

De autosector 2011



Inhoudsopgave

De autosector gepositioneerd	3
De autosector van jaar op jaar	3
De autosector in beweging	4
De autosector naar schaalgrootte	5
De visie van de autosector op het nieuwe bedrijfslevenbeleid	6
De autosector actueel	9

De autosector heeft zich in 2010 enigszins hersteld van de sterke terugval in 2009. De verkoop van nieuwe en gebruikte personenauto's laat weer een stijgende lijn zien. De verkoop van bestelwagens en zware bedrijfswagens is daarentegen verder gedaald. Slechts één op de zeven MKB-ondernemers in de autosector is enigszins tot goed op de hoogte van het nieuwe bedrijfslevenbeleid. Belangrijke ontwikkelingen voor de branche zijn de aanhoudende verkoop van kleine en zuinige modellen, het toenemend belang van internet en overcapaciteit in een aantal deelmarkten.

- ¹ CBS, Monitor motor- en autobranche vierde kwartaal 2010, 2011
- ² Bovag, Verkoop gebruikte auto's licht in de plus in 2010, persbericht 17 januari 2011
- ³ Deze vraag is NIET voorgelegd aan ondernemers in de detailhandel en in de overige dienstverlening (kappers en schoonheidsspecialisten, fotografen, schoonmaakbedrijven, et cetera): aangenomen is dat zij geen deel uitmaken van een topsector of daar een relatie mee hebben. Al deze bedrijven hebben daarom in Figuur 4 "geen relatie met een topsector".
- ⁴ Deze vraag is uitsluitend gesteld aan degenen die ten minste enigszins bekend zijn met het nieuwe beleid: 20% van de ondernemers in de industrie, en 23% van MKB in zijn totaliteit.
- ⁵ De percentages "eens" en "oneens" tellen niet op tot 100%: het verschil is het percentage "geen mening".
- ⁶ De deelnemers aan het onderzoek hebben per onderdeel van het nieuwe bedrijvenbeleid aangegeven of dit voor hun bedrijf van groot belang is, van enig belang of van géén belang. De scores in Figuur 4 zijn het gemiddelde van deze drie scores: respectievelijk 3, 1 en 0.
- ⁷ ING Economisch bureau, Stille voor de storm. Autobelastingen en distributiewetgeving beïnvloeden toekomstbeeld auto-dealer, kwartaalbericht Autoretail, 2011
- ⁸ ING Economisch Bureau, Autoretail verstrikt in downsizing. Succes kleine auto's verhoogt noodzaak tot herstructurering, kwartaalbericht Autoretail, maart 2011
- ⁹ Rabobank Cijfers en Trends, Tankstations, maart 2011
- ¹⁰ ABN, Visie op de retail 2011. Autoretail, 2011, pag. 10

De autosector gepositioneerd

In 2010 telt de autosector 25.000 ondernemingen en dat is goed voor een aandeel van 3% in het totale bedrijfsleven. De bedrijven in de autosector zijn vrijwel uitsluitend op de binnenlandse markt gericht. De autosector bestaat uit twee deelsectoren: de autogroothandel: importeurs van personen- en bedrijfswagens, en de autodetailhandel: auto- en reparatiebedrijven, autoservicebedrijven en benzinestations.

De autogroothandel (omzetaandeel 36%) haalt zijn omzet vooral uit leveringen van transportmiddelen aan bedrijven en leveringen aan de autodetailhandel. De autodetailhandel (omzetaandeel 64%) haalt zijn omzet uit de verkoop van nieuwe en gebruikte auto's en uit reparaties, keuringen en onderhoud voor particulieren. Een groot deel van de autodetailhandel haalt ook omzet uit de exploitatie van een benzinestation en/of pompshop.

De autosector in 2010
25.000 ondernemingen
131.000 arbeidsjaren
€ 72 miljard omzet

Aandeel in het totale bedrijfsleven, 2010	
Ondernemingen	3%
Werkgelegenheid	3%
Omzet	5%
Exportwaarde	0%
bruto toegevoegde waarde	2%

Sectorsamenstelling naar omzet, 2010	
Autogroothandel	36%
Autodetailhandel	64%

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

De autosector van jaar op jaar

In 2010 is de omzet in de autosector met 7% gestegen ten opzichte van 2009. Uit cijfers van het CBS¹ blijkt dat de personenautobranche vanaf het tweede kwartaal van 2010 weer omzetgroei liet zien na een lange periode van krimp. Dat de omzetgroei achterblijft ten opzichte van de gestegen verkoop van nieuwe personenauto's wordt verklaard door de gemiddeld lagere catalogusprijs van de verkochte modellen. De omzet in de bedrijfsautobranche daalde vooral in het eerste kwartaal van 2010 fors ten opzichte van 2009. In de loop van het jaar trok de verkoop van nieuwe bedrijfsvoertuigen aan en dit zorgde er mede voor dat in het vierde kwartaal de omzet van de bedrijfsautobranche zich stabiliseerde. Handelaren in auto-onderdelen boekten in 2010 een forse omzetgroei.

Uit cijfers van de BOVAG ten aanzien van de werkgelegenheid in de mobiliteitsbranche blijkt dat het totaal aantal werknemers in 2010 ten opzichte van 2009 is toegenomen. De toename wordt vooral verklaard een groter aantal werknemers bij de tankstations en de autowasbedrijven. Ook bij de autobedrijven en de tweewielerbedrijven nam het totaal aantal werknemers toe, maar daar tegenover staat een afname van het totaal aantal werknemers bij de truckdealerbedrijven, de autoverhuurbedrijven, de bergingsbedrijven, caravan- en aanhangwagenbedrijven en de motorrevisiebedrijven.

Ontwikkeling 2009-2012	2009	2010	2011	2012*
omzet (volume)	-10,00	7,00	5,50	0,00
werkgelegenheid (arbeidsjaren)	-2,25	-1,00	0,50	0,00
Winst	-14,00	21,50	10,75	0,25

Bron: Prognoses kerngegevens MKB (*= prognose)

Na een sterke daling van de verkoop van nieuwe personenauto's in 2009 laat de verkoop in 2010 weer een plus zien van bijna 25% ten opzichte van een jaar eerder. Ook de verkoop van gebruikte personenauto's is in 2010 licht toegenomen (1,8%). Uit cijfers van de BOVAG blijkt dat met name de verkoop van gebruikte personenauto's via particulieren weer is toegenomen (3,2%), terwijl dit in 2009 juist een daling liet zien. De verkoop via professionele autobedrijven laat in 2010 een toename van bijna 1% zien. In de verkopen van gebruikte personenauto's hebben de particulieren anno 2010 een aandeel van 44%. Het merendeel van de verkopen vindt dus nog steeds plaats via de professionele autobedrijven wat de Bovag verklaart door de extra zekerheid en betrouwbaarheid die de autobedrijven kunnen bieden door garantie en een eventuele onderhoudsbeurt voor de aflevering van de occasion². Zowel de verkopen van nieuwe bestelwagens (-3,3%) als van nieuwe zware bedrijfswagens (-21,3%) zijn in 2010 ten opzichte van 2009 verder gedaald. Als gevolg van de economische crisis en de teruglopende investeringen blijft de verkoop van nieuwe bedrijfswagens achter bij het herstel van de personenautobranche.

Tabel 1 Ontwikkeling van de autoverkoop in de periode 2006-2010

Jaar	Nieuwe	Gebruikte personen- auto's	Nieuwe bestel- wagens	Nieuwe zware bedrijfs- wagens
2006	483.985	1.842.734	64.837	19.929
2007	505.641	1.895.849	79.831	17.402
2008	499.921	1.874.899	84.659	19.496
2009	387.183	1.847.241	51.286	12.922
2010	483.168	1.881.111	49.610	10.171

Bron: BOVAG-RAI, RDC Datacentrum

De verwachting van de Bovag en Rai-Vereniging voor 2010 was dat de markt zich zou stabiliseren en dat de verkoop van nieuwe personenauto's zouden uitkomen op 410.000. Uiteindelijk blijkt dit aantal aanzienlijk hoger te liggen wat met name verklaard wordt door het langzaam stijgende consumentenvertrouwen.

In januari waren de verwachtingen van beide brancheverenigingen voor 2011 gesteld op 480.000 nieuwe personenauto's en gedurende het jaar is dit bijgesteld naar 550.000. Voor de bedrijfswagensmarkt is de verwachting dat deze zich in 2011 zal stabiliseren, maar nog niet zal toenemen tot het niveau van enige jaren geleden.

De autosector in beweging

Een bedrijf starten in de autosector vraagt vaak grote investeringen in bedrijfsruimte, auto's, autoaccessoires en –onderdelen, apparatuur en gereedschap. Hierdoor is de toetredingsdrempel relatief hoog en daarmee het aantal startende bedrijven in de sector relatief laag. In 2010 zijn 1.498 nieuwe bedrijven in de autosector gestart, wat neerkomt op 2,2% van het totaal aantal startende bedrijven in Nederland. In 2009 werden in de autosector 1.302 nieuwe bedrijven gestart, wat in 2010 een stijging van het aantal starters met ruim 15% betekent.

Het aantal MKB bedrijven in de autosector dat nieuwe producten en/of diensten op de markt heeft gebracht of producten en/of diensten die nieuw zijn voor de bedrijfstak ligt lager dan gemiddeld in het MKB. Dit zou verklaard kunnen worden doordat de innovatieve activiteiten al eerder in de keten, namelijk in de auto-industrie, plaatsvinden. Vernieuwingen of verbeteringen van de interne bedrijfsprocessen komt bij de autosector wel vaker dan gemiddeld voor.

Indicatoren van dynamiek, 2010	Autosector	bedrijfsleven
Bedrijvendynamiek		
aantal oprichtingen:		
- starters	5,2 %	6,8 %
- nieuwe dochters	1,0 %	2,1 %
- totaal	6,2 %	8,9 %
aantal opheffingen:		
- faillissementen	0,6 %	0,7 %
- overig	5,2 %	6,0 %
- totaal	5,8 %	6,7 %
Bedrijfsgroei		
aantal bedrijven gekarakteriseerd als:		
- groeiers	26 %	38 %
- gelijkblijvers	33 %	28 %
- (groei-)krimpers	41 %	34 %
Innovatie		
aantal MKB-bedrijven met:	*)	*)
- nieuwe producten/diensten op de markt	11 %	24 %
- producten/diensten nieuw voor de bedrijfstak	3 %	7 %
- vernieuwingen/verbeteringen interne bedrijfsprocessen	40 %	39 %

Bron: Bedrijvendynamiek en Werkgelegenheid, Determinanten Bedrijfsprestaties MKB

*)= totaal MKB

De autosector naar schaalgrootte

Negen van de tien bedrijven in de autosector behoren tot het kleinbedrijf. De gemiddelde onderneming in de autosector heeft vijf werknemers in dienst. De gemiddelde omzet per onderneming is ten opzichte van 2009 gestegen met € 0,5 miljoen tot € 2,9 miljoen.

Bijna tweederde van de omzet en de bruto toegevoegde waarde om de autosector wordt gerealiseerd door het MKB. In de werkgelegenheid heeft het MKB een aandeel van 77%. Dit betekent dat een klein percentage middelgrote en grote bedrijven in de sector verantwoordelijk is voor ruim een derde van de totale omzet en bruto toegevoegde waarde en voor bijna een kwart van de werkgelegenheid in de sector.

Indicatoren van schaalgrootte, 2010	
Gemiddelde ondernemingsgrootte (arbeidsjaren)	5
Gemiddelde omzet per onderneming (x miljoen)	€ 2,9
ondernemingsaandeel van het kleinbedrijf (< 10 werkzame personen)	90 %
MKB	
aandeel van het MKB in:	
- omzet	64 %
- werkgelegenheid	77 %
- bruto toegevoegde waarde	64 %

Bron: Prognoses kerngegevens MKB



De visie van de autosector op het nieuwe bedrijfslevenbeleid

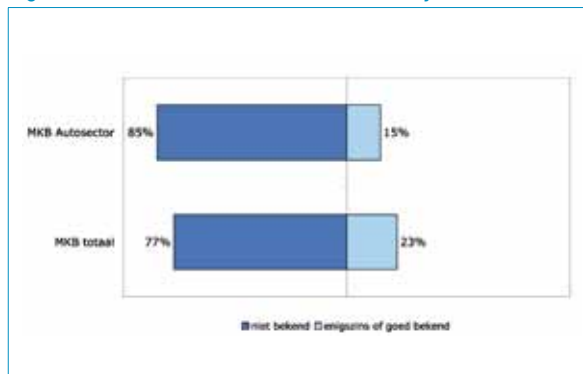
De Nederlandse overheid heeft een nieuw bedrijvenbeleid geïnitieerd, waarbij met name wordt geïnvesteerd in topsectoren. Topsectoren zijn sectoren waarin Nederland wereldwijd sterk is, die een bijdrage leveren aan een oplossing van maatschappelijke vraagstukken en waar de overheid extra aandacht aan besteedt. Ze hebben een sterke internationale positie; bedrijven en wetenschap hebben er veel kennis opgebouwd en werken samen aan innovaties. Negen sectoren zijn aangewezen als topsector, namelijk: water, agro & food, tuinbouw en uitgangsmaterialen, high tech, life sciences, chemie, energie, logistiek en creatieve industrie.

Het topsectorenbeleid biedt mogelijkheden die per sector en grootteklasse van bedrijven kunnen variëren. Daarom heeft EIM de ruim 1.700 deelnemers aan het MKB-Beleidspanel vragen voorgelegd over dit nieuwe bedrijvenbeleid. Zijn ze er bekend mee? Vinden zij hun eigen sector een topsector? Hoe beoordelen zij het nieuwe beleid? Wat vinden zij van de acties?

Bekendheid

Eén op de zeven MKB-ondernemers in de autosector is enigszins tot goed op de hoogte van het nieuwe bedrijvenbeleid. In het totale MKB ligt dit percentage iets hoger; 23% is ermee bekend. Zie Figuur 1.

Figuur 1 Bekendheid met het nieuwe bedrijvenbeleid



Bron: EIM, 2011

Topsector of niet?

Uit Figuur 2 is af te lezen welke relatie MKB-ondernemers in de autosector met de topsectoren hebben. Vinden zij dat hun eigen bedrijf deel uitmaakt van een topsector? Zijn ze toeleverancier aan dan wel afnemer van topsector-bedrijven? Of hebben zij geen enkele relatie met de topsectoren?

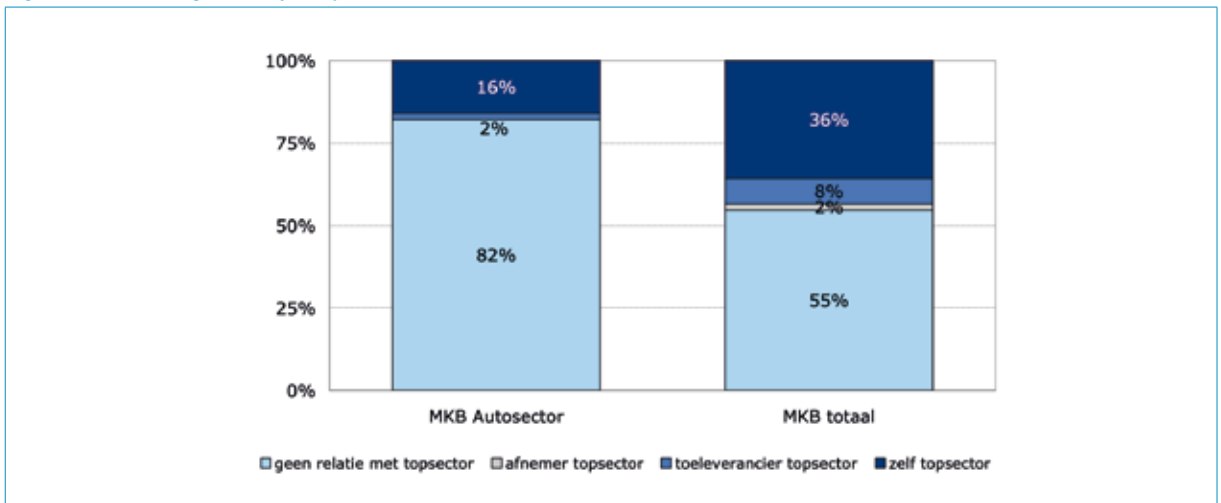
Meer dan 80% van de MKB-ondernemers in de autosector heeft géén relatie met een of meer topsectoren. Ter vergelijking: in het totale MKB is dat één op de twee. Bijna één op de vijf MKB-ondernemers in de autosector rekent het eigen bedrijf tot een topsector. Dat is aanzienlijk minder dan gemiddeld in het MKB, waar een derde van de ondernemers de eigen sector een topsector vindt³.

Beoordeling

Aan de MKB-ondernemers zijn zes stellingen voorgelegd over het nieuwe bedrijvenbeleid⁴. Hiermee hebben zij een oordeel kunnen geven over de inhoud en accenten van het beleid. Zie Figuur 3. Uit de figuur blijkt het volgende:

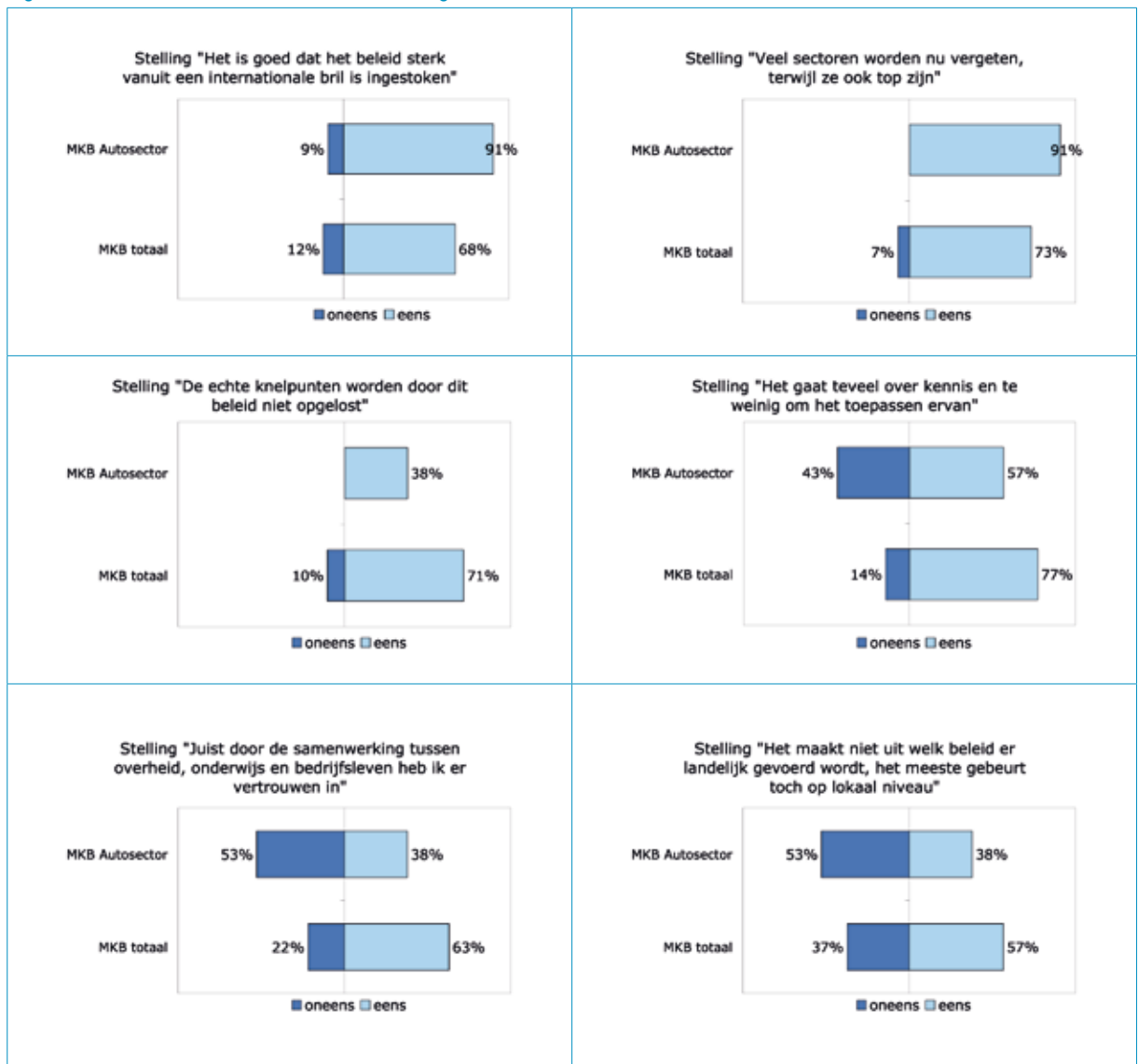
- De internationale insteek van het topsectorenbeleid kan op brede instemming van het MKB rekenen. Bijna driekwart onderschrijft de stelling.
- Ook een grote meerderheid (79%) onderschrijft de stelling dat veel sectoren ten onrechte niet in aanmerking komen voor kwalificatie als topsector.
- Ruim 70% van de MKB-ondernemers vindt, dat de echte knelpunten van het bedrijfsleven niet door dit beleid worden opgelost. Veel MKB-ondernemers in de autosector staan neutraal tegenover deze stelling.
- Het topsectorenbeleid gaat volgens de ondernemers teveel over kennis en te weinig over de toepassing daarvan. Zowel in de autosector als in het totale MKB is de meerderheid van de ondernemers deze mening toegedaan.
- Bijna 40% van de MKB-ondernemers in de autosector zegt vertrouwen te hebben in het nieuwe bedrijvenbeleid, vanwege de samenwerking tussen bedrijfsleven, onderwijs en overheid. Dit is minder dan gemiddeld in het MKB (63%).

Figuur 2 Relatie eigen bedrijf - topsector



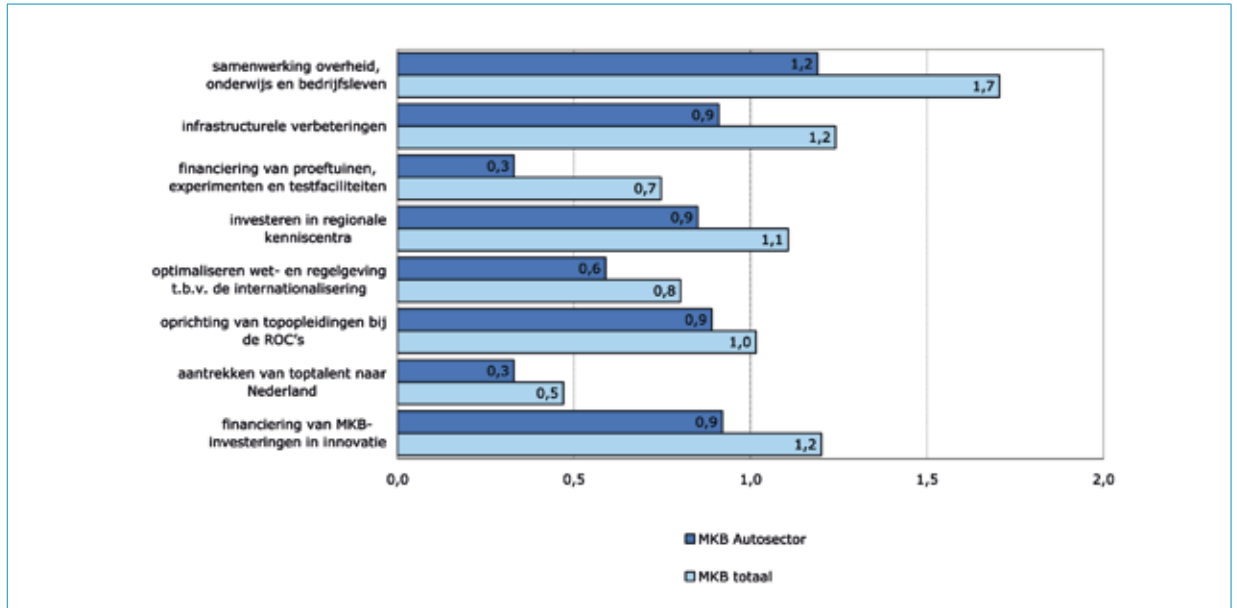
Bron: EIM, 2011

Figuur 3 Oordeel over het nieuwe beleid: stellingen⁵



Bron: EIM, 2011

Figuur 4 Belang van de acties voor het eigen bedrijf



Bron: EIM, 2011

Tot slot relativeren de ondernemers het effect van dit landelijke beleid. De meerderheid is het eens met de stelling dat 'het meeste toch gebeurt op lokaal niveau'. In de autosector denkt de meerderheid van de MKB-ondernemers hier anders over, 53% vindt dat het landelijke beleid er wel degelijk toe doet..

Acties

Uit Figuur 4 is te zien in hoeverre MKB-ondernemers de acties in het kader van het nieuwe bedrijvenbeleid van belang achten voor hun eigen bedrijf⁶.

Ondernemers in het MKB kennen met afstand de hoogste score toe aan een betere samenwerking tussen overheid,

onderwijs en bedrijfsleven, een samenwerking waarin dit beleid voorziet. Daarna volgt financiering van investeringen in vernieuwing van producten en processen'.

Aantrekken van toptalent naar Nederland scoort daarentegen het laagst, gevolgd door financiering van proeftuinen, experimenten en testfaciliteiten. Bij deze twee beleidsacties moet opgemerkt worden, dat slechts een beperkt aantal bedrijven daar zelf direct mee te maken heeft. Dit geldt zeker voor het MKB, waardoor een hoge score op deze acties ook niet verwacht kon worden. Het valt ten slotte op dat de scores van het MKB in de autosector voor alle acties lager liggen dan de gemiddelde scores van het totale MKB.



De autosector actueel

Uit de halfjaarprognoses blijkt dat de verwachting van EIM ten aanzien van de omzet in de autosector voor het eerste halfjaar van 2011 erg positief is. Daarna laat de prognose een afnemende groei zien. Het aantal werknemers in de autosector zal volgens de prognose vooral in de tweede helft van 2011 toenemen en daarna slechts licht stijgen.

Halfjaarprognose	2011 (I)	2011 (II)	2012 (I)	2012 (II)
omzet (volumeontwikkeling)	8,00	2,75	0,25	0,50
werknemers (aantal)	0,50	1,25	0,25	0,00

Bron: Prognoses kerngegevens MKB

Verkoop van kleine en zuinige modellen houdt aan

Uit de verkoopcijfers van 2010 en de voorlopige resultaten van 2011 blijkt dat de verkoop van kleine en zuinige modellen aanhoudt. Er zijn drie partijen die hier invloed op uitoefenen: de overheid, de consument en de autosector zelf. De overheid stimuleert met fiscale maatregelen, waaronder een lagere aanschafbelasting en een (tijdelijke) vrijstelling van wegenbelasting voor particulieren en een lagere bijtelling voor de zakelijke rijders, de aanschaf van zuinige modellen. De consument blijkt prijsgevoeliger en vindt het kostenaspect steeds belangrijker. Daarnaast blijkt dat de merktrouw afneemt⁷ en consumenten dus gemakkelijker overstappen naar een ander concurrerend merk. De vergrijzing en toename van de eenpersoonshuishoudens werken ook mee aan de keuze van consument voor de kleinere modellen. De autosector draagt zelf bij aan deze ontwikkeling door goede rijeigenschappen, ruimte, luxe en veiligheid aan te bieden in de compactere, kleine modellen.

Het gevolg van deze ontwikkeling voor de autosector is dat de winsten afnemen, omdat de marges op de kleinere en zuinigere modellen over het algemeen lager zijn dan op verkoop van auto's uit de zwaardere segmenten. De gemiddelde marge bij een autoverkoop is in het eerste kwartaal van 2011 gedaald naar 1,7%. Tegelijkertijd nemen de risico's voor merkdealers toe, omdat de successen van andere merken negatief kunnen uitpakken voor het eigen merk. Bedrijven kunnen hierop inspelen door meerdere merken aan te gaan bieden om zo de risico's te spreiden.

Toenemend belang internet

Uit onderzoek van Thuiswinkel.org blijkt dat consumenten zich voornamelijk online (60%) oriënteren op de aanschaf van een auto en veel minder (32%) bij de dealer. De

showroom is vaak de locatie waar de handtekening moet worden gezet. Uit het onderzoek blijkt ook dat in 44% van de gevallen de oriëntatie via internet de doorslag geeft en bij iets meer dan een kwart de dealer. Het is voor de dealer dan ook belangrijk dat de consument zowel online als offline goed bediend wordt en dat het bedrijf zich onderscheidt van de concurrenten. Een belangrijk voordeel voor de dealer is het feit dat het internet het bereik aanzienlijk kan vergroten. Uit internationaal onderzoek van Capgemini blijkt dat consumenten wachten op meer mogelijkheden om ook online zaken te kunnen doen. Inmiddels zijn enkele ondernemingen actief die nieuwe personenauto's via internet verkopen, maar dit is maar een beperkt verkoopvolume. Voor de toekomst lijken deze dealers echter kansrijk. Dealers zullen in de toekomst nog meer moeten inspelen op de wensen van de consumenten ten aanzien van klantvriendelijkheid, transparantie en snelheid om een rol te blijven spelen in het verkoopproces⁸.

Tankstations onder druk

De omzet van de tankstations in Nederland staat onder druk. De totale markt voor motorbrandstoffen neemt in volume geleidelijk af⁹ door de toename van zuinige modellen, de switch van consumenten naar kleinere auto's, het groeiend aanbod van hybride en elektrische auto's en de lichte afname van het aantal gereden kilometers per auto per jaar. Daarnaast tanken consumenten in toenemende mate prijsbewust. Hiervoor zijn drie oorzaken: de hoge brandstofprijzen, toenemende mogelijkheden tot prijsvergelijking door websites op internet en de komst van Apps en de groei van het aantal onbemande tankstations. Tankstations krijgen ook te maken met toenemende concurrentie in de verkoop van gemaksvoeding en lagere verkoop van tabak. Mogelijkheden voor de tankstations om de omzet

te vergroten worden vooral gezien in de optimalisering van de routing en het assortiment van de pompshop, toevoeging van “groene” brandstoffen om onderscheidend te zijn en spaarprogramma’s aanbieden om de loyaliteit van de consument aan het eigen tankstation te versterken.

Overcapaciteit in schadeherstel, reparatie en onderhoudsmarkt

Het aantal schadegevallen en het gemiddelde schadebedrag is in 2010 verder gedaald. Auto’s komen minder vaak in de garage dan in het verleden onder andere door de verjonging van het wagenpark, betere kwaliteit van de onderdelen en de langere onderhoudsintervallen. Sinds 2008 is daarnaast het APK-regime gewijzigd; nieuwe personenauto’s hoeven

pas na vier jaar APK-gekeurd te worden, daarna twee keer om de twee jaar en vervolgens ieder jaar. De schadeherstelbranche heeft daarnaast te maken met zogenaamde gestuurde schade; grote verzekeraars, leasemaatschappijen en wagenparkbeheerders sturen steeds grotere onderhoudsvolumes en zetten hiermee de prijzen en de marges van de onderhoudsbedrijven onder druk. Hierdoor hebben vooral de zelfstandige schadeherstelbedrijven en onderhoudsbedrijven het moeilijk in de concurrentie met de bedrijven die zich hebben aangesloten bij grote, gespecialiseerde ketens. ABN constateert daarnaast dat het aantal bedrijven in de branche te groot is en concludeert dat de onderhouds- en reparatiemarkt moeilijke jaren wacht¹⁰.





Dit onderzoek is gefinancierd door het programmaonderzoek MKB en Ondernemerschap (www.ondernemerschap.nl)
Voor alle informatie over MKB en Ondernemerschap: www.ondernemerschap.nl
De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij EIM bv. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van EIM bv. EIM bv aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

COLOFON

ISBN nr. 978-90-371-1033-3

Dit rapport is een uitgave van EIM en programmaonderzoek MKB en Ondernemerschap en is onderdeel van de reeks Ondernemen in sectoren.

EIM B.V., Bredewater 26, Postbus 7001, 2701 AA Zoetermeer
T 079 343 02 00, F 079 343 02 02, E info@eim.nl, W www.eim.nl