



**NATIONAAL OCCASION ONDERZOEK 2013**

# OCCASIONS

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

# NATIONAAL OCCASION ONDERZOEK 2013

# OCCASIONS

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

De digitale versie van het onderzoek kunt u downloaden van de websites [www.automobielmanagement.nl](http://www.automobielmanagement.nl) en [www.vwe.nl/hoo](http://www.vwe.nl/hoo)

Dit rapport is een beknopte selectie van de data, de resultaten en de achtergronden van het Nationaal Occasion Onderzoek 2013 dat is uitgevoerd door VWE Voertuiginformatie en -documentatie in samenwerking met Automobiel Management (AM).

Meer inhoudelijke toelichting kan worden verkregen bij Marc van der Elst, VWE via [marc.vanderelst@vwe.nl](mailto:marc.vanderelst@vwe.nl). Overige informatie bij Marieke Kolthof, Marketing Automobiel Management, via [m.kolthof@automobielmanagement.nl](mailto:m.kolthof@automobielmanagement.nl)



# Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b>	<b>7</b>
<b>Vijf belangrijkste conclusies</b>	<b>8</b>
1. Afname voorraden ondanks teruglopende occasionverkoop	9
2. Verschuiving van export naar import	9
3. Effecten veranderend wagenpark op aftersales	10
4. Groene occasions worden het snelste verkocht	10
5. APK markt daalt, vooral aandeel dealers loopt terug	11
<b>Conclusie 1: Afname van voorraden ondanks teruglopende occasionverkoop</b>	<b>12</b>
1.1 Totale occasionverkoop sterk teruggelopen	13
1.2 Meest verkochte merken	14
1.3 Verdeling naar segmenten	15
1.4 Verdeling naar leeftijd auto's	16
1.5 Voorraden kleiner	17
1.6 Langer doorrijden	18
1.7 Verschillen naar leeftijd	19
1.8 Voorraden en verkopen	20
<b>Conclusie 2: Verschuiving van export naar import</b>	<b>22</b>
2.1 Export personenauto's vertoont krimp	23
2.2 Jonge en oude auto's	24
2.3 Belang segmenten C en D	25
2.4 Export per merk	26
2.5 Export per land	27
2.6 Import van occasions	28
2.7 Kleinere auto's	29
2.8 Verschuiving in importmerken	30
2.9 Populaire modellen	31
2.10 Waarde van export en import	32

<b>Conclusie 3: Effecten van veranderend wagenpark op aftersales</b>	<b>34</b>
3.1 Export laat groot deel wagenpark verdwijnen	35
3.2 Wagenpark in 2016 is ruim twee procent kleiner dan nu	36
3.3 Invloed nieuwverkopen op toekomstig wagenpark is groot	37
3.4 B-segment grootste, groei A-segment	38
3.5 Kia grootste groeier, Opel grootste daler	39
3.6 Tekorten te verwachten	40
<b>Conclusie 4: Occasion met groenste labels snelst verkocht</b>	<b>42</b>
4.1 Gemiddeld aantal stadagen	43
4.2 Stadagen naar leeftijd auto	44
4.3 Stadagen naar segment auto	45
4.4 Stadagen naar energielabel auto	46
4.5 Stadagen naar CO <sub>2</sub> -uitstoot auto	47
4.6 Stadagen naar brandstofsoort	48
<b>Conclusie 5: Apk-markt daalt, vooral aandeel merkdealers loopt terug</b>	<b>50</b>
5.1 Dalende tendens in aantallen apk's	51
5.2 Merkdealers verliezen marktaandeel bij apk's	52
5.3 Apk's lopen vooral terug in C- en D-segment	53
5.4 Terugloop apk's grootste bij benzineauto's	54
5.5 Apk's per merk	55
5.6 Aantal apk's daalt komende vier jaar verder	56
<b>Colofon</b>	<b>58</b>



# Voorwoord

Het Nationaal Occasion Onderzoek 2013 (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 2013 is het tweede 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 op het rendement van de branche.

Het onderzoek baseert zich op een analyse van informatie door Marc van der Elst 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 concentreert zich op het eerste halfjaar van 2013 (2013-H1). De cijfers worden vergeleken met 2012-H1.

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 worden in dit rapport gepresenteerd.



Michel Corveleijn  
Directeur VWE



Peter Brouwer  
Hoofdredacteur AM

# Vijf belangrijkste conclusies



## Conclusie 1:

# Afname voorraden ondanks teruglopende occasionverkopen

In de eerste helft van 2013 is het aantal occasiontransacties behoorlijk gedaald. Het aantal B2B-transacties nam met negen procent af, met name doordat autobedrijven inruilers vaker zelf weer aan consumenten verkopen, in plaats van deze af te stoten naar de handel. Het aantal auto's dat werd ingeruild daalde door de lagere verkopen van nieuwe auto's. Autobedrijven verkochten ook minder auto's aan consumenten, maar met -2,4 procent bleef die teruggang beperkt. In de B2C-verkopen valt op dat er vooral minder auto's in de leeftijd van vier tot zes jaar zijn verkocht. De teruggang is te zien in de meeste populaire segmenten, maar ook bij kleine auto's. De meeste grote merken leveren dan ook in. De groei zit vooral bij premiummerken - en bij Kia. Een belangrijke ontwikkeling is verder dat de voorraden occasions afnemen. Oorzaken hiervan zijn dat er door de teruggelopen nieuwverkopen minder is ingeruild en dat mensen langer blijven doorrijden met hun bestaande auto. In combinatie met de redelijk op peil blijvende occasionverkopen leidt dit ertoe dat er minder voorraden overblijven. Daarmee neemt de gemiddelde omloopsnelheid van de voorraden toe. Onder deze druk verschuiven de occasionverkopen naar auto's in leeftijdsklassen waar wel een ruimer aanbod van beschikbaar is.

## Conclusie 2:

# Verschuiving van export naar import

Vorig jaar was de sterke groei van de export een belangrijke ontwikkeling. Maar vanaf de tweede helft van 2012 is dit omgebogen in een neerwaartse trend. Export is in de eerste helft van dit jaar (2013) met zestien procent gedaald ten opzichte van de eerste helft van 2012. Deze daling is zowel te zien bij jonge bpm-auto's als bij wat oudere auto's. Een oorzaak hiervoor is het verminderde aanbod van voor export aantrekkelijke auto's. Dalingen zijn vooral te zien bij de voor export populairste segmenten en merken. Er is nog wel groei in de kleinere categorieën premiummerken, hybrides en oldtimers. Tegenover de daling in export staat een groei in import van occasions. Ook dit komt voort uit de kleinere voorraden en sterke vraag naar kleine en zuinige auto's. Het aanbod wordt hier aangevuld door auto's uit het buitenland te importeren. Het soort auto's dat wordt geïmporteerd, verandert dan ook sterk: van oldtimers en dure auto's van Duitse premiummerken naar jonge kleine auto's. Het A- en B-segment zijn nu de twee grootste in de import.

Ook qua omzet is het belang van de internationale handel in occasions groot. De omzetwaarde van export is geraamd op 2,2 miljard euro per jaar. De import van occasions is inmiddels ook al verantwoordelijk voor naar schatting 1,3 miljard euro aan omzet. Daarmee zijn import en export een belangrijk onderdeel van de autohandel gaan uitmaken.

### Conclusie 3:

## Effecten van het veranderende wagenpark op de aftersales

Het aantal exporten is dan wel wat gedaald, maar nog steeds verdwijnen de meeste auto's via deze weg uit ons wagenpark. Daarbij komt dat auto's op steeds jongere leeftijd naar het buitenland verdwijnen. Dit betekent dat er minder auto's voor onderhoud in Nederland worden aangeboden, wat de omzet in de Nederlandse aftersales-sector drukt. Daar komt bij dat vooral de wat grotere auto's worden geëxporteerd. Op de kleinere auto's die in Nederland blijven, wordt minder geld verdiend in de aftersales. Verwacht wordt dat het aantal personenauto's in het Nederlandse wagenpark de komende drie jaar, met in totaal iets meer dan twee procent, zal afnemen. Vooral in de C- en D-segmenten zullen er over drie jaar veel minder auto's zijn. Daar staat tegenover dat er groei zal zijn in A- en B-segmenten en (vooral midi-)suv's. Daarbij verandert dan ook de leeftijd van het wagenpark, waarbij het aantal auto's tussen de 7 en 16 jaar zal afnemen. Dit is nu net een categorie auto's waaraan relatief veel reparaties worden uitgevoerd door autobedrijven.

Dit teruglopen van het aanbod voor aftersales is het duidelijkst bij de merken Opel, Mazda, Nissan en Chevrolet/Daewoo. Deze merken hebben veelal een daling in nieuwverkoppen gezien over de afgelopen jaren en zijn tegelijkertijd populair voor export. Door deze twee effecten tezamen gaat het aantal auto's van deze merken in het Nederlandse wagenpark fors dalen.

Ertegenover staat groei van vooral Kia, maar ook van het aantal auto's van de merken Toyota, Skoda en Mini.

### Conclusie 4:

## Occasions met groenste label snelst verkocht

Het aantal stadagen bij de verkoop van occasions is tamelijk stabiel. Dit bedraagt nu gemiddeld 81 dagen en dat is vrijwel gelijk aan vorig jaar. Wel zijn er duidelijke verschillen tussen auto's. De al korte statijden van kleine auto's zijn nog verder teruggelopen. De statijd van grotere auto's (zoals D-, E-segment, suv's) is in het afgelopen jaar toegenomen. In grote lijnen blijkt dat hoe milieuvriendelijker een auto is, hoe korter de statijd op dit moment. Auto's met energielabel A hebben gemiddeld maar 54 stadagen. Stadagen van auto's zonder groen label zijn dit jaar opgelopen. Dit verband is ook zichtbaar als er binnen een segment wordt gekeken. Modellen en uitvoeringen met een groener label worden sneller doorverkocht dan onzuinigere modellen binnen datzelfde segment. Vooral auto's die een dermate lage CO<sub>2</sub>-uitstoot hebben dat ze zijn vrijgesteld van motorrijtuigenbelasting, hebben een korte statijd. Dat geldt ook nog voor auto's waarvoor die vrijstelling volgend jaar komt te vervallen. Het wegvallen van dat voordeel

weerhoudt consumenten er (nog) niet van voor deze zuinige uitvoeringen te kiezen. Ook de eerste elektrische auto's en plug-in hybrides, die ook volgend jaar vrij zijn van motorrijtuigenbelasting, hebben korte statijden op de occasionmarkt.

#### Conclusie 5:

## Apk-markt daalt, vooral aandeel merkdealers loopt terug

Het aantal uitgevoerde apk's daalt al een aantal jaar. Dit komt vooral door de veranderde regels waardoor benzineauto's minder vaak gekeurd hoeven te worden. Maar ook doordat het wagenpark nauwelijks nog groeit en veel auto's in apk-plichtige leeftijd door export uit het wagenpark verdwijnen. Binnen deze krimpende markt loopt het aandeel van dealers ook al jaren terug, terwijl vooral de fastfitters op dit terrein jaren achtereen aandeel wonnen. Dit jaar zijn het echter de overige universele bedrijven die de teruggang het beste hebben weten te beperken.

Daarbij is er ook een verschuiving in gekeurde auto's zichtbaar. Er worden veel minder auto's uit het C- en D-segment gekeurd. Groei is er in het A-segment en bij (midi)-suv's. Nadat er in de afgelopen jaren onder invloed van het veranderde apk-regime minder benzineauto's zijn gekeurd, zit de daling nu sterker bij diesels en lpg-auto's. Dit komt vooral door verschuivingen in het wagenpark. Prognose is dat het aantal apk's in het komende jaar vier procent verder daalt. Dat betekent dat deze markt blijft teruglopen in hetzelfde tempo als het afgelopen jaar.

# Conclusie 1

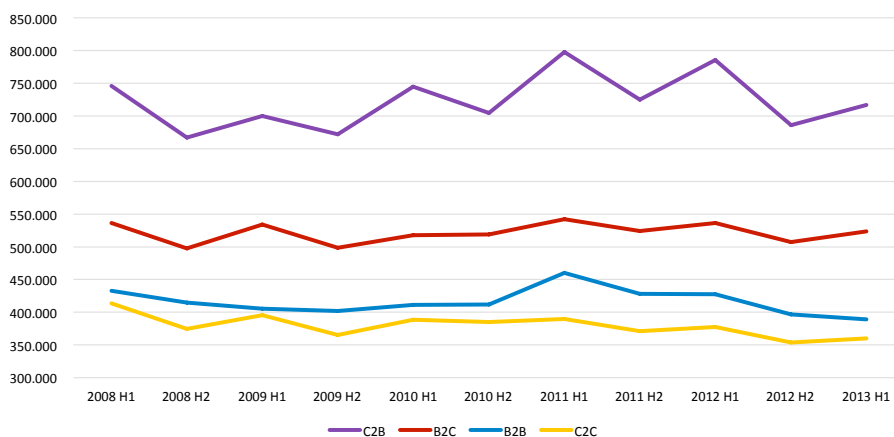
Afname voorraden ondanks  
teruglopende occasionverkopen

# 1.1 Totale occasionverkoop sterk teruggelopen

Uit figuur 1.1 blijkt dat de totale occasionverkoop in de eerste helft van 2013 sterk is teruggelopen ten opzichte van H1-2012. In de diverse categorieën (B2B, B2C, C2C en C2B) is sprake van (aanzienlijk) lagere aantallen. Duidelijk is dat er in de sector B2B procentueel de grootste terugval zit met ruim 38 duizend auto's minder (-9,1%). Een reden hiervoor is dat autobedrijven inruilers vaker zélf aan de consumenten verkopen, in plaats van ze af te stoten naar de handel. Zo kan worden gesteld dat de sector efficiënter werkt, aangezien er minder B2B-transacties worden verricht om tot de uiteindelijke B2C-verkoop te komen. In absolute zin zit de grootste terugval in de sector C2B, hier gaat het om 68,5 duizend stuks minder (-8,7%). Het betreft met name de inruilers die achterwege blijven omdat er veel minder nieuwe auto's zijn verkocht. Er werden ook minder occasions aan consumenten verkocht (B2C), maar deze daling van 12.710 stuks (-2,4%) was veel minder sterk. Al met al is de handel in occasions gedaald van 2.126.738 stuks in H1-2012 naar 1.989.345 stuks in H1-2013, oftewel 137.393 auto's minder (-6,5%).

Het is alleen om deze reden al duidelijk dat het belang van de occasion voor de Nederlandse autobranche groot is. In de periode H1-2013 zijn er tegenover een kleine twee miljoen occasions immers slechts 212 duizend nieuwe auto's verkocht, dat is maar elf procent van het aantal occasions.

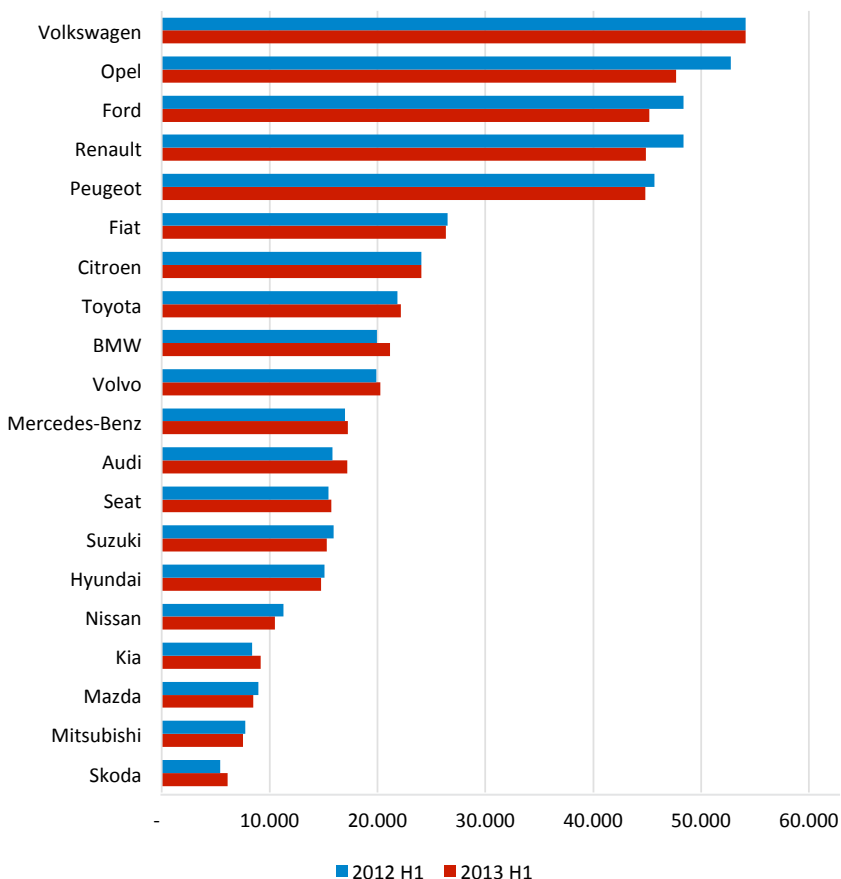
Figuur 1.1: Occasionverkoop naar type verkoop



## 1.2 Meest verkochte merken

In figuur 1.2 van B2C-verkopen per merk staat Volkswagen nog fier bovenaan met 54 duizend occasions, een nagenoeg gelijke score met H1 van 2012. Van de nummer 2 in de verkoopl lijst, Opel, werden nog geen 48 duizend eenheden verhandeld in H1 2013. Dat is maar liefst tien procent minder dan in H1 2012, en in aantallen een terugval van vijfduizend auto's in een half jaar. In het onderzoek van 2012 werd al aangegeven dat het wagenpark van Opel in de komende jaren met zo'n honderdduizend auto's zou gaan afnemen, door de slechte verkoopresultaten van nieuwe Opels enerzijds en populariteit van Opels voor de export anderzijds. Maar ook Ford en Renault leverden allebei fors in t.o.v. H1-2012, beide met zeven procent, om maar te zwijgen van Daihatsu met een minus van achttien procent. Maar dat kan je verwachten van een uit de markt genomen merk. Aan de pluszijde blijken de Duitse premiummerken BMW (+6%) en Audi (+8%) en de Koreaanse runner-up Kia (+10%) populair te zijn.

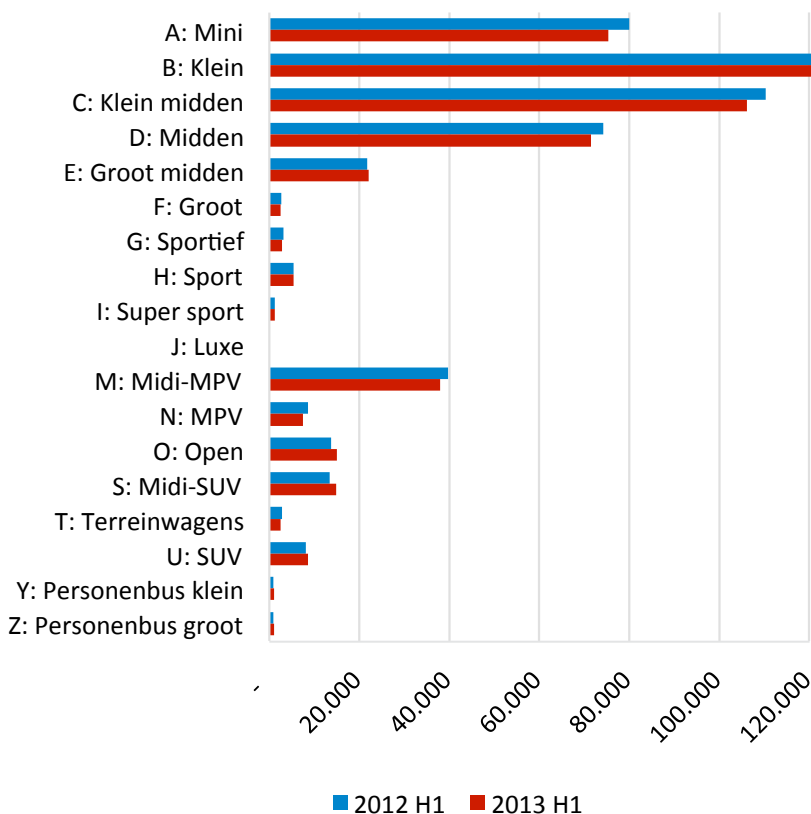
Figuur 1.2: Groei B2C occasion verkopen top 20 merken



## 1.3 Verdeling naar segmenten

Figuur 1.3 toont de B2C-verkopen onderverdeeld naar segmenten, waarbij cijfers over de eerste helft van 2012 zijn vergeleken met die van H1-2013. Traditioneel werden in Nederland de meeste occasions in het C-segment verkocht, maar dat veranderde vorig jaar al doordat het B-segment het grootste werd. Dat is nu nog steeds zo maar tegelijkertijd valt op dat de segmenten A, B, C en D allemaal teruglopen, al is dat bij het B-segment met maar 670 auto's. De terugloop van het A-segment met minus zes procent is daarentegen wel serieus te nemen want daar gaat het ineens over 4,7 duizend A-autootjes minder. Bij het C-segment gaat het over 4,2 duizend auto's minder, in het middensegment D zijn er 2,7 duizend minder gebruikte auto's verhandeld door bedrijven aan consumenten. Er is anderzijds sprake van groei bij de segmenten midi-suv's (+1.399 auto's = +10%) en cabrio's (1.174 auto's = +9%).

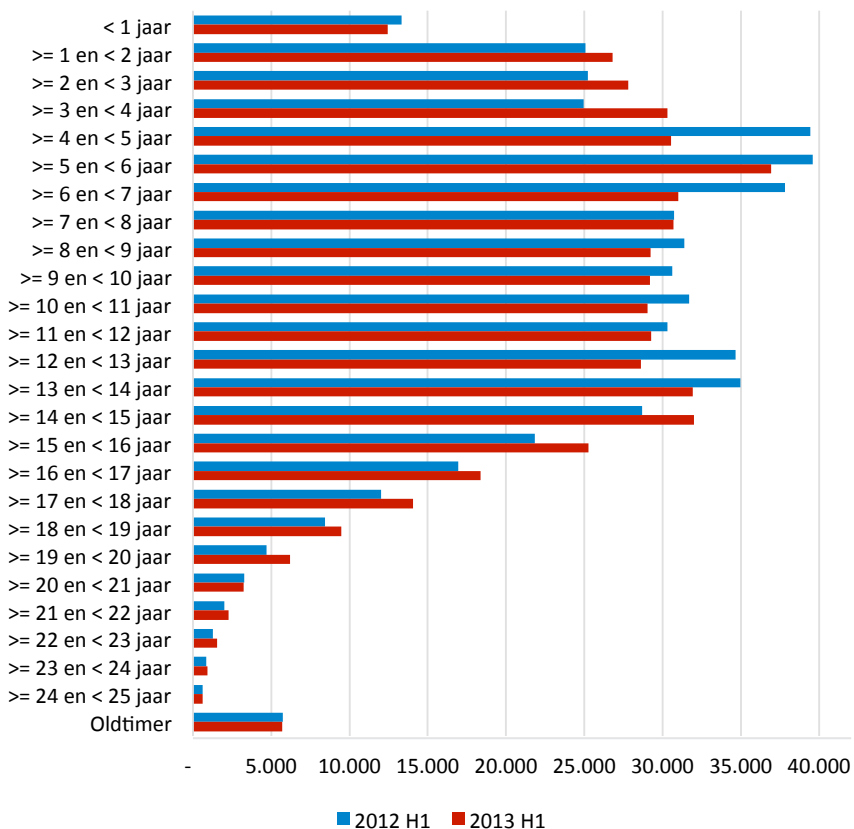
Figuur 1.3: Verdeling B2C verkopen naar segmenten



# 1.4 Verdeling naar leeftijd van de auto's

Figuur 1.4 toont de ontwikkeling van de B2C-verkopen naar leeftijdscategorie van de auto. Hieruit blijkt vooral dat de B2C-verkoop van occasions van vier jaar oud dramatisch is afgenomen met 23 procent (-8,9 duizend auto's). Ook auto's van zes jaar en van twaalf jaar zijn drastisch in aantallen gedaald. Jonge occasions (tussen één en drie jaar oud) hebben in H1-2013 ten opzichte van H1-2012 behoorlijke groei laten zien. Ook de oudere occasion vanaf veertien jaar doet het over het algemeen goed. Hier zijn behoorlijke groeicijfers te constateren en bovendien gaat het ook nog om behoorlijke aantallen. Ook over de langere termijn is in deze categorie groei waar te nemen. De betere kwaliteit en dus de langere levensduur kan hiervoor een verklaring zijn. Een andere reden is wellicht dat export van deze oudere auto's is teruggelopen, waardoor het aanbod in Nederland groter is en/of prijzen lager liggen. Opmerkelijk is verder nog dat de werkelijke verkoop van oldtimers (ouder dan 25 jaar) aan particulieren nauwelijks is afgenomen.

Figuur 1.4: Verdeling B2C verkopen naar leeftijd auto

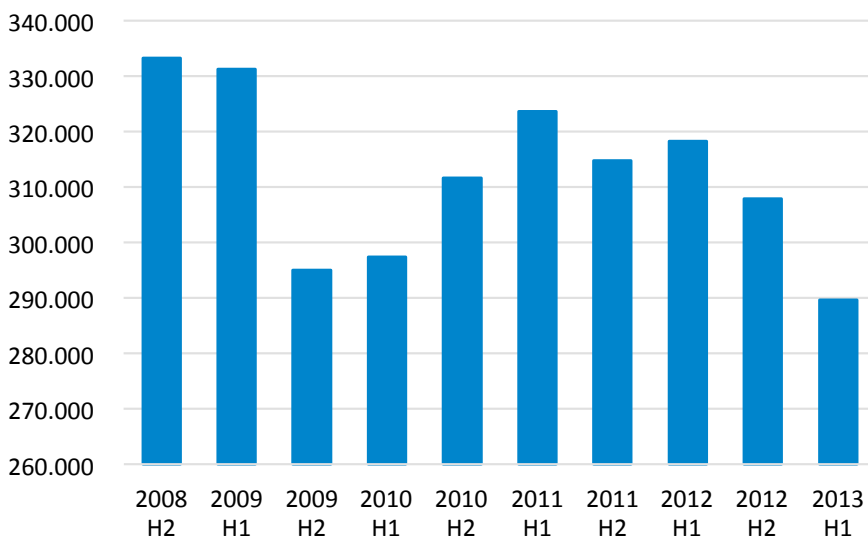




## 1.5 Voorraden kleiner

Zie figuur 1.5. In het afgelopen jaar zijn de voorraden occasions bij autobedrijven sterk terug gelopen. De totale voorraden zijn tussen het eerste halfjaar van 2012 en het eerste halfjaar van 2013 met gemiddeld negen procent in omvang afgenomen. Vooral in 2013 is de afname sterk (-5,9% in het eerste halfjaar). Oorzaken van de afname van de voorraden zijn onder meer de sterk teruggelopen verkopen van nieuwe auto's, waardoor er minder occasions beschikbaar zijn gekomen door inruil. In het eerste halfjaar van 2013 zijn er 8,7 procent minder auto's ingeruild dan het jaar daarvoor. Maar er komen ook minder inruilauto's beschikbaar doordat mensen langer met hun auto blijven doorrijden. Daarbij worden er nog wel steeds veel occasions gekocht, zodat per saldo steeds minder voorraden overblijven.

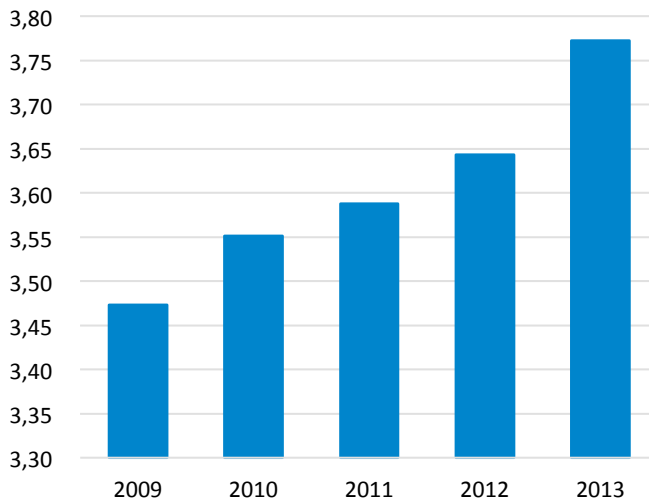
Figuur 1.5. Totale voorraden occasions



## 1.6 Langer doorrijden

De periode dat mensen een auto in bezit houden wordt steeds langer. De afgelopen jaren is er jaarlijks een toename van de gemiddelde bezitsduur te zien. In 2013 is die toename nog sterker gebleken. Particulieren rijden nu gemiddeld 3,8 jaar in een auto. Dit is anderhalve maand langer dan vorig jaar, een toename van 3,5 procent. Zie figuur 1.6.

Figuur 1.6. Gemiddeld aantal jaar particuliere auto in bezit

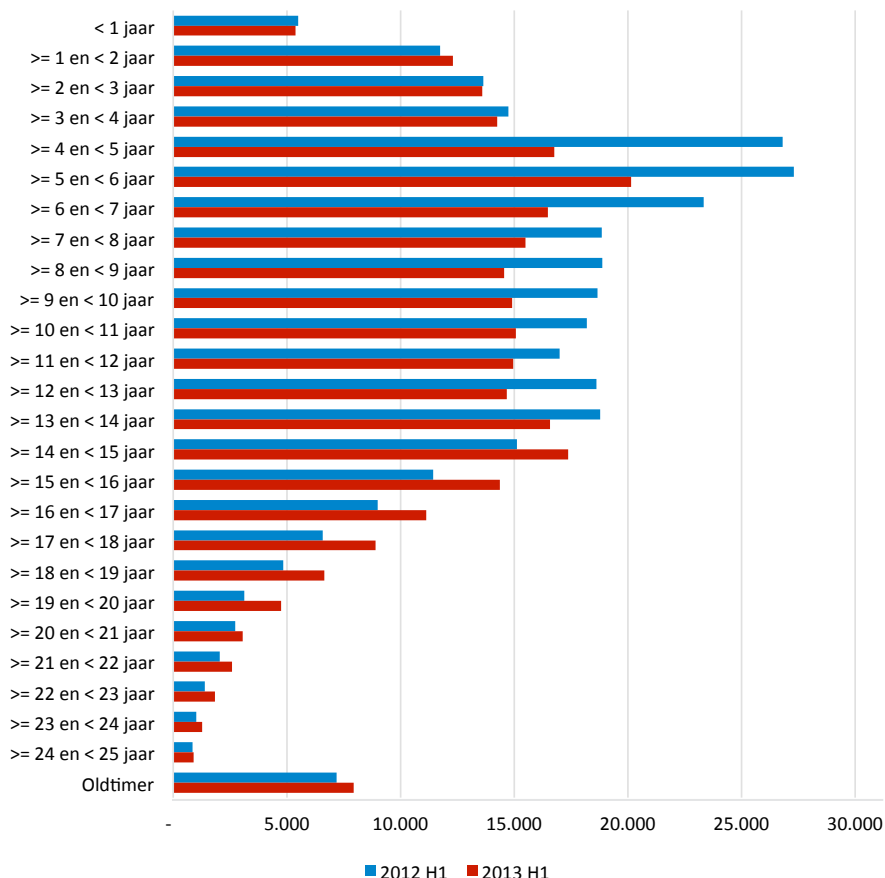


## 1.7 Verschillen naar leeftijd

Zie figuur 1.7. Er zijn grote verschillen te constateren in de voorraadbewegingen per leeftijdscategorie. De grootste afname in voorraden is te zien bij auto's van vier jaar oud (-37,5%). Ook van de net wat oudere auto's, tussen de vijf en negen jaar oud, liepen voorraden afgelopen jaar fors terug (-23,8%). Daartegenover staat een toename van voorraden van zeer jonge auto's (één jaar oud) maar vooral van oudere auto's. Er staan dit jaar ruim dertig procent meer auto's tussen de 15 en 20 jaar op voorraad, en ruim twintig procent meer auto's tussen de 20 en 25 jaar.

Er is een duidelijke overeenkomst in leeftijd tussen de dalende verkopen en dalende voorraden. Beide dalingen zijn het sterkst bij vier jaar oude auto's. En bij beide is er juist een toename bij oudere auto's. De bewegingen in de occasionverkopen lijken dus (mede) te worden gestuurd door het aanbod: doordat er minder auto's beschikbaar zijn, werk dat verhogend op de occasionprijzen en dalen de verkopen.

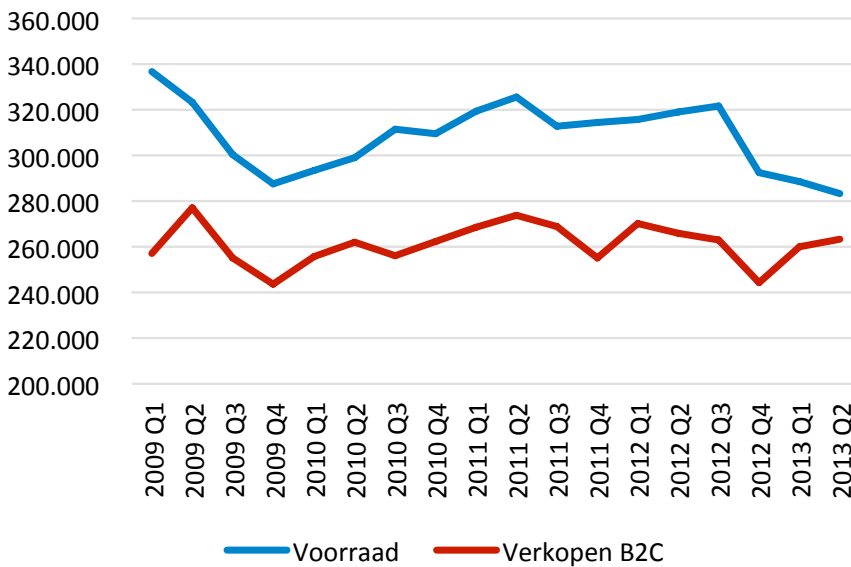
Figuur 1.7: Verdeling voorraden naar leeftijd auto



# 1.8 Voorraden en verkopen

In dit hoofdstuk is geconstateerd dat zowel de verkopen van occasions door autobedrijven als de voorraden occasions bij autobedrijven over het afgelopen jaar zijn gedaald. In figuur 1.8 staan beide ontwikkelingen naast elkaar. Opvallend is, dat het verschil tussen het gemiddelde voorraadniveau en de verkopen per kwartaal een aantal jaren vrij stabiel was, maar in 2013 is gehalveerd. Dit geeft aan dat de omloopsnelheid van voorraden hoger is geworden. Dus de voorraad bij autobedrijven wordt nu een groter aantal keren per jaar verkocht. In 2013 zijn voorraden gemiddeld 3,7 keer per jaar verkocht, in 2012 was dat gemiddeld nog 3,3 keer per jaar.

Figuur 1.8. Verkopen en voorraden autobedrijven





# Conclusie 2

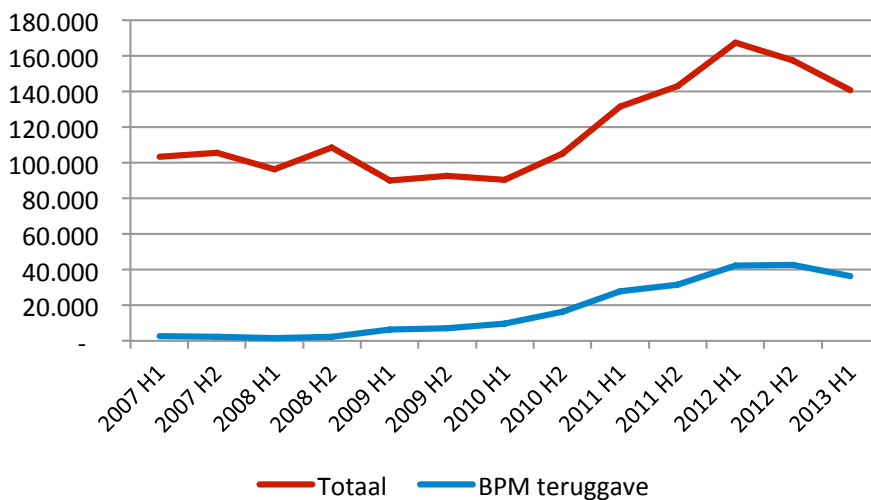
## Verschuiving van export naar import

## 2.1 Export personenauto's vertoont voor het eerst sinds 2010 krimp

De export van gebruikte personenauto's heeft in de afgelopen jaren een grote groei laten zien, met name sinds halverwege het jaar 2010. De export groeide vanaf die periode tot in het tweede kwartaal van 2012 hard. Maar sindsdien zit de klad er in. In de eerste helft van 2013 kwam de export van personenauto's in totaal op bijna 141 duizend auto's uit, zestien procent minder dan de 167 duizend in H1-2012. Een oorzaak van de daling is het kleinere aanbod aan voor export aantrekkelijke auto's.

Export van jongere auto's, waar bpm-teruggave op mogelijk is, is ook gedaald. Met veertien procent is de daling bij deze categorie minder sterk dan bij oudere auto's. De grote exportgroei na het van kracht worden van de teruggaveregeling en het beschikbaar komen van grotere hoeveelheden auto's waarop dit toegepast kan worden, is nu wel voorbij. Zie figuur 2.1.

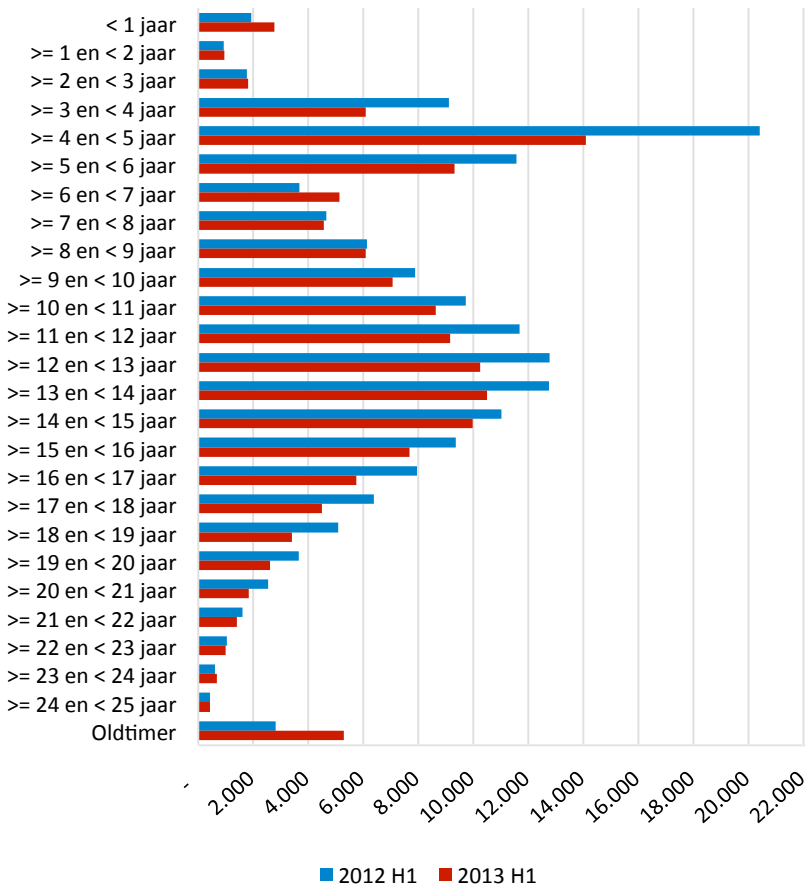
Figuur 2.1: Export totaal en in aanmerking komend voor bpm teruggave



## 2.2 Jonge en oude auto's

Uit analyse van de leeftijden van geëxporteerde auto's blijkt dat achttien procent van de auto's jonger is dan vijf jaar. In de categorie 5-10 jaar valt 23 procent van de geëxporteerde auto's en 34 procent valt in de leeftijdscategorie 10-15 jaar. Nog eens zeventien procent in de categorie 15-20 jaar. Nadere inspectie leert dat de krimp vooral te vinden is bij auto's van 3 tot 5 jaar oud en bij auto's van 11 tot 21 jaar. Een reden voor die jongere groep kan zijn dat er een vermindering is van het aanbod: in 2009 zijn er veel minder nieuwe auto's verkocht waardoor er nu minder occasions van vier jaar oud beschikbaar zijn. Een oorzaak voor de groep van oudere auto's kan de afgenomen export naar Libië zijn. Daarnaast zijn vorig jaar heel veel van deze oude auto's geëxporteerd. Sterke groei is er bij de oldtimers. Dit komt vooral door de aangescherpte fiscale regelingen in Nederland. Zie figuur 2.2.

Figuur 2.2: Export naar leeftijd auto



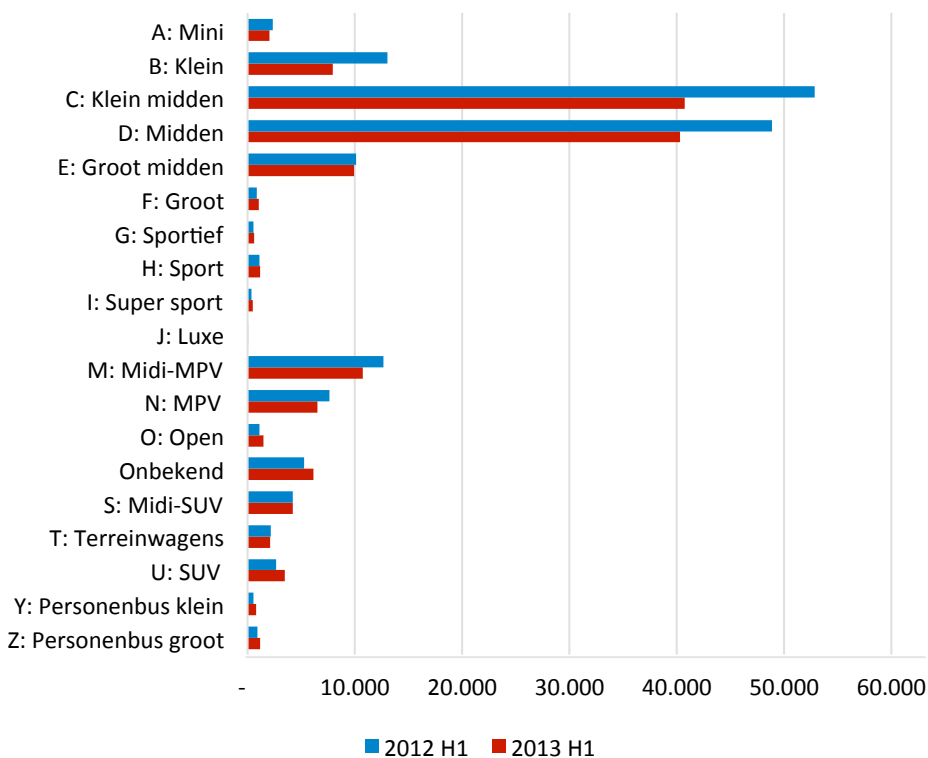


## 2.3 Belang segmenten C en D

Uit figuur 2.3. blijkt dat er voor export verreweg de meeste belangstelling is voor auto's uit het C- en D-segment, beide segmenten zijn samen goed voor 57 procent van de totale export. Maar ze zijn ook in het afgelopen jaar sterk afgenomen, met name het C-segment (-23%). Het B-segment is sowieso minder belangrijk voor export maar dat segment is ook nog weer sterk gedaald (-39%). Het A-segment stelt voor export helemaal niet veel voor en het is ook nóg verder teruggelopen. Dat kleine auto's weinig worden geëxporteerd komt enerzijds door de sterke vraag naar die auto's in Nederland. Anderzijds zijn de transportkosten voor export relatief hoog in verhouding tot de waarde.

De midi-mpv's zijn ook opvallend flink gedaald bij de export. Groei is te bespeuren bij de fullsize-suv's en ook wel in de luxere segmenten.

Figuur 2.3: Export naar segment



## 2.4 Export per merk

Opel was in H1-2012 het merk dat het meest werd geëxporteerd, maar Opel is inmiddels gedaald (met -29%) naar de tweede plek na Volkswagen, dat op zijn beurt overigens ook daalde met elf procent. Maar beide merken blijven duidelijk de belangrijkste exportmerken en zijn samen in H1-2013 goed geweest voor zo'n 32 duizend export-auto's. Toyota exporteerde ook minder (-12%) maar is een goede derde met altijd nog ruim tienduizend auto's.

Van de grotere merken boeken alleen Mercedes (+8%) en Audi (+9%) winst in aantal en verder valt op dat de export van exclusievere merken toeneemt (Porsche, Maserati, Infiniti, Jaguar). Zie figuur 2.4.

Kijken we vervolgens op modelniveau dan staat de Opel Astra bovenaan de lijst van meest geëxporteerde auto's. Dit model is in 2013 H1 echter ook het meest gedaald, bijna 32 procent minder auto's. Evenzogoed zijn er nog ruim zeventienduizend Astra geëxporteerd in 2013 H1. Van alle twintig populairste modellen is de export gedaald in H1-2013, behalve die van de Audi A4 want die scoorde een plusje van twee procent.

Onder jonge occasions die in aanmerking komen voor bpm-teruggaaf is de Volkswagen Golf de meest geëxporteerde auto die dit jaar ook nog in populariteit is toegenomen. Een grote toename is te zien bij de Toyota Prius (+47%). Ook de export van de Opel Insignia begint echt op gang te komen; in H1-2013 is de export van Insignia's met driehonderd procent gestegen ten opzichte van H1-2012.

**Figuur 2.4: Top 10 merken export**

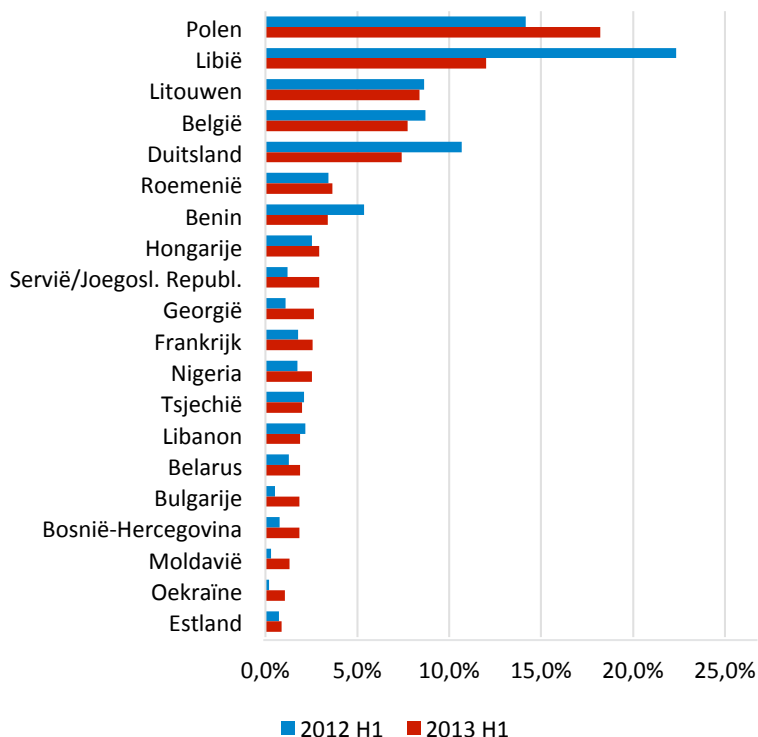
	Merk	2013 H1	2012 H1	Groei 2013
1	Volkswagen	16.988	19.159	-11%
2	Opel	15.194	21.456	-29%
3	Toyota	10.546	11.954	-12%
4	Renault	9.392	11.080	-15%
5	Mercedes-Benz	8.444	7.813	8%
6	Peugeot	8.342	10.124	-18%
7	Ford	7.552	8.866	-15%
8	Audi	7.226	6.605	9%
9	BMW	6.308	7.194	-12%
10	Nissan	6.042	7.977	-24%

## 2.5 Export per land

Uit de analyse van de landen waarnaartoe de Nederlandse occasions worden geëxporteerd, blijkt dat Polen (als vanouds) over H1-2013 weer op nummer 1 staat. Maar liefst achttien procent van de Nederlandse auto's gingen ernaartoe – een stijging ten opzichte van H1-2012 toen veertien procent van de export Polen als bestemming had. De revival van Polen ging vergezeld van het inzakken van Libië dat van 22 procent van alle exporten terugzakte naar twaalf procent en daarmee zijn positie van de nummer 1 weer kwijt is. Andere kleine stijgers zijn Georgië en Bulgarije. Uit figuur 2.5 is te berekenen dat de topvijf van landen goed is voor 54 procent van de auto-export en dat er vijftien landen nodig zijn om tachtig procent van de occasion-export te realiseren.

Het belang van Oost-Europa voor de export van Nederlandse occasions is verder toegenomen. In H1-2013 ging ruim meer dan de helft van de geëxporteerde occasions ernaartoe. Afrika is weer behoorlijk afgenomen in verhouding tot H1-2012 en ook exportlanden in West-Europa namen in belang af.

Figuur 2.5: Top 20 exportlanden

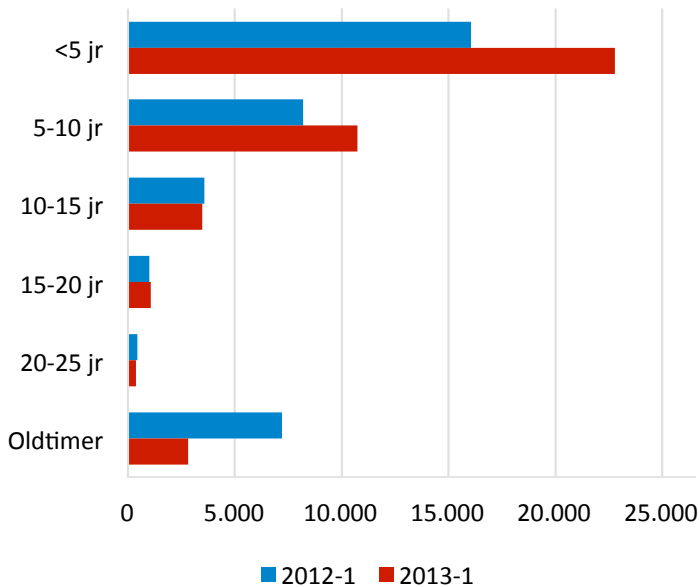


*Toelichting:* Horizontale as is aantal auto's als percentage van het totaal aantal exporten waarvan land van bestemming bekend is.

## 2.6 Import van occasions

De import van gebruikte personenauto's is een aantal jaren dalende geweest maar die daling nam in de herfst van 2012 een wending. Sindsdien zit de import duidelijk in de lift. De groei van H1-2013 ten opzichte van H1-2012 is met ruim dertien procent aanzienlijk want het gaat om bijna vijfduizend importauto's méér tot een totaal van 41 duizend. Dit is te verklaren uit de groeiende behoefte aan occasions in Nederland waar men heeft te kampen met dalende verkopen van nieuwe auto's (kleine occasion-aanwas) enerzijds en met hoge exportaantallen anderzijds. Bovendien is uit de analyse op te maken dat er een sterke groei is in het aantal jonge importoccasions. Auto's jonger dan vijf jaar vormen nu meer dan de helft van alle importen. Een zeer sterke daling is er te bespeuren bij de import van oldtimers (-61%). Daar zit door de diverse wijzigingen in de mrb-belasting in Nederland behoorlijk de klad in. Zie figuur 2.6.

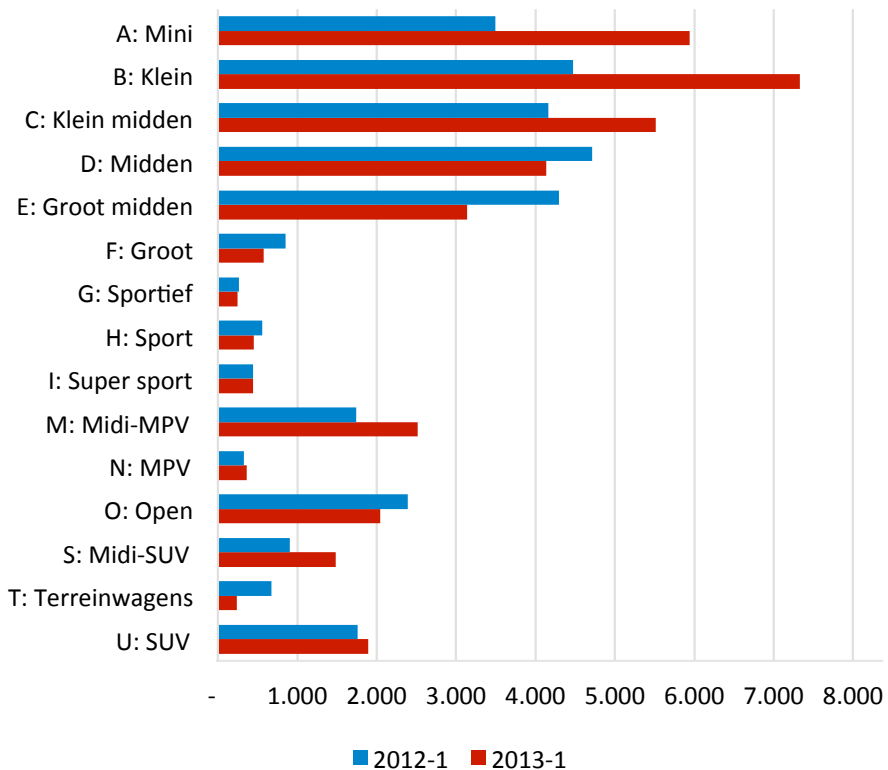
Figuur 2.6: Import occasions naar leeftijd auto



## 2.7 Kleinere auto's

Zie figuur 2.7. Er is een sterke verschuiving te zien in het soort occasions dat wordt geïmporteerd. In het verleden waren dat vaak dure auto's van Duitse premiummerken - en oldtimers. Deze segmenten lopen nu terug. Dit jaar worden er veel meer kleine, in Nederland populaire auto's geïmporteerd. Het B-segment in H1-2013 is zelfs verreweg het grootst bij import. Tweede is het A-segment, dan volgt het C-segment. Deze drie segmenten zijn samen goed voor bijna de helft van alle importen. Groei is er ook bij de midi-mpv's en midi-suv's.

Figuur 2.7: Belangrijkste segmenten occasion import

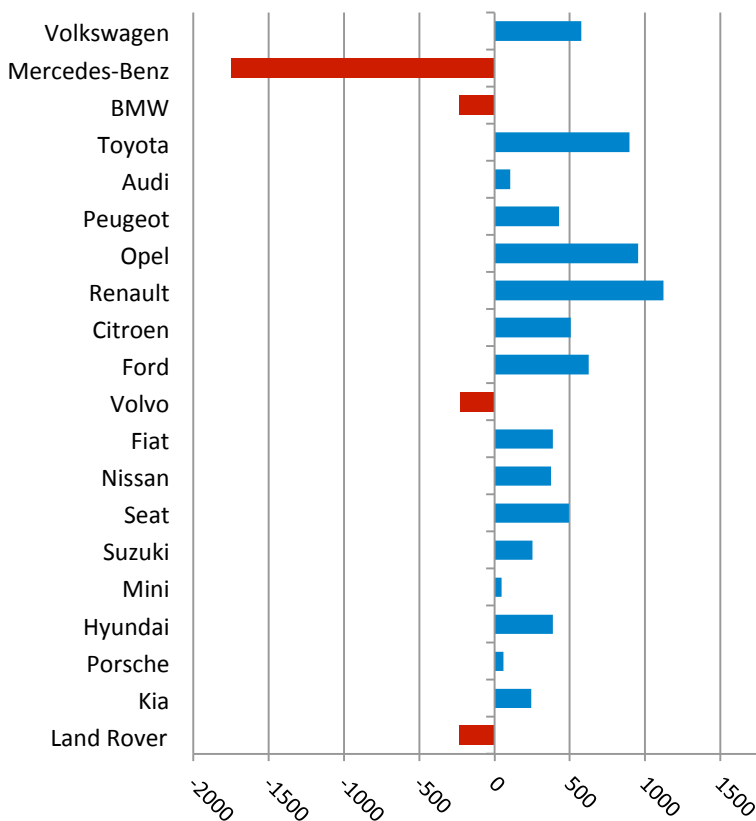


## 2.8 Verschuiving in importmerken

Zie figuur 2.8. Op merkenniveau is Mercedes-Benz zijn toppositie wel kwijt, nu de importen van Mercedesen zijn ingestort met 29 procent (-1.749 auto's). Dat is vooral veroorzaakt door het instorten van de import van oude exemplaren van het merk Mercedes die in Nederland worden gebruikt als belastingvrije auto voor dagelijks gebruik. Volkswagen is de nieuwe nummer 1 en boekte ook een winst van twaalf procent.

Eigenlijk profiteerde het overgrote deel van de top 20 van de groei, behalve de premiummerken Mercedes, BMW, Volvo en Land Rover. De groeiers zijn de betaalbare merken Toyota, Opel, Renault et cetera. Toyota bezet inmiddels de vierde plek op de lijst van importauto's met een groei van bijna negenhonderd auto's (+49%). Procentueel staat Hyundai voor de grootste groei met een plus van 147 procent. Maar Renault is met plek 8 in de top 20 wel erg in opkomst als importauto. Er werden elfhonderd Renaults méér geïmporteerd in H1-2013 dan in H1-2012.

Figuur 2.8: Groei import top 20 merken



## 2.9 Populaire modellen

In tabel 2.9 is te zien wat de populairste importmodellen zijn en dan springt de Renault Mégane er wel uit met een groei met 661 eenheden (+520%). Auto's die populair zijn, zijn ook de Fiat 500, Toyota Aygo, Opel Corsa en Toyota Yaris. Vooral kleine auto's worden dus steeds vaker uit het buitenland gehaald. Dat gaat soms om partijen ex-huurauto's die uit Spanje en andere Zuid-Europese landen worden gehaald. Vanwege de crisis daar is de lokale vraag verminderd.

Wanneer uitsluitend naar jonge importauto's tot 5 jaar oud wordt gekeken laat de Renault Mégane een nog opmerkelijker cijfer zien: +1265 procent. Dit zijn veelal zeer jonge auto's waarmee kan worden geprofiteerd van het 14%-bijtellingstarief. De enige modellen binnen de toptien waarvan import van jonge exemplaren achteruit is gegaan, zijn de BMW 3-Serie en de BMW 5-Serie .

**Figuur 2.9: Top 10 modellen import**

	Merk	2013 H1	2012 H1	Groei 2013
1	Volkswagen Golf	1.897	1.713	11%
2	Volkswagen Polo	1.439	919	57%
3	Toyota Aygo	1.191	547	118%
4	BMW 3-serie	1.021	1.082	-6%
5	Mercedes-Benz C-klasse	981	755	30%
6	Opel Corsa	878	436	101%
7	BMW 5-serie	860	1.053	-18%
8	Renault Mégane	788	127	520%
9	Citroen C1	781	451	73%
10	Peugeot 107	769	444	73%

## 2.10 Waarde van export en import

De export is dan wel gedaald maar met een afzet van 141 duizend auto's in een half jaar is het nog wel degelijk een markt van belang. Ondanks het lagere aantal is de cumulatieve waarde van de export van personenauto's nog altijd te schatten op 2,2 miljard euro. Ter vergelijking is op dezelfde manier ook een schatting gemaakt van de waarde van de B2C-occasionverkopten (8,6 miljard euro) en van de occasionverkopten tussen consumenten onderling (4,4 miljard euro). In dit onderzoek is voor het eerst ook uitgerekend wat de waarde is van de import van occasions. Die blijkt inmiddels 1,3 miljard euro groot te zijn over het eerste halfjaar van 2013. Zie tabel 2.10.

**Figuur 2.10: Totale geschatte omzet per jaar**

	Geschatte omzet
B2C verkopen	8,6 miljard
C2C verkopen	4,4 miljard
Export occasions	2,2 miljard
Import occasions	1,3 miljard

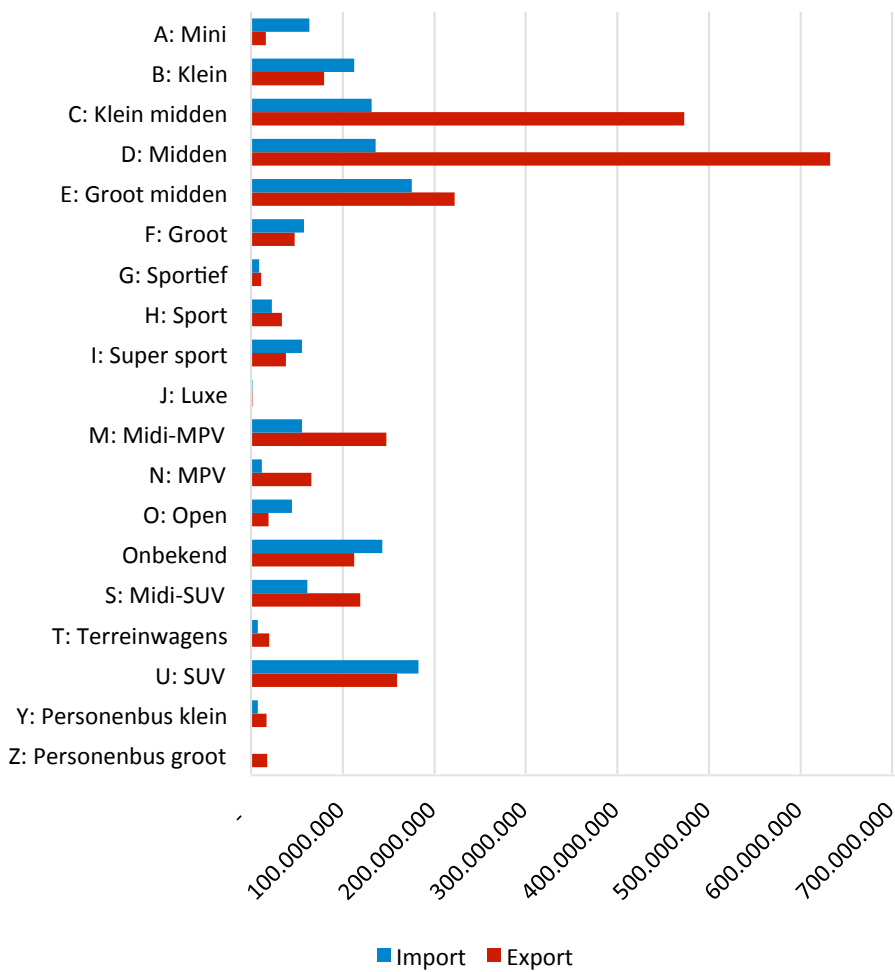
*Toelichting:* Genoemde bedragen zijn ramingen. Ze zijn gebaseerd op aantallen en leeftijden van de verkochte auto's per segment, vermenigvuldigd met de gemiddelde prijs. Deze gemiddelde prijzen zijn per segment en bouwjaar bepaald op basis van vraagprijzen in de VWE Advertentie Manager.

Hoewel de import in aantallen auto's veel kleiner is dan de export, bedraagt de omzet maar liefst 57 procent van de export-omzet. Dit komt omdat de gemiddelde waarde per auto hoger ligt, doordat importauto's vaak jonger zijn en omdat er ook veel duurere auto's geïmporteerd worden. Bij de import komt de hoogste omzet uit het segment fullsize-suv's - het gaat om ruim 180 miljoen euro.

In figuur 2.11. is gedetailleerd aangegeven welke segmenten voor welke omzet zorgen, niet alleen bij de export maar ook bij de import. Hierin is duidelijk te zien dat het C- en D-segment verantwoordelijk zijn voor verreweg de meest omzet in export.



Figuur 2.11: Waarde export- en importmarkt per segment



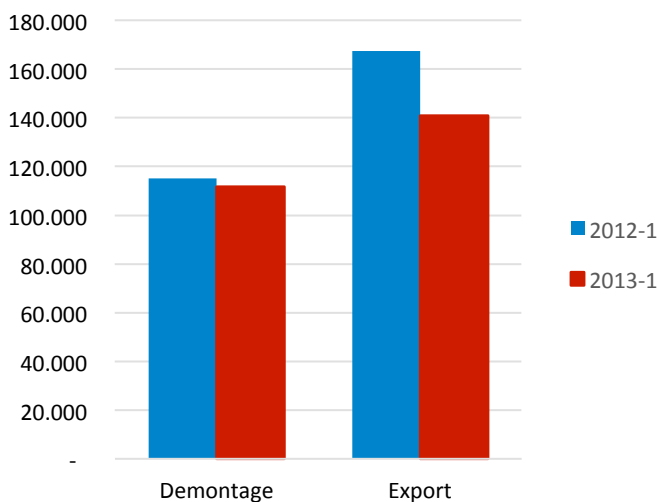
# Conclusie 3

## Effecten van veranderend wagenpark op de aftersales

## 3.1 Export laat groot deel wagenpark verdwijnen

Als we kijken naar de wijze waarop voertuigen uit het Nederlandse wagenpark verdwijnen, blijkt dat 56 procent (was 59% in H1-2012) wordt geëxporteerd en 44 procent richting demontage in Nederland gaat (grafiek 3.1). Daarmee is export dus opnieuw het belangrijkste kanaal voor het afvoeren van auto's. In het vorige hoofdstuk is aangetoond dat auto's steeds vaker al op jonge leeftijd worden geëxporteerd: achttien procent is jonger dan vijf jaar en 41 procent is jonger dan tien jaar. Bovendien is geconstateerd dat relatief veel auto's uit de segmenten C en D worden geëxporteerd. Bij het C-segment is de export afgenomen maar het is nog steeds een grote groep. Het D-segment blijft populair voor export en dit is een slechte ontwikkeling voor de aftersales van de Nederlandse garagebedrijven. Immers, juist grotere auto's met een hoger uitrustingsniveau die wat ouder worden, zijn van belang voor de omzet in aftersales omdat die meer onderhoud en reparatie nodig hebben. Als nu juist die auto's verdwijnen, heeft dat een negatief effect op het werkaanbod en op de verkoop van onderdelen.

Figuur 3.1: Verdeling export en demontage



## 3.2 Wagenpark in 2016 is 2,1 procent kleiner dan nu

Om inzicht te krijgen in de ontwikkeling van de vraag in de aftersalesmarkt in de komende jaren, is een voorspelling gemaakt van hoe de samenstelling van het Nederlandse wagenpark er over drie jaar (2016) zal uitzien. Hiervoor is op basis van de occasionverkoop, importen, exporten en demontages van het afgelopen jaar doorgerekend wat het cumulatieve effect ervan is op het wagenpark.

Voor de prognose is uitgegaan van een aantal gegevens. De basis is het huidige wagenpark (van 2013) dat drie jaar ouder wordt in de periode tot 2016. Daar worden van afgetrokken drie jaren van exporten en demontage. Eraan toegevoegd worden drie jaren van nieuwverkoop en occasion-importen. Bij al deze stromen is uitgegaan van aantallen en van de segment- en leeftijdmix zoals in de periode juli 2012 t/m juni 2013. Gezien de extreem lage verkoopcijfers van nieuwe auto's in deze periode is de prognose gebaseerd op verkoopaantallen die vijftien procent hoger zullen liggen, rond de 440 duizend eenheden in de drie jaren. Dit aantal houdt het midden tussen het huidige verkoopniveau en het langjarige gemiddelde van 488 duizend eenheden. Tezamen ontstaat zo een redelijke voorspelling voor het te verwachten wagenpark over drie jaar.

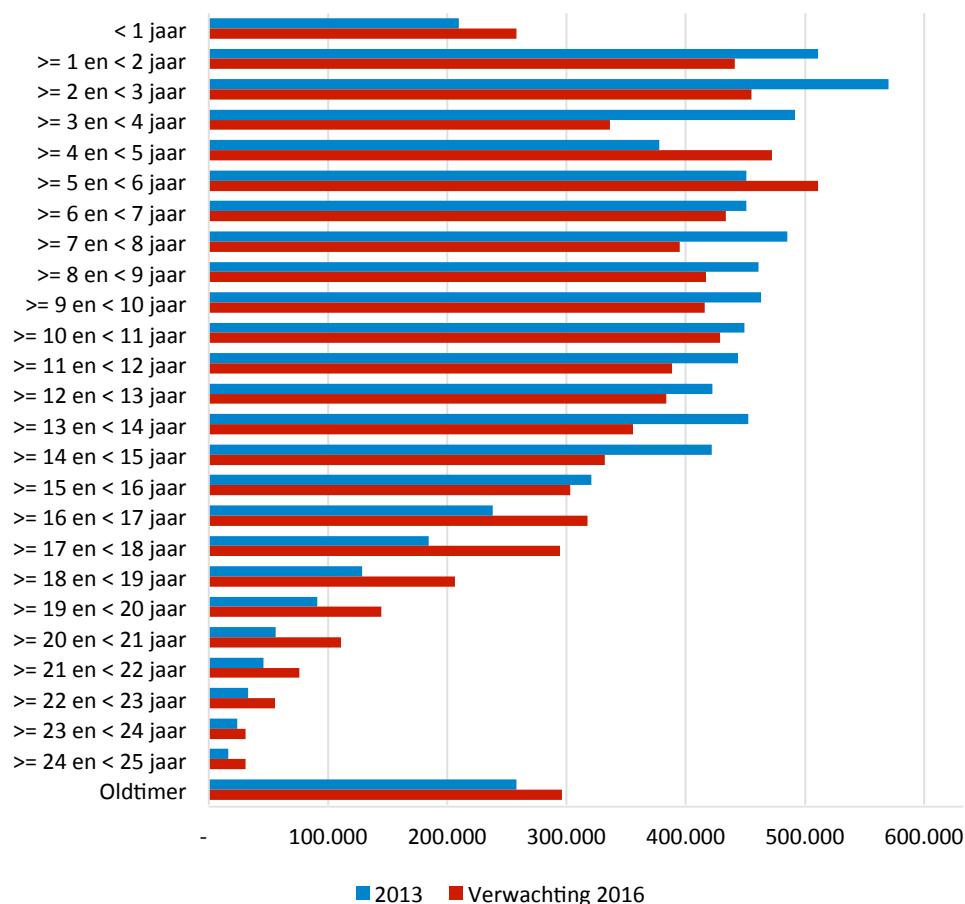
De conclusie is dat het totale wagenpark van personenauto's in drie jaar tijd met twee procent zal afnemen. De daling ontstaat doordat er in grote lijnen jaarlijks 520 duizend auto's verdwijnen en er 460 duizend bijkomen. Cumulatief zullen er over drie jaar 166 duizend auto's minder zijn in Nederland.

Aantal 1-7-2013	Aantal 1-7-2016	Groei 2013-2016 (%)
8.057.000	7.890.800	-166.200 (-2,1%)

## 3.3 Invloed nieuwverkopen op toekomstig wagenpark is groot

Schommelingen in verkopen van nieuwe auto's hebben een duidelijk effect op de opbouw van het wagenpark. Zo zal het wagenpark in 2016 vooral gekrompen zijn in de categorieën auto's van 3-4 jaar oud (bouwjaar 2013) en 7-8 jaar oud (bouwjaar 2009). De afname blijft daartoe echter niet beperkt: in alle leeftijden tussen 1 en 4 jaar en tussen de 7 en 16 jaar zal het wagenpark afnemen. Daarentegen is er een forse toename te verwachten van het aantal oude auto's, vooral in de leeftijd van 16 tot 20 jaar. Zie figuur 3.3.

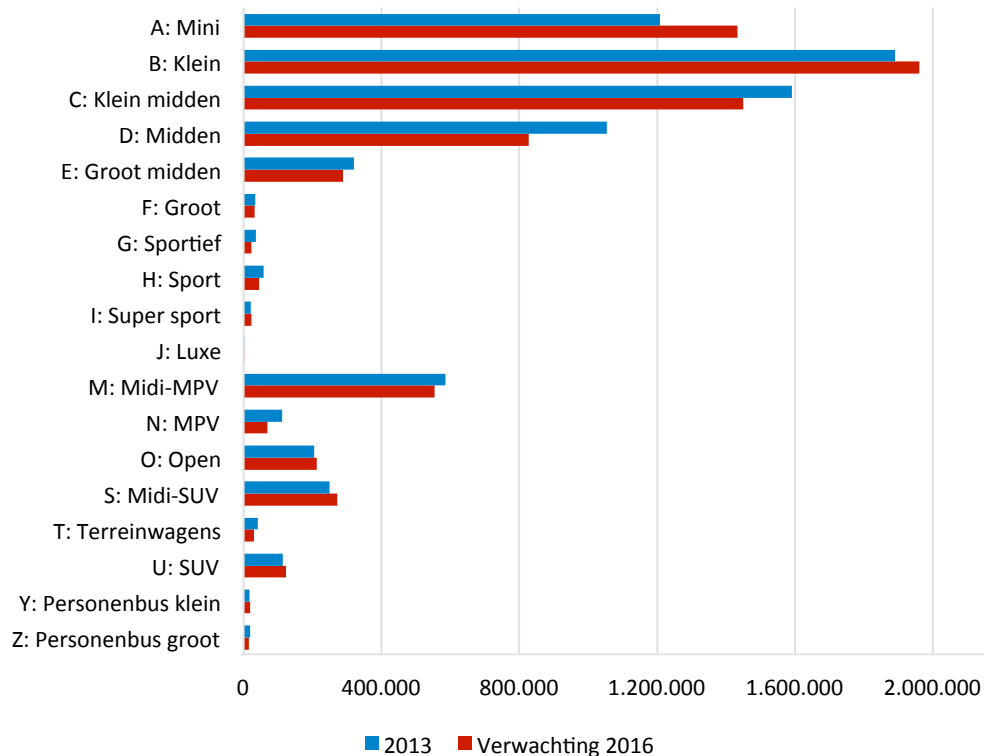
Figuur 3.3: Wagenpark 2016 naar leeftijd auto



## 3.4 B-segment grootste, groei A-segment

Op segmentniveau geeft de prognose aan dat het A-segment zal groeien met achttien procent tot ruim 1,43 miljoen auto's. Daardoor zal het bijna net zo groot worden als het C-segment. Verder is er groei in het B-segment, dat duidelijk het grootste segment is. Ook het aantal (vooral midi-)suv's neemt toe. De teruggang is in absolute aantallen het grootst in het D-segment (-226 duizend stuks) en daarna in het C-segment (-141 duizend eenheden). Relatief is er de grootste teruggang bij de full-size mpv's (-38%), de sportieve auto's (-37%) en de terreinwagens (-29%). Zie figuur 3.4.

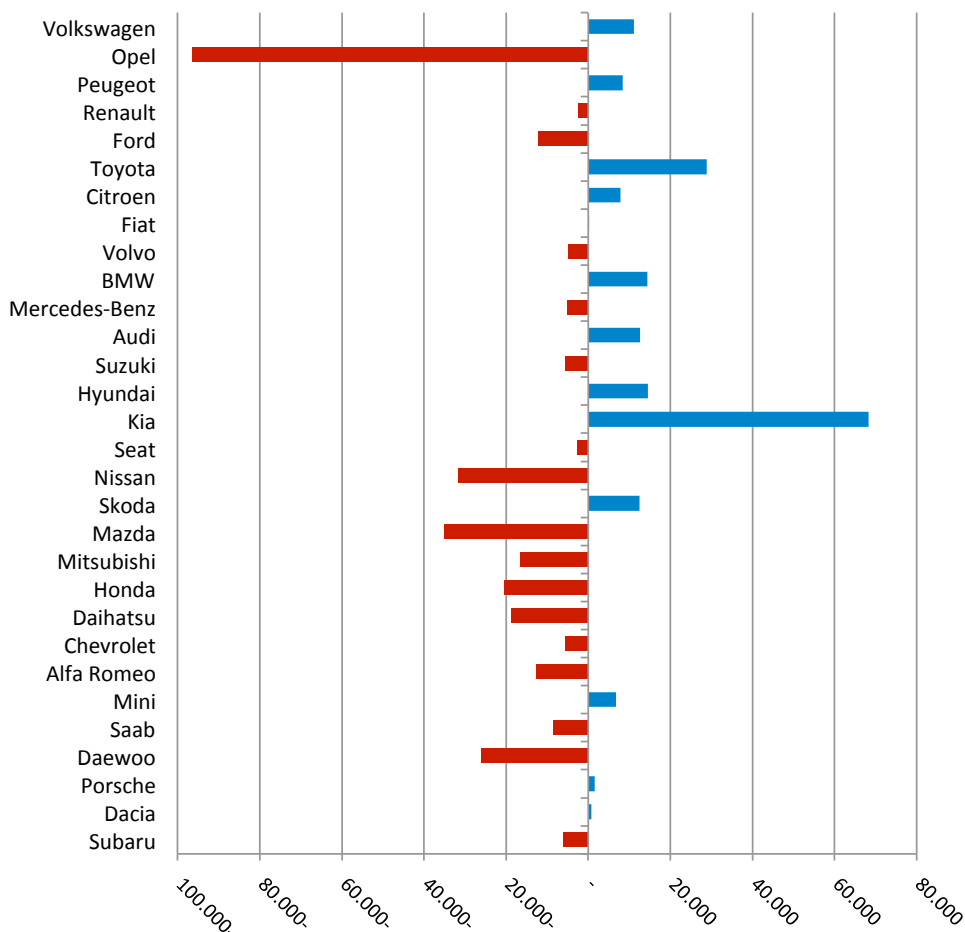
Figuur 3.4: Wagenpark 2016 naar segment



## 3.5 Kia grootste groeier, Opel grootste daler

Op merkniveau is geanalyseerd dat Kia de grootste groeier in het wagenpark zal zijn. Ook de merken Toyota, Skoda en Mini groeien behoorlijk in het rijdende wagenpark in Nederland. Dit komt vooral doordat deze merken in de afgelopen jaren gegroeid zijn in de nieuwverkopen. Op Toyota na, zullen alle Japanse merken teruglopen in aantallen. En vooral het aantal Opels in het wagenpark zal tot 2016 sterk afnemen - dat is in het occasion-onderzoek van 2012 ook al voorspeld - met 96 duizend auto's (-13%) ten opzichte van midden 2013. De oorzaak van deze dalingen is veelal een combinatie van verminderde nieuwverkopen van deze merken in de afgelopen jaren enerzijds en populariteit op exportmarkten anderzijds. Zie figuur 3.5.

Figuur 3.5: Wagenpark 2016 naar merk



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

## 3.6 Tekorten te verwachten

Op basis van de verwachte aantallen auto's in het wagenpark en de te verwachten vraag, is ook te analyseren waar de tekorten zullen ontstaan. De aanduiding 'tekort' heeft hier de betekenis dat, als de huidige trend zich op hetzelfde niveau voortzet, er in 2016 te weinig auto's beschikbaar zijn voor de occasionhandel. De tekorten zijn vooral te verwachten bij de segmenten die populair zijn voor export: C-segment, D-segment en fullsize-mpv.

Het D-segment wordt veel geëxporteerd, maar de nieuwverkopen zijn steeds lager. Daarom ontstaan bij verschillende merken tekorten. De meeste bij Peugeot en verder vooral bij de merken die niet meer in dit segment actief zijn (Daewoo, Fiat, Mitsubishi). In het C-segment ontstaan tekorten bij Honda en Hyundai. Ook bij de fullsize-mpv's ontstaan tekorten omdat er steeds minder nieuw worden verkocht en er tegelijkertijd veel worden geëxporteerd. Gevolgen kunnen zijn dat occasionprijzen stijgen en/of dat de vraag vanuit het buitenland zich aanpast naar andere auto's of in de richting van andere landen verschuift.





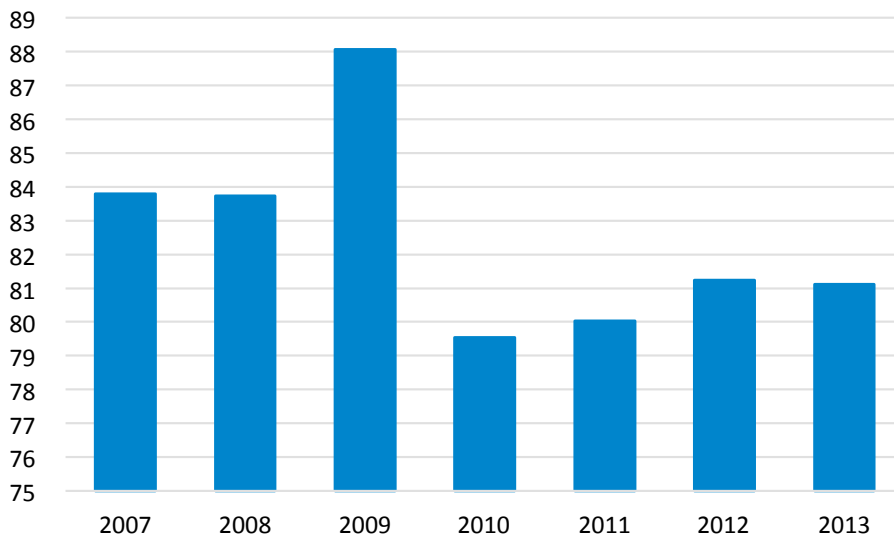
# Conclusie 4

Occasions met groenste labels  
snelst verkocht

## 4.1 Gemiddeld aantal stadagen

Zie figuur 4.1. Het gemiddeld aantal stadagen bij de verkoop van occasions is door de jaren heen tamelijk stabiel. Ook in H1-2013 is het aantal dagen nauwelijks veranderd en komt uit op 81,1 dagen. Hieruit blijkt niet dat er een groot tekort zou zijn aan occasions.

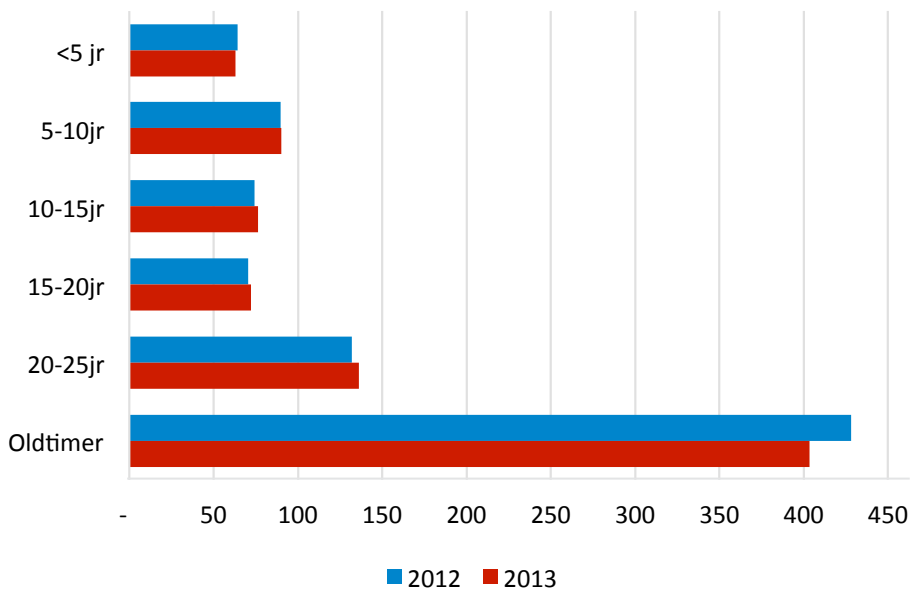
Figuur 4.1: Gemiddeld aantal stadagen occasions bij verkoop



## 4.2 Stadagen naar leeftijd auto's

Zie figuur 4.2. De jongste auto's worden snel doorverkocht. Dit jaar zijn de statijden van occasions van 3 tot en met 5 jaar oud gedaald. Dit komt doordat er minder aanbod van deze auto's is, zoals we in een eerder hoofdstuk zagen. Auto's ouder dan 20 jaar kennen zeer lange statijden. Opvallend is wel dat de statijden van oldtimers dit jaar zijn afgenomen, ondanks de dreigende belastingmaatregelen voor deze auto's.

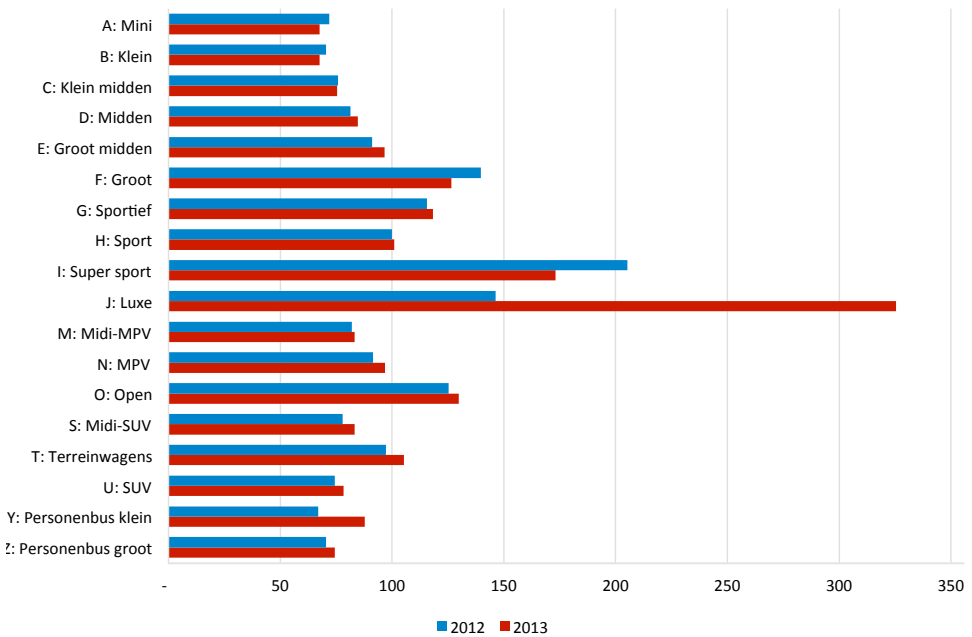
Figuur 4.2: Gemiddeld aantal stadagen naar leeftijd auto



## 4.3 Stadagen naar segment

Kleine auto's uit het A- en B-segment kennen al jaren korte statijden. Dit jaar zijn deze nog verder gedaald. Het B-segment kent met gemiddeld 67 dagen nu de kortste statijd, op de voet gevolgd door het A-segment met 68 dagen. In 2011 hadden full-size suv's nog de kortste statijd van alle segmenten, echter die statijd is in 2013 opgelopen naar 78 dagen. Ook bij de grotere segmenten D en E wordt de gemiddelde statijd steeds langer. Segmenten die lang staan, zijn vooral de exclusieve, maar ook fullsize mpv's staan met 97 dagen erg lang. Zie figuur 4.3.

Figuur 4.3: Gemiddeld aantal stadagen per segment

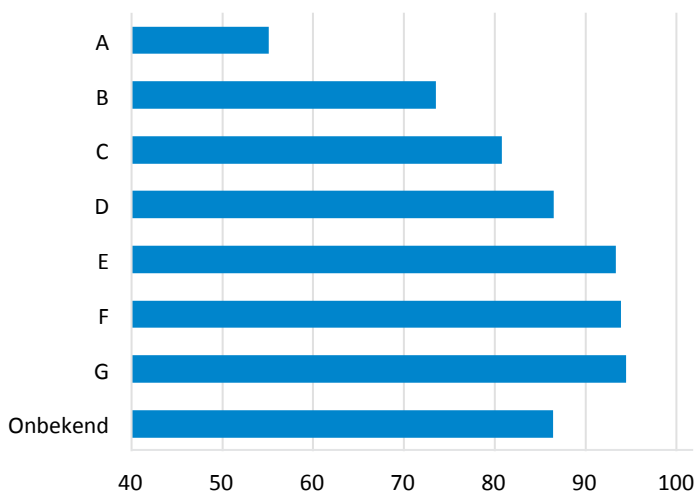


## 4.4 Stadagen naar energielabel

Zie figuur 4.4. Er is een duidelijk verband tussen het energielabel van een occasion en het aantal stadagen. Uit een analyse is gebleken dat auto's met een groener label een kortere statijd binnen hetzelfde segment hebben. Auto's met een A-label komen aan gemiddeld slechts 55 stadagen, aanmerkelijk minder dan de 74 dagen van een B-label. Hoewel er geen grote verschillen zijn, kun je in het algemeen zeggen dat groene labels korter staan dan rode labels. Vanaf het label D zijn de statijden ook langer geworden.

Als we de blik vernauwen naar de energielabels binnen de segmenten, blijkt opnieuw dat auto's met een A-label een kortere statijd hebben dan auto's binnen hetzelfde segment die minder zuinig zijn. Groot zijn de verschillen binnen het A-segment, waar het aantal stadagen varieert tussen 50 en 120, afhankelijk van het label. Dat is op zich te verwachten want mensen die een (goedkope) auto uit het A-segment kiezen, zullen ook een zuinige auto willen. Echter ook binnen duurdere segmenten is hetzelfde verband te zien. In het E-segment varieert het aantal stadagen ook tussen 50 voor een A-label tot 115 voor zeer onzuinige labels. De enige uitzondering is wat dat betreft de fullsize-suv want daar heeft energielabel C de kortste statijd. Dit kan worden verklaard door het feit dat uitsluitend hybride auto's in dit segment een A-label hebben, en die zijn slechts beperkt beschikbaar of niet ieders voorkeur gaat daarnaar uit.

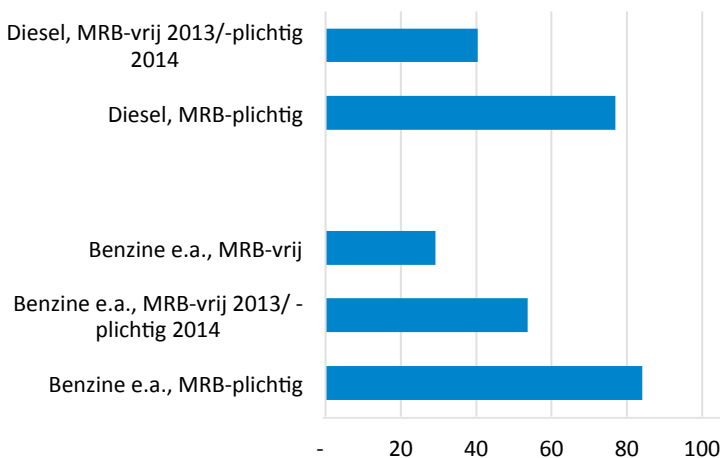
Figuur 4.4: Gemiddeld aantal stadagen naar energielabel



## 4.5 Stadagen naar CO<sub>2</sub>-uitstoot

De hoogte van de CO<sub>2</sub>-uitstoot houdt ook duidelijk verband met het aantal stadagen. Het is zonneklaar dat de occasionkoper meer belangstelling heeft voor een zuinige uitvoering. Het is dan ook geen verrassing dat auto's die mrb-vrij zijn aanmerkelijk minder stadagen hebben dan auto's die mrb-plichtig zijn. Daarbij zijn mrb-vrije diesels populair (gemiddeld slechts 40 stadagen). Dat is te verklaren uit het feit dat diesels zuiniger zijn dan benzineauto's maar normaal gesproken een hogere mrb kennen. Als een auto daarvan is vrijgesteld, wordt het rijden van een diesel extra interessant. Voor een belangrijk deel van die (nu nog) mrb-vrije auto's vervalt die vrijstelling echter vanaf 1 januari 2014. Toch kent ook die groep auto's nog een duidelijk kortere statijd dan auto's waarvoor in 2013 al mrb moet worden betaald. Het lijkt er dus niet op dat het vervallen van dat voordeel de consumenten ervan weerhoudt voor deze auto's te kiezen. Auto's die ook in 2014 mrb-vrij blijven, kennen de kortste statijd, namelijk slechts 29 dagen. Zie figuur 4.5.

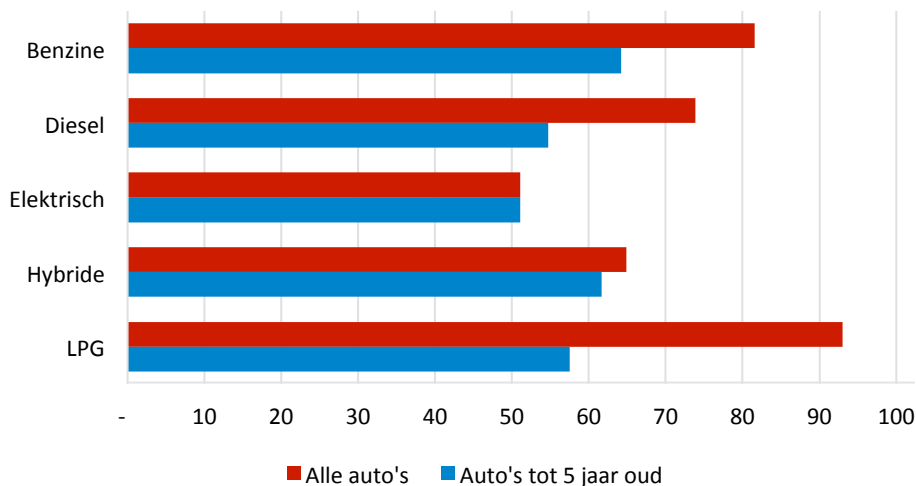
Figuur 4.5: MRB-vrijstelling en stadagen



## 4.6 Stadagen naar brandstofsoort

Langzaamaan komen er ook elektrische auto's in het occasionkanaal terecht. Statistieken van deze eerste ev's blijken vrij kort te zijn, veel korter dan van hybrides. Dit kan een tijdelijke situatie zijn, voortkomend uit een behoorlijke groep geïnteresseerden in combinatie met een zeer beperkt aanbod. Opvallend is verder dat benzineauto's een duidelijk kortere statistieken hebben dan diesels. Zie figuur 4.6.

Figuur 4.6: Gemiddeld aantal stadagen naar brandstofsoort







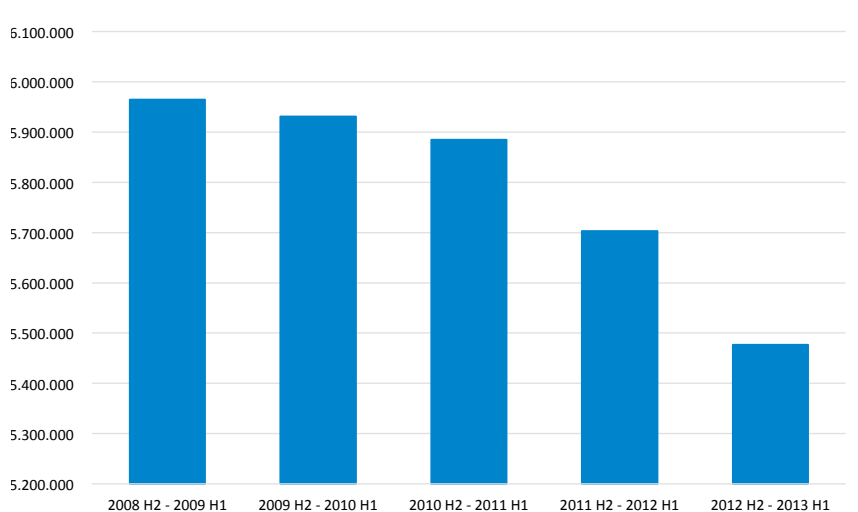
# Conclusie 5

Apk- markt daalt, vooral aandeel van merkdealers loopt terug

## 5.1 Dalende tendens in aantallen apk's

Zie figuur 5.1. Het is over een groter aantal jaren al het geval dat het aantal apk's consequent afneemt. Werden in H1 van 2008 (vijf jaar geleden) nog ruim 3,2 miljoen apk's verricht, in H1-2013 waren het er nog maar 2,95 miljoen. De daling H1-2013 ten opzichte van H1-2012 was minus 96 duizend apk's – dat is min 3,2 procent, een aanzienlijke daling. In de tweede helft van 2013 is geen verbetering te verwachten omdat in de tweede helft van het jaar altijd minder apk's worden verricht dan in de eerste helft.

**Figuur 5.1. Ontwikkeling aantal uitgevoerde apk's**

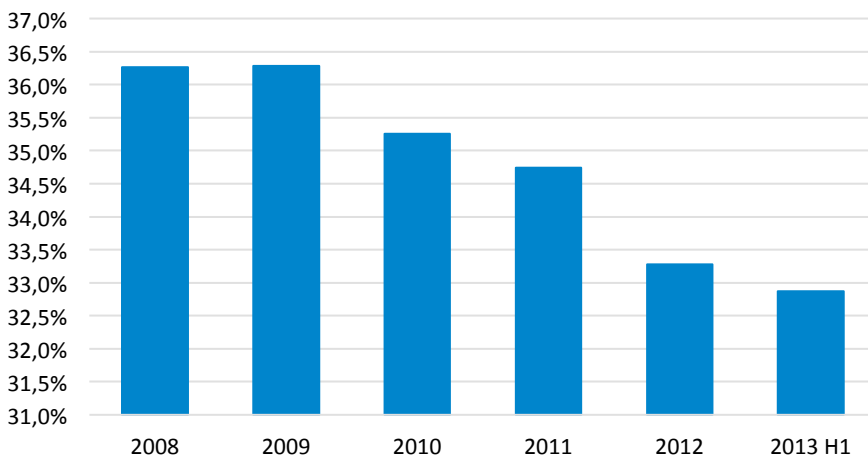


Er is een aantal oorzaken voor de daling van het aantal apk's. Een eerste oorzaak is het veranderde apk-regime. Benzine, hybride en elektrische auto's hoeven pas op latere leeftijd te worden gekeurd, en de eerste jaren ook nog eens minder frequent. Een tweede oorzaak is dat er in 2009 veel minder nieuwe auto's zijn verkocht dan gebruikelijk. Auto's uit dat jaar moeten nu allemaal worden gekeurd. Deze aanwas van apk-plichtige auto's is dus een stuk lager door het geringere aantal auto's. Een derde oorzaak is dat het wagenpark nauwelijks nog groeit en veel auto's in apk-plichtige leeftijd uit het wagenpark verdwijnen door export.

## 5.2 Merkdealers verliezen marktaandeel

Als wordt gekeken naar de aandelen van de verschillende soorten aanbieders op de apk-markt, valt op dat het marktaandeel van merkdealers al een aantal jaren daalt. Dit is duidelijk te zien in figuur 5.2. In de dalende markt wisten fastfitters het aantal uitgevoerde apk's tot en met 2012 wel op peil te houden. In de eerste helft van 2013 ontkomen ook zij niet aan een daling van het aantal keuringen. Andere universele garages lieten afgelopen jaar ook een teruglopend aantal apk's zien, maar de daling is lang niet zo sterk als bij dealers. Over de eerste helft van 2013 hebben universele autobedrijven die teruggang het beste weten te beperken.

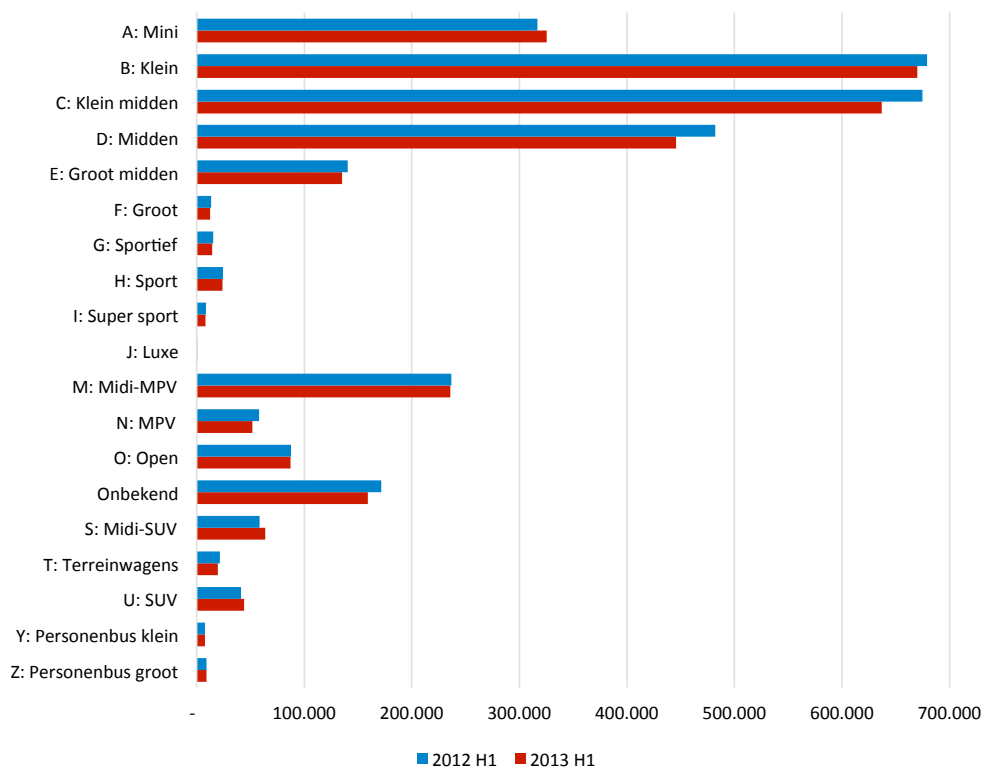
Figuur 5.2. Marktaandeel merkdealers binnen apk-markt



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

Uit figuur 5.3 blijkt dat met name in het C- en D-segment het aantal apk's is teruggelopen in H1-2013. Dat is te verklaren uit een afname van aantallen van dergelijke auto's binnen het wagenpark. Groei is er in het A-segment en bij de (midi-)suv's. Het aantal auto's binnen deze segmenten in het Nederlandse wagenpark is het afgelopen jaar juist fors gegroeid.

Figuur 5.3. Aantal apk's per segment personenauto's



## 5.4 Terugloop apk's grootste bij benzineauto's

Door een verandering in apk-regels hoeven jongere auto's met benzinemotor minder frequent te worden gekeurd. Als gevolg hiervan is het aantal apk's van benzineauto's de tussen 2008 en 2012 met ruim vierhonderdduizend stuks per jaar gedaald (-8%). Sinds 2012 daalt het aantal apk's echter relatief sterker bij diesels (-29 duizend apk's = -5,3%) en vooral bij lpg (-10%). Zie ook figuur 5.4. Een reden hiervoor is dat het aantal diesel- en lpg-auto's in het wagenpark is afgenomen.

De opkomst van met name hybride auto's is duidelijk zichtbaar. Het aantal apk's steeg van 8,7 duizend in H1-2012 naar 11,8 duizend naar H1-2013, een stijging van 36 procent. Het is duidelijk dat dit het gevolg is van het grote succes van de hybride auto in Nederland in de afgelopen jaren.

Figuur 5.4. Aantal apk's per brandstofsoort

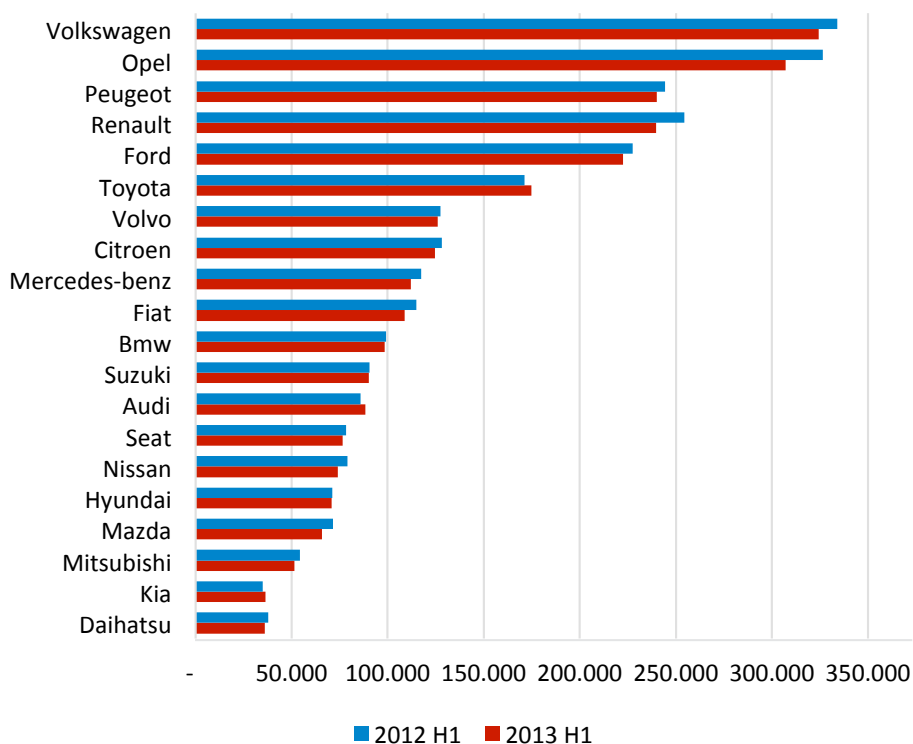
	2013 H1	2012 H1	Groei 2013
Benzine	2.335.938	2.397.973	-2,6%
Diesel	520.711	549.875	-5,3%
LPG	81.035	90.083	-10,0%
Hybride/Elektriciteit	11.837	8.716	35,8%
Alcohol	556	127	337,8%
CNG	840	533	57,6%
Overig	2	3	-33,3%

## 5.5 Apk's per merk

Als we het aantal apk's bekijken per merk, dan valt op dat bijna alle merken de dupe worden van de vermindering. Maar de grootste daling in aantallen is te vinden bij de merken Opel (-19,3 duizend apk's) en Renault (-14,6 duizend). In figuur 5.5. staan de twintig merken waar de meeste apk's voor zijn verricht.

Alleen bij de merken Toyota en Audi is er groei in het aantal apk's ten opzichte van 2012. Dit laat zich verklaren uit het groeiende aantal auto's in apk-plichtige leeftijd van deze merken binnen het Nederlandse wagenpark.

Figuur 5.5. Aantal apk's voor top 20 merken



## 5.6 Aantal apk's daalt komend jaar vier procent verder

Voor komende jaar is er een prognose van het aantal apk's gemaakt. Deze is gebaseerd op de apk-vervaldatum van het huidige wagenpark. Dit is vermeerderd met het aantal apk-plichtige importoccasions dat wordt verwacht, en verminderd met het verwacht aantal apk-plichtige auto's dat uit het wagenpark verdwijnt door export of demontage. Resultaat is dat er voor het laatste halfjaar van 2013 plus het eerste halfjaar van 2014 een totaal van 5,26 miljoen apk's voor personenauto's kan worden verwacht - een daling van vier procent ten opzichte van het voorgaande jaar. Procentueel is de daling even groot als de daling van het afgelopen jaar.





# Colofon

Nationaal Occasion Onderzoek 2013 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 2013 dat is uitgevoerd door VWE in Heerhugowaard in samenwerking met Automobiel Management (AM).

De digitale versie van het onderzoek kunt u downloaden van de websites [www.automobielmanagement.nl](http://www.automobielmanagement.nl) en [www.vwe.nl/noo](http://www.vwe.nl/noo)

## Datum

14 november 2013

## Research & analyse

VWE in samenwerking met Automobiel Management.

Alle cijfers hebben uitsluitend betrekking op personenauto's. Het onderzoek concentreert zich op het eerste halfjaar van 2013 (2013-H1).

## Redactie

Automobiel Management - Deventer  
[henkheuvelman@automobielmanagement.nl](mailto:henkheuvelman@automobielmanagement.nl)

## Vormgeving / opmaak

De Opmaakredactie - Wehl

## Druk

Drukkerij Roelofs - Enschede



**NATIONAAL OCCASION ONDERZOEK 2013**

# OCCASIONS

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