



NATIONAAL
OCCASION
ONDERZOEK
2012

OCCASIONS

ONDERHOUD, REPARATIE,
VERKOOP & EXPORT



VVE

voertuiginformatie
en -documentatie

Nationaal Occasion Onderzoek 2012

OCCASIONS: ONDERHOUD, REPARATIE, VERKOOP & EXPORT

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

Dit rapport is een beknopte selectie van de data, de resultaten en de achtergronden van het Nationaal Occasion Onderzoek 2012 dat is uitgevoerd door VWE in Heerhugowaard in samenwerking met AM Automobiel Management.

Meer inhoudelijke toelichting kan worden verkregen bij onderzoeker Marc van der Elst (VWE Heerhugowaard – 072 5767000). Overige informatie bij Marieke Kolthof, marketing Automobiel Management, via m.kolthof@mybusinessmedia.nl.

Inhoudsopgave

| | |
|--|-----------|
| Voorwoord | 5 |
| Vier belangrijke conclusies van Nationaal Occasion Onderzoek 2012 | 6 |
| 1 Verschuiving binnen de segmenten | 7 |
| 2 Groeiend belang van export – waarde 2 miljard euro | 7 |
| 3 Effect op aftersales: werk en omzet verdwijnen | 8 |
| 4 Verschillen in stadagen in delen van het land | 9 |
| Conclusie 1: Verschuiving binnen de segmenten: groei van A-segment | 10 |
| 1.1 Totale occasionverkopen B2C stabiel | 11 |
| 1.2 Meest verkochte modellen – kleine populair | 12 |
| 1.3 Verdeling segmenten – B-segment grootste | 13 |
| 1.4 Import occasions – Duitse premiummerken populair | 14 |
| Conclusie 2: Het groeiende belang van export | 16 |
| 2.1 Totale export personenauto's vertoont grote groei | 17 |
| 2.1 Auto van 4 tot 6 jaar populair bij export | 18 |
| 2.2 Waarde van export auto's al twee miljard euro | 19 |
| 2.3 Segmenten C en D zorgen voor helft exportomzet | 20 |
| 2.4 Verdeling export naar segment | 21 |
| 2.5 Export naar Oost-Europa loopt terug | 22 |
| Conclusie 3: Effecten wagenpark op aftersales-sector | 26 |
| 3.1 Export laat groot deel wagenpark verdwijnen | 27 |
| 3.2 Wagenpark 2015 twee procent kleiner dan nu | 29 |
| 3.3 Tien procent minder auto's jonger dan vijftien jaar | 30 |
| 3.4 A-segment wordt groter dan C-segment | 31 |
| 3.5 Toekomstige wagenpark: Opel grootste daler | 32 |
| Conclusie 4: Verschillen in stadagen | 36 |
| 4.1 Gemiddeld aantal stadagen van totale occasionmarkt is 81 dagen | 37 |
| 4.2 Stadagen naar leeftijd auto: auto's jonger dan 1 jaar staan 33 dagen | 38 |
| 4.3 Stadagen per segment: fullsize suv's worden snelst verkocht | 39 |
| 4.4 Modellen met minste stadagen: nieuwe modellen en nichemodellen | 40 |
| 4.5 Stadagen per provincie: Zeeland springt eruit | 42 |
| 4.6 Regionale verschillen: terreinwagen populair in Overijssel, Fries wil geen cabriolet | 43 |
| Colofon | 48 |



Voorwoord

Het Nationaal Occasion Onderzoek (NOO) 2012 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 eventuele gevolgen voor de aftersalessector van de branche. Relevante en onderbouwde conclusies uit dit onderzoek worden gepresenteerd aan de autobranche.

Dit NOO 2012 is het eerste resultaat van de samenwerking tussen VWE en AM en de start van een jaarlijks terugkerend onderzoek naar de occasionmarkt in Nederland. Deze vaste aanpak zorgt voor continuïteit en maakt het mogelijk trends in beeld te brengen die voor de autobranche van grote waarde zijn. De handel in occasions is een essentieel onderdeel van de autobranche en de invloed van de occasion op de aftersales is misschien nog wel belangrijker, gezien het belang dat de aftersales heeft voor het rendement van de branche.

Het onderzoek baseert zich op de analyse van informatie door onderzoeker Marc van der Elst van VWE. Hiervoor is gebruikgemaakt van de VWE Trendweb database. Deze is opgebouwd vanuit het RDW-register, waarover VWE als RDW-provider beschikt, aangevuld met diverse andere informatiebronnen. Alle cijfers hebben betrekking op uitsluitend personenauto's. Het onderzoek concentreert zich op het eerste halfjaar van 2012 (2012-H1). De cijfers worden vergeleken met die van 2011 (2011-H1). Met dit overkoepelende inzicht in de markt zijn de belangrijkste ontwikkelingen in 2012 gesignaleerd en voor dit onderzoek nader uitgediept. De resultaten worden in dit rapport gepresenteerd.



Michel Corveleijn

Directeur VWE



Peter Brouwer

Hoofdredacteur AM



Vier belangrijke conclusies uit Nationaal Occasion Onderzoek

1 Verschuiving binnen de segmenten: groei A-segment

De totale verkopen van occasions door autobedrijven aan consumenten is over de afgelopen vijf jaar vrij stabiel, op een niveau net boven de miljoen personenauto's. Bekeken per segment zijn er echter wel grote veranderingen zichtbaar, waarbij er het afgelopen jaar een grote verschuiving tussen de segmenten zichtbaar is. Traditioneel was het C-segment altijd het grootste segment in Nederland, sinds eind 2010 heeft het B-segment deze rol overgenomen maar deze downsizing zien we nu voortgezet worden richting A-segment. In de eerste helft van 2012 werden hierin achttien procent meer occasions verkocht dan in dezelfde periode van 2011. Het B-segment groeit nog licht, maar vooral de C- en D-segmenten en mpv's lopen sterk terug. Een ander deel van de markt waar nog wel groei is te zien, is die van de suv's. Vooral midi-suv's laten met acht procent meer verkopen in 2012 een positieve ontwikkeling zien.

Maar, deze trend komt niet uitsluitend voort uit een veranderend aanbod van occasions. Zo worden er ook veel jonge gebruikte auto's uit het A-segment geïmporteerd. De reden hiervoor zal vooral liggen in de grote vraag van de Nederlandse consumenten naar auto's die goedkoop zijn in brandstofverbruik en wegenbelasting.

2 Groeiend belang van export: waarde 2 miljard euro per jaar

De export van gebruikte personenauto's is sterk gegroeid; in de eerste helft van 2012 werden 27 procent meer auto's geëxporteerd dan in dezelfde periode van 2011. Een belangrijke oorzaak hiervan is de bpm-teruggaveregeling. De export van vijf tot zes jaar oude personenauto's is hierdoor zelfs verdrievoudigd. Daarmee is de export een belangrijke markt en inkomstenbron geworden voor autobedrijven. De cumulatieve omzetwaarde van de exporten van gebruikte personenauto's wordt nu geraamd op twee miljard euro per jaar.

Auto's die relatief het meest worden geëxporteerd zijn de grote gezinsauto's: het

D-segment en mpv's. Het in aantallen ook zeer belangrijke C-segment laat dit jaar de grootste groei zien. Dit zijn echter precies de segmenten die krimpen in de nieuwverkopen en in het Nederlandse wagenpark. Auto's uit het (in Nederland) sterk groeiende A-segment worden nauwelijks geëxporteerd, en die zijn ook minder interessant voor export doordat er geen of nauwelijks bpm kan worden terug gevraagd. We zien hier dus dat de vraag vanuit exportmarkten en het aanbod aan gebruikte auto's in Nederland de komende jaren minder goed op elkaar gaan aansluiten. Dit kan een bedreiging zijn voor de exportmarkt.

Daarbij is het belangrijk in te zien dat de exportmarkt niet één homogene of stabiele markt is maar bestaat uit een groot aantal, sterk uiteenlopende landen. Veranderingen in lokale regelgeving en omstandigheden kunnen veel invloed hebben op vraag naar occasions, waarbij die vraag soms moeilijk te voorspellen is. Voorbeelden hiervan zijn de revolutie in Libië, die opeens leidde tot een grote export van oudere occasions vanuit Nederland, en jonggebruikte hybrides die tegen alle verwachtingen in veel geëxporteerd worden om bijvoorbeeld als gesubsidieerde taxi te worden ingezet in Rusland en Litouwen.

3 Effect op aftersales: werk en omzet verdwijnen naar buitenland

De export van occasions levert de handel forse inkomsten op, maar voor de aftersales-sector is het minder gunstig. Er verdwijnen nu al meer auto's uit het Nederlandse wagenpark richting export dan richting demontage. Dit betekent natuurlijk allereerst een teruggang voor demontagebedrijven. Maar ook worden auto's tegenwoordig niet meer tegen het einde van hun levensduur geëxporteerd, maar vaak al op jonge leeftijd. Dit betekent dat er minder oudere auto's (van 5 tot 15 jaar) in Nederland blijven rijden, terwijl dat nu juist de groep is waar via aftersales geld aan verdiend kan worden omdat die auto's onderhoud en reparaties nodig hebben. Dit heeft een nog groter effect op de omzet door de eerder beschreven segmentmix; veel grotere middenklassers en mpv's verdwijnen richting

export, terwijl de kleine (meer simpele) auto's blijven. En daarop wordt minder verdiend in de aftersales.

Dit zal het sterkst voelbaar zijn bij de merken Opel, Mazda, Nissan, Honda en Mitsubishi. Deze merken hebben veelal een daling in nieuwverkopende auto's gezien over de afgelopen jaren maar zijn tegelijkertijd populair voor de export. Deze twee effecten versterken elkaar en het aantal auto's van deze merken in het Nederlandse wagenpark gaat dus fors dalen.

4 Verschillen in stadagen en in delen van het land

Over de gehele Nederlandse markt bekeken, is het gemiddelde aantal stadagen van occasions vrij stabiel, en bedraagt nu 81 dagen. Vooral jonge auto's (en dan met name minder dan een jaar oud) worden snel doorverkocht. Er bestaan echter grote verschillen tussen automodellen enerzijds en delen van het land anderzijds. Occasions uit de A- en B-segmenten kennen een korte statijd (71 dagen). Maar ook SUV's worden relatief snel weer verkocht, waarbij opvalt dat fullsize SUV's met gemiddeld 70 dagen de kortste statijd van alle segmenten kennen. Maar ook binnen een bepaald segment blijkt het ene model veel sneller te worden verkocht dan het andere. Modellen met zeer korte statijden zijn vaak recent geïntroduceerde modellen, zoals de VW Up, Hyundai i40 en Peugeot 208. Opvallend is ook dat crossovers en bepaalde nichemodellen tot de snelst verkopende occasions behoren. Voorbeelden hiervan zijn de Nissan Juke, Skoda Yeti en Mitsubishi ASX. De populariteit van modellen kan echter snel veranderen - het is dus van groot belang de markt nauwgezet te volgen.

Ook zijn er grote verschillen te zien tussen diverse delen van het land. De provincie Zeeland kent met gemiddeld 97 dagen lange statijden. Maar ook hier is het belangrijk te kijken naar specifieke segmenten. De statijd van een terreinwagen is bijvoorbeeld maar liefst twee keer zo lang in Zeeland als in Overijssel, maar voor een luxere variant in de vorm van een fullsize SUV is er daarentegen geen enkel verschil. Het komt er dus op aan de juiste occasion op de juiste plaats aan te bieden.

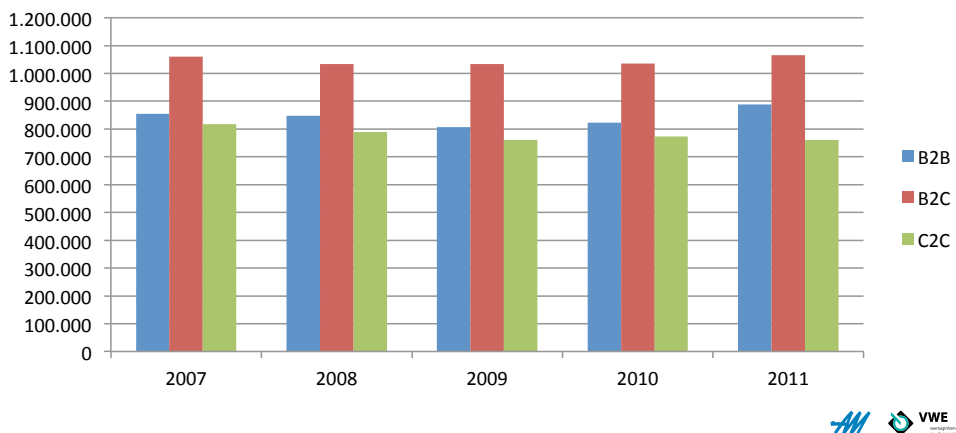
Conclusie 1

Verschuiving binnen de segmenten: groei A-segment

1.1 Totale occasionverkoop business to consumer stabiel

Figuur 1 laat zien dat het totaal aantal occasions dat autobedrijven aan consumenten verkopen (de zogenoemde B2C-verkoop) in de afgelopen jaren vrij stabiel was, net boven de miljoen personenauto's. Met 536.159 verkochte occasions in de eerste helft van 2012 blijft dit niveau ook in 2012 gehandhaafd. De verkopen tussen consumenten onderling (de zogenoemde C2C-verkopen) vertonen wel een licht dalende trend.

Figuur 1: Totale occasionverkoop naar type verkoop



1.2 Meest verkochte modellen: Kleine modellen stijgen in populariteit

Figuur 2 laat zien dat de verkopen van vroegere occasionfavorieten Volkswagen Golf en Opel Astra teruglopen. De Golf is nog wel het meest verkochte model, zowel bij de B2C- als de C2C-verkopen. Maar kleinere modellen (Ka, Polo, Twingo) stijgen in populariteit.

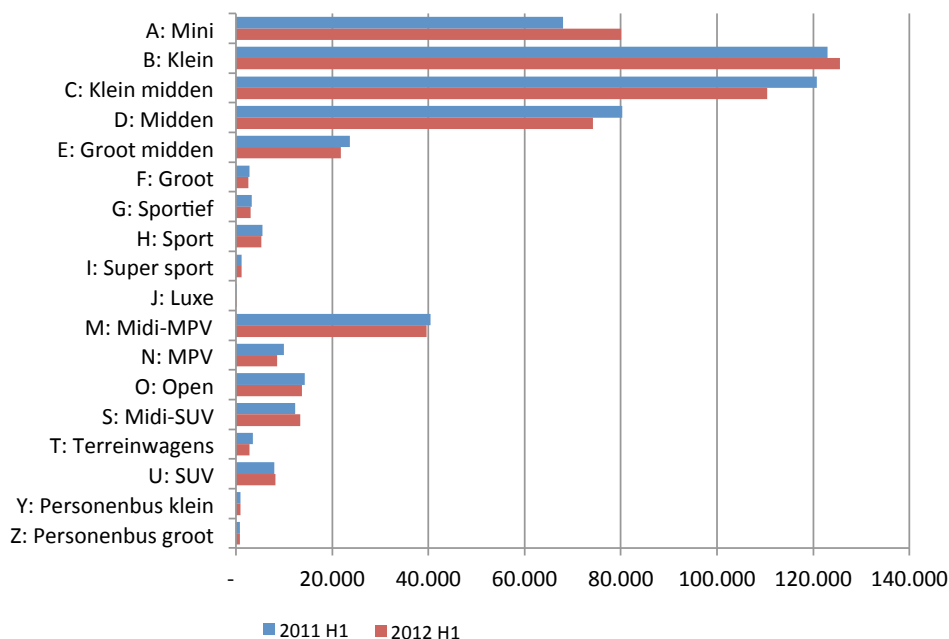
Figuur 2: Top 20 modellen B2C occasion verkopen

| | Model | Aantal 2011 H1 | Aantal 2012 H1 | Groei 2012 |
|----|-------------------|----------------|----------------|------------|
| 1 | Volkswagen Golf | 23.061 | 21.824 | -5% |
| 2 | Opel Corsa | 16.725 | 16.187 | -3% |
| 3 | Opel Astra | 17.750 | 14.570 | -18% |
| 4 | Volkswagen Polo | 13.161 | 14.404 | 9% |
| 5 | Ford Ka | 11.081 | 13.088 | 18% |
| 6 | Ford Focus | 11.882 | 11.986 | 1% |
| 7 | Peugeot 206 | 11.256 | 11.360 | 1% |
| 8 | Renault Scénic | 11.343 | 10.821 | -5% |
| 9 | BMW 3-serie | 10.426 | 10.147 | -3% |
| 10 | Ford Fiesta | 9.629 | 9.424 | -2% |
| 11 | Renault Megane | 9.230 | 9.170 | -1% |
| 12 | Renault Twingo | 8.191 | 8.927 | 9% |
| 13 | Fiat Punto | 8.481 | 8.780 | 4% |
| 14 | Renault Clio | 8.594 | 8.635 | 0% |
| 15 | Peugeot 307 | 7.729 | 7.610 | -2% |
| 16 | Volkswagen Passat | 6.616 | 6.411 | -3% |
| 17 | Opel Zafira | 6.336 | 6.069 | -4% |
| 18 | Audi A4 | 5.630 | 5.823 | 3% |
| 19 | Seat Ibiza | 5.243 | 5.777 | 10% |
| 20 | Ford Mondeo | 5.817 | 5.765 | -1% |

1.3 Verdeling naar segmenten: B-segment grootste bij occasions

Figuur 3 toont de B2C-verkopen onderverdeeld naar segmenten, waarbij cijfers over de eerste helft van 2011 zijn vergeleken met de eerste helft van 2012. Traditioneel werden in Nederland de meeste occasions in het C-segment verkocht. Dit segment is gedaald in de afgelopen jaren, en het kleinere B-segment is juist gegroeid. Sinds eind 2010 worden de meeste occasions binnen het B-segment verkocht. Ook in 2012 groeit B-segment nog steeds wel (+2%) maar komt vooral het A-segment op. De verkopen lagen in het A-segment in de eerste helft van 2012 maar liefst achttien procent hoger dan het jaar daarvoor. Dalingen zijn vooral te zien in het C-segment (-9%) en het D-segment (-8%). Ook mpv's lopen terug, met name fullsize mpv's (-15%). Opvallend is dat behalve de kleine auto's ook suv's steeds meer worden verkocht (fullsize suv's +2%, midi-suv's +8%).

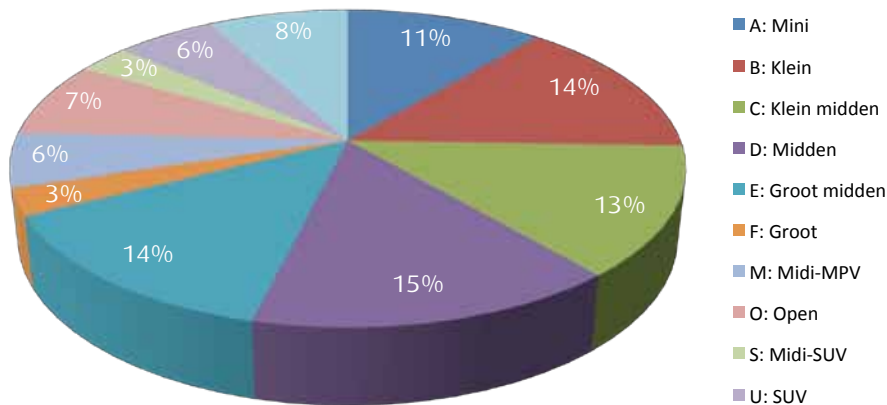
Figuur 3: Verdeling B2C verkopen naar segmenten



1.4 Import van occasions: Duitse premiummerken populair

Zie figuren 4 en 5. De occasions die Nederland importeert zijn relatief veel grotere auto's, namelijk auto's uit het D- en E- segment, plus fullsize suv's. Vooral Duitse premiummerken zijn bij ons populair. Opvallend is verder dat er ook veel cabrio's (segment Open) worden geïmporteerd, het betreft zeven procent van de importen, maar aantallen dalen wel dit jaar. Toch komt ook tien procent van alle importen van kleine auto's uit het A-segment. De grootste groeier in import komt uit dit segment, namelijk de Fiat 500. Hiervan zijn in de eerste helft van 2012 tweeënhalf keer zoveel occasions geïmporteerd als een jaar eerder. Maar ook gebruikte Toyota's Aygo en Citroens C1 worden veel naar ons land toe gehaald.

Figuur 4: Verdeling occasionimporteren naar segmenten



Figuur 5: Top 20 modellen occasionimport

| | Model | Aantal 2011 H1 | Aantal 2012 H1 | Groei 2012 |
|----|--|----------------|----------------|------------|
| 1 | Volkswagen Golf | 1.577 | 1.690 | 7% |
| 2 | Mercedes-Benz 200-300 serie (w115/123/124) | 1.805 | 1.354 | -25% |
| 3 | BMW 3-serie | 1.290 | 1.081 | -16% |
| 4 | BMW 5-serie | 1.024 | 1.052 | 3% |
| 5 | Mercedes-Benz 190-serie | 1.433 | 973 | -32% |
| 6 | Volkswagen Polo | 918 | 913 | -1% |
| 7 | Mercedes-Benz C-klasse | 708 | 755 | 7% |
| 8 | Mercedes-Benz E-klasse | 796 | 658 | -17% |
| 9 | Audi A4 | 578 | 602 | 4% |
| 10 | Fiat 500 | 233 | 590 | 153% |
| 11 | Toyota Aygo | 581 | 547 | -6% |
| 12 | Mini | 620 | 505 | -19% |
| 13 | Peugeot 206 | 578 | 472 | -18% |
| 14 | Citroen C1 | 491 | 451 | -8% |
| 15 | Peugeot 107 | 496 | 444 | -10% |
| 16 | Mercedes-Benz S-klasse | 539 | 439 | -19% |
| 17 | Audi A3 | 418 | 437 | 5% |
| 18 | Opel Corsa | 439 | 436 | -1% |
| 19 | Volkswagen Passat | 311 | 436 | 40% |
| 20 | Mercedes-Benz A-klasse | 392 | 424 | 8% |



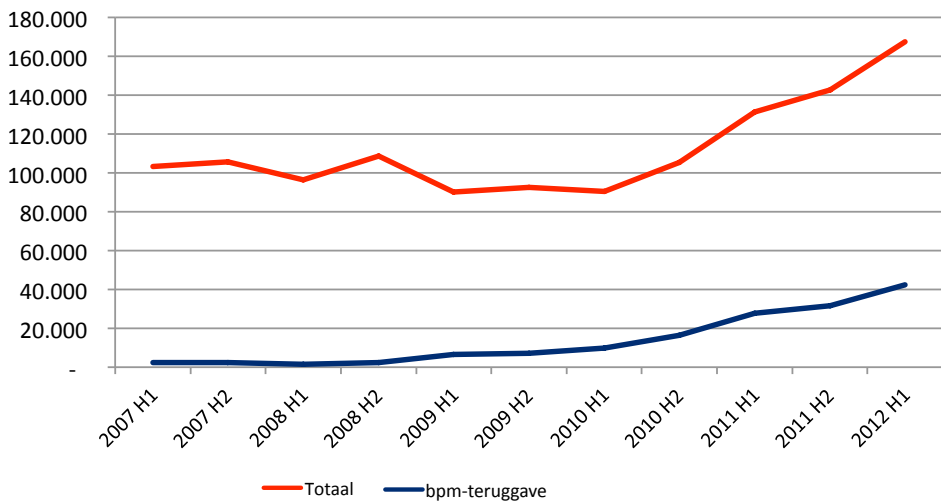
Conclusie 2

Het groeiende belang van export

2.1 Totale export van personenauto's vertoont grote groei

De export van gebruikte personenauto's heeft afgelopen jaren een grote groei laten zien, zie figuur 1. Werden er in het eerste halfjaar van 2010 iets meer dan 90 duizend auto's geëxporteerd, een jaar later lag dit al op ruim 131 duizend (+45%) en over het eerste halfjaar van 2012 op ruim 167 duizend (+27%). Een belangrijke reden voor de exportgroei is de bpm-teruggave. Deze regeling is van toepassing op auto's die na 15 oktober 2006 zijn toegelaten en die zijn vanaf eind 2010 massaal op de markt gekomen, veelal vanuit de lease. Vanaf dat moment zien we een enorme groei in de export van deze auto's. Werden er in het in het eerste halfjaar van 2010 nog maar 9,7 duizend auto's geëxporteerd die voor teruggave van bpm in aanmerking kwamen, twee jaar later is dit al gestegen tot bijna 42,5 duizend auto's.

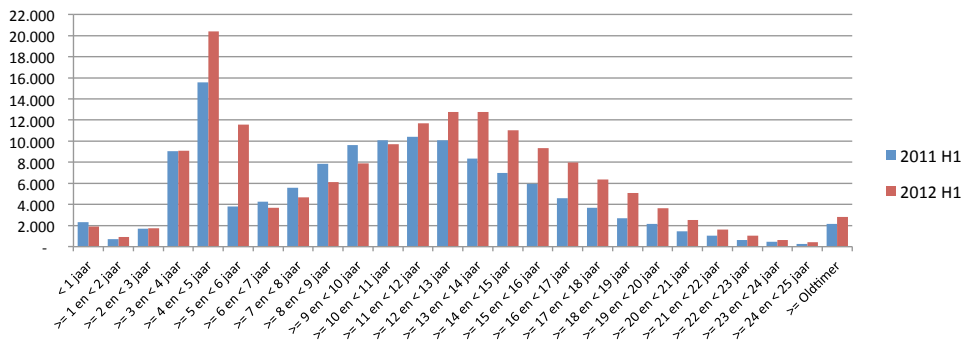
Figuur 1: Export totaal en export van auto's die in aanmerking komen voor bpm-teruggave



2.2 Auto van 4 tot 6 jaar populair bij export

In de verdeling van export naar de leeftijd van de auto is ook duidelijk de piek te zien bij auto's van 4 tot 6 jaar oud (figuur 2). Dit zijn de auto's die voor bpm-teruggave in aanmerking komen. Dit segment begint een belangrijk deel van de exportmarkt uit te maken. Daarnaast blijft ook de traditionele export van oudere auto's sterk. Ook bij deze auto's (tussen tien en twintig jaar oud) is er in 2012 een forse groei te zien.

Figuur 2: Export naar leeftijd auto's



Auto's van vier tot zes jaar oud en auto's uit de segmenten C en D zijn populair voor export

2.3 De waarde van de export van auto's al twee miljard euro

Export begint een heel belangrijke markt te worden. De cumulatieve waarde van de exporten wordt nu geschat op twee miljard euro per jaar. Ter vergelijking: de totale waarde van de verkopen van occasions door alle autobedrijven aan consumenten wordt geschat op acht miljard euro. Zie figuur 3.

Figuur 3: Totale geschatte omzet per jaar

| | Geschatte omzet |
|--------------|-----------------|
| B2C verkopen | 8,1 miljard |
| C2C verkopen | 4,2 miljard |
| Export | 2,0 miljard |



Toelichting:

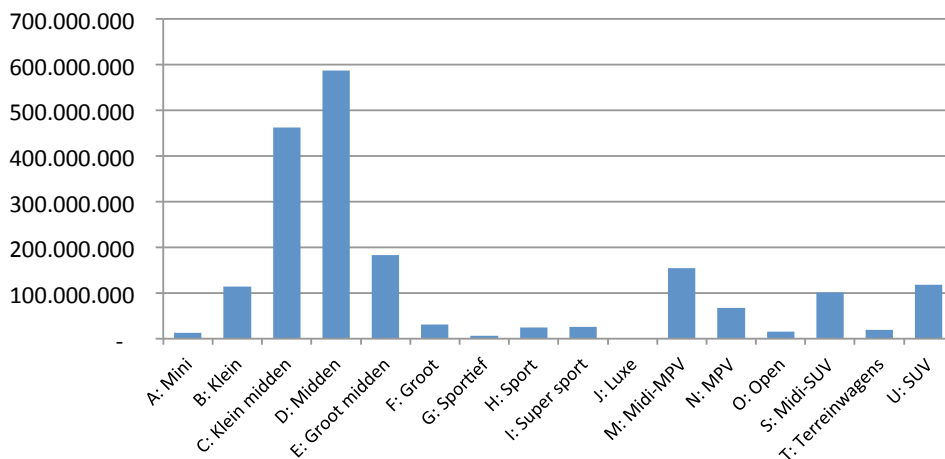
Genoemde bedragen zijn ramingen, gebaseerd op aantallen verkochte auto's vermenigvuldigd met gemiddelde prijs.

Deze gemiddelde prijzen zijn per bouwjaar per segment bepaald op basis van vraagprijzen in VWE AdvertentieManager.

2.4 Segmenten C en D zorgen voor helft exportomzet

Zie figuur 4. Uit de schatting van de omzet van export per segment blijkt dat het D-segment de meeste omzet genereert. Dit komt doordat er grote aantallen auto's uit dit segment worden geëxporteerd en ze een relatief hoge waarde hebben. Een ander zeer belangrijk segment is het C-segment. Samen zijn deze twee segmenten verantwoordelijk voor meer dan de helft van de totale exportomzet.

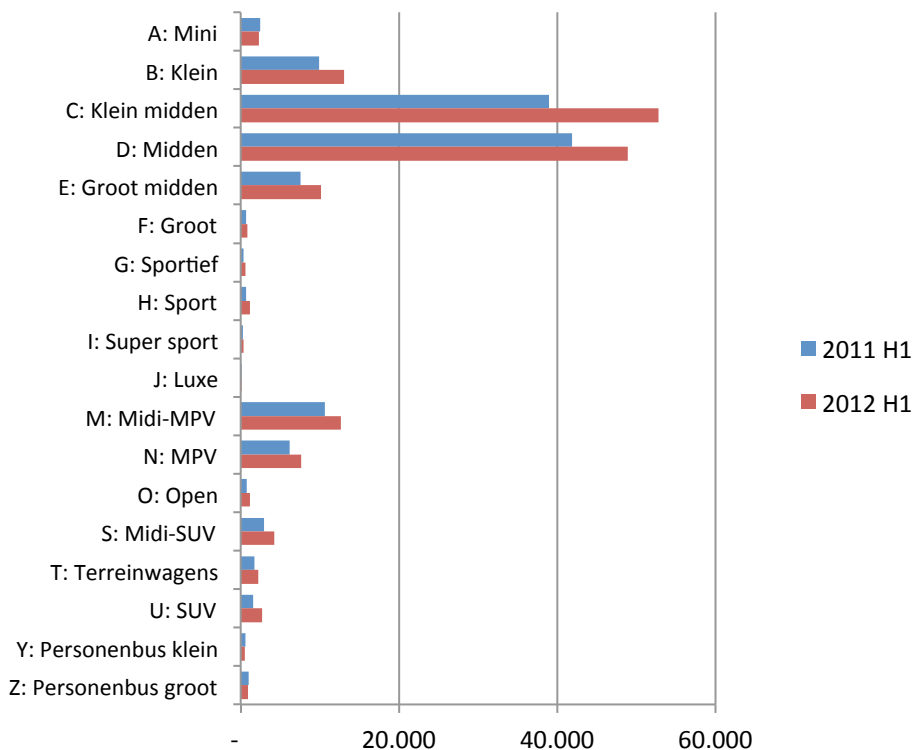
Figuur 4: Waarde (in euro's) exportmarkt naar segment



2.5 Verdeling export naar segment

Figuur 5 toont dat in aantallen de C- en D- segmenten veruit de belangrijkste zijn in de export. Het C-segment is verantwoordelijk voor 32 procent van alle exporten, het D-segment voor 29 procent. De overige segmenten zijn allemaal veel geringer. Bovendien is bij het C-segment ook de grootste groei te zien. In de eerste helft van 2012 steeg de export in dit segment van bijna 39 duizend naar bijna 53 duizend auto's, een groei van maar liefst 36 procent. In aantallen is de groei daarna het grootste in het D-segment (van 42 duizend naar 49 duizend auto's is +17%). Ook vrijwel alle andere segmenten laten een behoorlijke groei zien, met uitzondering van de voor export marginale segmenten A en personenbussen.

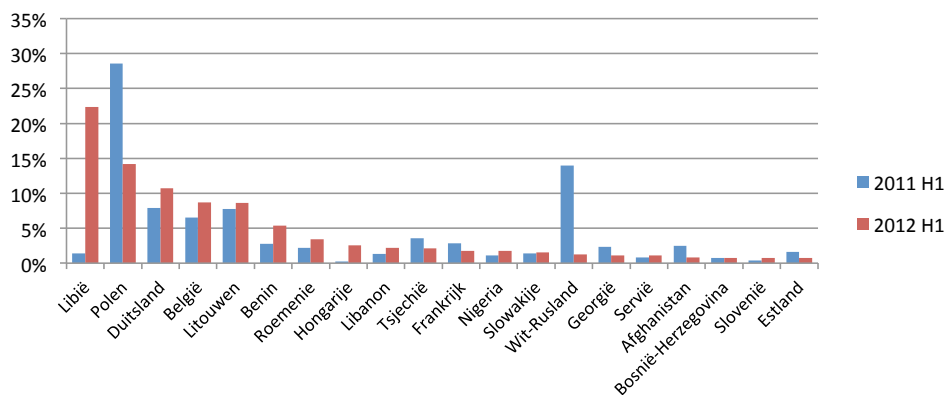
Figuur 5: Verdeling export naar segmenten



2.6 Export naar Oost-Europa loopt terug – Hongarije en Afrika groeien

Zie figuur 6. Gekeken naar de regio's waar auto's naartoe geëxporteerd worden, valt op dat de grootste markt (Oost-Europa) terugloopt. Deze terugval is vooral te zien bij Polen en Wit-Rusland, vorig jaar nog de belangrijkste markten. Andere Europese landen zoals Hongarije laten wel belangrijke groei zien. Maar bovendien groeit de export richting Afrika en met name Libië valt daarin op. Maar ook het kleine Benin (West-Afrika naast Nigeria) blijkt een belangrijke afzetmarkt voor Nederlands auto's te zijn.

Figuur 6: Top 20 exportlanden voor Nederlandse auto's



Toelichting:

Bij veertig procent van alle exporten is het land van bestemming bekend. De figuur hierboven toont de verdeling van deze exporten over de diverse landen.



Het kleine Benin, in het westen van Afrika naast Nigeria, blijkt een belangrijke afzetmarkt voor Nederlands auto's te zijn.



| | | |
|---|---------------------|-----------------|
| | Uw verkoop | 10.000,- |
|  | Uw kostprijs | 9.500,- |
|  | Totale marge | 500,- |

NL-VERKOOP



| | |
|--|-----------|
|  Uw kostprijs | 9.500,- |
| Marge | - 1.200,- |
| BPM teruggave | 2.000,- |
|  Totale marge | 800,- |

EU-VERKOOP

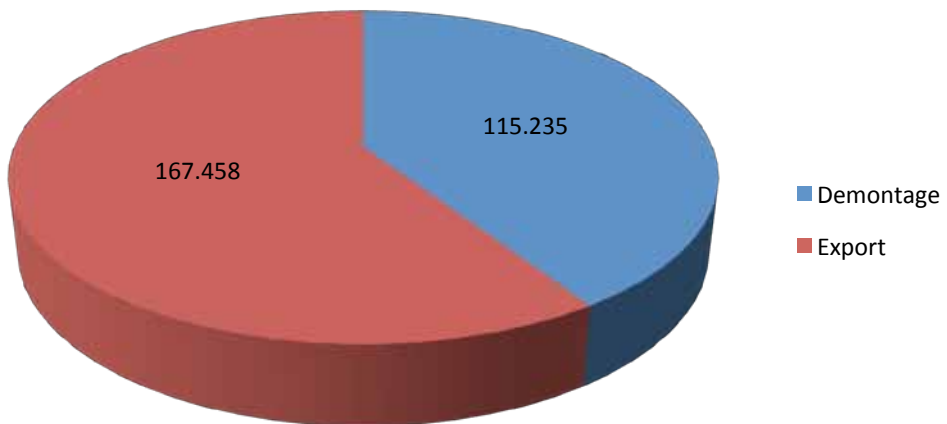
Conclusie 3

Effecten van het veranderende wagenpark op de aftersales-sector

3.1 Export laat groot deel wagenpark verdwijnen

Gekeken naar de wijze waarop voertuigen uit het Nederlandse wagenpark verdwijnen, blijkt dat 59 procent wordt geëxporteerd en 41 procent richting de demontage in Nederland gaat (zie figuur 1). Daarmee is export dus het belangrijkste kanaal voor het afvoeren van auto's. In het vorige hoofdstuk is aangetoond dat over de afgelopen jaren auto's steeds vaker al op jonge leeftijd (tussen de vier en zes jaar oud) worden geëxporteerd. Ook was geconstateerd dat relatief veel auto's uit de C- en D-segmenten worden geëxporteerd. Dit betekent dat veel wat grotere auto's uit het wagenpark zijn verdwenen. En juist wat grotere auto's (met meer accessoires en een hoger uitrustingsniveau) die wat ouder worden, hebben meer onderhoud en reparatie nodig en zijn dus van groot belang voor de aftersales-markt. Maar als juist die auto's verdwijnen, is er een groot negatief effect voor het werkaanbod in de aftersales.

Figuur 1: Verdeling export en demontage



Toelichting:

Deze cijfers hebben betrekking op aantal auto's in eerste helft 2012.



Juist de wat grotere auto's met meer accessoires en een hoger uitrustingsniveau die ouder worden, hebben meer onderhoud en reparatie nodig. Als juist die auto's verdwijnen, is er een groot negatief effect voor het werkaanbod in de werkplaats te verwachten.

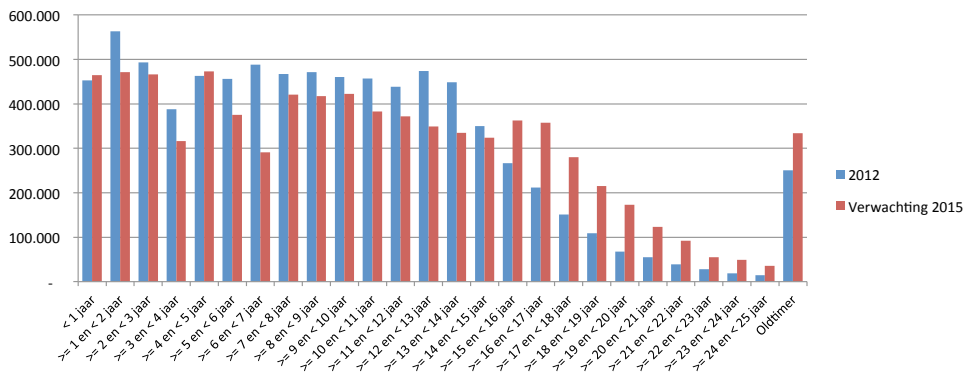
3.2 Wagenpark 2015 is twee procent kleiner dan nu

Om inzicht te krijgen in de ontwikkeling van de vraag in de aftersales-markt, is een voorspelling gemaakt van hoe de samenstelling van het Nederlandse wagenpark over drie jaar (2015) eruit zal zien. Hiervoor is op basis van de occasionverkopen, -importen, -exporten en demontage van het afgelopen jaar doorgerekend wat het gezamenlijk effect hiervan is op het wagenpark. Voor nieuwverkopen is het verkoopniveau van afgelopen jaar naar beneden bijgesteld om tot meer realistische cijfers voor komende periode te komen. In deze analyse is verder uitgegaan van gelijkblijvende omstandigheden. Uit het resultaat hiervan blijkt dat de omvang van het Nederlands wagenpark in 2015 naar verwachting met zo'n twee procent gedaald zal zijn ten opzichte van nu.

3.3 Tien procent minder auto's jonger dan vijftien jaar

Zie figuur 2. Het niveau van nieuwverkopen in een jaar is duidelijk terug te zien in het wagenpark. Zo zullen er in 2015 met name minder auto's zijn van zes tot zeven jaar oud. Dit zijn auto's uit bouwjaar 2009, toen door economische crisis de nieuwverkopen op een dieptepunt lagen. Hier bovenop komt het effect van de export van jongere bpm-auto's. Mede hierdoor zal het aantal auto's jonger dan vijftien jaar in het Nederlands wagenpark met meer dan tien procent dalen. Naar verwachting zal er wel een toename zijn van auto's ouder dan vijftien jaar. Dit komt onder meer door import van oudere auto's en doordat auto's door verbeterde productkwaliteit steeds langer meegaan.

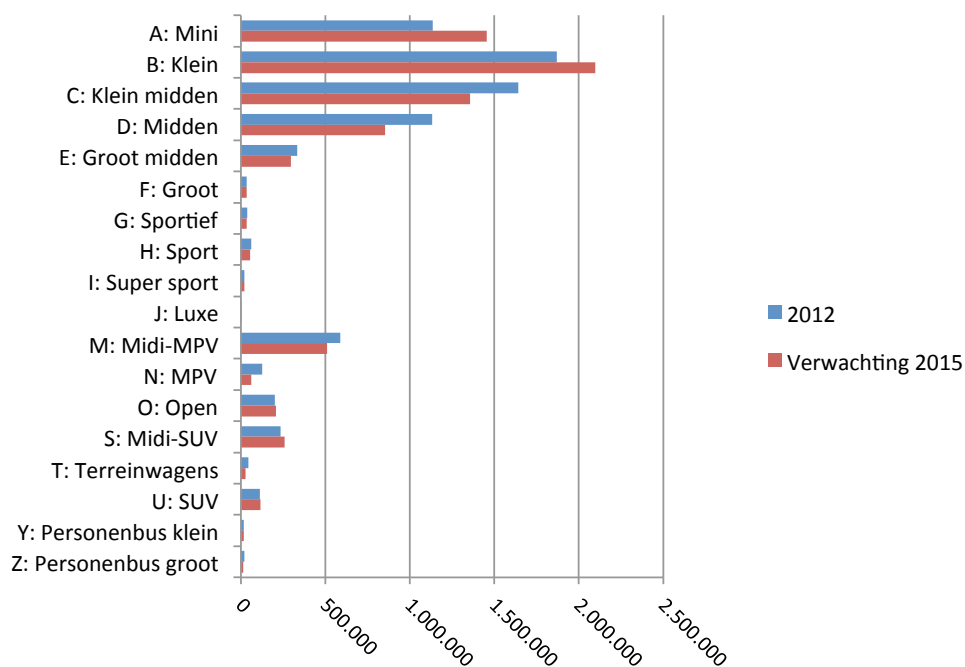
Figuur 2: Omvang wagenpark in 2015 naar leeftijd auto



3.4 A-segment wordt groter dan C-segment

Zie figuur 3. Binnen het wagenpark zal het A-segment de grootste groeier zijn. In 2015 zal dit het op één na grootste segment zijn, groter dan het C-segment. Het B-segment blijft ook groeien tot ruim twee miljoen auto's. Een andere groeier is het segment van de midi-suv. De grootste teruggang is te zien bij de C- en D-segmenten, beide segmenten worden zo'n 280 duizend auto's kleiner. Verhoudingsgewijs zullen de segmenten van fullsize-mpv's en terreinwagens het meeste afnemen. De oorzaken voor de teruggang van al deze segmenten is de combinatie van dalende nieuwverkopen enerzijds en veel export van dergelijke occasions anderzijds.

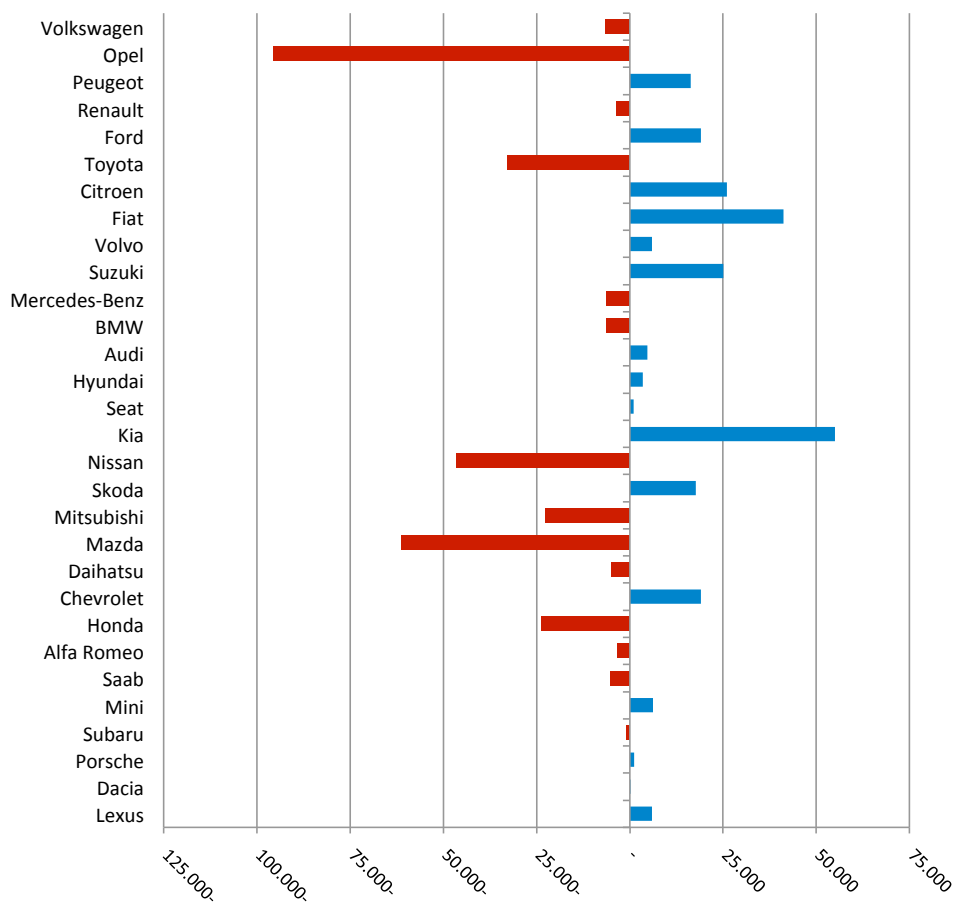
Figuur 3: Samenstelling wagenpark 2015 naar segment



3.5 Toekomstig wagenpark: Opel zakt het meest

Zie figuur 4. Gekeken naar merken zal Kia komende jaren de grootste groeier in het wagenpark zijn. Ook diverse Europese merken groeien - vooral Fiat, Citroën, Ford en Peugeot. Deze merken verkopen nu veel kleinere auto's die steeds populairder worden en maar toch weinig geëxporteerd worden, en dus in het Nederlands wagenpark aanwezig blijven. Er zijn opvallend veel dalers onder de Japanse merken. Met uitzondering van Suzuki neemt het wagenpark van alle Japanse merken de komende jaren af. Bij Mazda is die afname nog het meest met een teruggang van 38 procent over drie jaar. In aantallen is Opel veruit de grootste daler: het wagenpark zal hier met ongeveer 95 duizend auto's (-12%) afnemen in drie jaar tijd. De oorzaak voor de daling bij deze merken is ook weer de combinatie van teruggelopen nieuwverkopen enerzijds en veel exporten anderzijds.

Figuur 4: Stijgers en dalers wagenpark 2015 naar merk



Toelichting:

Vershil in aantal auto's in wagenpark in 2015 t.o.v. 2012



Opel wordt veruit de grootste daler: het wagenpark Opels zal met ongeveer 95 duizend auto's (-12%) afnemen in drie jaar tijd. Met uitzondering van Suzuki neemt ook het wagenpark van alle Japanse merken, waaronder dus Toyota, de komende jaren af.



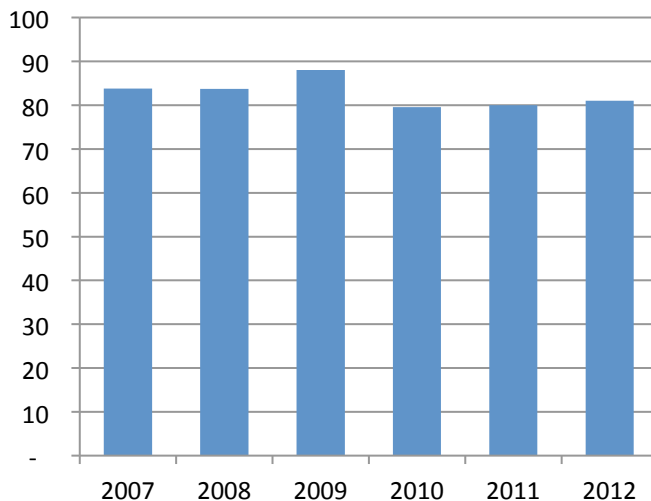
Conclusie 4

Verschillen in stadagen in Nederland

4.1 Gemiddeld aantal stadagen van totale occasionmarkt is 81 dagen

Zie figuur 1. Het gemiddeld aantal stadagen bij verkoop van occasions is door de jaren heen tamelijk stabiel. De afgelopen twee jaren lag het op 80 dagen, in 2012 is het gemiddeld 81 dagen.

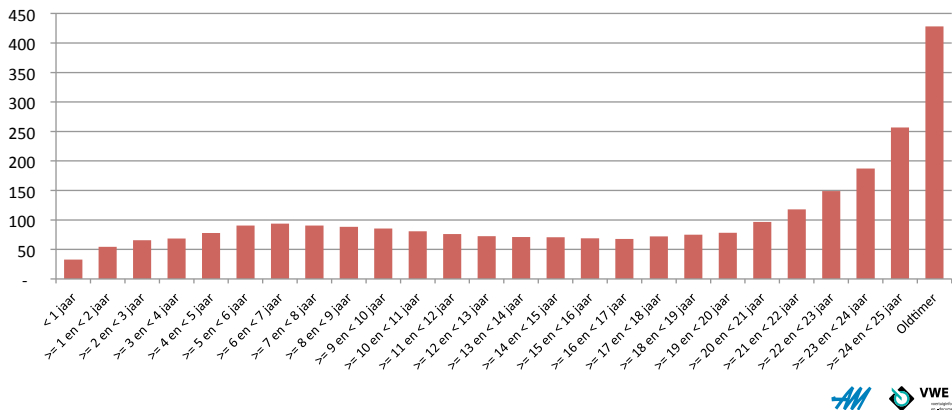
Figuur 1: Gemiddeld aantal stadagen occasions bij verkoop



4.2 Stadagen naar leeftijd auto: auto's jonger dan 1 jaar staan 33 dagen

Zie figuur 2. Uitgesplitst naar de leeftijd van occasion, zijn er wel degelijk verschillen in aantal stadagen te zien. Zeer jonge auto's kennen de kortste statijden: auto's jonger dan een jaar staan gemiddeld slechts 33 dagen. Opvallend is dat occasions tussen de vijf en negen jaar oud een langere statijd hebben dan oudere auto's.

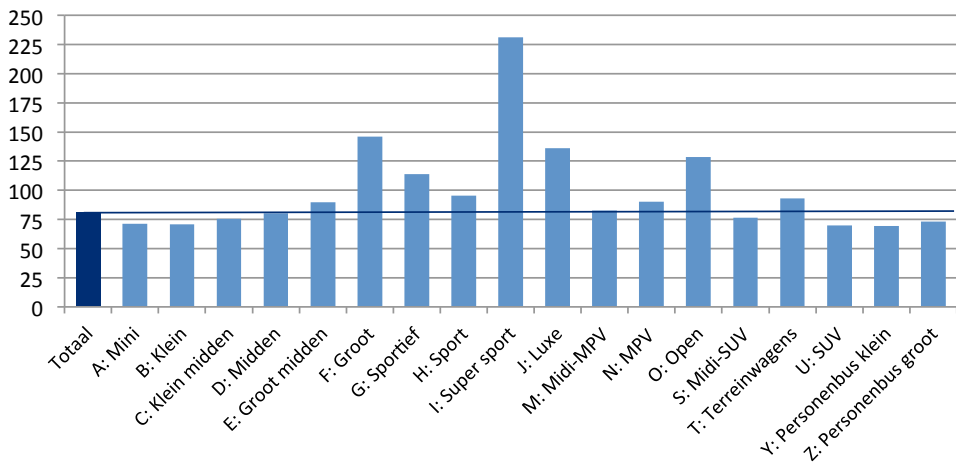
Figuur 2: Gemiddeld aantal stadagen naar leeftijd auto



4.3 Stadagen per segment: fullsize suv's worden snelst verkocht

Zie figuur 3. Er bestaan grote verschillen in statijden tussen de segmenten. Kleine auto's uit de segmenten A en B hebben weinig stadagen: gemiddeld 71. Auto's uit exclusievere segmenten, zoals topklasse sedans, sportauto's en cabriolets, kennen vaak langere statijden. Opvallend is dat suv's snel worden verkocht; midi-suv's zitten met gemiddeld 76 dagen al onder het gemiddelde en fullsize suv's hebben met gemiddeld 70 dagen zelfs de kortste statijden van alle segmenten personenauto's.

Figuur 3: Gemiddeld aantal stadagen per segment



4.4 Modellen met minste stadagen: nieuwe modellen en nichemodellen

Zie figuur 4. Er zijn modellen met bijzonder korte statijden. Koploper is op dit moment de Volkswagen Up met gemiddeld maar 17 stadagen. Modellen met zeer korte statijden zijn vaak recent geïntroduceerde modellen, die geliefd zijn en waarvan nog maar weinig aanbod aan gebruikte auto's is. Soms is het dan ook maar voor korte tijd dat een model zo weinig stadagen kent. Dit is ook te zien als de toptien aan modellen met de minste stadagen van dit jaar met die van vorig jaar wordt vergeleken. Er staan totaal andere auto's aan kop en van de modellen uit de toptien van vorig jaar staan er nog maar drie modellen in de toptien van dit jaar. Dit wordt duidelijk geïllustreerd bij Peugeot: in 2011 stond de toen nieuwe Peugeot 508 op plaats drie, dit jaar staat de nu nieuwe Peugeot 208 op deze zelfde plaats en is de 508 gedaald naar plaats 24. Verder valt op dat er onder de modellen met minste stadagen veel crossovers en andere nichemodellen zijn zoals de Nissan Juke, Dacia Duster en Skoda Yeti.

Figuur 4: Modellen met de minste stadagen

Top 10 minste stadagen 2012

| | Model | Gemiddeld aantal stadagen |
|----|----------------|---------------------------|
| 1 | Volkswagen Up! | 17 |
| 2 | Hyundai i40 | 29 |
| 3 | Peugeot 208 | 30 |
| 4 | Mitsubishi ASX | 31 |
| 5 | Hyundai Ix20 | 37 |
| 6 | Dacia Duster | 37 |
| 7 | Lexus Ct | 38 |
| 8 | Hyundai Ix35 | 38 |
| 9 | Citroen Ds3 | 39 |
| 10 | Skoda Yeti | 39 |

Top 10 minste stadagen 2011

| | Model | Gemiddeld aantal stadagen |
|----|-----------------|---------------------------|
| 1 | Nissan Juke | 22 |
| 2 | Skoda Yeti | 23 |
| 3 | Peugeot 508 | 25 |
| 4 | Hyundai Ix35 | 26 |
| 5 | Volvo V60 | 26 |
| 6 | Kia Venga | 28 |
| 7 | Dacia Duster | 28 |
| 8 | Audi A1 | 28 |
| 9 | Mini Countryman | 29 |
| 10 | BMW X1 | 35 |

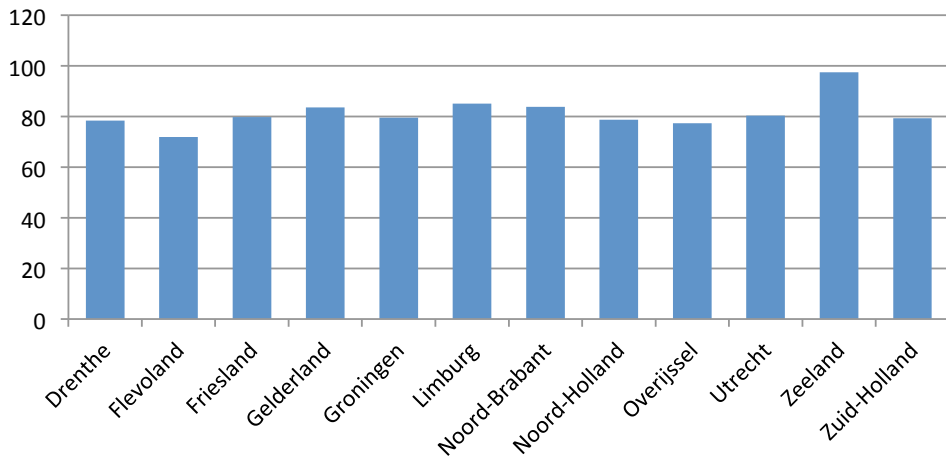


Na de Peugeot 508 vorig jaar staat nu de Peugeot 208 op de derde plaats in de toptien van kortste statijden. Koploper is de Volkswagen Up met gemiddeld maar 17 stadagen.

4.5 Stadagen per provincie: Zeeland springt eruit

Zie figuur 5. Het aantal stadagen ligt in het zuiden van het land hoger dan gemiddeld, waarbij vooral de provincie Zeeland eruit springt met gemiddeld 97 stadagen.

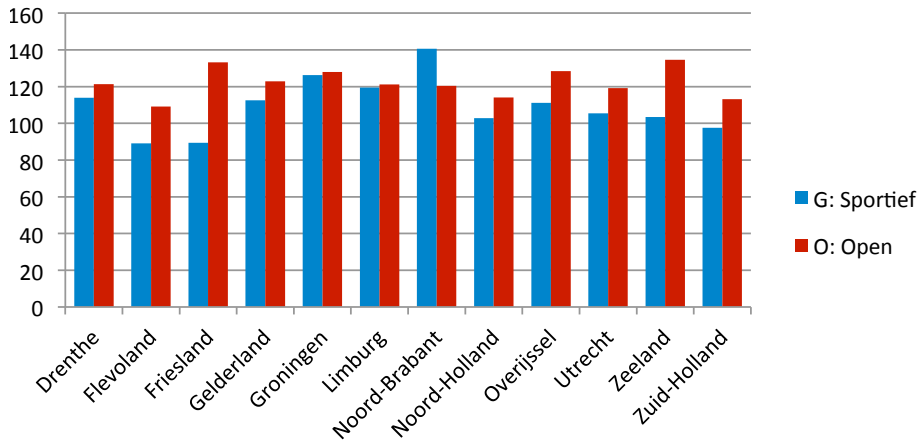
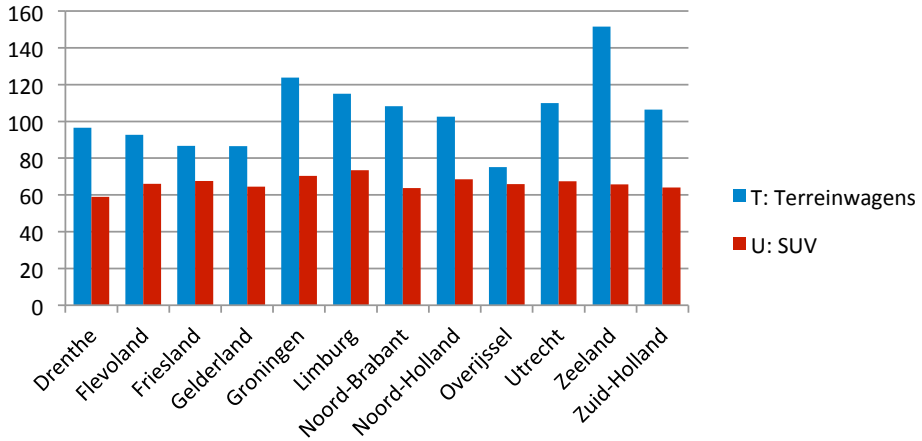
Figuur 5: Gemiddeld aantal stadagen per provincie



4.6 Regionale verschillen: terreinwagens populair in Overijssel, Fries wil geen cabriolet

Zie figuur 6. Behalve dat er voor de gehele markt verschillen bestaan tussen regio's, kan de situatie ook nog verschillen van het ene segment (of zelfs model) tot het andere. Een voorbeeld hiervan zijn terreinwagens, die zijn in Overijssel geliefd en kennen daar met gemiddeld 75 dagen zelfs kortere statijden dan het marktgemiddelde. Even verderop in Groningen is de vraag veel minder en staan terreinwagens gemiddeld 124 dagen. In Zeeland is de statijd zelfs twee keer zo lang als in Overijssel. Toch is het ook hier belangrijk goed te kijken naar de specifieke markt voor een specifieke auto; voor de luxere variant van de terreinauto, de suv, zijn statijden in Overijssel en Zeeland exact gelijk. Dit is geen uitzondering, ook voor andere segmenten geldt dat er geen eenvoudige regels zijn. Cabriolets kennen in Friesland bijvoorbeeld een lange statijd, maar het segment G Sportief kent daar juist weer de kortste statijd van het hele land.

Figuur 6: Regionale verschillen in statijden (in dagen)





Terreinwagens zijn in Overijssel geliefd en kennen daar met gemiddeld 75 dagen zelfs kortere statijden dan het gemiddelde van de markt.





Colofon

Nationaal Occasion Onderzoek 2012 is een onderzoek van VWE voertuiginformatie en –documentatie en Automobiel Management.

Datum

4 december 2012

Research & analyse

VWE in samenwerking met Automobiel Management

Alle cijfers hebben betrekking op uitsluitend personenauto's. Het onderzoek concentreerd zich op het eerste halfjaar van 2012 (2012-H1). De cijfers worden vergeleken met die van 2011 (2011-H1).

Redactie

Automobiel Management - Deventer
redactie@automobielmanagement.nl

Vormgeving / opmaak

De Opmaakredactie - Wehl

Druk

Molenberg Media - Zwolle



Nationaal Occasion Onderzoek 2012

OCCASIONS: ONDERHOUD, REPARATIE, VERKOOP & EXPORT

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

Dit rapport is een beknopte selectie van de data, de resultaten en de achtergronden van het Nationaal Occasion Onderzoek 2012 dat is uitgevoerd door VWE in Heerhugowaard in samenwerking met AM Automobiel Management.

Meer inhoudelijke toelichting kan worden verkregen bij onderzoeker Marc van der Elst (VWE Heerhugowaard – 072 5767000). Overige informatie bij Marieke Kolthof, marketing Automobiel Management, via m.kolthof@mybusinessmedia.nl.