



NATIONAAL OCCASION ONDERZOEK 2014
OCCASIONMARKT
IN NEDERLAND

De verkoop, import en export van occasions en de gevolgen ervan voor het Nederlandse wagenpark en de aftermarket

NATIONAAL OCCASION ONDERZOEK 2014

OCCASIONMARKT IN NEDERLAND

De verkoop, import en export van occasions en de gevolgen ervan voor het Nederlandse wagenpark en de aftermarket

De digitale versie van dit onderzoek kunt u downloaden van de websites www.automobielmanagement.nl en ww.vwe.nl/noo.

Dit rapport is een beknopte selectie van de data, de resultaten en de achtergronden van het Nationaal Occasion Onderzoek 2014 dat is uitgevoerd door VWE Voertuiginformatie en –documentatie in samenwerking met Automobiel Management.

Meer inhoudelijke informatie kan worden verkregen bij onderzoeker Marc van der Elst bij VWE in Heerhugowaard via marc.vanderelst@vwe.nl.

Overige informatie bij Marieke Kolthof, marketing Automobiel Management, via m.kolthof@automobielmanagement.nl.



Inhoudsopgave

Voorwoord	7
Vijf belangrijkste conclusies	8
1. Occasionverkopen verder gedaald, echter tekenen herstel B2C-markt	9
2. Korte statijden, tekorten aan jonge auto's	9
3. Internationale occasionhandel gedreven door mismatch tussen vraag en aanbod	10
4. Einde aan daling apk-mark, echter wel hevige concurrentie	12
5. Grote verschillen in apk's per merk	12
Conclusie 1: Occasionverkopen verder gedaald, tekenen herstel B2C-markt	14
1.1 Occasionverkopen dalen tot ruim onder vier miljoen	15
1.2 VW aan kop, Opel blijft dalen	17
1.3 Grootste groeiers bij kleinste auto's	18
1.4 A-segment loopt weer terug	19
1.5 Verkoop oude occasions groeit	20
1.6 Langer doorrijden	21
Conclusie 2: Korte statijden, tekorten aan jonge auto's	22
2.1 Statijden op laagste niveau	23
2.2 Statijden jonge auto's dalen	24
2.3 Kortere statijden alle segmenten compactere auto's	25
2.4 Statijden per merk lopen uiteen	26
2.5 Recente modellen snel verkocht	27
2.6 Statijden verschillen per regio	28
2.7 Voorraden weer kleiner	29
2.8 Afname voorraden occasions van 4 tot 14 jaar oud	30
2.9 Afname voorraden in alle belangrijke segmenten	31
2.10 Omvang voorraden verschillen sterk tussen merken	32

Conclusie 3: Internationale occasionhandel gedreven door mismatch tussen vraag en aanbod	34
3.1 Dalende exporten	35
3.2 Oudere en bijna nieuwe auto's	36
3.3 Belang van segmenten C en D enorm groot voor export	37
3.4 Opel op exportmarkt ingehaald door VW	38
3.5 Polen weer grootste exportmarkt	39
3.6 Import van occasions sterk gegroeid	40
3.7 Kleinere auto toenemend populair voor import	41
3.8 Volkswagen grootste importmerk in plaats van Mercedes	42
3.9 Populaire importmodellen	43
3.10 Waarde van export en import	44
Conclusie 4: Einde aan daling apk-mark, echter wel hevige concurrentie	46
4.1 Minder auto's voor aftersales	47
4.2 Dalende tendens zwakt af	48
4.3 Apk's lopen vooral terug in C- en D-segment	49
4.4 Teruggang apk groot bij lpg-auto	50
4.5 Minder apk's per autobedrijf	51
4.6 Groeiend aantal apk-bedrijven	52
4.7 Merkdealers verliezen marktaandeel apk-markt	53
4.8 Groei verwacht voor 2014	54
Conclusie 5: Grote verschillen in apk's per merk	56
5.1 Daling aantal apk's bij veel merken	57
5.2 Veel voorkomende afkeerpunten	58
5.3 Gladde banden leiden vaakst tot afkeuren bij apk	59
5.4 Merken hebben specifieke apk-punten	60
5.5 Opvallende verschillen in aantal apk-punten	61
Colofon	62



Voorwoord

Het Nationaal Occasion Onderzoek 2014 (NOO) is het resultaat van een samenwerking tussen het vakblad Automobiel Management (AM) in Deventer en VWE voertuiginformatie en -documentatie in Heerhugowaard.

De doelstelling is het uitvoeren van kwalitatief hoogstaand, betrouwbaar en actueel onderzoek naar de occasionmarkt in Nederland en de daaraan gerelateerde import en export van occasions en de eventuele gevolgen voor de aftersalesmarkt. Relevante en onderbouwde conclusies uit het onderzoek worden gepresenteerd aan de autobranche.

Het NOO 2014 is het derde resultaat van de samenwerking tussen AM en VWE. De partijen streven naar een vaste aanpak die moet zorgen voor continuïteit en die het mogelijk maakt trends in beeld te brengen die voor de autobranche van grote waarde zijn. De handel in occasions is een essentieel onderdeel van de autobranche. Bovendien, de invloed die de occasions hebben op de aftersales is wellicht nog belangrijker gezien de waarde die de aftersales heeft voor het rendement van de branche.

Het onderzoek baseert zich op een analyse door Marc van der Elst van informatie van VWE. Hij heeft gebruikgemaakt van de VWE Trendweb database die is opgebouwd uit data afkomstig uit verschillende databronnen, onder andere het RDW-register waar VWE als RDW-provider over beschikt. Die database is aangevuld met diverse andere informatiebronnen. Alle cijfers hebben uitsluitend betrekking op personenauto's en het onderzoek concentreert zich op 2013. De cijfers worden vergeleken met 2012.

Met dit overkoepelende inzicht in de markt zijn de belangrijkste ontwikkelingen in 2013 gesignaleerd en voor dit onderzoek nader uitgediept. De resultaten zijn in beknopte vorm gepresenteerd op het AM Driving Business Aftermarket Event van Automobiel Management en zijn in dit rapport weergegeven.



Michel Corveleijn
Directeur VWE



Peter Brouwer
Hoofdredacteur AM

Vijf belangrijkste conclusies

*‘ Opvallend is dat de export
van hybrides sterk groeide
en dat er ook al partijen
elektrische auto’s naar het
buitenland gaan’*

Conclusie 1:

Occasionverkopten verder gedaald, echter tekenen herstel B2C-markt

Het totaal aantal verkochte occasions is in 2013 gedaald, net als in 2012. Met name het aantal inruiltransacties en de handel tussen autobedrijven onderling namen behoorlijk af. Oorzaken daarvan liggen onder meer in de verminderde nieuwverkoppen en in de ontwikkeling dat autobedrijven ingeruilde auto's vaker zelf verkopen in plaats van deze af te stoten naar de handel. De verkopen door autobedrijven aan consumenten zijn het minste gedaald. Deze B2C-verkoppen daalden met 2,7 procent in vergelijking met 2012. Daarmee blijkt deze markt wederom veel stabielere en crisisbestendiger dan de nieuwverkoppen die met 16,5 procent daalden.

In het laatste kwartaal van 2013 begon de markt zich te herstellen. De B2C-verkoppen groeiden met zo'n twee procent. Deze opwaartse lijn zet zich in de eerste maanden van 2014 voort.

Een andere oorzaak voor de lagere verkopen is dat consumenten in 2013 langer door bleven rijden in hun bestaande auto. Dat komt door de alsmaar verbeterende kwaliteit van auto's maar ook doordat consumenten hun uitgaven willen beperken. Beide trends zijn ook terug te zien in de leeftijd van verkochte occasions: vooral oudere occasions werden meer verkocht. Bovendien is ook het aanbod van invloed op de verkochte occasions. Doordat er in 2009 veel minder nieuwe auto's op de weg zijn gekomen, zijn er in 2013 veel minder vier jaar oude occasions verkocht.

Afgelopen jaren werden vooral de kleinste auto's erg populair op de occasionmarkt.

In 2013 heeft die trend zich niet verder voortgezet: verkopen in het A-segment namen weer behoorlijk af. Segmenten waarin wel meer is verkocht, zijn midi-suv's en enkele nichesegmenten. Van veel volumemerken werden minder occasions verkocht. Vooral het aantal verkochte Opels daalde fors. Meer verkocht werden enerzijds premiummerken en anderzijds merken met een bovengemiddelde prijs-kwaliteitverhouding.

Conclusie 2:

Korte statijden, tekorten aan jongere auto's

De gemiddelde statijd bij de verkoop van occasions is in 2013 gedaald tot 78,6 dagen - dat is het laagste niveau in zeker zes jaar. Vooral bij jongere auto's (tot zes jaar oud) namen de statijden af. Occasions ouder dan twintig jaar staan wel langer te koop.

De ontwikkeling wisselt wel sterk tussen segmenten. Kleine auto's kenden al de kortste statijd en deze is in 2013 nog verder afgenomen. Ook de statijden van andere redelijk compacte auto's als midi-mpv's, midi-suv's en het C-segment namen af. Daarentegen zijn statijden van grotere auto's juist toegenomen. Voorkeuren van consumenten verschuiven steeds meer naar auto's met lagere kosten.

De kortere statijden worden ook veroorzaakt doordat er minder occasions te koop zijn. In 2013 stonden ruim tien procent minder auto's in bedrijfsvoorraden. Vooral in de eerste helft van 2013 was de daling groot. Oorzaken hiervan zijn dat consumenten langer blijven doorrijden met hun bestaande auto en een verminderd aantal inruilers door lagere nieuwverkopen. Dit is terug te zien in de leeftijden van auto's: er zijn vooral veel minder auto's van vier jaar oud beschikbaar. In de gehele, voor de occasionbranche belangrijke, leeftijdsgroep van vier tot veertien jaar waren er minder auto's in voorraad. Deze afname is zichtbaar in alle belangrijke segmenten. Voorraden van auto's van premiummerken daalden het minst. Opmerkelijk is dat het aantal Opels in voorraden sterk daalde (ondanks de verminderde occasionverkopen) en dat er relatief weinig gebruikte Toyota 's in voorraden aanwezig zijn.

Conclusie 3:

Internationale handel in occasions gedreven door mismatch tussen vraag en aanbod

Naar enkele jaren van sterke groei is de export van occasions in 2013 gedaald, met ruim veertien procent. Vooral van auto's tussen de drie en vijf jaar oud is het aantal exporten sterk afgenomen. Dit is een categorie waarin veel ex-leaseauto's zitten. Oorzaken voor deze teruggang zijn dat er veel minder auto's waren waarvan de leasetermijn afliep, maar ook dat het aanbod aan occasions in eigen land krap is. Hierdoor kunnen veel auto's ook goed verkocht worden op de Nederlandse occasionmarkt.

Export van oldtimers groeide wel sterk, vooral gedreven door de aangescherpte fiscale maatregelen voor deze auto's. Dit effect is ook op merkniveau te zien; dankzij deze oldtimerexport groeide op de exportmarkt vooral het merk Mercedes. Ook van andere premium en exclusieve merken is de export toegenomen. Export verminderde bij alle volumemerken. Dit verschil is ook op segmentniveau terug te zien. Exporten van alle kleine auto's en middensegmenten daalden, terwijl er bij grotere auto's juist meer naar het buitenland gingen. Opvallend is verder dat de export van hybrides sterk groeide, en dat er ook al partijen elektrische auto's naar het buitenland gaan.

Voor occasions was Polen in 2013 weer terug als belangrijkste exportbestemming. Het aandeel van Oost-Europese landen in export nam verder toe, tot meer dan de helft van alle exporten.

Dat het aanbod van occasions in Nederland zich nu op een laag niveau bevindt, leidt er wel toe dat er veel meer occasions vanuit het buitenland worden geïmporteerd. In 2013 groeide de occasionimport met 26 procent. Vooral jonge auto's zijn veel naar Nederland gehaald; van de in 2013 geïmporteerde occasions was 57 procent jonger dan vijf jaar.

Importen van auto's van twee jaar oud groeide zelfs met 85 procent. Daartegenover staat een sterke afname van importen van auto's van twintig jaar en ouder, ook groten-deels als gevolg van de aangepaste oldtimerregelingen.

Er worden duidelijk andere auto's geïmporteerd dan geëxporteerd. Onder importauto's is het B-segment nu het grootste. Ook importen van auto's uit de A- en C-segmenten groeiden sterk. Dit zijn de segmenten waar op de Nederlandse occasionmarkt veel vraag naar is.

Import en export zijn samen inmiddels goed voor een omzet van naar schatting 3,7 miljard euro in 2013. Door de sterke groei van importen bedraagt de waarde hiervan al bijna zeventig procent van de totale exporten.

Conclusie 4:

Einde aan daling apk-markt, echter wel heviger concurrentie

De afgelopen jaren is het aantal uitgevoerde apk's behoorlijk gedaald. Ook in 2013 nam het aantal keuringen af, met 1,3 procent. Dat is een veel kleinere daling dan in voorgaande jaren. En belangrijker: de tweede helft van 2013 liet zelfs een groei zien. Oorzaken van de dalingen in afgelopen jaren waren vooral het veranderde apk-regime maar ook het verminderde aantal nieuwverkopen en de (nog steeds omvangrijke) exporten van auto's in apk-plichtige leeftijd. De groei in de tweede helft van 2013 komt ten eerste doordat het effect van het nieuwe apk-regime nu helemaal is doorgewerkt in het wagenpark. En ten tweede dat het wagenpark ouder wordt waardoor meer auto's in een apk-plichtige leeftijd vallen. Deze ontwikkelingen leiden ertoe dat er voor 2014 voor het eerst weer een groei van het aantal apk's wordt verwacht.

In 2013 nam het aantal apk's vooral af in de C- en D-segmenten. Daartegenover stond een groei bij kleinere auto's, bij mpv's en suv's. Daarbij nam het aantal keuringen van lpg-auto's behoorlijk af. Een relatief sterke groei is er bij alternatieve brandstofsoorten en de belangrijkste groeiemarkt wordt nu gevormd door hybrides.

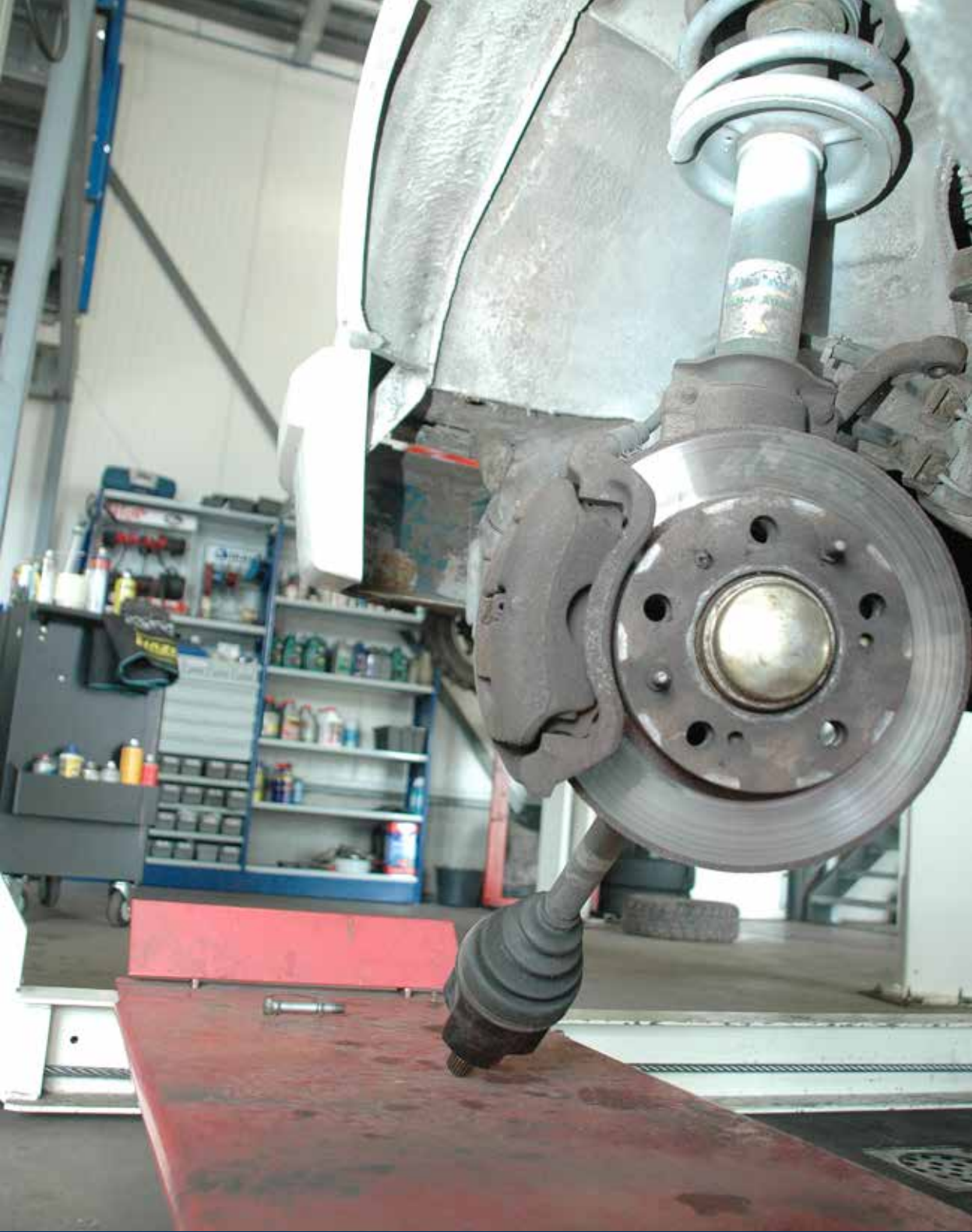
Het aantal autobedrijven dat apk's uitvoert, groeit al jaren licht. Ook in 2013 zijn er per saldo meer universele apk-stations bijgekomen. Binnen de groep merkdealers daalde het aantal apk-uitvoerende bedrijven wel licht. Het groeiende aantal bedrijven in combinatie met een dalende markt betekent dat gemiddeld het aantal uitgevoerde apk's per bedrijf daalt. Dat was in 2013 zowel voor dealers als voor universele autobedrijven het geval. Een andere al jaren zichtbare trend is dat het marktaandeel van merkdealers in de apk-markt daalt. Over geheel 2013 bezien heeft die trend zich verder doorgezet. De tweede helft van 2013 liet een wat ander beeld zien: hoewel fast fitters het sterkste groeiden, was er ook enige groei voor de merkdealers.

Grote verschillen in apk's per merk

Hoewel de gevolgen van het teruggelopen aantal apk's bij veel merken zichtbaar zijn, verschilt deze ontwikkeling wel sterk per merk. Vooral het aantal gekeurde Opels daalde fors, maar ook bij Renault, Mercedes, Mazda en Nissan daalden de aantallen behoorlijk. Daartegenover staan diverse merken (Toyota, Kia, Skoda, BMW, Audi) waarvan het aantal apk's in 2013 zelfs toenam.

Onderzocht zijn ook de afkeur-, reparatie- en adviespunten die zijn aangetroffen bij apk's. Over alle auto's bekeken, blijken versleten banden het vaakste tot afkeuren te leiden. Ook remmen, vering/schokdempers en verlichting geven vaak problemen. Als adviespunt wordt vooral vaak overmatige olie lekkage genoteerd. Wanneer de gekeurde auto's per merk worden bekeken, blijkt een aantal punten bij veel merken voor te komen maar er blijken ook afkeur- en reparatiepunten te zijn die bij specifieke merken vaak voorkomen. En niet alleen het type probleem verschilt maar ook blijken er grote verschillen tussen merken te bestaan in het aantal punten dat wordt aangetroffen bij apk's. Onder auto's van vier tot tien jaar oud ligt het aantal apk-punten laag bij veel Japanse merken en bij de exclusiefste merken. Franse merken scoren veelal minder goed. Opvallend is ook dat er binnen concerns grote verschillen bestaan, waarbij er bijvoorbeeld bij de in Oost-Europa geproduceerde merken Skoda en Dacia veel minder apk-punten worden aangetroffen dan bij auto's van de moedermerken.

'Onder auto's van vier tot tien jaar oud ligt het aantal apk-punten laag bij veel Japanse merken en bij de exclusiefste merken'



Conclusie 1

Occasionverkopen verder gedaald,
echter tekenen herstel B2C-markt

*‘ Consumenten onderling
(C2C) verkochten in 2013 nog
ruim 704 duizend auto’s
aan elkaar’*

1.1 Occasionverkopen dalen tot ruim onder vier miljoen

De totale verkoop van occasions is in 2013 behoorlijk teruggelopen, namelijk van 4,07 miljoen personenauto's in 2012 naar 3,89 miljoen. In alle vier de soorten verkopen (B2B, B2C, C2C en C2B¹) is er sprake van een flinke daling, terwijl dat in 2012 ook al zo was ten opzichte van 2011.

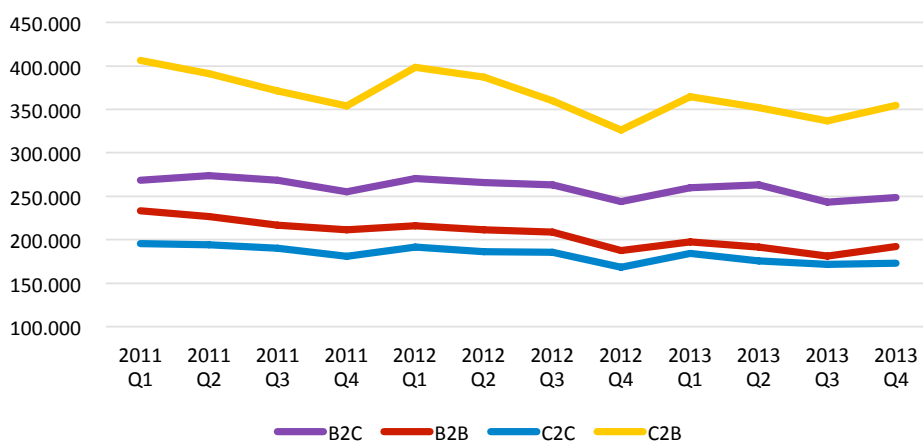
Duidelijk is dat in de sector B2B (autobedrijven onderling) procentueel de grootste terugval zit, namelijk -7,6%, wat betekent dat er ruim 62,2 duizend occasions minder zijn verhandeld tussen bedrijven onderling. Een reden hiervoor is dat autobedrijven inruilauto's vaker zelf aan de consument verkopen in plaats van ze af te stoten naar de handel – wat extra B2B-transacties zou betekenen. Opnieuw kan worden geconstateerd dat de sector efficiënter gaat werken omdat er veel minder B2B-transacties worden verricht om tot de uiteindelijk B2C-verkopen te komen.

In absolute zin is de terugval in de deelmarkt C2B nog wat groter, namelijk 62,8 duizend auto's. Dit is een verkoopdaling van 4,3%. Het betreft hier ongetwijfeld vooral het lagere aantal inruilers dat ontstond omdat er veel minder nieuwe auto's zijn verkocht in 2013, namelijk 85 duizend stuks minder dan in 2012. Ondanks de daling is C2B nog altijd de grootste deelmarkt met ruim 1,4 miljoen verhandelde personenauto's.

Er werden door autobedrijven ook minder occasions aan consumenten verkocht, namelijk bijna 28 duizend stuks minder (-2,7%), maar deze daling was procentueel het kleinst van alle vier de sectoren. Consumenten onderling (C2C) verkochten in 2013 nog ruim 704 duizend auto's aan elkaar, maar ook dit aantal is gedaald (-3,7%). Een verklaring kan zijn dat nieuwe initiatieven zoals ikwilvanmijnautoaf.nl of Autoverkoopservice van de ANWB een deel van de onderlinge consumentenhandel hebben overgenomen. De branche lijkt daarmee geleidelijk aan meer grip te krijgen op de occasionmarkt.

¹ C2B is vooral inruil

Figuur 1.1 Ontwikkeling occasionverkopen personenauto's



Toelichting: Verschil in aantal auto's in wagenpark in 2016 t.o.v. 2013

In het laatste kwartaal van 2013 toonde de markt echter tekenen van herstel. De B2C-verkopen stegen in dat kwartaal weer. Verkopen lagen 2,4% boven het voorgaande kwartaal en 1,9% boven het niveau van 2012.

Al met al is de totale occasionverkoop in Nederland in 2013 weliswaar met zo'n 180 duizend stuks (-4,4%) gedaald, maar nog altijd gaat het om 3,89 miljoen auto's. Bij 3,18 miljoen stuks ervan is een autobedrijf (B2B, B2C en C2B) betrokken, dat zijn er meer dan tienduizend per werkdag². Stel dat er sprake is van een gemiddelde winst van tweehonderd euro per verkooptransactie, dan zou het voor de branche om een totale winst op de occasionhandel gaan van 355 miljoen euro. Alleen al om deze reden is duidelijk dat het belang van de occasion voor de Nederlandse autobranche heel erg groot is. Immers, in het jaar 2013 werden slechts 417 duizend nieuwe auto's (met lage marges) door de autobranche verkocht tegenover de 3,18 miljoen occasionstransacties - 7,5 keer zo veel occasions dus als nieuwe auto's.

'Al met al gaat de totale occasionverkoop in Nederland om 3,89 miljoen auto's. Bij 3,18 miljoen stuks ervan is een autobedrijf betrokken'

² Uitgaande van driehonderd werkdagen per jaar

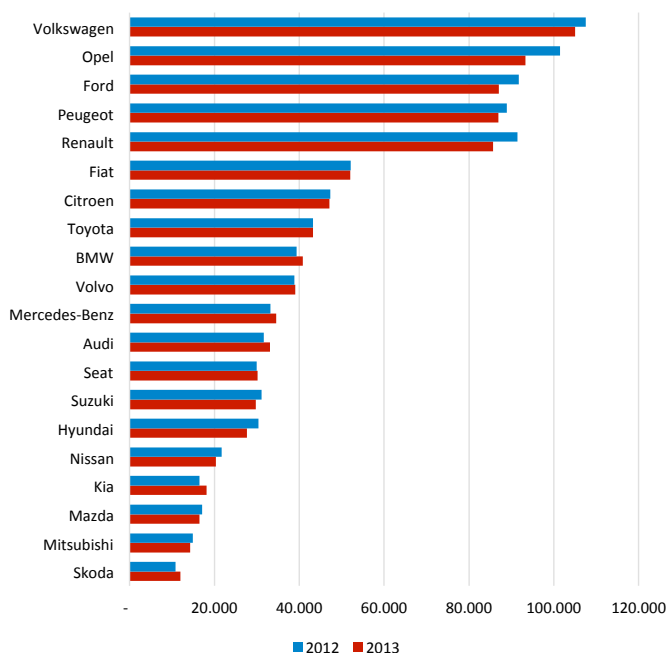
1.2 VW aan kop, Opel blijft dalen

Consumenten kochten bij autobedrijven vooral tweedehands Volkswagens. Het Duitse merk staat opnieuw fier aan kop met 105 duizend occasions, slechts twee procent minder dan in 2012. Hoewel er nog steeds behoorlijke aantallen Opel-occasions zijn verkocht, ging het merk toch acht procent achteruit. Met ruim achtduizend occasions minder in 2013 was Opel de grootste daler. Al in 2012 werd in het Nationaal Occasion Onderzoek aangekondigd dat het wagenpark van Opel met zo'n honderdduizend personenauto's zou gaan afnemen gezien de slechte resultaten bij de nieuwverkopen in Nederland en de populariteit van het merk Opel bij de export vanuit Nederland. En minder auto's zal ook de verkoop van occasions laten afnemen.

Ook Ford en Renault en met name Hyundai (!) hebben in 2013 fors ingeleverd. Dat de merken Daihatsu en Chevrolet lijdten onder de beslissing van de merkorganisaties om de nieuwverkoop te staken, is niet verwonderlijk.

Aan de pluszijde vallen de volumemerken Kia en Skoda op, deze zijn duidelijk in populariteit gestegen op de occasionmarkt. Ook de premiummerken BMW, Mercedes en Audi hebben alle drie een behoorlijke stijging in de occasionverkoop gerealiseerd. Op zich is het opmerkelijk dat van een duur premiummerk als BMW in 2013 bijna net zoveel occasions aan consumenten zijn verkocht als van een mainstreammerk als Toyota.

Figuur 1.2 Groei B2C occasion verkopen top 20 merken

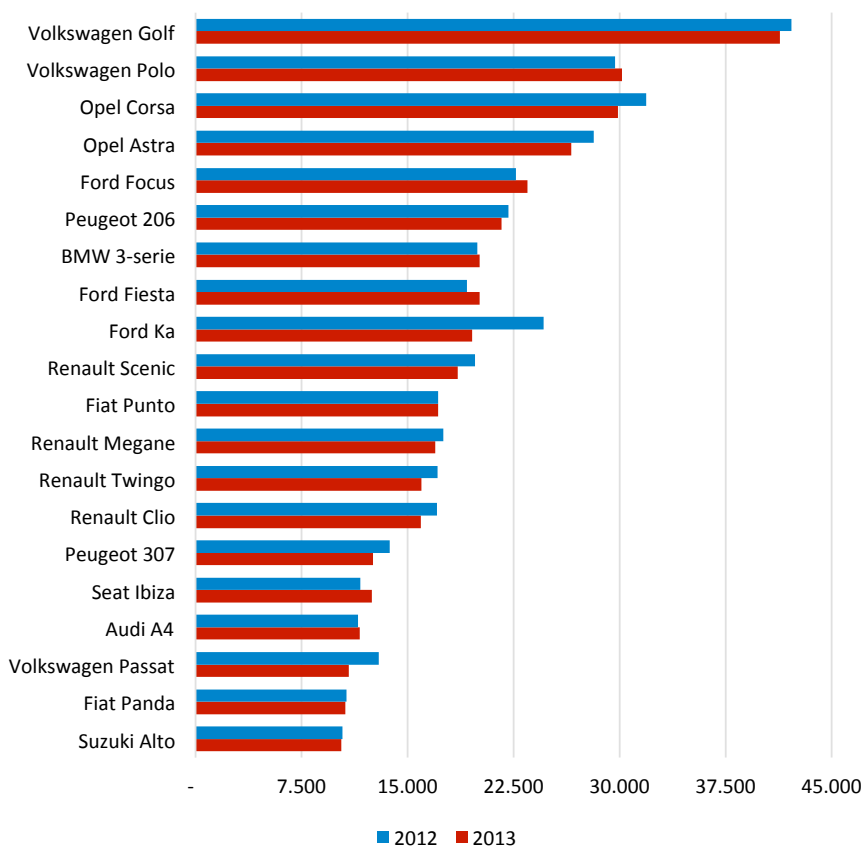


1.3 Grootste groeiers bij kleinste auto's

Opmerkelijk, of misschien ook niet, is dat de eerste twee modellen in de B2C-markt van het merk Volkswagen zijn, namelijk de Golf en de Polo. Van die twee modellen samen zijn er 71,5 duizend occasions verkocht aan consumenten, dat zijn er zo'n tweehonderdvijftig per dag. Aan de andere kant is populariteit van de Passat flink gedaald; de verkoop van dat model daalde met zestien procent. Van het merk Ford zijn de Focus en de Fiesta in populariteit gestegen, terwijl de Ka juist erg veel terrein verloor (-21%). De modellen Astra en Corsa van Opel zijn aanmerkelijk slechter verkocht (ruim 3,5 duizend auto's minder).

De grootste groeiers zitten in het A-segment: Fiat 500, Peugeot 107, VW Up en Kia Picanto.

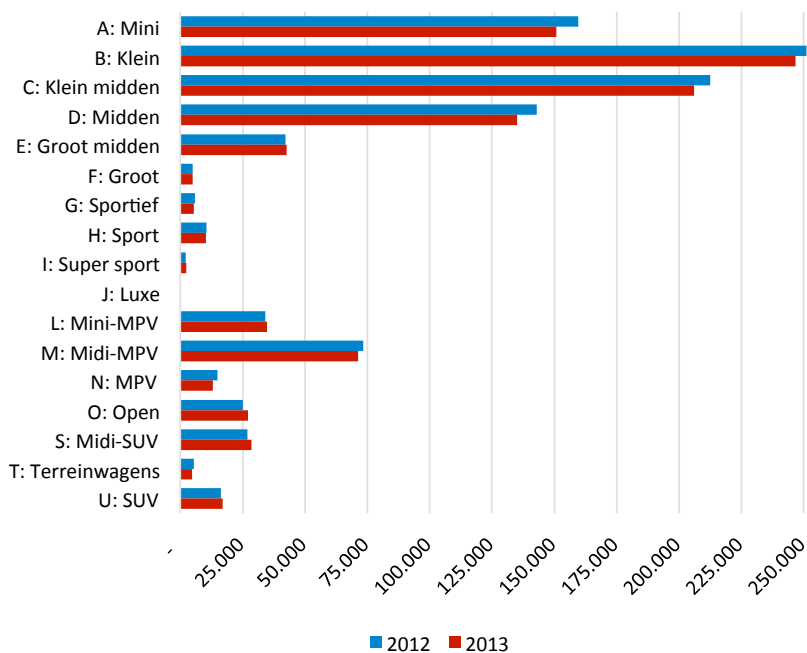
Figuur 1.3 Groei B2C occasion verkopen top 20 modellen



1.4 A-segment loopt weer terug

Als de auto's in hun segmenten worden verdeeld, blijkt dat in 2013 aan consumenten aanmerkelijk minder occasions zijn verkocht in de segmenten A, B, C en D. In totaal gaat het om bijna 27 duizend auto's minder, namelijk 739 duizend in plaats van 766 duizend. Het A-segment leverde met min vijf procent gevoelig in (bijna 8,8 duizend auto's minder) maar ook het D-segment deed het vijf procent slechter, resulterend in een verkoopdaling van bijna achtduizend auto's. Procentueel zijn de grootste verkoopstijgingen gerealiseerd in de segmenten Supersport en Luxe (I en J met resp. 12% en 16% stijging) maar dat gaat om lage aantallen. Ook de cabriolet lijkt weer populairder te zijn geworden: dit segment steeg met negen procent tot ruim 27 duizend auto's. Die groei zit daar vooral in de Fiat 500c die nu in grotere aantallen op de occasionmarkt komt. Andere belangrijke groei zijn midi-suv's; hiervan werden er zes procent meer aan consumenten verkocht.

Figuur 1.4 Verdeling B2C verkopen naar segmenten

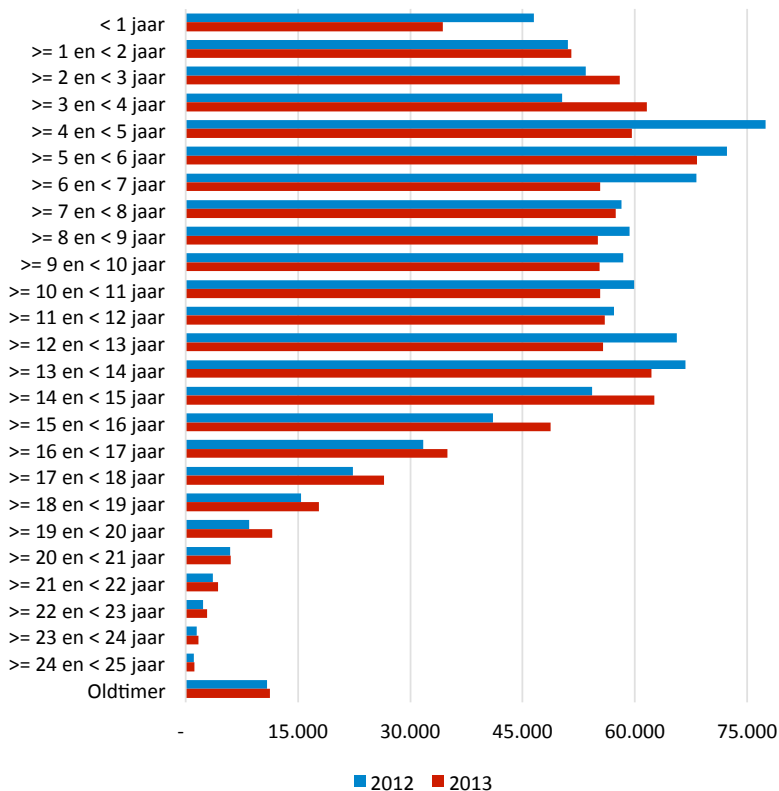


1.5 Verkoop oude occasions groeit

Als we inzoomen op de leeftijd van de verkochte occasions, valt enerzijds op dat vooral de bijna nieuwe auto's (jonger dan één jaar) aanmerkelijk minder (-26%) zijn verkocht dan in 2012. Die categorie was in 2012 juist sterk gegroeid, dus je kan ook stellen dat verkopen weer terug zijn op 'normaal' niveau.

Verder is er duidelijk invloed van de historisch lage nieuwverkopen in het jaar 2009 - dat was toen een totaal van slechts 387 duizend stuks. De occasionverkoop van auto's van vier jaar oud daalt (-23%), de verkoop van auto's van drie jaar oud stijgt (+22%). Groei zit er vooral bij de oudere occasions, globaal bij auto's van vijftien tot twintig jaar oud. Deze auto's blijken ondanks hun leeftijd in trek. In 2013 zijn er 139 duizend auto's in de categorie 15-20 jaar verkocht, dat zijn er twintigduizend meer dan in 2012. Het is duidelijk een gevolg van de toegenomen kwaliteit van auto's in het algemeen en van de gunstige omstandigheden voor auto's in Nederland dat zoveel consumenten kiezen voor een auto uit deze leeftijdscategorie. Het aanbod hiervan is ook groter door onder meer de daling in export van dergelijke auto's.

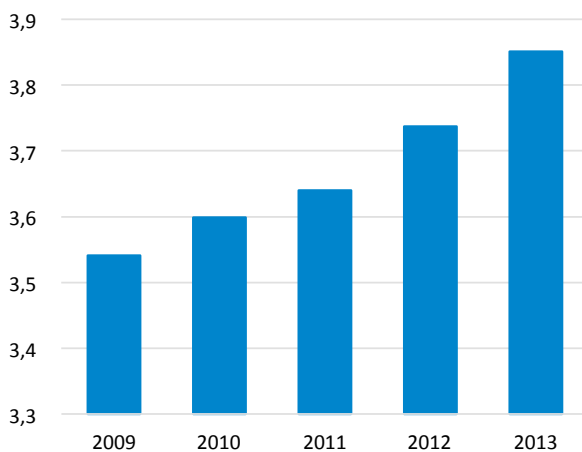
Figuur 1.5 verdeling B2C verkopen naar leeftijd auto



1.6 Langer doorrijden

De periode dat mensen (particulieren) een auto in bezit houden, wordt steeds langer. De afgelopen jaren is telkens een toename van de gemiddelde bezitsduur geconstateerd. Ook in 2013 is die weer toegenomen: particulieren reden gemiddeld 3,9 jaar in een auto. Dat is 42 dagen langer dan in 2012, toen het gemiddelde op 3,7 jaar lag.

Figuur 1.6 Gemiddelde bezitsduur particulieren in jaren



Conclusie 2

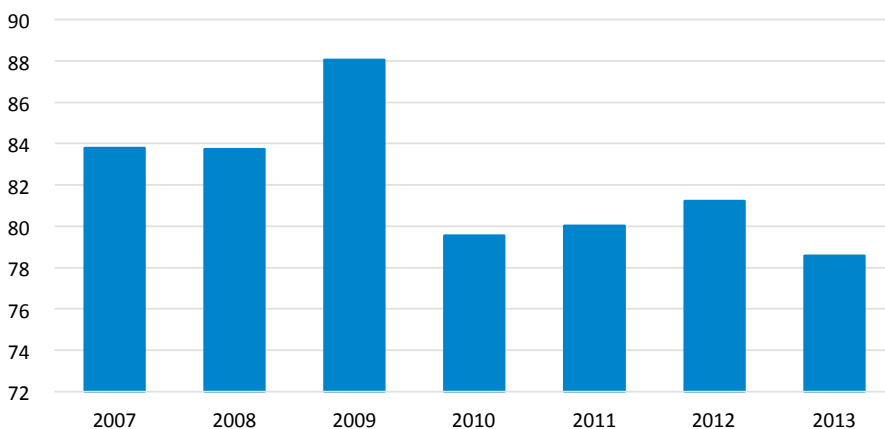
Korte statijden, tekorten aan jongere auto's

*' Over een langere periode
bezien, zijn de bedrijfsvoorraden
bij autobedrijven aanzienlijk
gedaald'*

2.1 Statijden op laagste niveau

Het gemiddeld aantal stadagen bij de verkoop van gebruikte auto's is door de jaren heen tamelijk stabiel gebleken. Maar in 2013 is er sprake van een daling met ruim drie procent tot 78,6 dagen. De daling vond vooral plaats in de tweede helft van het jaar. In november 2013 werd het laagste niveau bereikt van de periode waarover cijfers bij VWE beschikbaar zijn, namelijk sinds januari 2007. In 2009 werd de hoogste waarde in stadagen bereikt (ruim 88), terwijl er dat jaar ook historisch weinig nieuwe auto's werden verkocht.

Figuur 2.1 Gemiddeld aantal stadagen occasions bij verkoop

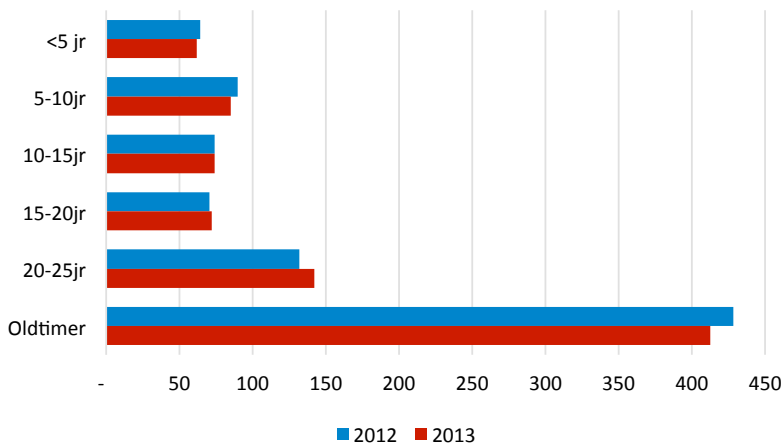


2.2 Statijden jonge auto's dalen

In het jaar 2013 is het aantal stadagen van de jongste occasions (tot 1 jaar) gedaald tot gemiddeld slechts 43 dagen. Auto's van een jaar oud blijven gemiddeld vier dagen langer staan dan in 2012 maar de daling bij de auto's tussen 3 en 6 jaar met meer dan tien procent (ofwel zo'n 10 dagen) is opmerkelijk.

Het aantal stadagen van de oude auto's (20-24 jaar) was in de afgelopen jaren sterk gedaald maar neemt nu weer toe, waarschijnlijk omdat ze minder interessant worden als oldtimer. Oldtimers bleven gemiddeld 413 dagen staan, bijna een maand korter dan in 2012 maar nog altijd ruim dertien maanden.

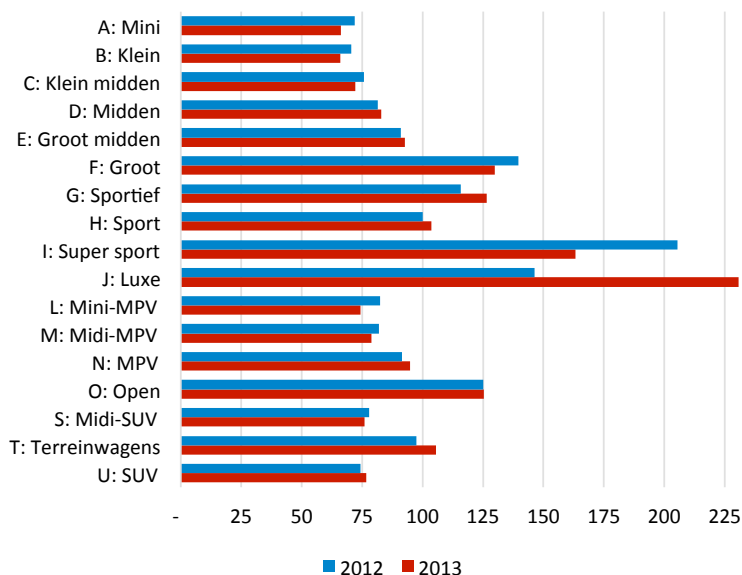
Figuur 2.2 Gemiddeld aantal stadagen naar leeftijd auto



2.3 Kortere statijden alle segmenten compactere auto's

De gemiddelde statijden van de populaire A-, B- en C-segmenten zijn kort en zijn in 2013 ook verder gedaald. Occasions uit de segmenten A en B staan gemiddeld slechts 66 dagen te koop, aanzienlijk minder dan de 79 dagen voor de gehele occasionmarkt. Midi-mpv's en midi-suv's hadden in 2013 ook kortere statijden dan een jaar eerder. Statijden van de kleinere mini-mpv's daalden nog sterker; van 82 naar 74 dagen. Bij de grotere auto's uit de segmenten D en E en de fullsize mpv's nam het aantal stadagen juist toe. Ook hieruit blijkt de toegenomen belangstelling van de consument voor de relatief kleinere auto. Auto's uit het segment J (luke) stonden gemiddeld het langst met 236 dagen – een toename van bijna honderd dagen ten opzichte van 2012.

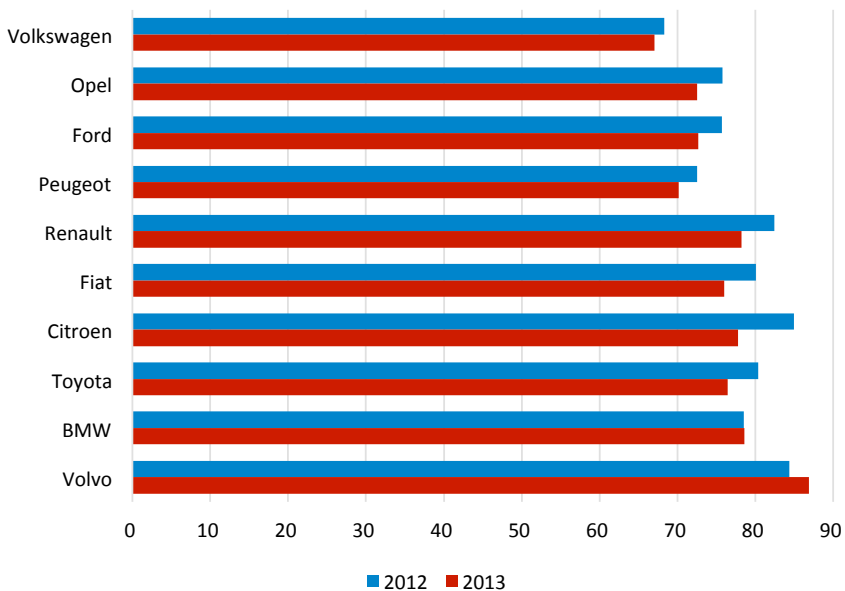
Figuur 2.3 Gemiddeld aantal stadagen per segment



2.4 Statijden per merk lopen uiteen

Uit een analyse blijkt dat de merken Dacia (66), Volkswagen (67), Audi (69) en Mini (69) gemiddelde de kortste statijden kennen. Bij alle grote volumemerken nam het aantal stadagen af, het meest bij Citroën, Hyundai en Kia. Statijden bij de 'liefhebbermerken' zoals Alfa, Subaru, Lancia en in mindere mate Volvo zijn opgelopen. De exclusieve merken Porsche (140) en Jaguar (144) kennen de allerlangste statijden - althans van de merken waarvan in 2013 minimaal duizend occasions zijn verkocht.

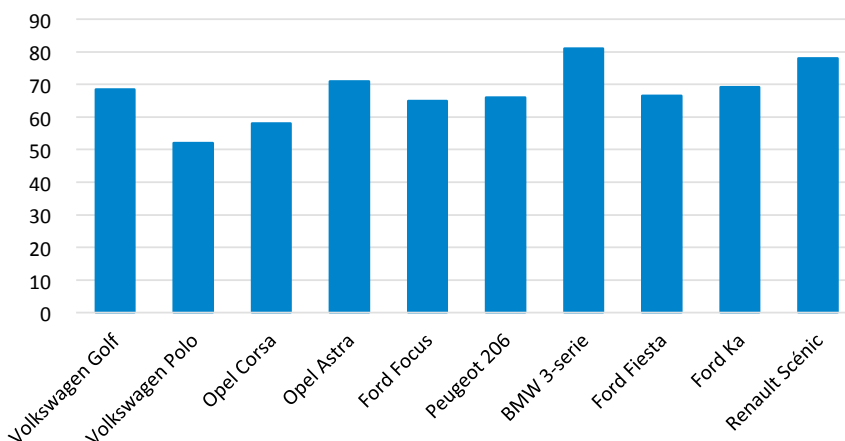
Figuur 2.4 Gemiddeld aantal stadagen top 10 merken



2.5 Recente modellen snel verkocht

Van de meest verkochte auto's blijft de VW Polo het model met duidelijk de kortste statijd van 52 dagen. Modellen met zeer korte statijden (<50 dagen) zijn vaak recentelijk geïntroduceerde modellen. Daar zijn veel auto's uit het A-segment en kleine suv's/ crossovers bij. Onder de twintig modellen met de kortste statijden bevinden zich relatief veel modellen van Audi (vier) en Citroën (drie). Aan kop ging in 2013 de Cx-5 van Mazda met een gemiddelde statijd van slecht 24 dagen. Maar ook de VW Up is razend populair als occasion: slechts 31 dagen staat hij gemiddeld op een koper te wachten.

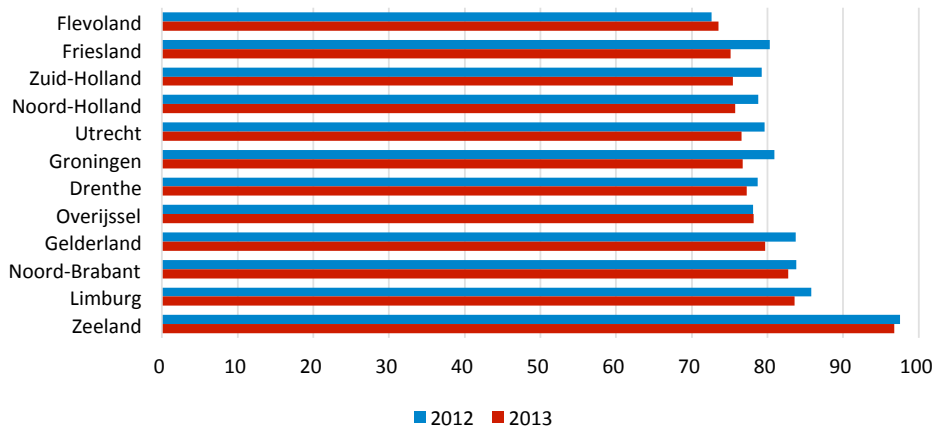
Figuur 2.5 Gemiddeld aantal stadagen top 10 modellen



2.6 Statijden verschillen per regio

Uit de regionale analyse blijkt dat de statijden van occasions in het zuiden van Nederland het hoogst zijn, Zeeland spant de kroon met gemiddeld 97 dagen. In Flevoland staan de auto's het kortst met 74 dagen. Dit is wel licht toegenomen ten opzichte van 2012. De statijden namen af in Friesland, Gelderland, Groningen en Zuid-Holland.

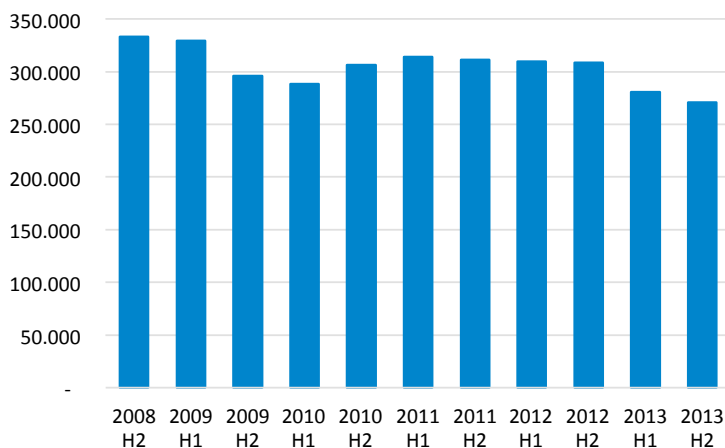
Figuur 2.6 Gemiddeld aantal stadagen per provincie



2.7 Voorraden weer kleiner

Over een langere periode bezien, zijn de bedrijfsvoorraden bij autobedrijven aanzienlijk gedaald. In 2008 was die voorraad nog ongeveer 333 duizend auto's groot, maar in de tweede helft van 2013 waren nog maar 271 duizend occasions in de voorraden opgenomen. Vooral in eerste helft van 2013 zijn voorraden sterk gedaald (-9%). In de tweede helft van 2013 was er sprake van een daling van 3,5%. Voorraadniveaus lijken te stabiliseren; in de maanden november en december 2013 steeg de voorraad zelfs weer. Hoe het ook zij, in vergelijking met 2012 is de bedrijfsvoorraad afgenomen met 33 duizend occasions. Bij een gemiddelde waarde van stel zeventuizend euro per occasion zou de totale voorraadwaarde daarmee zijn verlaagd met een bedrag van 235 miljoen euro. Oorzaken van de afname van de voorraden zijn onder meer de sterk teruggelopen verkoop van nieuwe auto's waardoor er minder auto's zijn ingeruild. Ook zijn mensen langer blijven doorrijden met hun bestaande auto, waardoor er minder auto's ingeruild zijn. Ook als mensen daarbij wel occasions blijven kopen, heeft dat per saldo een verkleinend effect op de voorraad. In 2013 zijn 63 duizend auto's minder ingeruild (C2B) en er zijn slechts 28 duizend auto's minder verkocht aan consumenten (B2C). Het verschil, dus de voorraadaanwas vanuit inruil, is daarmee 35 duizend auto's minder geweest.

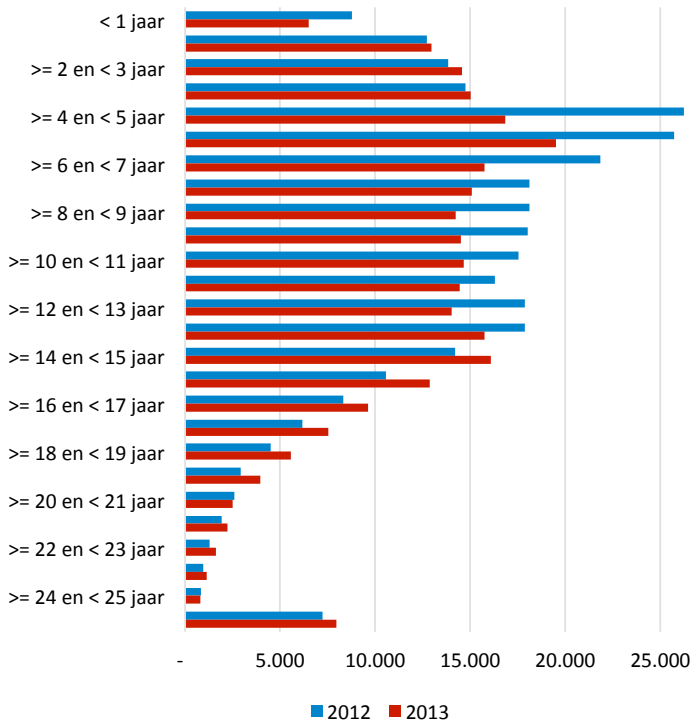
Figuur 2.7 Totale voorraden occasions



2.8 Afname voorraden occasions van 4 tot 14 jaar oud

De totale voorraad is 33 duizend exemplaren kleiner geworden (zie 2.6) en dat komt met name door relatief grote afname in de leeftijdscategorieën 4 tot 14 jaar. De afname was met -35,8 procent relatief het grootst in de leeftijdsgroep 4 jaar, de voorraad aan occasions daalde daar met bijna 9,5 duizend auto's. Bij de leeftijd 14 jaar en ouder is er een omslag zichtbaar. Van auto's boven die leeftijd is de voorraad in totaal met ruim tienduizend stuks toegenomen, van 61,5 duizend stuks tot 71,8 duizend. De categorie oldtimers (>25 jaar) is een substantieel onderdeel van de handel in oudere occasions. De voorraad van deze oude auto's was eind 2013 bijna achtduizend stuks hoger dan eind 2012.

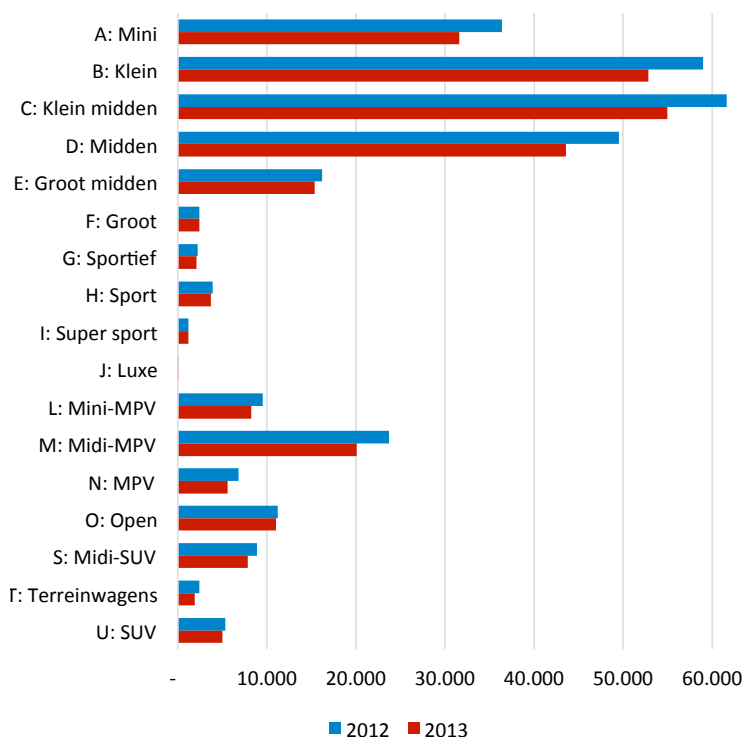
Figuur 2.8 Verdeling voorraden naar leeftijd auto



2.9 Afname voorraden in alle belangrijke segmenten

Als we inzoomen op de voorraad om te zien uit welke autosegmenten die is opgebouwd, zien we dat het C-segment nog steeds het grootste is met bijna 55 duizend auto's. Maar het verschil met het B-segment (53 duizend auto's) is maar heel klein. Er is sprake van een sterke afname van de voorraad in alle populaire segmenten A t/m D en mpv's. Procentueel zit de grootste afname bij de terreinwagen (-22%) maar in aantallen zit de grootste afname in het C-segment (6.659 duizend occasions). Het enige segment waarvan de voorraad (licht) toenam is het F-segment van grote limousines.

Figuur 2.9 Voorraad per segment



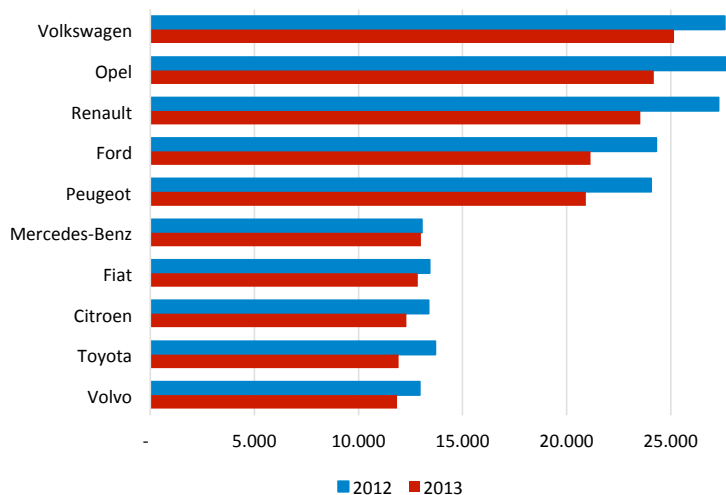
2.10 Omvang voorraden verschillen sterk tussen merken

Uit figuur 2.10 blijkt dat de gemiddelde voorraad van de vijf grootste merken in 2013 behoorlijk zijn gedaald ten opzichte van 2012. De daling is bij Opel het sterkst maar die voorraad was ook erg groot en lijkt nu naar een gezonder niveau te zijn gedaald. Ook van de volumemerken Renault, Ford, Peugeot en Toyota bestond over 2013 een aanzienlijke lagere gemiddelde voorraad, waarbij kan worden gesteld dat de voorraad aan Toyota 's gemiddeld op een aanzienlijk lager niveau ligt dan van de andere volumemerken. Hyundai valt erg op met een daling van de gemiddelde voorraad met 20,4 procent. Onder de twintig grootste merken is Mercedes de enige gebleken waarvan de voorraad occasions nauwelijks afnam over 2013. Maar ook van de andere premiummerken Audi en BMW liepen de gemiddelde voorraden minder terug dan gemiddeld.

In Nederland worden veel auto's van premiummerken verkocht en dat blijkt ook uit de occasionvoorraden. We zijn best een rijk land, als je ziet dat er gemiddeld meer Mercedes-occasions op voorraad zijn dan Fiats, net zo veel Volvo's op voorraad staan als Toyota's en er meer gebruikte Audi's te koop staan dan Seats.

Van het merk Alfa Romeo, dat al een reeks van jaren een kwijnend bestaan leidt, waren in 2013 gemiddeld zo'n vierduizend occasions in Nederland te vinden. Dat is in verhouding tot de nieuwverkoop van achttienhonderd stuks erg veel: de occasionvoorraad is twee keer zo groot als de nieuwverkoop. Ter vergelijking: Volkswagen verkocht 50 duizend nieuwe auto's en er stonden 25 duizend gebruikte Volkswagens op voorraad: de occasionvoorraad is dus half zo groot als de nieuwverkoop. Bij Toyota ligt de verhouding nog zuiniger: 28 duizend nieuwe auto's in 2013 tegenover een occasionvoorraad van 12 duizend. Dit betekent niet automatisch dat er aan Toyota's het grootste tekort is; eerder zagen we al dat Volkswagen gemiddeld een kortere statijd kent dan Toyota. Op de occasionmarkt is er dus veel belangstelling voor Volkswagens, minder voor Alfa's.

Figuur 2.10 Voorraad top 10 merken





‘Volkswagen verkocht 50 duizend nieuwe auto’s en er stonden 25 duizend gebruikte Volkswagens op voorraad: de occasionvoorraad is dus half zo groot als de nieuwverkoop’

Conclusie 3

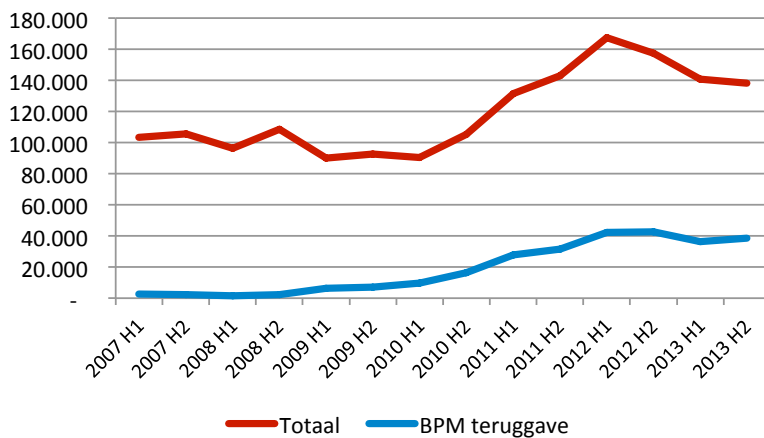
Internationale occasionhandel gedreven door mismatch tussen vraag en aanbod

*'Over het hele jaar 2013 zijn
279 duizend gebruikte auto's
geëxporteerd, ruim veertien
procent minder dan in 2012.
Toch zijn dat zijn er altijd nog
930 per dag'*

3.1 Dalende exporten

De export van gebruikte personenauto's heeft over de afgelopen jaren een grote groei laten zien, met name sinds medio 2010. In 2009 was er nog sprake van een export van 183 duizend auto's, in 2012 bereikte de export (een voorlopig) hoogtepunt met een aantal van 325 duizend personenauto's (met het hoogtepunt halverwege het jaar). Sindsdien neemt de export weer af. Het laatste kwartaal van 2013 liet wel even een opleving zien, maar dat is geen trend die zich heeft doorgezet. Over het hele jaar 2013 zijn 279 duizend gebruikte auto's geëxporteerd, ruim veertien procent minder dan in 2012. Toch zijn dat zijn er altijd nog 930 per dag (gebaseerd op driehonderd werkdagen). De export van jongere auto's, waar bpm-teruggave op mogelijk is, is vrijwel even sterk gedaald ten opzichte van 2012. In de tweede helft van 2013 heeft dit marktsegment zich weer enigszins hersteld.

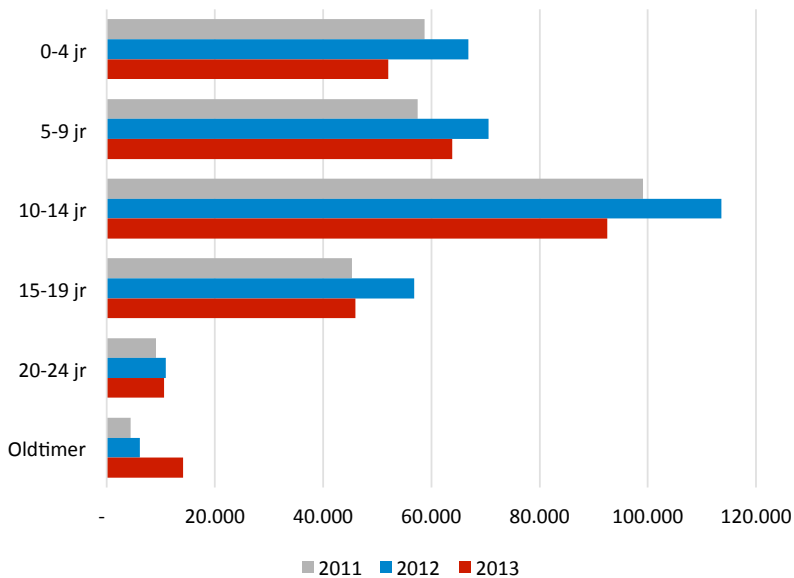
Figuur 3.1 Export totaal en in aanmerking komend voor BPM teruggave



3.2 Oudere en bijna nieuwe auto's

Bij analyse van leeftijden van de exportauto's blijkt dat met name de zeer jonge auto's (jonger dan een jaar) en oude auto's (vanaf 23 jaar) een groei hebben laten zien. De teruggang zit vooral bij de auto's van 3-5 jaar en dan met name bij de auto's van 4 jaar oud. In deze groep zitten veel ex-leaseauto's. Ook van de leeftijdscategorie 10-20 jaar zijn veel minder auto's geëxporteerd dan in 2012. Maar al met al genomen, maken de auto's van 10-15 jaar nog steeds het grootste deel uit van de export, namelijk 33 procent. Dan komen de auto's van 5-10 jaar (goed voor 23%) en dan al komen de auto's jonger dan 5 jaar. Deze jonge occasions zijn goed voor 19 procent van de totale export - dat zijn er een toch nog aanzienlijke 52 duizend geweest in 2013.

Figuur 3.2 Export per leeftijdscategorie auto

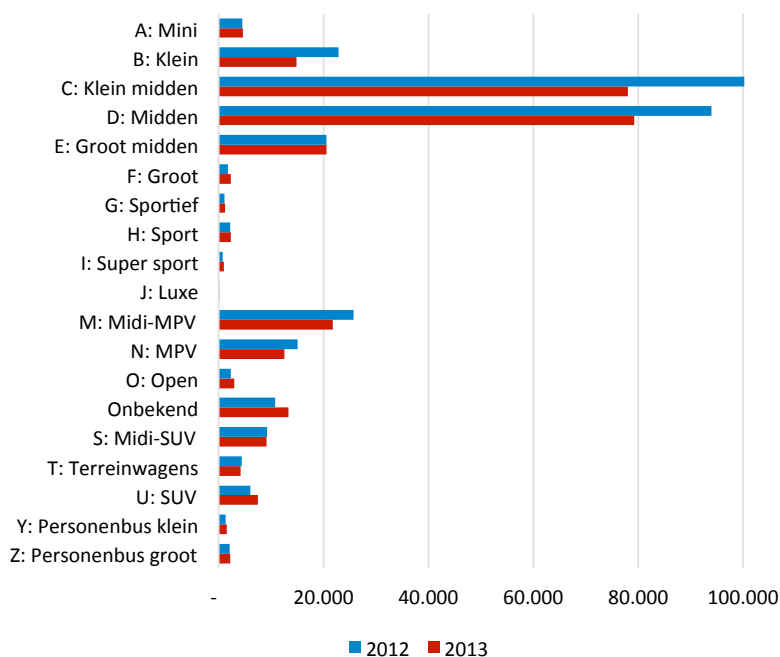


3.3 Belang van segmenten C en D enorm groot voor export

In het jaar 2013 is de export van auto's uit de segmenten B, C en D sterk gedaald. De segmenten C en D maken echter nog wel steeds een belangrijk deel van de export uit: 56 procent van de export kwam afgelopen jaar uit deze segmenten. Doordat het C-segment is gedaald, is het D-segment nu net het grootste met 79 duizend geëxporteerde auto's tegenover 78 duizend uit het C-segment. Deze twee segmenten samen waren in 2013 dus goed voor 157 duizend exportauto's: nog steeds erg veel maar wel 37 duizend stuks minder dan in 2012.

Het B-segment is voor de export minder belangrijk en is in 2013 relatief het meest gedaald, namelijk met -35%. Groei zit er in de grotere auto's (fullsize suv's en F-segment) en de meer exclusieve segmenten.

Figuur 3.3 Export naar segment



3.4 Opel op exportmarkt ingehaald door VW

Opel was in 2012 het meest geëxporteerde merk. In 2013 is de export van Opel met 24 procent veel sterker gedaald dan die van Volkswagen (-13%) waardoor Volkswagen weer met voorsprong exportmerk nummer één is. In het jaar 2013 zijn er 33 duizend Volkswagens geëxporteerd ten opzichte van 29,6 duizend Opels. Verder zijn Mazda en Hyundai voorbeelden van merken die sterk zijn teruggelopen.

Anderzijds is Mercedes-Benz sterk gegroeid in de export tot bijna twintigduizend stuks, vooral door oldtimers. Ook Audi en Kia zijn meer geëxporteerd. Van het premiummerk Audi zijn er in 2013 ongeveer vijftienduizend naar kopers in het buitenland gegaan. Ook de veel exclusievere Porsche's en Jaguars vinden steeds vaker kopers over de grens.

Kijken we op modelniveau dan heeft de Opel Astra zich gehandhaafd als het meest geëxporteerde model, ondanks een sterke daling (-27%) ten opzichte van 2012. De VW Golf daalde veel minder sterk (-14%) maar kon de Astra toch niet inhalen. Groei is er vooral bij oude Mercedesen (200-300 en 190) maar ook wel bij nieuwere modellen als de Fiat 500 en de Toyota Prius.

Opvallend is ook dat er inmiddels behoorlijk wat gebruikte ev's de grens over gaan. In 2013 zijn er bijvoorbeeld 219 Nissen Leaf's geëxporteerd, wat ruim een kwart is van het totaal aantal Leaf's in Nederland.

Onder de jonge occasions, die bij export in aanmerking komen voor bpm-teruggave, is in 2013 opnieuw de Volkswagen Golf de populairste auto geweest. De Golf-export daalde met drie procent veel minder dan het marktgemiddelde. Zeer populair is de jonge Toyota Prius die een groei in de export van 27 procent liet zien tot een totaal van bijna drieduizend stuks. Daarmee staat de Prius op de derde plaats in de categorie jonge exportoccasions. De 'export-eer' bij Opel wordt nog een beetje hooggehouden door de jonge Insignia. Terwijl Opel over de hele breedte veel minder wordt geëxporteerd, scoorde de Insignia een plus van maar liefst 224 procent tot zeventienhonderd stuks. Dit model trekt hiermee de lijn door die al in 2012 zichtbaar was.

Figuur 3.4 Top 10 merken export

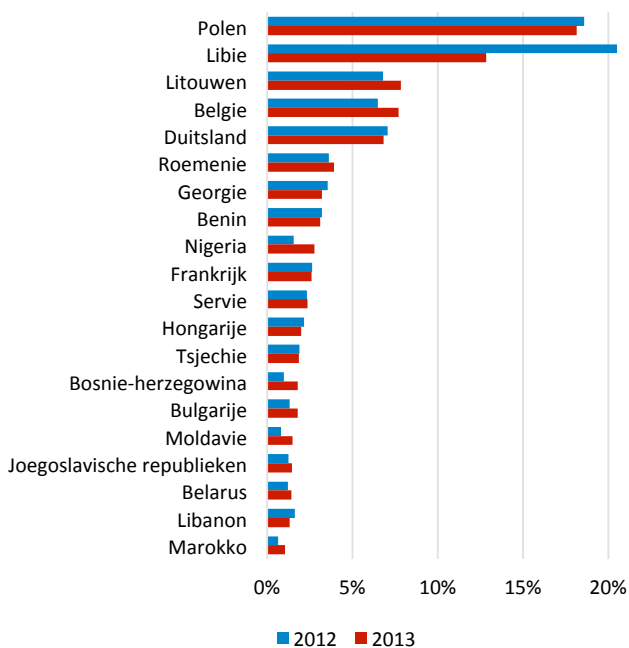
	Merk	2013	2012	Groei 2013
1	Volkswagen	33.121	38.240	-13%
2	Opel	29.605	39.178	-24%
3	Toyota	20.876	23.354	-11%
4	Mercedes-benz	19.815	16.583	19%
5	Renault	18.156	21.693	-16%
6	Peugeot	16.123	19.416	-17%
7	Audi	14.578	13.842	5%
8	Ford	14.410	17.489	-18%
9	Bmw	12.835	14.147	-9%
10	Nissan	11.402	14.674	-22%

3.5 Polen weer grootste exportmarkt

Uit een analyse van de landen waar de Nederlandse occasions naar toe gaan, blijkt Polen weer fier aan kop te staan met een marktaandeel van 18 procent. Het is niet meer wat het ooit was (33 procent in 2010) maar nog altijd gaan er aanzienlijke aantallen auto's richting Polen. Ook Libië (12,8%) blijft een belangrijk exportland, ook al haalde 2013 het toppunt van 2012 niet meer. De landen die de meeste procentuele groei lieten zien waren België, Nigeria en Litouwen. Zij stegen met meer dan een procentpunt. De vijf populairste landen zijn goed voor 53 procent van de export - dat was in 2012 nog ruim 59 procent. Dat toont aan dat de concentratie enigszins afneemt. In 2013 waren zestien landen nodig om tachtig procent van de export te realiseren. In 2012 waren dat vijftien landen.

Het belang van Oost-Europese landen in de export van de Nederlandse occasions is, na enkele jaren van afname, in 2013 weer toegenomen. Meer dan de helft van de export gaat naar Oost-Europese landen, van Estland tot aan Macedonië.

Figuur 3.5 Top 20 exportlanden



3.6 Import van occasions sterk gegroeid

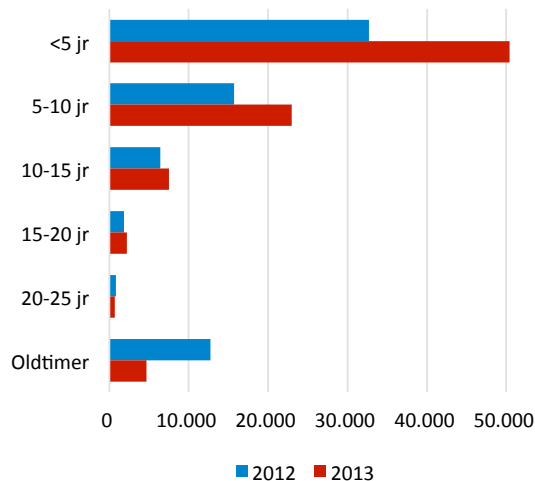
De import van occasions is over een langere periode gezien dalende geweest. Maar in de herfst van 2012 kwam daarin verandering en sindsdien groeit de import. In 2013 is dat opnieuw het geval geweest: de import steeg met bij 26 procent tot 88,5 duizend auto's.

De groei is te verklaren uit de groeiende behoefte aan occasions in Nederland terwijl de branche kampt met lage nieuwverkopen waardoor er via inruil weinig occasions beschikbaar komen. Tegelijkertijd worden er ook veel occasions geëxporteerd.

De groei in import is vooral sterk bij jonge occasions. De grootste groei zit bij auto's van twee jaar oud: +85%. Aan de andere zijde van het spectrum is de oude occasion (vanaf een jaar of 19) nog verder uit de gratie geraakt. Bij de oldtimers (>25 jaar) is de import met 63 procent in elkaar gezakt als gevolg van de veranderde motorrijtuigenbelasting. In 2012 werden er nog 12,7 duizend oldtimers geïmporteerd, in 2013 minder dan vijfduizend. Al met al is in 2013 de gemiddelde leeftijd van de geïmporteerde auto gedaald naar 6,4 jaar. Dat was in 2012 met 9,6 jaar substantieel hoger.

Vorig jaar zijn ook 3,6 duizend auto's jonger dan één jaar geïmporteerd en 19 duizend auto's van één jaar oud. Auto's tot 5 jaar oud (cumulatief vijftigduizend stuks) maken samen al 57 procent uit van de totale import. In 2011 was het aandeel van auto's tot vijf jaar oud nog maar 41 procent van de totale import.

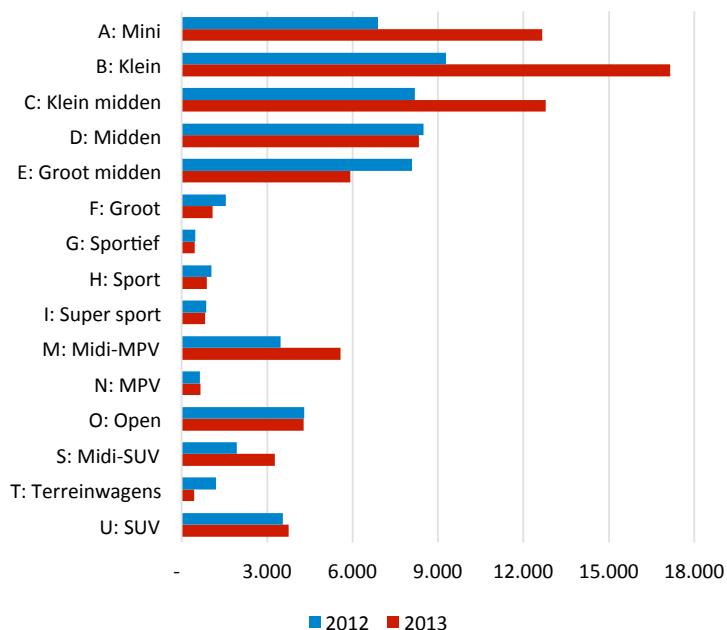
Figuur 3.6 Import occasions naar leeftijd auto



3.7 Kleinere auto toenemend populair voor import

De trend die vorig jaar in het Nationaal Occasion Onderzoek al zichtbaar was, heeft zich doorgezet over heel 2013. Er is een sterke verschuiving van het soort occasion dat wordt geïmporteerd. In het verleden waren dat vaak dure Duitse premiumauto's en oldtimers. Deze segmenten lopen verder terug. In 2013 zijn er veel meer kleine, in Nederland populaire auto's geïmporteerd. Het B-segment was in 2013 verreweg het grootst met zeventienduizend geïmporteerde auto's en heeft ook de grootste procentuele groei laten zien met 85 procent. Ook het A- en C-segment zijn belangrijk, beide doen een kleine dertienduizend auto's. Nog twee segmenten die steeds vaker naar ons land worden gehaald zijn de midi-mpv en de midi-suv.

Figuur 3.7 Belangrijkste segmenten occasion import



3.8 Volkswagen grootste import-merk in plaats van Mercedes

Als we bij de import kijken naar merken, is overduidelijk dat Volkswagen het grootste merk is. De import van VW nam toen met 27 procent tot bijna twaalfduizend stuks in 2013. Daarmee is de voormalig nummer 1, Mercedes-Benz, met overmacht verslagen (8,5 duizend auto's). De import van Mercedes-occasions nam af met 26 procent, vooral door oldtimers. Mercedes is eigenlijk de enige grote daler, afgezien dan misschien Land Rover maar dat merk speelt qua aantallen een bijrol.

Er zijn relatief veel auto's van de mainstreammerken geïmporteerd. Er was veel groei bij Toyota, Opel, Renault, Ford. De import van Hyundai stelde in het verleden heel weinig voor maar in 2013 is er een enorme groei gerealiseerd. Het aantal is met twaalfhonderd stuks nog niet groot maar procentueel bedraagt de groei maar liefst 246 procent. Bij Kia is een soortgelijk effect te zien.

Tachtig procent van de import is gedekt met veertien merken.

'De import van Hyundai stelde in het verleden heel weinig voor maar in 2013 is er een enorme groei gerealiseerd.'

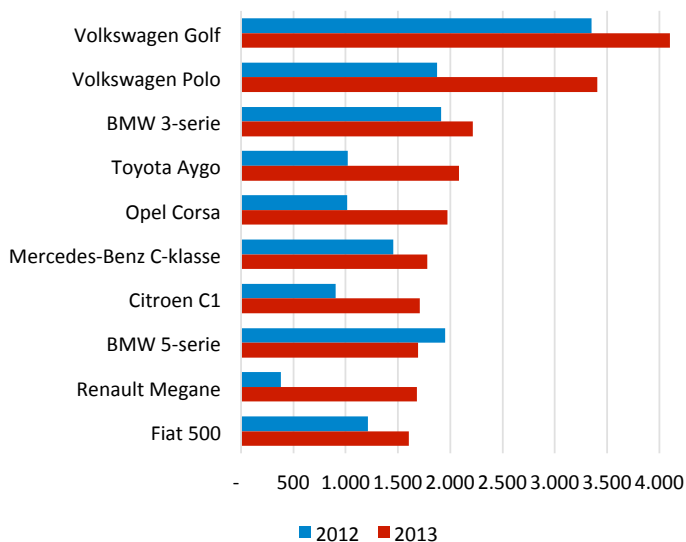
Figuur 3.8 Top 10 merken import

	Merk	2013	2012	Groei 2013
1	Volkswagen	11.898	9.369	27%
2	Mercedes-benz	8.375	11.333	-26%
3	BMW	6.084	5.802	5%
4	Toyota	5.596	3.365	66%
5	Peugeot	5.451	4.105	33%
6	Opel	5.265	2.811	87%
7	Audi	5.247	4.888	7%
8	Renault	4.637	2.034	128%
9	Ford	4.254	2.305	85%
10	Citroen	3.975	2.596	53%

3.9 Populaire importmodellen

Uit de analyse van de geïmporteerde modellen blijkt dat Volkswagens nog steeds populair zijn, maar dat er ook steeds meer niet-Duitse auto's in de toptwintig staan. Er is een sterke groei gerealiseerd bij Renault Mégane en de Toyota Yaris. Maar ook de VW Polo, de Toyota Aygo, de Opel Corsa en de Citroën C1 groeiden sterk in 2013.

Figuur 3.9 Top 10 modellen import



3.10 Waarde van export en import

Uit het Nationaal Occasion Onderzoek 2012 bleek al dat export een aanzienlijke omzet vertegenwoordigt voor de autobranche. Uit de berekeningen over 2013 blijkt dat de waarde van de import nu fors is gestegen. Qua omzetwaarde wordt import geraamd op bijna zeventig procent van de exportwaarde. Dit ondanks de lagere aantallen, maar door de import van jongere auto's met hogere waarden. Bij de import kwam voorheen de hoogste omzet uit het segment fullsize suv's, maar in 2013 is het C-segment het belangrijkste geworden. Bij export blijft het D-segment het belangrijkste voor de omzet.

Het is opvallend dat de handel in occasions tussen de particulieren onderling (C2C) bijna half zo groot is als de B2C-handel en nog steeds aanmerkelijk groter dan de omvang van import en export tezamen. Het is duidelijk dat de C2C-autohandel voor de branche een interessante omzetbron kan zijn, als men daar inderdaad grip op kan krijgen.

Figuur 3.10 Totale geschatte omzet¹ per jaar

	Geschatte omzet
B2C verkopen	8,4 miljard
C2C verkopen	4,1 miljard
Export occasions	2,2 miljard
Import occasions	1,5 miljard

‘Het is duidelijk dat de C2C-autohandel voor de branche een interessante omzetbron kan zijn, als men daar inderdaad grip op kan krijgen’

¹ Toelichting: genoemde bedragen zijn ramingen, gebaseerd op aantallen verkochte auto's per segment en leeftijd, vermenigvuldigd met de gemiddelde prijs. Deze gemiddelde prijzen zijn per segment en bouwjaar bepaald op basis van vraagprijzen in de VWE Advertentiemanager.

BOD OP DEZE AUTO.

€ 6.500.—

Conclusie 4

Einde aan daling apk-markt,
echter wel hevigere concurrentie

*‘Verwacht wordt dat het wagen-
park in 2016 ruim twee procent
minder auto’s zal tellen dan in
2013. Dat is een afname van
166 duizend auto’s’*

4.1 Minder auto's voor aftersales

In het vorige hoofdstuk is aangetoond dat de export van occasions daalt. Er worden echter nog steeds veel meer occasions geëxporteerd dan geïmporteerd. In combinatie met gedaalde nieuwverkopen en demontage neemt per saldo het aantal auto's in het Nederlandse wagenpark hierdoor dus (verder) af. Dit heeft een negatief effect op de aftersalesomzet in Nederland. Dat effect wordt nog eens versterkt door verschillen in het type auto dat wordt verhandeld. Importoccasions zijn namelijk vooral kleinere en jonge auto's. Hieraan zit relatief weinig werkplaatsomzet. Geëxporteerd worden vooral grotere en/of oudere auto's. Dat zijn juist de auto's waar meer omzet op kan worden behaald in de werkplaats.

In het Nationaal Occasion Onderzoek 2013 is al beschreven dat de verhoudingen tussen nieuwverkopen, import en export ertoe zullen leiden dat het aantal personenauto's in het Nederlandse wagenpark gaat dalen. Verwacht wordt dat het wagenpark in 2016 ruim twee procent minder auto's zal tellen dan in 2013. Dat is een afname van 166 duizend auto's.



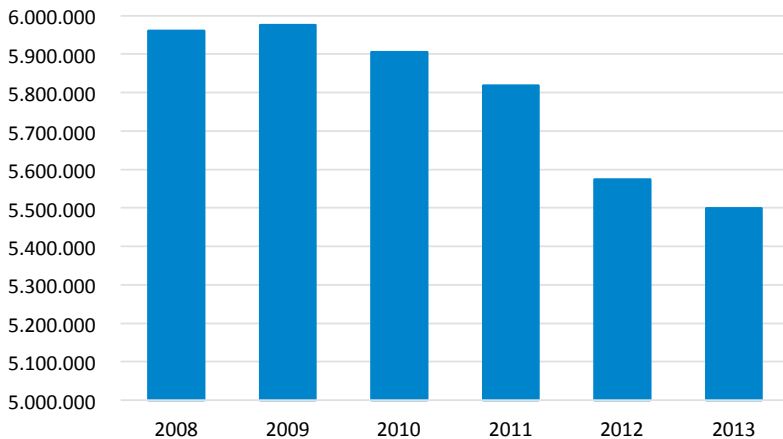
4.2 Dalende tendens zwakt af

Het aantal apk's daalt al enige jaren maar in 2013 is het aantal minder snel gedaald dan ervoor, namelijk met -1,3%. In de tweede helft van 2013 lag het aantal zelfs boven het aantal in dezelfde periode van 2012. Dit komt vooral doordat het wagenpark steeds ouder wordt, waardoor een steeds groter deel in apk-plichtige leeftijd valt.

Maar, dit laat onverlet dat het aantal apk's in 2009 nog 5,98 miljoen bedroeg en in 2013 nog maar 5,5 miljoen: bijna een half miljoen apk's minder! Dat zijn elke werkdag 1.650 apk's minder¹.

Er zijn drie redenen voor de afname van het aantal apk's in de afgelopen jaren: ten eerste het veranderde apk-regime, ten tweede het geringere aantal nieuw verkochte auto's in de afgelopen periode en ten derde de stagnerende groei van het wagenpark door export van veel auto's uit de apk-plichtige leeftijd.

Figuur 4.2 Ontwikkeling aantal uitgevoerde apk's

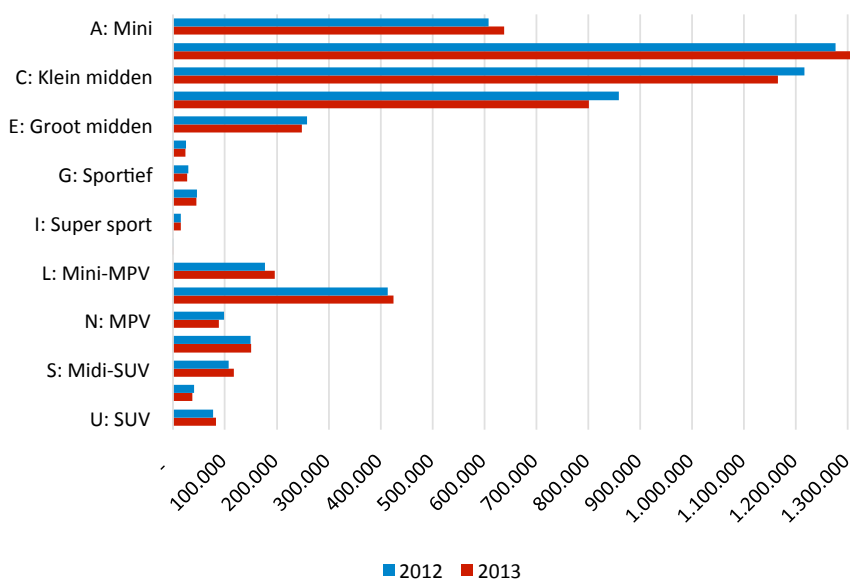


¹ Gebaseerd op 300 werkdagen per jaar.

4.3 Apk's lopen vooral terug in C- en D-segment

Uit analyse blijkt dat met name in het C- en D-segment het aantal apk's fors is teruggelopen. Procentueel is de daling daar nog niet het grootst, maar in aantallen zeker wel. Er zijn in 2013 bijna 110 duizend keuringen minder in de segmenten C en D gedaan dan het jaar daarvoor. Ook diverse kleinere segmenten lopen terug (fullsize mpv, terreinwagens, F- en G segment). De categorie 'onbekend' daalt ook sterk; dat zijn vooral oldtimers. De stijging zit in de A- en B-segmenten, de mini-mpv's plus in beide suv-segmenten. Dit is redelijk in lijn met de algemene ontwikkeling van het wagenpark in Nederland. Alleen de groei in segment van de midi-mpv was minder te verwachten.

Figuur 4.3 Aantal apk's per segment



4.4 Teruggang apk groot bij lpg-auto's

Bij lpg-auto's daalt het aantal apk's relatief het sterkst; bijna tien procent in 2013. Dit komt vooral door de afname van het aantal lpg-auto's in het wagenpark. Het aantal auto's op alternatieve brandstoffen is nog klein, maar dit is wel het deel van de apk-markt waar de groei zit. Relatief het meeste bij auto's op alcohol, maar in aantallen zijn hybrides de belangrijkste groeiemarkt.

Figuur 4.4 Aantal apk's per brandstofsoort

	2012	2013	Groei 2013
Benzine	4.397.346	4.354.890	-1%
Diesel	994.520	969.323	-3%
LPG	164.195	147.969	-10%
Elektriciteit/Hybride	15.942	23.718	49%
CNG	1.200	1.978	65%
Alcohol	254	1.163	358%
Overig	5	4	-20%

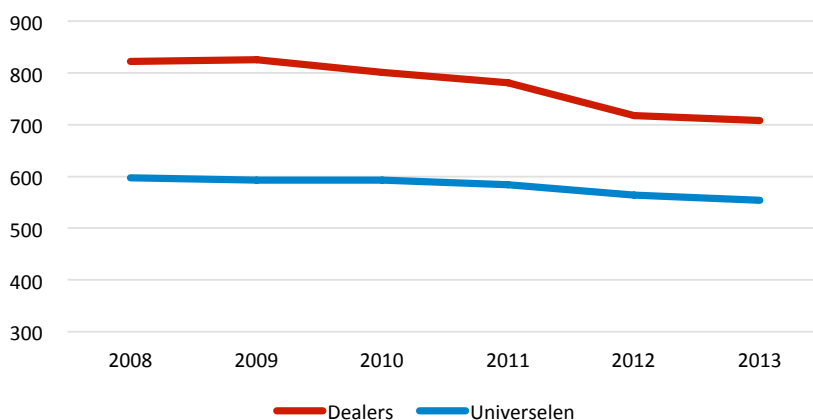


4.5 Minder apk's per autobedrijf

Dealerbedrijven voeren per bedrijf gemiddeld meer keuringen uit dan universele autobedrijven, namelijk 708 ten opzichte van 554. Wel zijn er onder universele grote verschillen; er zijn daar veel bedrijven die maar een klein aantal apk's doen, daarentegen zijn de allergrootste apk-stations ook universele bedrijven.

Het gemiddeld aantal keuringen per bedrijf daalt al jaren. Vooral in 2012 is het gemiddelde aantal keuringen door dealers sterk gedaald. In 2013 was de daling net wat sterker bij universele.

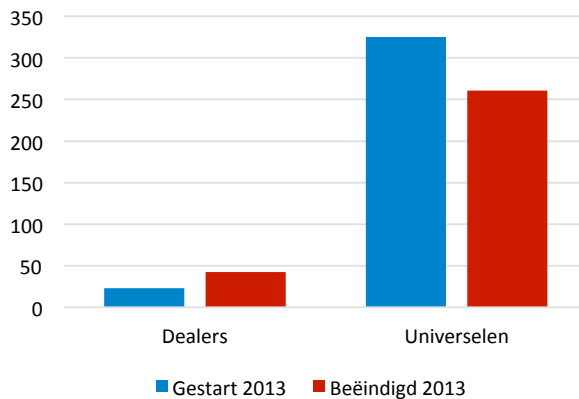
Figuur 4.5 Gemiddeld aantal apk's per bedrijf



4.6 Groeiend aantal apk-bedrijven

Al een aantal jaren stijgt het aantal apk-stations licht. Ook in 2013 zijn er meer universele apk-stations gestart dan er zijn gestopt. Bij dealers is het andersom: daar zijn meer dealers gestopt met apk's dan er gestart zijn. Een stijgend aantal apk-stations heeft vanzelfsprekend een extra negatief effect op het aantal keuringen per station, bovenop de negatieve effecten van de krimpende apk-markt.

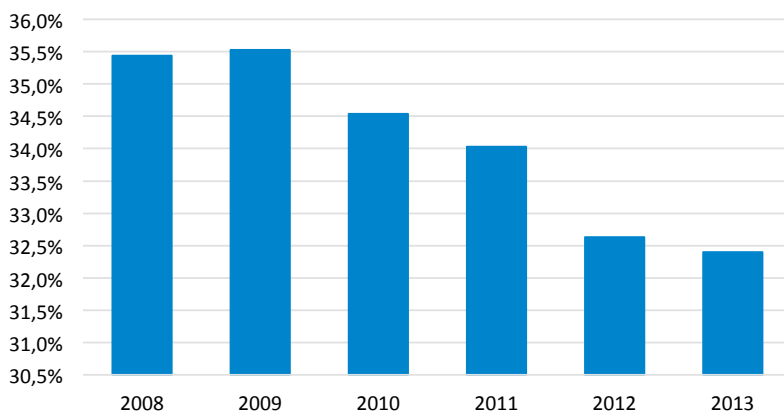
Figuur 4.6 Ontwikkeling aantal apk uitgevoerde bedrijven



4.7 Merkdealers verliezen marktaandeel apk-markt

De laatste jaren verliezen de gezamenlijke merkdealers geleidelijk aan marktaandeel op de apk-markt – inmiddels tot een aandeel van 32,4 procent eind 2013². In de dalende markt wisten de fastfitters tot en met 2012 hun aantal apk's op peil te houden maar in 2013 is ook hun aantal licht teruggelopen (-0,5%). De universelen laten ook een teruggelopen aantal apk's zien, maar bij hen is de teruggang in 2013 (-1,0%) niet zo groot als bij de dealers (-2,1%).

Figuur 4.7 Marktaandeel dealers binnen apk-markt



² *Indicatief; doordat sommige bedrijven een dealer en universele tak hebben is onderscheid niet altijd goed te maken.*

4.8 Groei verwacht voor 2014

Voor komende jaar is er een prognose van het aantal apk's gemaakt. Deze is gebaseerd op de apk-vervaldatum van alle auto's in het huidige wagenpark.

Resultaat is dat er voor 2014 een totaal van 5,66 miljoen apk's voor personenauto's wordt verwacht. Dit is een groei van 2,9% ten opzichte van 2013. Daarmee lijkt een einde te komen aan de daling van de apk-markt in de afgelopen jaren. Reden daarvoor zijn de eerder genoemde toenemende leeftijd van het Nederlandse wagenpark, plus dat het effect van de veranderingen in het apk-regime uit 2008 inmiddels volledig zijn doorgewerkt.

***'Resultaat is dat er voor 2014
een totaal van 5,66 miljoen
apk's voor personenauto's
wordt verwacht. Dit is een
groei van 2,9% ten opzichte
van 2013'***



Conclusie 5

Grote verschillen in apk's per merk

'Binnen het Volkswagen-concern scoort Skoda zeer goed, zelfs beter dan de duurdere zustermerken Volkswagen en Audi. Van de grote merken is Skoda zelfs het Europese merk waarbij de minste apk-punten worden geconstateerd'

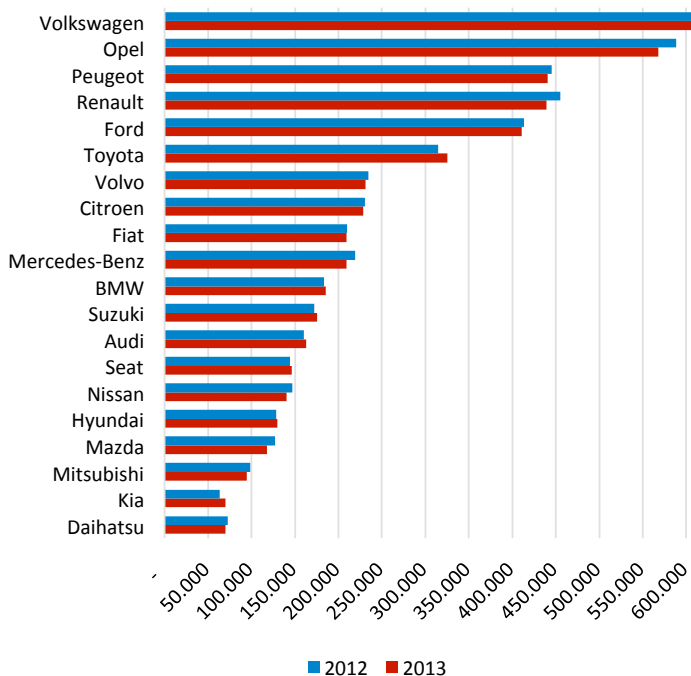
5.1 Daling aantal apk's bij veel merken

Als we het aantal apk's per merk bekijken, dan valt op dat veel merken de dupe zijn van de teruggang van de apk-markt. Bij sommige merken is de daling echter wel heel sterk. In 2013 waren er grote dalingen bij Opel (minus twintigduizend apk's), bij Renault en bij Mercedes (bijna tienduizend minder), Mazda en Nissan.

Dit zijn grote dalingen. Het aantal Renaults in het wagenpark groeide juist, van de andere genoemde merken liep het aantal apk-plichtige auto's in het wagenpark weliswaar terug, maar niet zo sterk als het aantal apk's. Oorzaak is dan waarschijnlijk dat het wagenpark van deze merken ouder is geworden.

Behoorlijke stijgingen zien we bij Toyota, Kia en Skoda. Dit kan worden verklaard door relatief hoge nieuwverkopen van deze merken een aantal jaren geleden. Deze auto's komen nu in de werkplaats voor apk. De premiummerken BMW en Audi deden beide meer apk's. De nummer één is het merk Volkswagen met 609 duizend apk's. Er zijn ruim vijfduizend minder apk's van Volkswagens uitgevoerd in 2013 dan in 2012.

Figuur 5.1 Aantal apk's voor top 20 merken



5.2 Veel voorkomende afkeerpunten

Behalve aantallen apk's zijn in dit onderzoek ook de afkeur-, reparatie- en adviespunten die zijn aangetroffen bij apk's onderzocht. Daaruit blijkt dat de vier categorieën die het vaakst tot afkeuren bij apk leiden bestaan uit respectievelijk:

- Remmen
- Banden-vering-schokdempers
- Verlichting
- Brandstof- elektrisch systeem - uitstoot

Samen zorgen deze vier categorieën voor zestig procent van alle afkeuringen. Dat remmen het vaakst tot afkeuren leidden, is op zich logisch voor een veiligheidskeuring. In de toptien van reparatiepunten bij apk staat de categorie banden-vering-schokdempers bovenaan met 23,5% van alle reparatiepunten.

Figuur 5.2 Hoofdcategorieën apk-afkeerpunten



5.3 Gladde banden leiden vaakst tot afkeuren bij apk

Als we vanuit de hoofdcategorieën verder inzoomen op afzonderlijke apk-punten, blijkt dat 'gladde banden' het vaakst tot afkeuren leidt. Andere belangrijke punten zijn het niet functioneren van verlichting, de uitlaat en een slecht onderdeel van de remmen. Ook in de reparatie-topvijf staat de gladde band op nummer één. De afstelling van dimlicht is een punt dat vaak bij de keuring opgelost moet worden. Als adviespunt wordt vooral vaak overmatige olie lekkage genoteerd.

Figuur 5.3 Top 5 afkeerpunten

Omschrijving	% van afkeerpunten
Band onvoldoende profiel	8,1%
Werking/toestand verplicht licht/retroreflector	6,6%
Uitlaatsysteem niet gasdicht/ondeugdelijk bevestigd	6,5%
Onderdeel reminrichting ondeugdelijk	6,0%
Stofhoes van de aandrijfjas dicht niet af	4,9%

Figuur 5.4 Top 5 reparatiepunten

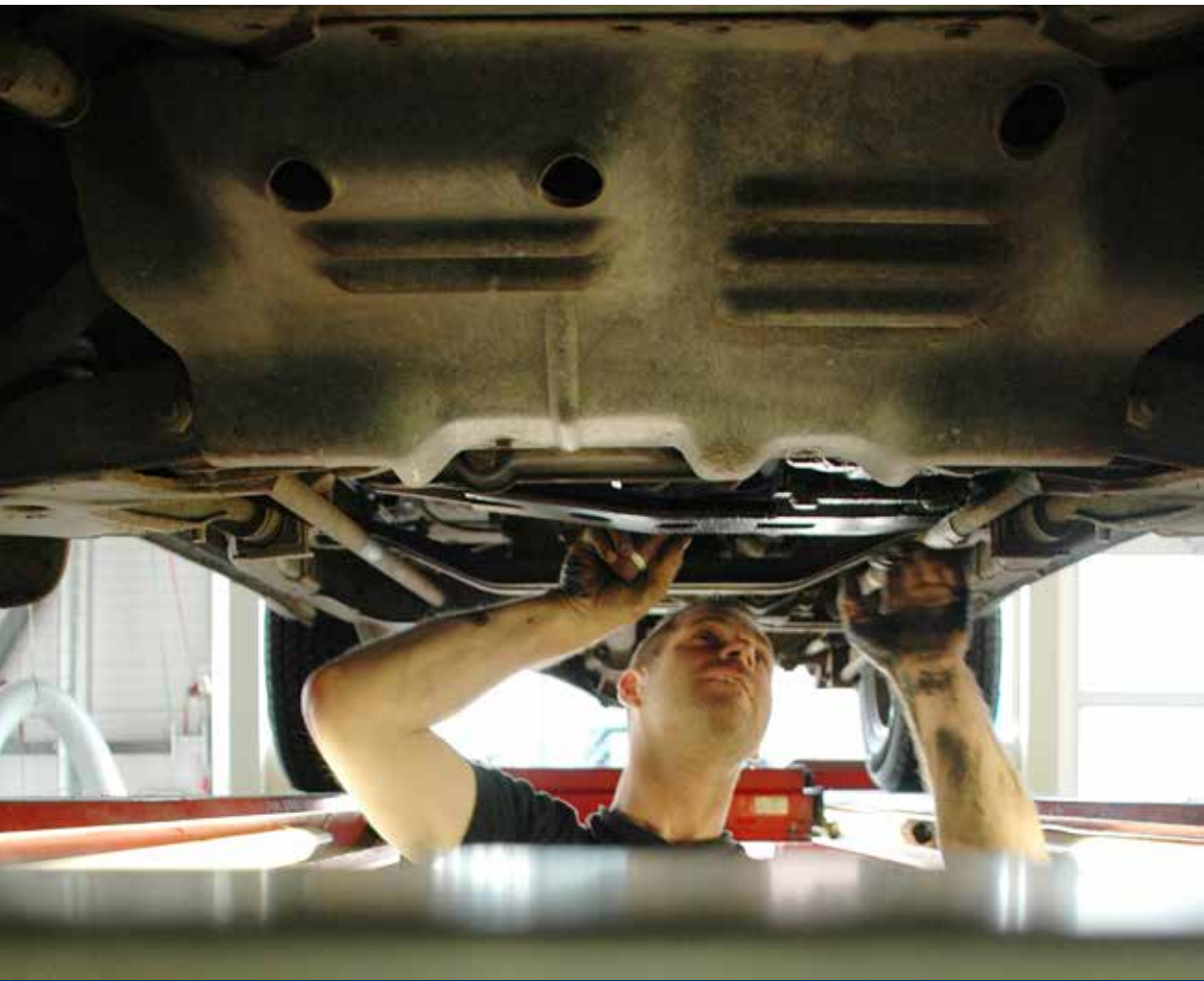
Omschrijving	% van reparatiepunten
Band onvoldoende profiel	12,9%
Afstelling dimlicht	9,2%
Uitlaatsysteem niet gasdicht/ondeugdelijk bevestigd	8,3%
Werking/toestand verplicht licht/retroreflector	7,9%
Onderdeel reminrichting ondeugdelijk	7,8%

Figuur 5.5 Top 5 adviespunten

Omschrijving	% van adviespunten
Overmatige olie lekkage	38,3%
Band aanwezig met een profieldiepte van 1,6 t/m 2,5 mm	26,5%
Mechanische delen van het remsysteem vertonen slijtage	16,7%
Stuur- of fuseekogel met slijtage kleiner of gelijk 1,0 mm	10,8%
Schokdemper aanwezig die lekkage vertoont	2,7%

5.4 Merken hebben specifieke apk-punten

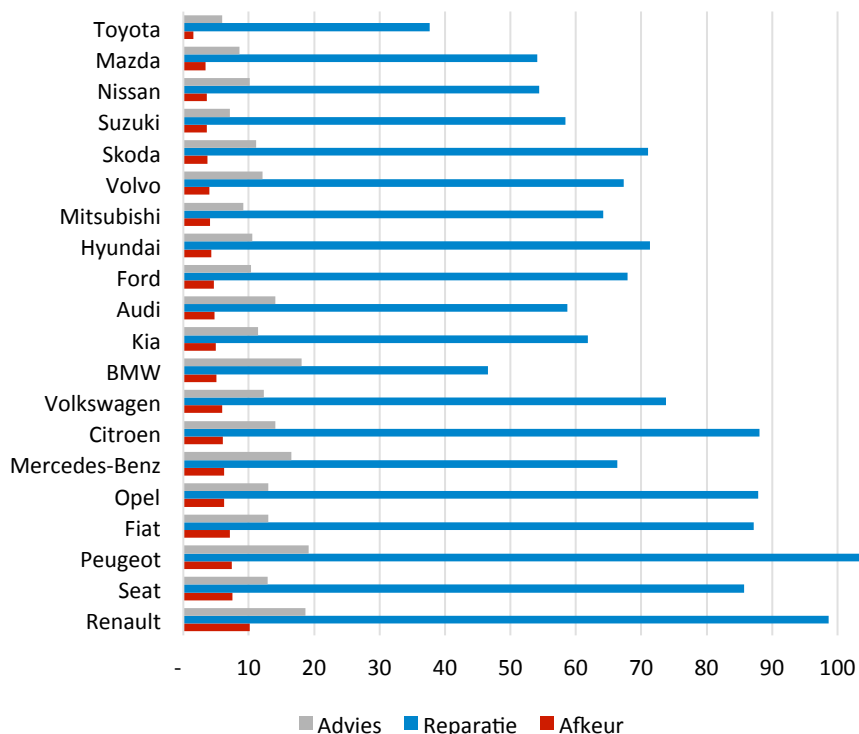
Bekeken op merk, blijkt dat soorten afkeur- en reparatiepunten sterk onderling verschillen. Voor personenauto's van 4 tot en met 10 jaar oud zijn deze punten onderzocht. Binnen de tien meest voorkomende merken in het wagenpark blijkt dat bij Opel en Renault, en in mindere mate bij Ford, problemen met het veersysteem (gebroken, gescheurd, corrosie of ondeugdelijk bevestigd) vaker voorkomen. Een niet goed afsluitende stofhoes van de aandrijfjas wordt vaker geconstateerd bij Volkswagen en Opel. Dat een onderdeel van de remmen niet goed is, komt weer vaker voor bij Peugeot en Opel. Een specifiek punt bij Renault is een te grote speling op de verbinding van de stuurinrichting.



5.5 Opvallende verschillen in aantal apk-punten

Ook het aantal apk-punten dat wordt geconstateerd, verschilt per merk. Als steekproef zijn hiervoor alle personenauto's van 4 tot en met 10 jaar genomen. Daarvan is het aantal punten per duizend auto's in het wagenpark bepaald. Dan blijkt dat in z'n algemeenheid veel Japanse merken minder apk-punten bevatten. Ook auto's van zeer exclusieve merken hebben minder apk-punten; de slechte reputaties van bijvoorbeeld Jaguar en Maserati blijken niet (meer) terecht. Mercedes-Benz maakt de goede reputatie daarentegen niet waar. Franse merken hebben over het algemeen relatief veel apk-punten. Opvallend zijn de grote verschillen die er blijken te bestaan tussen merken van een zelfde concern. Binnen het Volkswagen-concern scoort Skoda zeer goed, zelfs beter dan de duurdere zustermerken Volkswagen en Audi. Van de grote merken is Skoda zelfs het Europese merk waarbij de minste apk-punten worden geconstateerd. Zustermerk Seat scoort daarentegen bijna het slechtst van alle grote merken. Een vergelijkbare situatie is zichtbaar bij Renault; dat merk staat zelf onderaan de lijst, maar de goedkopere auto's van dochter Dacia blijken juist zeer weinig apk-punten te hebben.

Figuur 5.6 Aantal apk-punten per 1000 auto's



Totaal aantal punten per 1000 auto's in wagenpark, voor auto's 4 t/m 10 jaar oud

Colofon

Nationaal Occasion Onderzoek 2014 is een onderzoek van Automobiel Management (AM) en VWE voertuiginformatie en -documentatie. Dit rapport is een beknopte selectie van de data, de resultaten en de achtergronden van het Nationaal Occasion Onderzoek 2014 dat is uitgevoerd door VWE in Heerhugowaard in samenwerking met Automobiel Management.

De digitale versie van het onderzoek kunt u downloaden van de websites www.automobielmanagement.nl en www.vwe.nl/noo

Datum

3 juli 2014

Research & analyse

VWE in samenwerking met Automobiel Management.

Alle cijfers hebben uitsluitend betrekking op personenauto's. Het onderzoek concentreert zich op 2013.

Redactie

Automobiel Management - Deventer
henkheuvelman@automobielmanagement.nl

Vormgeving / opmaak

De Opmaakredactie - Wehl

Druk

Drukkerij Roelofs - Enschede



NATIONAAL OCCASION ONDERZOEK 2014

OCCASIONMARKT IN NEDERLAND

De verkoop, import en export van occasions en de gevolgen ervan voor het Nederlandse wagenpark en de aftermarket