

BOVAG-DIRECTEUR NIESINK:

HOE ZIET HET SCHAAKBORD ER NA CORONA UIT?

De automotivebranche laat door corona een divers beeld zien. De nieuwverkoop zit in het slop, terwijl onderhoud, reparaties en de verkoop van gebruikte auto's redelijk doorlopen. De stukken op het schaakbord zullen na corona weer anders geplaatst worden. Welke bedrijven moeten welke stappen zetten om een goed bestaan te hebben?

Het is Peter Niesink, directeur van de BOVAG, die erover in de online SRA-Branche-expertgroep Automotive van 10 november komt vertellen. Alle SRA-leden kunnen zich voor deze presentatie aanmelden (zie kader pagina 19).

HOE STAAT DE BRANCHE ER VOOR?

Hoe staat de branche er nu voor? De BOVAG heeft vanaf de eerste week van de uitbraak een coronamonitor bijgehouden. Daarnaast heeft de BOVAG al lange tijd elk kwartaal de Branche Barometer, die de situatie bij de merkdealers in kaart brengt. Uit de gegevens van de meest recente Branche Barometer blijkt dat de dealers over het eerste halfjaar van 2020 een negatief resultaat (gemiddeld € 27.292) hebben laten zien. De loonkosten-subsidie NOW meegerekend, toonden de dealers een bescheiden plus van 0,28% (gemiddeld € 14.767 per vestiging). Het zijn de dealers en autoverhuurders die het meest de NOW 1.0 en 2.0 hebben aangevraagd.

BETERE CIJFERS UNIVERSEEL BEDRIJF

Het beeld van de universele garages is anders. In de coronamonitor meldt 43% van de bedrijven een omzetverlies van gemiddeld 24%. De overige bedrijven hebben gelijkblijvende omzet of zelfs een plusje (rond de 9%). De meeste universele bedrijven hebben destijds NOW 1.0 aangevraagd, maar niet de NOW 2.0. "Dat komt omdat de vraag naar occasions door corona enorm groeide. Mensen wilden niet meer met het openbaar vervoer reizen. Daarnaast is reparatie en onderhoud van auto's al die tijd redelijk goed doorgelopen. Men had nog steeds de werkplaats vol", verklaart Niesink.

WAT GAAT DE NABIJE TOEKOMST BRENGEN?

Als we dan vooruitkijken naar volgend jaar, is er logischerwijze nog steeds veel onzekerheid. "Deze crisis is nergens mee vergelijkbaar. Het baart ons zorgen dat het consumentenvertrouwen zo laag is, daar moet onze

branche het van hebben. Het goede nieuws is in een gunstig scenario een economische prognose van 3,5% groei voor volgend jaar, maar wat is het na-ijleffect van deze crisis? Houden mensen nog langere tijd de hand op de knip, zoals ook gebeurde met de laatste financiële crisis? We weten het niet", aldus Niesink.

HET SPEELVELD ALS CORONA WEG IS

En als het virus dan weg is? Dealers en universele bedrijven hebben te maken met grote technologische ontwikkelingen. Denk aan datagedreven auto's, de opkomst van complexe rijhulpmiddelen die onderhoud op afstand mogelijk maken en zorgen voor meer elektrotechnisch in plaats van mechanisch werk (OTA en ADAS) en elektrificering, die het speelveld op scherp stellen. Dat is geen nieuws voor de branche. Wat is de impact van deze ontwikkelingen? "Dealerbedrijven zullen op sommige gebieden een voorsprong krijgen. De universele bedrijven doen het vooralsnog beter, dat was al zo voor corona, maar zij moeten wel goed gaan nadenken over de toekomst. Het onderhoud van auto's zal afnemen, auto's worden steeds complexer en het gedrag van de consument verandert, hoewel die gedragsverandering door corona nu is vertraagd."

HOE MOET HET UNIVERSELE BEDRIJF ZICH POSITIONEREN?

Hoe moeten automotivebedrijven zich dan positioneren om toekomstbestendig te blijven? Niesink: "Het universele bedrijf moet een heel goede specialist worden en zich bekwaamen in één merk of een beperkt aantal merken en over de technische fabrieksinformatie van die auto's beschikken. Die specialisten kunnen dan wel minimaal 15 tot 20 jaar een goed bestaan hebben. Dan zijn er nog de 'local heroes', de universele bedrijven die het technische stuk goed voor elkaar hebben en een sterke binding hebben met hun community en hun klanten. Er zullen altijd klanten zijn die graag naar hun eigen garage gaan, omdat ze er binding mee hebben en er service krijgen."

16

ViaBOVAG.nl

Peter
Niesink

“
**HOUDEN MENSEN
NOG LANGERE TIJD
DE HAND OP DE KNIP,
ZOALS OOK GEBEURDE
MET DE LAATSTE
FINANCIËLE CRISIS?**
”

HOE MOET DE DEALER ZICH POSITIONEREN?

Niesink ziet dat de broodnodige consolidatie in de dealer-netwerken hard gaat. En dat is nodig om de positie van de dealer te versterken. “Op elke hoek van de straat een dealer, dat werkt niet meer. Dit jaar zijn er al dertig vestigingen van dealers gesloten. Er zijn nu nog 1853 vestigingen. In anderhalf jaar zijn er 78 gesloten. Dat is veel. Ooit hadden we om en nabij de 3500 dealervestigingen in Nederland.” Op een gegeven moment zal er een aantal heel grote dealerbedrijven zijn die heel veel merken in huis heeft en daarnaast verschillende bedrijfsactiviteiten voert, zoals lease, verhuur, schadeherstel, reparatie en onderhoud, occasions en nieuwe verkoop. “Die bedrijven verkopen meer dan acht merken. Dat zijn de Sterns en de Van Mossels van deze wereld. Ten tweede zullen er op bepaalde plekken in Nederland dealerbedrijven zijn die veel minder merken verkopen, maar met veel meer contractpartijen werken. Ten slotte zullen er Aziatische automerken zijn die voor het volume gaan. Daar zitten dan contractpartijen tussen die maar één merk verkopen en in een bepaalde regio van Nederland zitten, zoals in Friesland. Wat je met deze ontwikkeling wel ziet, is dat de middenbedrijven langzamerhand zullen verdwijnen. Dealerbedrijven met twee of drie vestigingen krijgen het moeilijk, daar zie je veel overnames.”

ONDERNEMEN IN EEN DORP OF STAD

En maakt het dan nog uit of de dealer of universeel bedrijf in een stad of dorp werkt? “Er is een groot onderscheid tussen de grote randstad, en dan bedoelen we niet alleen Amsterdam, Den Haag en Rotterdam, maar ook Nijmegen, Utrecht, Groningen, en het dorp. In de grote randstad wordt veel binnen de stadsgrenzen of tegen de stad aan gebouwd. De plannen van de G4 zijn erop gericht om mensen uit de auto te krijgen, dat betekent een markt voor deelauto's en scooters. Buiten het randstedelijk gebied zie je het openbaar vervoer versoberen en hebben mensen juist een auto nodig.

WAT BETEKENT DAT VOOR DE DEALER EN UNIVERSEEL?

Wat betekent dat voor de leden van de BOVAG? “De elektrificering in de randstedelijke omgeving gaat sneller dan daarbuiten. Automotivebedrijven die daar zitten, zullen zich daarop eerder moeten voorbereiden. Welke modellen en expertise haal je in huis? Daarnaast moeten zij ook nadenken over de mobiliteitsarrangementen voor klanten. Autoverhuurder Euromobil is bijvoorbeeld met dit soort plannen bezig. Wij helpen onze leden ook daarbij. Zo zijn we bezig met projecten met het openbaar vervoer om te kijken of onze leden het voor- en natransport van het openbaar vervoer kunnen organiseren. Het zou mooi zijn als de klant de reis van A naar B in één app kan regelen. “Het universele bedrijf, zoals eerder verwoord, moet een uitstekende specialist zijn of een ‘local hero’. Dat kan ook in de randstedelijke omgeving.”

RISICOSPREIDING EN KREDIETVERLENING

Kredietverlening zou de automotivebedrijven, vooral in deze tijden, helpen hun businessmodel te ontwikkelen en daarmee te innoveren. Daarom wil Niesink graag opgemerkt zien dat banken nog steeds huiverig zijn als het gaat om kredietverlening in de automotive. “Banken vinden het lastig dat de marges in de automotive zo laag zijn, maar dat is al jaren zo. We praten nu met banken om ze uit te leggen dat de risico's voor bepaalde bedrijven laag zijn. De grote dealerbedrijven hebben door hun brede activiteiten een goede risicospreiding. Dat geldt ook voor de bedrijven die een unieke plek innemen. Het zijn bedrijven die zich goed gepositioneerd hebben. Banken moeten dan kijken naar de jarenlange ontwikkeling van zo'n bedrijf en niet teruggrijpen op oude reflexen.” ■

**NIEUWE CORONA-RELEASE MKB-BRANCHESCAN**

Plaats de Mkb-branchescan op uw website, waarmee uw klanten:

- *unieke financiële branche-informatie in crisistijd ontvangen, en*
- *inzicht krijgen in strategische kansen en bedreigingen in 2021 via een 'real time' benchmarkrapport.*

Als SRA-kantoor krijgt u:

- *stuurinformatie in acht verschillende branches, en*
- *unieke branchekennis om uw dienstverlening op af te stemmen, via de rapportage '2021 in zicht' (januari 2021).*

De Mkb-branchescan is volledig geactualiseerd met de kansen en bedreigingen als gevolg van de coronacrisis, met input vanuit de Innovatiemonitor (prof. dr. Henk Volberda). Kijk voor meer informatie op www.sra.nl/mkb-branchescan of vraag de scan gratis aan via scans@sra.nl.

Uitnodiging

BOVAG-DIRECTEUR PETER NIESINK IN DE BRANCHE-EXPERTGROEP AUTOMOTIVE

Het sentiment in de automotive is volgens de deelnemers van de branche-expertgroep gematigd positief. Hoe kunt u als adviseur het verschil maken? Peter Niesink is te gast tijdens de eerstvolgende bijeenkomst op 10 november (online) en u bent van harte uitgenodigd om eenmalig deel te nemen van 16.00-16.45 uur. Meld u aan via kringen@sra.nl. Bent u geïnteresseerd in periodiek branchekennis uitwisselen en ontwikkelen, samen met andere deelnemers en externe kennispartners, word dan lid van de branche-expertgroep automotive of een van de andere branche-expertgroepen. U maakt zo deel uit van een interessant netwerk waarmee uw klanten hun voordeel doen. Ga naar sra.nl of neem contact op met Leonie Derksen, lderksen@sra.nl of 030 656 60 60.