebedrijven ligt de toekomst in specialisatie en samenwerking. Specialisatie in één merk of een beperkt aantal merken, specialisatie qua diensten of doelgroep (op basis van het regionale potentieel en de concurrentie) of specialisatie in technische kennis (kwalitatief hoogwaardig onderhoud/reparatie). De uitstraling van het bedrijf en de klantenbehandeling moeten in lijn zijn met het merk en de doelgroep. Voor de individuele ondernemer kan aansluiting bij een garageformule aantrekkelijk zijn, mits de formule past bij de eigen strategie en het eigen bedrijf.

Tot slot biedt samenwerking met andere aanbieders van mobiliteit kansen, ingegeven door intermodaliteit. Mensen kiezen niet meer als vanzelfsprekend voor de auto, maar nemen bijvoorbeeld de trein en voor de laatste kilometers een ov-fiets of gehuurde deelauto. De autobranche zal hierin een rol moeten oppakken. Lokale netwerken zijn hierbij van groot belang. Die kunnen worden aangesloten op een landelijk netwerk om zo dekking te bieden voor het 'mobility as a service'-concept.

### *Duurzaamheid en elektrificatie*

Een belangrijke structurele ontwikkeling is de elektrificatie van de mobiliteit. Het aandeel van elektrische auto's (volledig elektrisch en plug-in hybride) in de totaalverkopen groeit snel. Het verkoopsucces wordt in Nederland ook gedreven door de subsidie van de overheid (bpm en bijtelling), in het licht van de beoogde beperking van de CO<sub>2</sub>-uitstoot.

Elektrisch aangedreven auto's zijn minder complex dan auto's met een traditionele verbrandingsmotor en hebben minder onderhoud nodig. Een motor van een elektrische auto heeft veel minder slijtdelen dan een conventionele verbrandingsmotor. Dit heeft grote gevolgen voor de aftersales. Ook de olieomzet, een van de kurken waarop garagebedrijven drijven, krijgt een knauw, omdat er in elektrische auto's geen olie meer nodig is. De marges komen verder onder druk te staan doordat kapotte onderdelen vaker zullen worden vervangen dan gerepareerd. Kortom, ondernemers hebben meer volume (meer doorgangen per monteur) of meer/ andere diensten nodig om de omzet en marges op peil te houden. Servicecontracten en goed uitgedachte loyaliteitsprogramma's kunnen helpen om klanten voor langere tijd te binden. Tegelijkertijd is het goed om te beseffen dat het aandeel van elektrische auto's in het totaal rijdend wagenpark van 9 miljoen personenwagens nog zeer beperkt is. Er is dus nog steeds een goede boterham te verdienen met verkoop en onderhoud van auto's met verbrandingsmotoren.



### *Digitalisering en datagebruik*

Een andere belangrijke trend is de oprukkende digitalisering in de autobranche. De auto verandert in een computer die continu verbonden is met het internet en informatie genereert en deelt met de fabrikant. Die heeft daarmee dus een directe lijn met de eindgebruiker, zonder dat daar nog een dealer of garagebedrijf tussen zit. Dit gaat ten koste van de toegevoegde waarde van de dealer of het garagebedrijf richting klant. Daar komt bij dat werken aan moderne auto's alleen mogelijk is met toegang tot de originele data van de fabrikant. Die toegang tot OE-data is van groot belang voor een eerlijk speelveld in de automotive.

Om onafhankelijk te blijven en zelf reparaties, onderhoud en schadeherstel te kunnen blijven uitvoeren, zullen garages strategische keuzes moeten maken (specialiseren, samenwerken, schaalvergroting). Het vergt hoe dan ook investeringen, in apparatuur en in training en opleiding van technisch personeel. Over het algemeen blijft het opleidingsniveau bij universele autobedrijven nog achter.

Hoe dan ook, de transitie van de branche maakt dat efficiënte processen en een effectieve bedrijfsvoering steeds belangrijker worden om in controle te blijven en rendement te behalen. Ook hier komt het gebruik van data om de hoek kijken, voor de effectiviteit van de eigen processen. Waar ondernemers zich hierbij nog vooral richten op het verzamelen van data, is het zaak dat de focus komt te liggen op de interpretatie van gegevens. Ook dit vergt aandacht en andere competenties.

### *Personeelstekort*

Er is in de automotive niet alleen een tekort aan auto's en onderdelen, maar ook aan handen. Het tekort aan personeel in de automotive is verder opgelopen, aldus het CBS. Het aantal vacatures is in het derde kwartaal van 2021 gestegen naar 5.300, het hoogste niveau sinds 1997. Het aantal vacatures loopt al op sinds het tweede kwartaal van 2020, toen de branche er 2.300 telde. Dit zorgt voor problemen bij ondernemers. Bijna een kwart geeft aan dat het personeelstekort de bedrijfsvoering belemmert.

Het tekort aan vakkundig personeel komt door een combinatie van vergrijzing in de branche, de groei van de economie, een verandering in de vereiste competenties (door de opkomst van elektrisch rijden en het gebruik van fabrikantendata) en een gebrek aan instroom in de automotive. De branche moet in de slag om personeel concurreren met andere sectoren, vooral als het gaat om technisch geschoolde mensen. Het helpt dan niet mee dat de automotive te maken heeft met een 'perfect storm' aan veranderingen.

Om de juiste medewerkers aan te trekken en vast te houden, zullen auto-ondernemers moeten investeren in training en opleiding en andere ontwikkelperspectieven, maar ook in bijvoorbeeld cultuur en flexibiliteit. Op de huidige krappe arbeidsmarkt zijn een sterk werkgeversmerk (wie ben je als werkgever, waar sta je voor) en een goed strategisch personeelsbeleid onmisbaar. Door de waan van de dag schiet dit er in de automotive nogal eens bij in. Toch is het zaak dat ondernemers hier tijd voor vrijmaken, anders dreigen zij de slag om het juiste personeel structureel te gaan verliezen.

### *Financierbaarheid*

Kredietverlening zou ondernemers in de automotive, zeker in deze tijden, helpen om hun **businessmodel** te ontwikkelen en te innoveren. Financiering bij traditionele partijen is voor veel auto-ondernemers echter een probleem. De trends in de automotive zijn structureel en disruptief en ze zorgen voor onzekerheid en krappe marges. Dit maakt banken terughoudend. Daarbij zijn ze bang voor crimineel geld en witwassen in de automotive en wordt de autobranche vaak ten onrechte gezien als een branche waar nu veel contant geld in omgaat. Ook bij de overdracht binnen een familiebedrijf werken banken vaak niet mee.

De negatieve houding van traditionele financiers ten aanzien van de automotive is onterecht, vindt onder meer BOVAG, want er zijn bedrijven waarvoor de risico's laag zijn. Zo hebben de grote dealerbedrijven door hun brede activiteiten een goede risicospreiding. Datzelfde geldt voor ondernemers die een unieke plek innemen en zich goed hebben gepositioneerd. Volgens BOVAG zouden banken in dit licht moeten kijken naar de jarenlange ontwikkeling van een bedrijf in plaats van terugrijpen op oude reflexen.





De financierbaarheid door banken neemt dus af en er zijn nog weinig alternatieven. De automotive heeft behoefte aan financiers die een stukje ondernemerschap bieden en meedenken over hoe de zaken op een slimme en efficiënte manier kunnen worden ingericht. Wellicht dat het gebruik van realtime data hier een rol in kan spelen. Financiers voor de automotive kunnen hun klanten op meerdere vlakken toegevoegde waarde bieden door data toe te passen in hun dienstverlening. Door bijvoorbeeld dagelijks de occasionmarkt te monitoren aan de hand van verschillende parameters, kunnen zij ondernemers die op deze markt actief zijn voorzien van belangrijke inzichten. Denk aan stadagen per model, de positionering ten opzichte van de concurrentie en waar relevante gebruikte auto's kunnen worden bijgekocht. Dit geeft grip op de business en de ondernemer kan sturen op KPI's.

Het gebruik van realtime data kan bovendien zorgen voor meer financieringsruimte. Op basis van parameters als courantheid en marktwaarde kan een financier een veel beter beeld krijgen van de waarde van het onderpand en een hogere financiering aanbieden. Waar traditionele banken kijken naar algemene risico's in de branche en de inkoopwaarde van de autovoorraad, baseert een moderne financier zich op actuele detailinformatie. Dit geeft hem een scherp realtime beeld van de risico's en mogelijkheden voor de specifieke ondernemer, die op basis daarvan een hogere financiering op basis van de actuele marktwaarde van zijn autovoorraad kan krijgen. En dat levert dus meer ruimte op om te ondernemen; hard nodig in deze branche die volop in transformatie is.

### Conclusie

De 'perfect storm' aan disruptieve krachten maakt ondernemen in de automotive steeds lastiger. Er is een grote behoefte aan technologische kennis en geschoolde medewerkers. Daarvoor zijn investeringen en een strategisch personeelsbeleid onmisbaar, maar door de waan van de dag schiet dit er nogal eens bij in. Autobedrijven hebben behoefte aan moderne financiers en trusted advisors, die erkennen dat de branche sterk in beweging is en met de ondernemer meedenken

*Hoewel bij de samenstelling van deze uitgave de uiterste zorg is nagestreefd, wordt geen aansprakelijkheid aanvaard voor onvolledigheden of onjuistheden. Vanwege het brede en algemene karakter van de nieuwsbrief, is deze niet bedoeld om alle informatie te verschaffen die noodzakelijk is voor het nemen van financiële beslissingen. Dit is een uitgave van de SRA waarbij ons kantoor is aangesloten.*