



NATIONAAL OCCASION ONDERZOEK 2016
OCCASIONMARKT
IN NEDERLAND

Verkoop, import en export, betrokken
verkoopkanalen en voorraadontwikkeling

NATIONAAL OCCASION ONDERZOEK 2016

OCCASIONMARKT

IN NEDERLAND

Verkoop, import en export, betrokken
verkoopkanalen en voorraadontwikkeling

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

Dit rapport is een beknopte selectie van de data, de resultaten en de achtergronden van het Nationaal Occasion Onderzoek 2016 dat is uitgevoerd door VWE Voertuiginformatie en –documentatie in samenwerking met Automobiel Management.

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

DASSCI



Oudere occasions zijn bij consumenten opvallend populair maar klassiekers (25-29 jaar) hebben bij de verkoopresultaten flink ingeleverd. De fiscale aanpassingen in Nederland hebben een sterk negatief effect gehad op de verkopen.

Inhoudsopgave

Colofon	6
Woord vooraf	7
Vier belangrijke conclusies in het kort	8
Conclusie 1: occasionverkoop groeit, aandeel autobedrijven neemt toe	18
1.1 Groei in occasionverkopen, C2C daalt verder	19
1.2 Aantal occasiontransacties stijgt naar bijna 4 miljoen	20
1.3 Oudere occasion opvallend populair bij consument	21
1.4 Volkswagen blijft op kop, Opel op de weg terug	22
1.5 B-segment wordt steeds dominanter	23
1.6 VW Golf en Polo populair, Opel Corsa haakt aan	24
1.7 Meeste verkopen en groei in Zuid-Holland	25
1.8 Omzet import occasions inmiddels hoger dan export	26
Conclusie 2: Grote verschillen tussen verkopende partijen op occasionmarkt	28
2.1 Aandeel van autobedrijven neemt toe	29
2.2 Veel kleine occasionverkopende bedrijven	30
2.3 Merkdealer verkoopt meer occasions dan universeel	31
2.4 Merkdealer verkoopt veel vreemde merken	32
2.5 Particulier verkoopt oudste auto's	33
2.6 Grotere en exclusievere auto's minder bij dealer gekocht	34
2.7 Occasions steeds meer marktconform geprijsd	35

Conclusie 3: korte statijden, voorraden sluiten beter aan bij vraag	36
3.1 Gemiddeld aantal stadagen stabiliseert	37
3.2 Jonge auto's hebben steeds minder stadagen	38
3.3 Suv's nog sneller verkocht	39
3.4 Plug-in hybrides in trek	40
3.5 Peugeot's weer snelst verkocht	41
3.6 Opel scoort met enkele populaire modellen	42
3.7 Bedrijfsvoorraden groeien	43
3.8 Meer oudere auto's in voorraad	44
3.9 Steeds betere mix van occasions op voorraad	45
3.10 Meer Volkswagens op voorraad	46
3.11 Voorraden hybride occasions nemen sterk toe	47
Conclusie 4: import blijft sterk groeien, export stabiliseert	48
4.1 Daling export neemt af	49
4.2 Vier jaar oude auto's doen het goed	50
4.3 Export per autosegment	51
4.4 Minder hybrides naar buitenland, plug-in steeds meer op exportmarkt	52
4.5 Spectaculaire exportstijging Peugeot	53
4.6 Oost-Europa blijft grootste afzetmarkt voor export	54
4.7 Import occasions opnieuw sterk gestegen	55
4.8 Importstijging bij (bijna) alle bouwjaren	56
4.9 Import occasions uit D-segment sterkst gestegen	57
4.10 Meeste importgroei bij volumemerken	58
4.11 Vooral populaire occasionmodellen geïmporteerd	59
4.12 Import essentieel voor Nederlandse occasionmarkt	60

Colofon

Nationaal Occasion Onderzoek 2016 is een onderzoek van Automobiel Management (AM) in Deventer en VWE Voertuiginformatie en – documentatie in Heerhugowaard. Dit rapport is een beknopte selectie van de data, de resultaten en de achtergronden van het onderzoek.

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

Datum

21 april 2016

Research & analyse

VWE in samenwerking met Automobiel Management.

Alle cijfers hebben uitsluitend betrekking op personenauto's. Het onderzoek concentreert zich op de cijfers van het kalenderjaar 2015.

Redactie

Automobiel Management - Deventer
redactie@automobielmanagement.nl

Vormgeving & opmaak

Bureau OMA - Doetinchem

Druk

Drukkerij Roelofs - Enschede

Woord vooraf

Dit Nationaal Occasion Onderzoek 2016 is het resultaat van een samenwerking tussen het vakblad AM Automobiel Management 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 gebruikte auto's en de eventuele gevolgen ervan voor de aftermarket. De belangrijkste conclusies uit het onderzoek worden gepresenteerd aan de autobranche door middel van dit rapport.

Het Nationaal Occasion Onderzoek 2016 is het vijfde resultaat van de samenwerking tussen AM en VWE. Er is gekozen voor een vaste aanpak die voor de noodzakelijke continuïteit in de data zorgt waarmee het mogelijk wordt de trends die voor de autobranche van grote waarde zijn in beeld te brengen. De handel in occasions is een essentieel onderdeel van de autobranche en dit jaar is speciaal gelet op de diverse aanbieders van occasions en op de verhoudingen die bestaan tussen de verkopende partijen.

Het onderzoek baseert zich op analyse van informatie van VWE door businessdata-analist Marc van der Elst. Hij heeft voor zijn analyses gebruikgemaakt van de VWE Trendweb database die is opgebouwd uit diverse databronnen, waaronder het RDW-register waar VWE als provider over beschikt. Alle cijfers in het Nationaal Occasion Onderzoek hebben betrekking op personenauto's en dit onderzoek concentreert zich op het kalenderjaar 2015. De cijfers worden vergeleken met kalenderjaar 2014 en eventueel ook met meerdere jaren daarvoor.

Met dit overkoepelende overzicht van de occasionmarkt zijn de belangrijkste ontwikkelingen van 2015 gesignaleerd en voor dit onderzoek nader uitgediept. De resultaten zijn in dit rapport weergegeven en in beknopte vorm gepresenteerd op het Driving Business Remarketing Event van Automobiel Management op 21 april 2016.

Een digitale versie van Nationaal Occasion Onderzoek 2016 is vanaf 22 april te downloaden via de websites www.automobielmanagement.nl/noo en www.vwe.nl/noo.

Piet Renses
Directeur VWE



Peter Brouwer
Hoofdredacteur AM



4

belangrijkste conclusies van Nationaal Occasion Onderzoek 2016

1. Occasionverkoop groeit, aandeel van autobedrijven neemt toe
2. Er zijn grote verschillen tussen de verkopende autobedrijven, de versnippering is erg groot
3. Kortere statijden, voorraden bij autobedrijven sluiten beter aan bij de vraag
4. Import van occasions blijft sterk groeien, de export stabiliseert



Er blijken erg veel kleine occasionverkopende bedrijven te zijn. Het overall-gemiddelde van alle verkopende autobedrijven was 62 verkochte occasions maar de helft van deze autobedrijven verkocht 23 occasions of minder. Een derde deel zelfs minder dan 10.

Occasionverkoop groeit, aandeel autobedrijven neemt toe

Conclusie

1

De markt voor occasions ontwikkelde zich positief in 2015. Consumenten kochten in totaal 2 procent meer occasions dan in 2014 en het aandeel van autobedrijven daarin nam toe. Autobedrijven wisten een groei van 4,7 procent in de verkopen aan consumenten te realiseren. De verkopen tussen consumenten onderling loopt al enkele jaren terug en ook in 2015 daalde dat aantal verkopen (-1,9%) weer. Opvallend is dat het aantal transacties tussen autobedrijven onderling is gestegen. Dit aantal daalde jarenlang vooral doordat autobedrijven occasions vaker zelf verkochten in plaats van af te stoten naar de handel. Er werden meer occasions van 4 en 5 jaar oud verkocht, wat vooral komt doordat het aanbod daarvan groter is door de hoge nieuwverkopen in 2010 en 2011.

Goedkoop, klein, oud

Behalve bij deze nieuwere auto's is er een opvallend sterke groei van verkopen bij oude occasions. Er werden 30 procent meer auto's verkocht in de leeftijd tussen 16 en 25 jaar. Onder consumenten is er veel vraag naar goedkope, kleine oude auto's. De meeste groei zat dan ook bij de kleine occasions uit de A- en B-segmenten. Verkopen

van grote auto's liepen terug. Uitzondering daarop zijn suv's, die (ook) op de occasionmarkt erg in trek zijn. De verkopen van midi-suv's groeiden sterk en ook de grotere suv's werden meer verkocht. Naar schatting zijn suv's inmiddels verantwoordelijk voor 13 procent van de totale occasionomzet van autobedrijven.

Volkswagen

Volkswagen bleef veruit het meest verkochte merk en verkopen groeiden zelfs sterker dan de totale markt. Nadat het aandeel van Opel een aantal jaren terugliep, lijkt het merk de weg omhoog weer te hebben gevonden. De Opel Corsa was populair, maar ook de nieuwe Karl en Mokka doen het goed. Ford is het enige volumemerk waarvan occasionverkopen achterblijven, dat is inmiddels voor het tweede achtereenvolgende jaar het geval.

Totale omzet

De totale omzet uit de verkoop van occasions waarbij autobedrijven zijn betrokken, wordt over 2015 geschat op 12,6 miljard euro. Dit is een veel hoger bedrag dan de omzet uit de verkoop van nieuwe auto's, naar schatting 9,4 miljard euro.



De markt voor occasions ontwikkelde zich positief in 2015. Volkswagen blijft veruit het meest verkochte merk en de verkopen ervan groeiden zelfs sterker dan de totale markt.

Grote verschillen tussen verkopende partijen, veel versnippering autobedrijven

Conclusie

2

Het aandeel van autobedrijven in de verkoop van occasions aan particulieren is gestegen van 56 procent in 2008 tot bijna 62 procent in 2015. Autobedrijven slagen er dus in een steeds groter deel van de markt in handen te krijgen doordat ze occasions tegen steeds scherpere prijzen adverteren en meer zekerheden bieden dan particulieren. Jonge kleine occasions zijn schaars maar autobedrijven slagen er steeds beter in die populaire auto's in hun voorraad te krijgen.

Merkdealer versus universeel

Hoe ouder auto's zijn, hoe méér ze door particulieren en minder ze door autobedrijven worden verkocht. Autobedrijven verkopen de meerderheid van de occasions in alle leeftijdsklassen tot 16 jaar. Daarbij zijn er duidelijke verschillen tussen autobedrijven onderling: bij merkdealers is een occasion gemiddeld vijf jaar oud, bij universele autobedrijven bijna tien jaar oud. Desondanks valt op dat ook merkdealers nog behoorlijk wat oude occasions aan consumenten verkopen. Dealers verkochten in 2015 vooral veel kleine auto's; maar liefst 45 procent van hun occasions kwam uit de A/B-segmenten. Universele autobedrijven verkochten in verhouding meer grotere auto's maar dit komt ook doordat deze meer voorkomen



Merkdealers verkochten in 2015 gemiddeld 162 occasions, universelen verkochten gemiddeld 53 occasions.



in het oudere deel van ons wagenpark. Minder courante auto's, zoals coupés, de meer exotische auto's en klassiekers worden in verhouding vaker door particulieren zelf verkocht.

17.400 bedrijven betrokken: grote versnippering

Vorig jaar hebben in totaal 17,4 duizend verschillende bedrijven occasions verkocht aan consumenten. De helft van de bedrijven verkocht nog geen twee occasions per maand. Ruim 3,3 duizend bedrijven verkochten elk meer dan 100 gebruikte auto's in het jaar en zijn daarmee samen verantwoordelijk voor ruim twee derde deel van de totale markt. In ieder geval is er sprake van grote versnippering. Merkdealers verkochten met gemiddeld 162 occasions in 2015 vaak meer occasions dan universele autobedrijven, die gemiddeld 53 occasions verkochten (maar er bestaan grote verschillen bij de universele bedrijven).

Boven/onder de marktwaarde

Verder is het opvallend dat een merkdealer gebruikte auto's van een groter aantal verschillende merken verkoopt dan een universeel. Bij merkdealers is 27 procent van de verkochte occasions van een vreemd merk. Autobedrijven bepalen de prijs van een occasion steeds zorgvuldiger: in 2015 lagen de vraagprijzen dichter in de buurt van de marktwaarde. Daarbij ligt de vraagprijs bij merkdealers vaker boven de marktwaarde en bij de universelen vaak net eronder.

Korte statijden, voorraden sluiten beter aan bij vraag

Conclusie

3

De totale occasionvoorraden bij autobedrijven zijn in 2015 met ruim 5 procent gegroeid naar 282 duizend auto's. Daarmee komt dit aantal, na enkele jaren waarin de voorraden relatief klein waren, weer ongeveer op het gemiddelde niveau van de laatste acht jaar. Door de uitzonderlijke piek in de nieuwverkopen groeiden de voorraden in november en december 2015 sterk.

Courante occasions

Er waren vooral meer auto's uit de populaire segmenten op

voorraad. Autobedrijven slagen er steeds beter in courante occasions in hun showrooms te krijgen. Van vrijwel alle volumemerken namen de aantallen auto's in voorraad toe: vooral van VW, Kia, Mini en Skoda. Het aantal plug-in hybrides verdrievoudigde en overstijgt inmiddels de volledig elektrische auto ook in het occasionaanbod. Behalve de aantallen jonge auto's namen vooral ook de aantallen oudere auto's toe; in de leeftijd van 16 tot 21 jaar groeiden de voorraden met meer dan de helft in één jaar tijd.

74 dagen gemiddeld

De omvang van de voorraden heeft invloed op de statijd van occasions. De statijden waren afgelopen jaren sterk gedaald maar in 2015 begon dit zich te stabiliseren en nam de gemiddelde statijd met nog maar een half procent af. Gemiddeld stonden occasions vorig jaar 74,4 dagen te koop, wat wel de kortste tijd sinds jaren is. Zowel auto's tot 7 jaar oud als auto's tussen de 15 en 25 jaar oud werden veel sneller verkocht dan in 2014. De ontwikkeling verschilt wel opvallend per segment. De toch al korte statijd in het A-segment nam verder af, in de qua volume belangrijkste B- en C-segmenten namen statijden in 2015 juist





Plug-in hybrides worden zeer snel verkocht en gewone hybrides staan net zo lang te koop als diesels.

wat toe. Suv's werden al best snel verkocht maar in 2015 zijn statijden nog verder gedaald.

Plug-ins en Opels

Plug-in hybrides worden zeer snel verkocht en gewone hybrides staat net zo lang te koop als diesels. Auto's op lpg zijn wat uit de gratie, de statijden liepen in 2015 nog verder op. Occasions van het merk Peugeot

zijn in 2015 gemiddeld het snelst verkocht. Bij de meeste grote merken namen de statijden af, met name bij Toyota en Volvo. Hoewel de statijd van Opel toenam, veroverden de Opels Karl en Mokka de eerste twee plaatsen in de lijst van snelst verkochte modellen. Ook crossovers of kleine suv's van diverse andere merken zijn erg in trek op de occasionmarkt.

Import blijft sterk groeien, export stabiliseert

Conclusie

4

De import van occasions is al enkele jaren sterk aan het groeien. In het afgelopen jaar 2015 bedroeg de groei bijna 28 procent en werden er ruim 140 duizend occasions geïmporteerd. De helft van die auto's blijkt jonger dan vijf jaar. Deze categorie groeide verder maar er werden ook veel meer oudere auto's van 15 tot 20 jaar geïmporteerd. Het B-segment was het belangrijkste voor de totale importmarkt. De sterkste groei was er vorig jaar bij midi-suv's en in de A-, C- en D-segmenten. De import van alle volumemerken nam in 2015 sterk toe. Daarbij worden vooral de modellen geïmporteerd die op de binnenlandse occasionmarkt populair zijn. Een sterke stijger was de Renault Clio.

Import: één op vijf

Inmiddels is import een substantieel deel van de Nederlandse occasionmarkt gaan uitmaken. Zo wordt er van diverse populaire modellen één occasion uit het buitenland gehaald op elke vijf door autobedrijven verkochte occasions. Reden hiervoor is dat het bestaande aanbod onvoldoende voorziet in de grote vraag van de Nederlandse consument naar compacte benzineauto's met weinig kilometers op de teller. Deels komt dat door de lage nieuwverkopen in de afgelopen jaren, deels doordat auto's die uit de lease vrijkomen vaak niet aan deze vraag voldoen. Die auto's worden dan juist vaak geëxporteerd. Zo wordt de handel in occasions steeds internationaler.

Onder invloed van de sterke binnenlandse vraag naar occasions was de export in 2013 en 2014 behoorlijk gedaald. In 2015 was er nog steeds sprake van een daling, maar met een half procent was die daling veel geringer. In het laatste kwartaal van 2015 groeide de aantallen zelfs weer. De exportmarkt lijkt zich te stabiliseren.

Kleine auto's naar het buitenland

De export van oudere occasions, tussen 10 en 25 jaar, nam in 2015 licht toe. Bij jongere auto's was er een daling, met uitzondering van de vier jaar oude auto's. Door de uitzonderlijk hoge nieuwverkopen in 2011 kwamen deze in grote aantallen terug vanuit de lease en inruil, en gingen vervolgens weer richting exportmarkten. Er werden duidelijk minder auto's uit de belangrijkste exportsegmenten C en D geëxporteerd. Ook bij grotere auto's liepen de aantallen terug. Opvallend is dat kleine auto's steeds meer geëxporteerd worden. De export van hybrides is daarentegen alweer op z'n retour. Ook de export van elektrische auto's nam vorig jaar af.

Het meest geëxporteerd zijn diesels, hiervan bleven de aantallen stabiel. Op merkniveau nam export van vooral Opels en Mercedessen af. Er werden juist veel méér Peugeots geëxporteerd, waardoor dit merk steeg naar de derde plek op de exportranglijst. Polen bleef veruit de belangrijkste exportmarkt. Vooral de export naar Afrika liep terug. Groei was er in 2015 bij de export naar een aantal Oost- en Zuid-Europese landen.

Import meer omzet dan export

De daling van het exportvolume en de sterke groei van de import hebben als resultaat dat in 2015 de totale omzet van de import van occasions voor het eerst hoger is uitgevallen dan de omzet van de export.



Occasionverkoop groeit, aandeel autobedrijven groeit

Hoofdstuk

1

'In 2015 daalde de verkoop van occasions tussen consumenten onderling opnieuw, namelijk met 13 duizend stuks tot 667 duizend auto's'

1.1 Groei in occasionverkopen, C2C daalt verder

Over het jaar 2015 zijn de totale occasionverkopen in Nederland ten opzichte van 2014 met drie procent gestegen tot 3,96 miljoen eenheden. In 2014 werd na twee jaren van daling de groei weer ingezet en in 2015 zet deze door. De totale verkopen aan consumenten namen in 2015 met 35 duizend stuks (+2%) toe tot bijna 1,75 miljoen occasions.

Van het totale aantal van 3,96 miljoen occasiontransacties in 2015, waren er 1,75 miljoen verkopen aan consumenten. Hiervan werden 1,08 miljoen occasions door een autobedrijf geleverd. Tussen bedrijven onderling ging het om 742 duizend stuks en tussen consumenten onderling ging het om 667 duizend stuks.

Occasion-
verkopen naar
3,96
miljoen
stuks in 2015

Een overzicht:

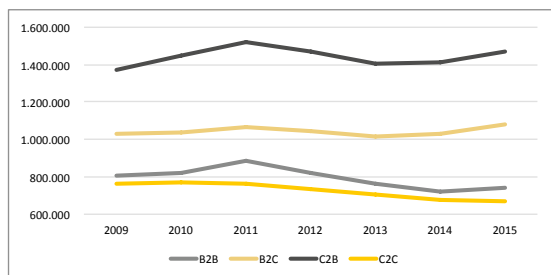
	2015	+/- t.o.v. 2014
Occasionverkoop B2C	1.079.982	+4,7%
Occasionverkoop C2C	667.104	-1,9%
Occasiontransacties C2B	1.471.939	+4,4%
Occasiontransacties B2B	742.264	+2,9%
Occasiontransacties totaal	3.961.289	+3,1%
Occasionverkoop aan consumenten	1.747.086	+2,0%

De daling van het aantal verkochte occasions tussen consumenten onderling (C2C) is doorgezet. Dit segment van de markt loopt al enkele jaren terug en daalde in 2015 opnieuw, namelijk met zo'n 13 duizend stuks (-1,9%) tot 667 duizend occasions in totaal. Ter vergelijking: in 2010 waren het nog 773 duizend occasions, ruim 100 duizend stuks meer.

Na enkele jaren van daling in de B2B-verkopen (bedrijven onderling) zijn die in 2015 weer gestegen, namelijk met 2,9 procent tot 742 duizend stuks

De markt voor de handel in occasions wordt verdeeld in vier categorieën, namelijk B2C, C2C, C2B en B2B. Dit zijn afkortingen van de termen Business to Consumer, Consumer to Consumer, Consumer to Business en Business to Business. Hiermee wordt respectievelijk bedoeld de handel van autobedrijven aan consumenten, van consumenten onderling, van consumenten aan autobedrijven en van autobedrijven onderling.

Figuur 1.1: Ontwikkeling occasionverkopen personenauto's



1.2 Aantal occasionstransacties stijgt naar bijna 4 miljoen

Het totale aantal occasionstransacties is in 2015 niet verder teruggelopen, integendeel: het aantal steeg van 3,84 miljoen in 2014 naar 3,96 miljoen in het afgelopen jaar. De stijging is opgebouwd uit positieve resultaten in alle kanalen, behalve die van de consumenten onderling (-1,9% tot 667 duizend). De verkopen van bedrijven aan consumenten stegen met 4,7 procent tot 1,08 miljoen stuks, wat een toename van 48 duizend auto's was ten opzichte van 2014. Deze stijging is ook procentueel de grootste van alle kanalen.

Iedere
werkdag in
2015:
11.000
verkopen

Vorig jaar konden we vaststellen dat de autobranche efficiënter ging werken omdat er minder B2B-transacties nodig waren om tot de uiteindelijke verkopen aan de consumenten te komen. Een belangrijke reden is dat autobedrijven in toenemende mate hun occasions zelf aan de eindconsument verkopen in plaats van ze af te stoten naar de handel, om zo zelf meer marge (en aanbod voor de werkplaats) te behouden. Toch zien we in 2015 een breuk met het dalende B2B-segment, immers het aantal steeg fors (+2,9%) tot 742 duizend stuks.

Opvallend is dat de afzet C2B met 4,4 procent is gestegen, wat een toename betekent van 62 duizend stuks tot 1,47 miljoen occasions. Dit wordt grotendeels veroorzaakt doordat er meer auto's uit de lease zijn teruggekomen en er meer zijn ingeruild. Het jaar 2015 kende qua nieuwverkopen immers een opmerkelijke decembermaand als gevolg van het veranderde fiscale regime. In de maand december 2015 werd het ongekend hoge aantal van 69 duizend nieuwe auto's geregistreerd waardoor het totaal uitkwam op 449 duizend nieuwe auto's (+15,9%).

Voor een goed beeld van de betekenis van de occasionverkoop voor de Nederlandse autobranche is het goed het aantal occasionverkopen te zien in relatie tot de nieuwverkopen. In 2015 verhandelden de autobedrijven tezamen 1,08 miljoen gebruikte auto's aan consumenten (B2C). Het totaal aantal verkopen van nieuwe auto's kwam uit op 449 duizend. Ofwel 70 procent van de auto's die autobedrijven verkopen zijn occasions.

Al met al is de totale handel in occasions in Nederland uitgekomen op 3,96 miljoen eenheden, een plus van 118 duizend stuks - en bij 3,29 miljoen stuks is een autobedrijf betrokken. Het ging in 2015 dus per werkdag* om bijna 11 duizend occasions.

**Uitgaande van
driehonderd (werk)
dagen per jaar*

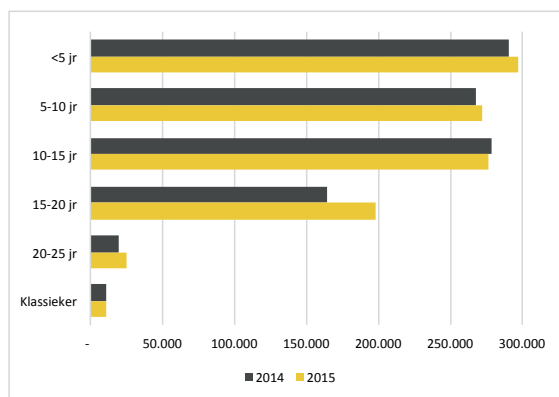
1.3 Oudere occasion opvallend populair bij consument

Uit een analyse van de B2C-verkopen blijkt dat er vooral veel meer occasions van 4 en 5 jaar oud zijn verkocht. Aantallen namen hier vorig jaar toe met ruim 31 duizend verkochte auto's (+25%) ten opzichte van 2014. Dit is deels te verklaren vanuit de nieuwverkopen, want in 2012 en vooral in 2011 zijn relatief veel nieuwe auto's verkocht. Hiervan komen er nu veel op de markt, via de lease of door inruil. Ook in absolute aantallen was de groep 4 jaar oude occasions in 2015 de grootste met 90,7 duizend stuks. Daarentegen zijn in 2009, 2013 en 2014 juist minder nieuwe auto's verkocht en dit heeft zijn effect op het aanbod van occasions uit die jaren. Hierdoor zijn er veel minder occasions van 2, 3 en van 6 jaar oud verkocht.

Opvallend is verder de sterke groei in occasions van 16 tot 25 jaar oud, van bijna 30 procent ten opzichte van 2014. In totaal ging het om 162 duizend occasions, 36 duizend stuks meer dan in 2014. Die groep was in 2014 ook al heel sterk gestegen. De grootste procentuele stijging (+44%) zien we bij de groep 21-22 jaar. Vooral voor kleine, zuinige, oudere occasions is zeer veel belangstelling. Met dergelijke auto's kan goedkoop gereden worden. Dat zoeken veel consumenten, zeker doordat na de crisis meer huishoudens moeite hebben rond te komen.

De groep klassiekers van 25-29 jaar oud heeft met minus 15 procent flink ingeleverd. Deze auto's zijn vaak gekocht vanwege de belastingvrijstelling en ingezet als dagelijks te gebruiken auto. De aanpassing van deze regeling heeft een sterk negatief effect gehad op de verkopen.

figuur 1.3: B2C occasionverkopen naar leeftijd auto



1.4 Volkswagen blijft op kop, Opel op de weg terug

Als we kijken naar de merken die populair zijn in de B2C-handel van occasions blijkt dat (het sinds september 2015 door schandalen geplaagde) Volkswagen de grootste blijft en zelfs sterker groeide dan het marktgemiddelde. Er werden 115 duizend gebruikte Volkswagens verkocht in 2015, een plus van 5,6 procent en ongeveer twee keer zoveel als het aantal nieuw verkochte Volkswagens in dat jaar. Maar ook Opel doet het goed op de occasionmarkt met 98 duizend auto's in 2015, een groei van 3,9 procent en bijna vier keer zoveel als het aantal nieuw verkochte Opels. Het merk heeft na enkele jaren van teruggang de weg omhoog weer gevonden op de occasionmarkt.

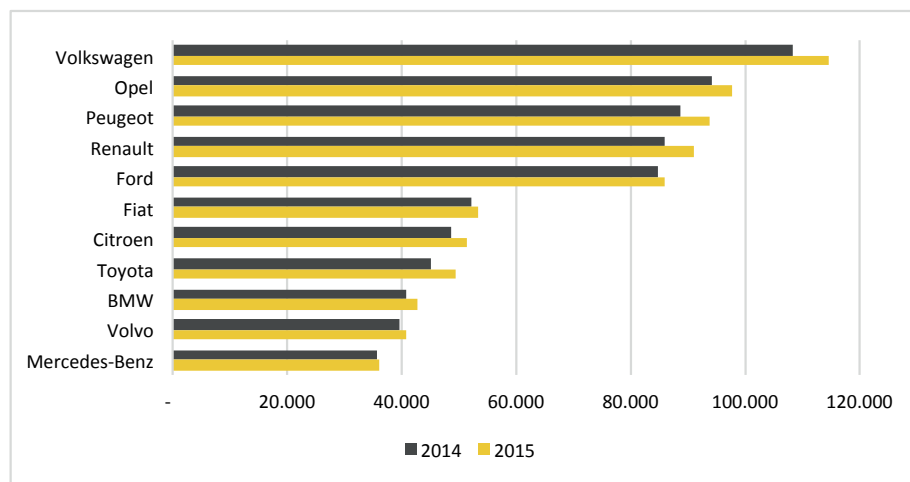
De drie Franse volumemerken Peugeot, Renault en Citroën en ook Toyota laten forse groeicijfers zien. Kia en Skoda groeiden meer dan 10 procent; dat is vooral veroorzaakt door de nieuwverkopen van deze merken in de afgelopen jaren. Die stegen flink waardoor

er steeds meer occasions op de markt komen.

Alle merken uit de Top 20 groeiden, maar de merken die in 2015 het minste groeiden zijn Ford (+1,4%) en Mercedes-Benz (+1,2%). Hiermee is Ford voor het tweede achtereenvolgende jaar relatief het slechtst presterende volumemerk op de occasionmarkt. Dalingen zijn er verder vooral bij merken die niet meer nieuw worden verkocht in Nederland of waarvan nieuwverkopen afgelopen jaren flink zijn gedaald: Saab (-5,2%), Rover (-7,2%), Chrysler (-11,5%), Lancia (-13,4%). Ook voor gangbare merken als Daihatsu (-0,7%), Alfa Romeo (-0,9%) en Honda (-3,2%) ziet het er op de occasionmarkt niet zo goed uit.

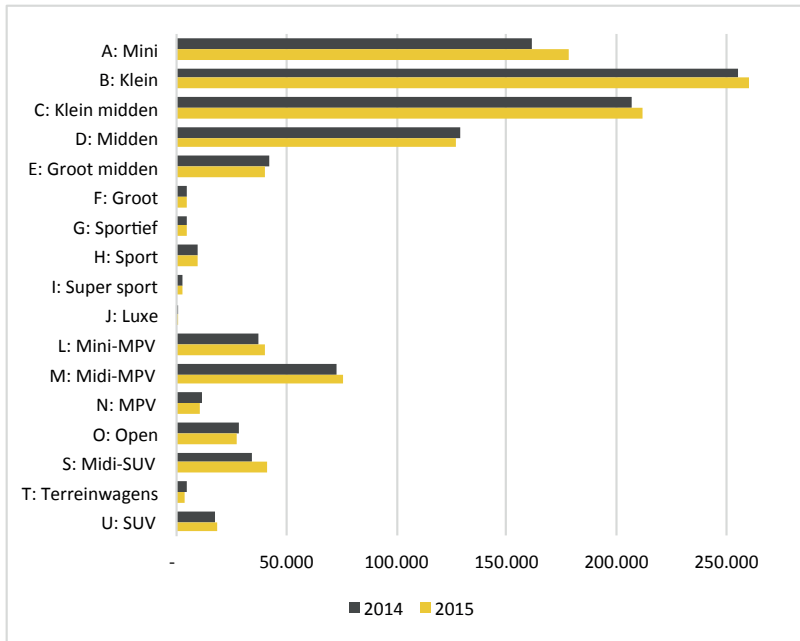
De Top 10 van merken was in 2015 goed voor 67 procent van de markt (B2C), de Top 20 van merken was goed voor maar liefst 91 procent van de B2C-markt.

Figuur 1.4: B2C verkopen Top 10 merken



1.5 B-segment wordt steeds dominanter

Figuur 1.5: B2C verkopen naar segment



In 2015 zijn opnieuw, net als in 2014, veel meer kleine occasions uit de A- en B-segmenten verkocht. Het immens populaire B-segment stijgt steeds verder boven de rest uit. Dit segment groeide met 8 procent en kwam uit op een omvang van bijna 275 duizend auto's. Het qua grootte erop volgende segment was het C-segment met 212 duizend verkochte occasions, het A-segment werd een goede derde met 178 duizend stuks. De drie segmenten A, B en C zijn in 2015 samen goed geweest voor 665 duizend occasions, oftewel voor 62 procent van de totale markt van 1,08 miljoen verkochte auto's.



Ook de verkopen van midi-suv's groeien sterk, dit segment heeft in 2015 het E-segment (van bijvoorbeeld de BMW 5-serie) in aantallen occasions ingehaald. Daling is vooral te vinden bij grotere auto's: de D- en E-segmenten zijn licht terug gelopen. En vooral de fullsize mpv blijft sterk dalen. Ook alle segmenten van exclusieve- en sportauto's dalen. Het enige segment van duurdere auto's waar op de occasionmarkt nog groei in zit, is dat van de fullsize suv's.

1.6 VW Golf en Polo populair, Opel Corsa haakt aan

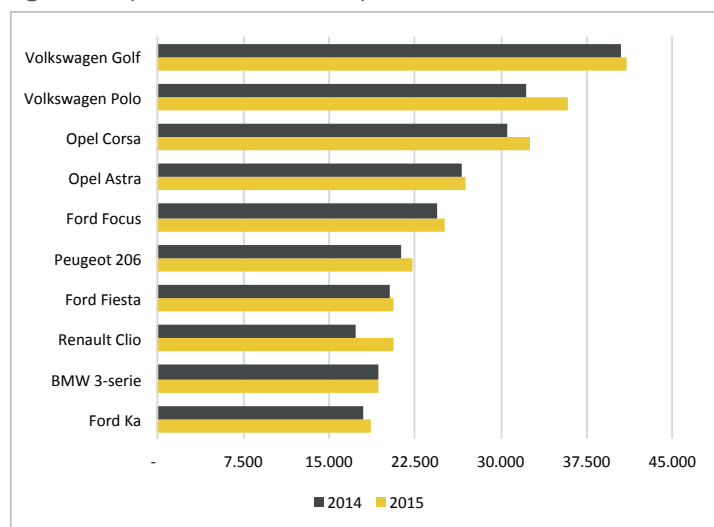
In 2015 was de Volkswagen Golf wederom de meest verkochte occasion in Nederland, maar met een stijging van 1,3 procent groeide het aantal Golfs aanmerkelijk minder dan de totale B2C markt (+4,7%) en ook minder dan het totale C-segment (+2,4%). Toch is de Golf nog goed voor bijna 41 duizend occasions. Het kleinere zusje Polo bezet de tweede plaats en realiseerde wel een flinke groei met ruim 11 procent. Ook de nummer 3, de Opel Corsa, realiseerde een aanzienlijke groei (+6,2%).



Verder groeiden veel kleine modellen sterk: de Renault Clio (+19,5%), Toyota Yaris (+23,9%) en Kia Picanto (+23,7%). Opvallend is dat de verkopen van de kleine Hyundai i10 juist daalden (-5,8%). De Clio komt door deze sterke groei de Top 10 binnen. De grotere Renault Scénic is daarentegen de sterkste daler van de Top 20. Andere modellen waarvan er in 2015 minder occasions werden verkocht zijn vooral grotere auto's: de Audi A4, Volvo V70, Renault Laguna en Ford Mondeo.

De Top 10 van automodellen was in 2015 goed voor 24 procent van de B2C-occasionhandel, de twintig best verkochte modellen waren samen goed voor 38 procent van de totale verkopen.

Figuur 1.6: Top 10 modellen B2C verkopen

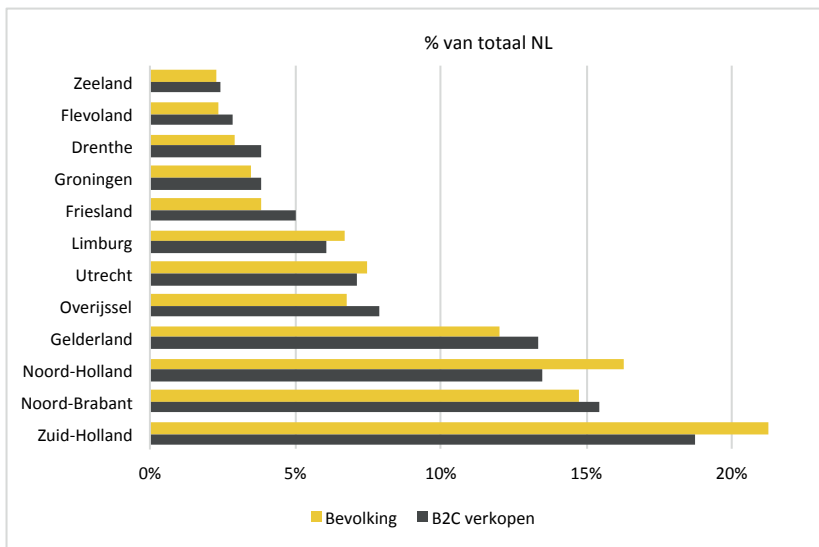


1.7 Meeste verkopen en groei in Zuid-Holland

De sterkste groei in occasionverkopen was er in 2015 in de provincie Zuid-Holland. Maar ook in de andere Randstedelijke provincies was de groei sterk. In andere delen van het land, Friesland en Drenthe, maar vooral in Limburg, was de groei veel kleiner. De verschillen in economische groei tussen provincies kunnen hiervan een oorzaak zijn. Noord-Brabant blijft een erg goede regio voor occasions.

In verhouding tot de bevolkingsomvang worden er vooral in de noordelijke provincies veel occasions gekocht - met name in Friesland en Drenthe. Een oorzaak hiervoor is dat in landelijke gebieden eerder een auto nodig is om voorzieningen te bereiken. In Noord-Holland en Zuid-Holland ligt het aantal juist relatief laag, wat te maken heeft met hogere aandeel leaseauto's en mensen zonder auto in de steden. Ook in Limburg is het occasioneandeel niet groot.

Figuur 1.7: B2C verkopen in verhouding tot bevolking (in % van totaal NL)



1.8 Omzet import occasions inmiddels hoger dan omzet export

De omzetwaarde van de handel in occasions kwam in 2015 uit op 16,3 miljard euro. Dit is 8,6 procent meer dan het jaar ervoor. In dit bedrag zijn meegeteld de B2C- en de C2C-verkopen plus de import en export van occasions.

Opvallend is dat de totale waarde van de import van gebruikte auto's in 2015 voor het eerst hoger (+15%) uitkwam dan de totale waarde van de export. Ter vergelijking: in 2012 bedroeg de importomzet nog maar 57 procent van de exportomzet. Dat import nu een hogere omzet vertegenwoordigt, is opmerkelijk aangezien het aantal auto's veel kleiner is dan bij export. Maar omdat de importauto's gemiddeld jonger zijn, hebben zij een hogere waarde. Het allergrootste deel van de occasionomzet komt altijd nog uit de binnenlandse verkopen van bedrijven aan consumenten (B2C).

Totale geschatte omzet in euro's occasionverkoop 2015

	Geschatte omzet *	2014
B2C verkopen	8,6 miljard	(8,0 miljard)
C2C verkopen	3,7 miljard	(3,6 miljard)
Import	2,1 miljard	(1,6 miljard)
Export	1,9 miljard	(1,8 miljard)
Totaal	16,3 miljard	(15,0 miljard)

In de binnenlandse verkopen en bij de import komt (net als in 2013 en 2014) de meeste omzet uit C-segment. Bij export is dit net als in 2013 en 2014 het D-segment. In de B2C-verkopen stijgt de omzet van vooral A- en B-segmenten en midi-suv's. De omzet in vooral full-size mpv's daalt, net zoals ook in coupés en sportauto's (G/H-segment). Suv's (uit beide segmenten) zijn inmiddels goed voor 13 procent van de B2C-omzet.

** Schatting, gebaseerd op aantallen per segment en leeftijd vermenigvuldigd met gemiddelde prijs per segment en leeftijd, op basis van vraagprijzen in VWE Advertentiemanager. Dezelfde gemiddelde prijs gehanteerd voor B2C, C2C, import en export.*

Zoals de tabel laat zien, is de omzet die voortkomt uit de handel in gebruikte auto's voor de Nederlandse autobranche enorm hoog: het gaat in totaal om zo'n 12,6 miljard euro (B2C + import + export). Bovendien is er nog de handel tussen consumenten onderling (C2C). Die is in 2015 toegenomen met ongeveer 100 miljoen euro en de omzet is geschat op 3,7 miljard euro. Dat is, ter vergelijking, bijna net zo veel als de omzetten uit de import en de export samen. De C2C-omzet vindt plaats buiten de autobranche, die al veel initiatieven heeft ondernomen om de C2C-handel naar zich toe te halen. Maar er is nog steeds veel te winnen.



'Met 16,3 miljard euro is de omzet uit de occasionhandel bijna twee keer zo groot als de 9,4 miljard* euro van de verkoop van nieuwe auto's'

** €22.000 (gem. netto catalogusprijs) x 449.350 (nieuwe auto's in 2015) x 5% korting (gemiddeld) = is 9,4 miljard netto omzet.*

Grote verschillen tussen verkopende partijen op occasionmarkt

Hoofdstuk

2

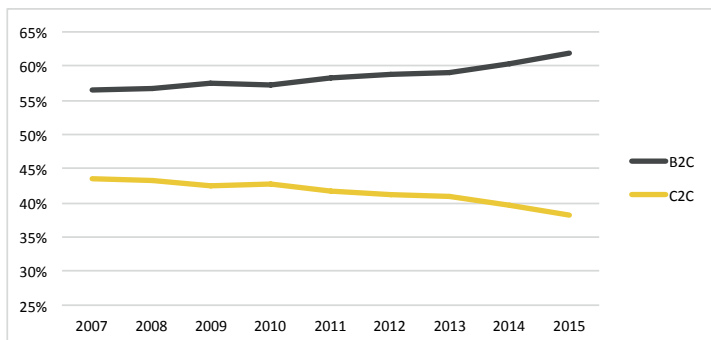
*'Bij de verkoop van occasions
aan consumenten neemt het
aandeel van de autobedrijven
toe'*

2.1 Aandeel van autobedrijven neemt toe

Er zijn in 2015 meer occasions verkocht aan particulieren, maar de ontwikkeling verschilt sterk tussen de kanalen. Binnen de verkopen van occasions aan consumenten wordt een steeds groter deel door autobedrijven verkocht (B2C), ten koste van de verkopen tussen consumenten onderling (C2C). De daling in dit segment van de markt is al sinds 2011 aan de gang en behalve in het jaar 2010 heeft deze trend zich elk jaar verder doorgezet. Vooral in de jaren 2014 en 2015 is de verhouding meer richting autobedrijven verschoven. Het aandeel van autobedrijven in de totale verkopen aan consumenten is gestegen van 56 procent in 2008 tot 60 procent in 2014 tot bijna 62 procent in het afgelopen jaar. Hieruit blijkt dat de autohandel steeds meer grip krijgt op de occasionmarkt. Deze verschuiving kan meerdere oorzaken hebben. Autobedrijven zijn hun occasions tegen steeds scherpere, meer marktconforme prijzen gaan adverteren (hertoe worden vaker meeneemprijzen en prijzen exclusief afleverkosten en garantie vermeld). Tegelijkertijd geeft de consument vaak de voorkeur aan een autobedrijf boven een particulier vanwege betrouwbaarheid, garantie en mogelijkheid tot inruilen. Bovendien slagen autobedrijven er steeds beter in de gewilde occasions in de showroom te krijgen, mede vanuit import.

B2C
stijgt tot
62%

Ontwikkeling aandeel B2C en C2C in verkopen aan consumenten



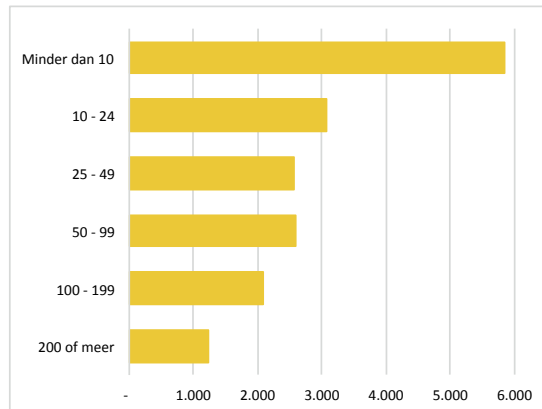
2.2 Veel kleine occasionverkopende bedrijven



Bij de ruim één miljoen occasions die door autobedrijven aan consumenten zijn verkocht in het jaar 2015, waren 17.408 bedrijven betrokken. Dit betekent dat een autobedrijf gemiddeld 62 occasions verkocht in een jaar, dus gemiddeld 1,2 occasion per week. De helft van alle bedrijven verkocht 23 occasions of minder in het jaar 2015, ofwel nog geen twee gebruikte auto's per maand. Een derde deel verkocht zelfs minder dan 10 occasions in een jaar tijd. De versnippering in de occasionverkoop is erg groot.

Er zijn 3.316 autobedrijven die 100 of meer occasions verkochten in 2015. Deze groep verkocht in totaal ruim 733 duizend occasions. Daarmee was 19 procent van de autobedrijven in 2015 goed voor 68 procent van alle aan consumenten verkochte occasions. Er waren 1.236 bedrijven die in 2015 meer dan 200 occasions aan particulieren verkochten.

Verdeling bedrijven naar aantal verkochte occasions

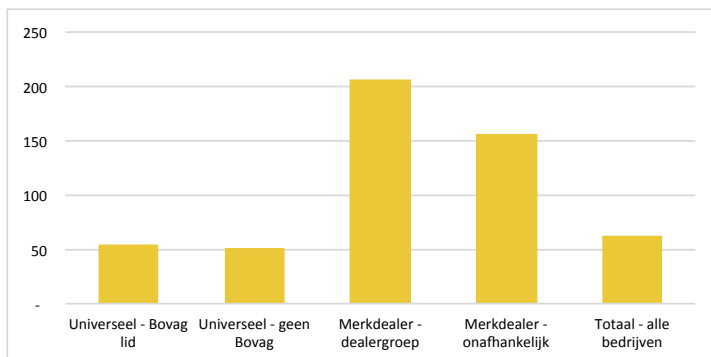


2.3 Merkdealer verkoopt meer occasions dan universeel bedrijf

Er zitten grote verschillen tussen merkdealers en universele autobedrijven. Op basis van een meerderheid van bedrijven waarvan bekend is of zij merkdealer zijn, zijn de verkopen per type bedrijf onderzocht. Vestigingen van merkdealers verkochten gemiddeld 162 occasions in 2015, universele autobedrijven slechts 53. Hoewel er ook universele bedrijven zijn die grote aantallen occasions verkopen, zijn er ook zeer veel die maar weinig auto's verkopen. Daarbij verkopen Bovag-bedrijven gemiddeld iets meer occasions (55 per jaar) dan niet-leden (gemiddeld 51), het verschil is gering. Bij merkdealers zijn er wel belangrijke verschillen tussen dealers die onderdeel zijn van een dealergroep met ten minste 5 vestigingen en onafhankelijke dealers. Deze laatste groep verkocht gemiddeld 157 occasions in 2015, terwijl bedrijven die onderdeel uitmaken van een dealergroep gemiddeld 207 occasions verkochten.

Deze verschillen komen ook terug in de voorraadomvang: universele autobedrijven hebben gemiddeld 22 auto's op voorraad, merkdealers het dubbele hiervan. Merkdealers die onderdeel zijn van een dealergroep hebben met gemiddeld 54 auto's de grootste voorraad, bij andere merkdealers ligt dat op 42 auto's.

Gemiddeld aantal verkochte auto's per bedrijf



Universeel
gemiddeld
22
auto's op
voorraad

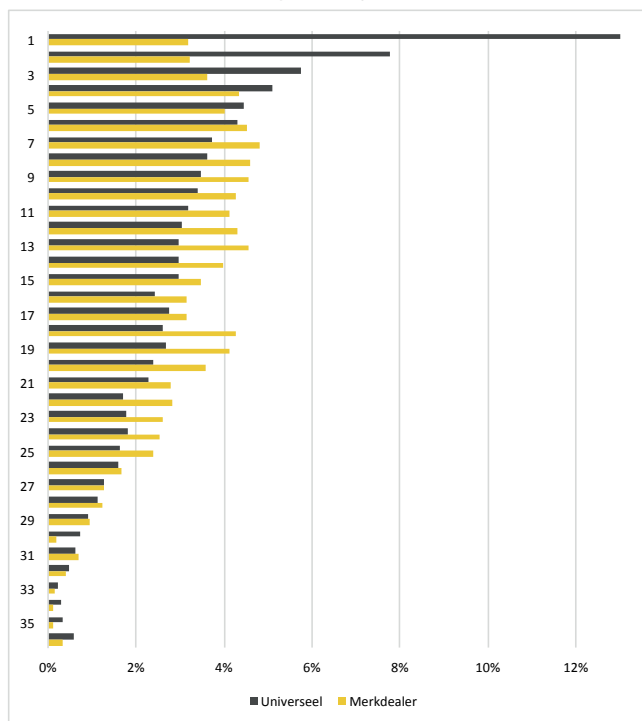
2.4 Merkdealer verkoopt veel vreemde merken

Onderzocht is hoeveel verschillende merken occasions door de autobedrijven zijn verkocht. Gemiddeld blijken dat 11 merken per bedrijf te zijn. Er zijn bedrijven die in 2015 alleen maar occasions van één merk verkochten, het andere uiterste is een bedrijf dat occasions van maar liefst 51 verschillende merken verkocht. Opmerkelijk is dat merkdealers in 2015 gemiddeld meer verschillende merken hebben verkocht dan universelen. Onder universele bedrijven zijn er veel bedrijven (13%) die slechts één merk verkochten. Maar ook het aandeel bedrijven dat occasions van 2 tot 5 merken verkocht, ligt hoger bij universelen dan bij merkdealers. Dit is opmerkelijk omdat merkdealers zich

juist op één of enkele merken focussen en universelen juist op meer merken. Hierin speelt waarschijnlijk mee dat er onder universelen veel kleine bedrijven zijn, of bedrijven die zich vooral focussen op de werkplaats, en die slechts enkele auto's verkopen. Merkdealers zijn vaak grotere bedrijven die veel meer auto's verkopen.

Van de occasions die merkdealers aan consumenten verkochten is 73 procent een auto van een eigen merk en 27 procent van een vreemd merk. Bij dealers die onderdeel uitmaken van een dealergroep ligt dat wat lager; daar is 24 procent een vreemdmerkoccasion.

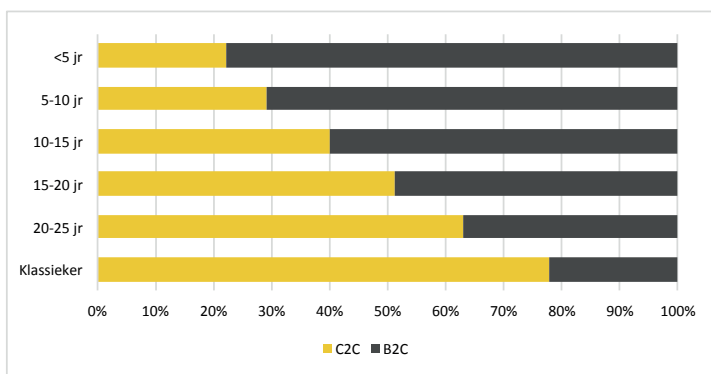
Aantal verschillende merken per bedrijf



2.5 Particulier verkoopt oudste auto's

Jonge auto's worden vooral door autobedrijven verkocht, oude auto's vooral tussen consumenten onderling. Hoe ouder de auto, hoe groter het aandeel van consumenten als verkoper. Auto's in alle leeftijden tot en met 16 jaar oud worden in meerderheid door autobedrijven verkocht. Vanaf 17 jaar worden occasions vaker door consumenten verkocht dan door autobedrijven. Occasions verkocht door autobedrijven waren in 2015 gemiddeld 9,8 jaar oud, door consumenten verkochte auto's 13,8 jaar oud.

Verhouding B2C en C2C naar leeftijd auto



Twee derde deel van de occasions die door merkdealers is verkocht, is 5 jaar of jonger. Bij universele autobedrijven is dat maar 28 procent. De gemiddelde leeftijd van een occasion ligt bij merkdealers op nog net geen 5 jaar, bij universele is dat met bijna 10 jaar oud ruim twee keer zo oud. Autobedrijven die de oudste auto's verkopen, namelijk gemiddeld 11 jaar, zijn universele die geen Bovag-lid zijn. Met gemiddeld 4 jaar oud worden de jongste auto's verkocht door merkdealers die onderdeel zijn van een dealergroep. Opvallend is dat merkdealers toch ook nog behoorlijk wat oude auto's verkopen; 11 procent van hun occasions is ouder dan 10 jaar. Bij universele autobedrijven maakt die groep zelfs 45 procent van de verkopen uit.

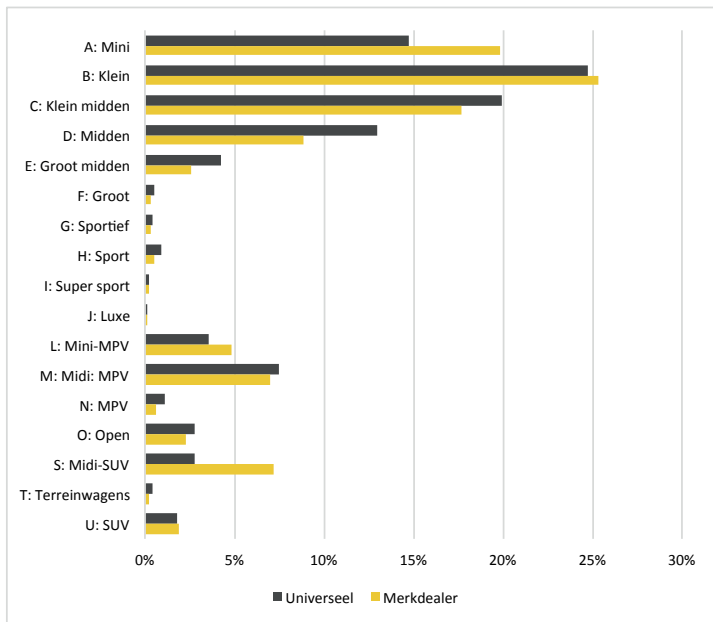
Verkochte occasions gemiddeld

9,8
jaar oud

2.6 Grotere en exclusievere auto's minder bij dealers gekocht

Gebruikte auto's uit de grootste segmenten, maar ook coupés en exclusieve auto's, worden vaak door particulieren verkocht. Het grootste aandeel hebben particulieren bij de klassiekers (deze vallen vooral onder het segment 'Onbekend'). Autobedrijven hebben juist een hoog aandeel bij midi-suv's en kleinere mpv's. Dit zal vooral komen doordat dit vaker jonge auto's zijn en omdat deze segmenten pas veel recenter populair zijn geworden dan de traditionele sedans en hatchbacks. Midi-suv's vormen ook het segment waarvan het grootste deel door merkdealers wordt verkocht. Merkdealers verkopen verder ook vaker dan universele autobedrijven kleine auto's uit de A- en B-segmenten. Deze maken daar maar liefst 45 procent van alle occasionverkopten uit. Ook dit heeft te maken met het feit dat deze auto's de laatste jaren veel populairder zijn geworden waardoor er veel jonge auto's zijn. Universele autobedrijven verkopen relatief veel occasions uit het D-segment. Ook de segmenten C, E, midi- en fullsize mpv's zijn voor universelen belangrijker. In aantallen gerekend, verkopen echter zowel dealers als universelen de meeste occasions uit het B-segment.

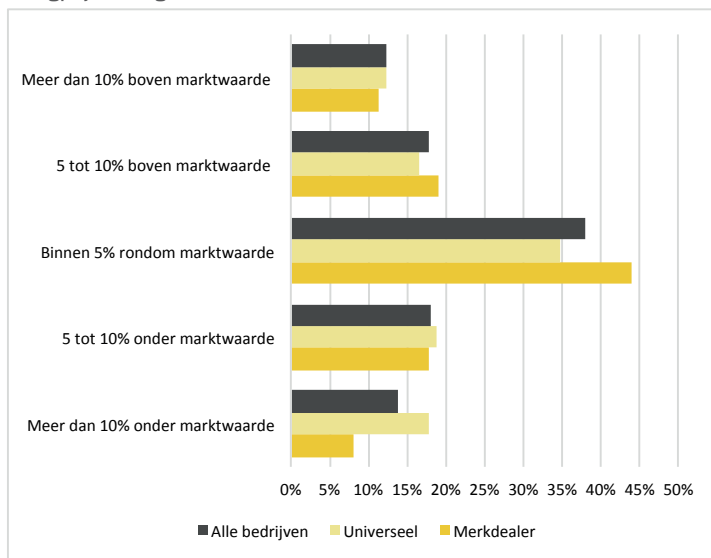
Verdeling verkopen per bedrijf naar segment



45%
van occasion-
verkopten bij
dealers komt
uit A- en B-
segment

2.7 Occasions steeds meer marktconform geprijsd

Vraagprijzen vergeleken met marktwaarde



Van de door autobedrijven aangeboden occasions is onderzocht in hoeverre de vraagprijzen in lijn liggen met de marktwaarde: 38 procent van de geadverteerde auto's wordt voor een marktconforme prijs aangeboden. Merkdealers bieden occasions vaker (namelijk 44 procent van de auto's) tegen hun marktwaarde aan dan universele autobedrijven. Maar als de vraagprijs afwijkt, ligt die bij universele autobedrijven vaak onder de marktprijs. Bij dealers liggen afwijkende prijzen juist vaker boven de marktprijs. Over alle auto's gerekend ligt de vraagprijs bij merkdealers gemiddeld 250 euro boven de marktwaarde, bij universelen 25 euro onder de marktwaarde.

Wanneer cijfers worden vergeleken met 2014 valt op dat er in 2015 minder occasions werden aangeboden tegen prijzen die sterk afwijken van de markt. Er waren vooral minder auto's die meer dan 10 procent onder hun marktwaarde geprijsd. Maar ook kwam het minder voor dat auto's meer dan 10 procent boven hun marktwaarde waren geprijsd. Steeds vaker worden occasions tegen vraagprijzen van 5 tot 10 procent boven de marktwaarde aangeboden. Autobedrijven lijken de prijzen van occasions steeds zorgvuldiger te bepalen. Vraagprijzen zijn meer marktconform, maar liggen ook vaak net wat boven de marktwaarde om zo een hogere verkoopprijs en marge te kunnen realiseren.

Korte statijden, voorraden sluiten beter aan bij vraag

Hoofdstuk

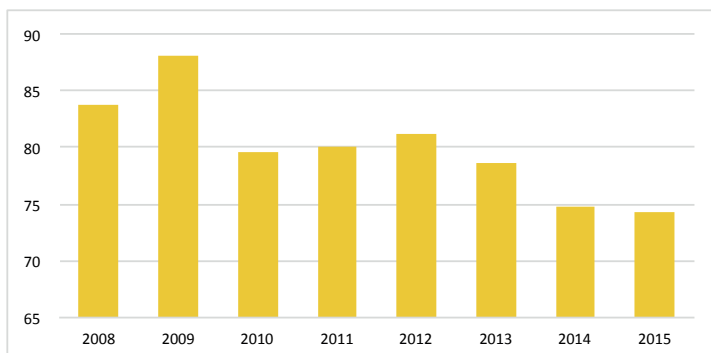
3

'Occasions worden steeds sneller verkocht. De marktomstandigheden zijn wat dat betreft gunstig voor autobedrijven'

3.1 Gemiddeld aantal stadagen stabiliseert

Na een sterke daling in 2013 en 2014 is het gemiddeld aantal stadagen van occasions bij autobedrijven in 2015 gestabiliseerd. Er is nog wel sprake van een lichte daling van een half procent over geheel 2015. Daarmee komt het gemiddelde aantal stadagen uit op het laagste niveau sinds jaren. In het tweede kwartaal van 2015 liep het gemiddelde aantal stadagen wat op maar daarna zakte het weer langzaam terug tot uiteindelijk een jaargemiddelde van 74,4 dagen. In 2009 was het gemiddelde nog ruim 88 dagen. Occasions worden dus steeds sneller verkocht. De marktomstandigheden zijn wat dat betreft gunstig voor autobedrijven.

Ontwikkeling gemiddeld aantal stadagen



Gemiddeld
74,4
stadagen
in 2015



3.2 Jonge auto's hebben steeds minder stadagen

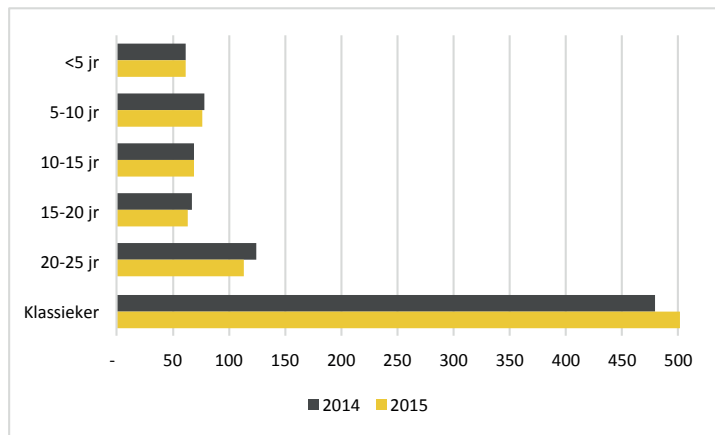
In het algemeen worden jonge auto's snel verkocht en occasions jonger dan één jaar zelfs in 42 dagen. In 2015 zijn de statijden van jongere occasions verder afgenomen. Dat is vooral het geval bij de zeer jonge auto's en bij de occasions in de categorie 5 tot 7 jaar oud. Ook zijn stadagen van oudere auto's fors gedaald, zoals dat in 2014 ook al het geval was. In de groep occasions van 20-25 jaar oud nam het gemiddelde af met ruim 10 dagen (-8,3%). Opvallend is dat auto's van 15 en 16 jaar oud veel sneller aan consumenten worden verkocht, namelijk in zo'n 61 dagen, dan auto's van 6 tot 8 jaar.



Ook zijn stadagen van oudere auto's fors gedaald, zoals dat in 2014 ook al het geval was. In de groep occasions van 20-25 jaar oud nam het gemiddelde af met ruim 10 dagen (-8,3%). Opvallend is dat auto's van 15 en 16 jaar oud veel sneller aan consumenten worden verkocht, namelijk in zo'n 61 dagen, dan auto's van 6 tot 8 jaar.

Klassiekers vanaf 25 jaar kenden al zeer lange statijden van gemiddeld 480 dagen en deze zijn in 2015 ook nog eens zeer sterk gestegen tot maar liefst 650 dagen. Klassiekers tussen 30 en 40 jaar zitten gemiddeld al op 730 dagen, ongeveer twee jaar dus.

Gemiddeld aantal stadagen naar leeftijdscategorie auto

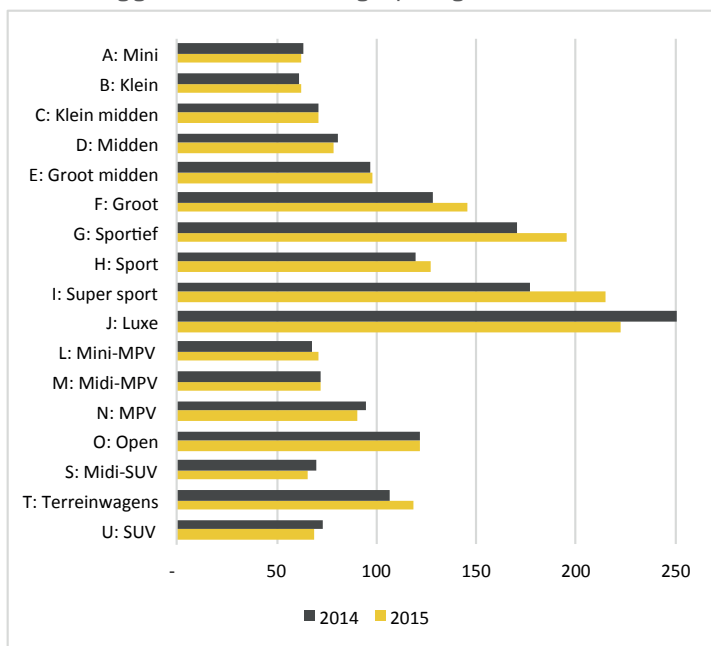


3.3 Suv's nog sneller verkocht

De A- en B-segmenten kenden in 2015 de kortste statijden met gemiddeld 63 dagen. In 2015 is het gemiddelde in het A-segment licht gedaald, het B-segment juist licht gestegen. Ook suv's hebben korte statijden; vooral de midi-suv's (66 dagen) maar ook de grote suv's (69 dagen). Van beide segmenten namen de statijden in 2015 behoorlijk af.

Statijden in de populaire B- en C-segmenten zijn licht gestegen. Opvallend is dat bij mpv's de trends van afgelopen jaren zich hebben omgedraaid: de gemiddelde statijd van grote mpv's nam in 2015 opeens behoorlijk af, terwijl die van mini-mpv's juist toenam. Ook in de minder courante segmenten met coupés, sportauto's en grotere auto's namen statijden sterk toe. Statijden van het in omvang onbeduidende J-segment (met limousines als Bentley's) waren in 2014 enorm toegenomen maar in 2015 is het gemiddelde weer met een derde deel afgenomen tot gemiddeld 222 dagen, het niveau van voor 2014.

Ontwikkeling gemiddeld aantal stadagen per segment.



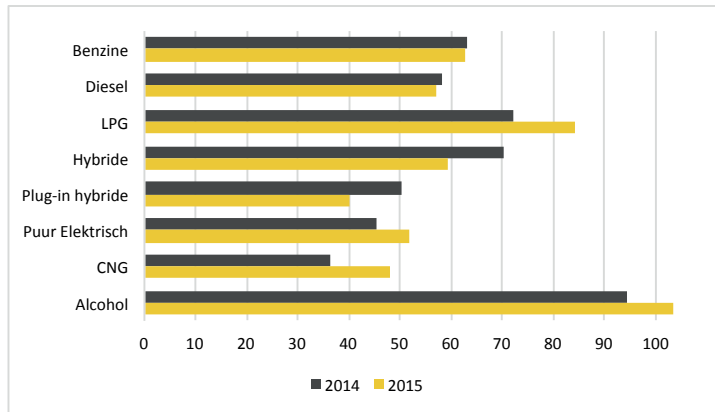
3.4 Plug-in hybrides in trek



Diesels hebben over de hele markt bekeken een kortere statijd dan benzineauto's. Daarbij daalde de statijd van diesels in 2015 ook sterker. De statijd van auto's op lpg was al het hoogste van alle brandstofsoorten en is in 2015 nog eens met 18,5 procent toegenomen tot maar liefst 112 dagen. Voor een eerlijke vergelijking met nieuwere aandrijfvormen is de groep occasions tot 5 jaar oud apart onderzocht. Daar binnen blijken auto's met nieuwe aandrijfvormen de kortste statijden te hebben. Bij puur

elektrische auto's nam het aantal stadagen in 2015 wel met 14,5 procent toe, tot gemiddeld 52 dagen. Bij plug-in hybrides nam het aantal stadagen juist met 20 procent af, tot slechts 40 dagen. Hybrides zonder stekker kennen een wat langere statijd, maar deze is in 2015 behoorlijk afgenomen en ligt nu op vergelijkbaar niveau als de diesels. Auto's op cng werden in 2014 het snelste verkocht. In 2015 is statijd hiervan behoorlijk toegenomen, maar met 48 dagen ligt dat nog steeds laag.

Gemiddeld aantal stadagen auto's jonger dan 5 jaar

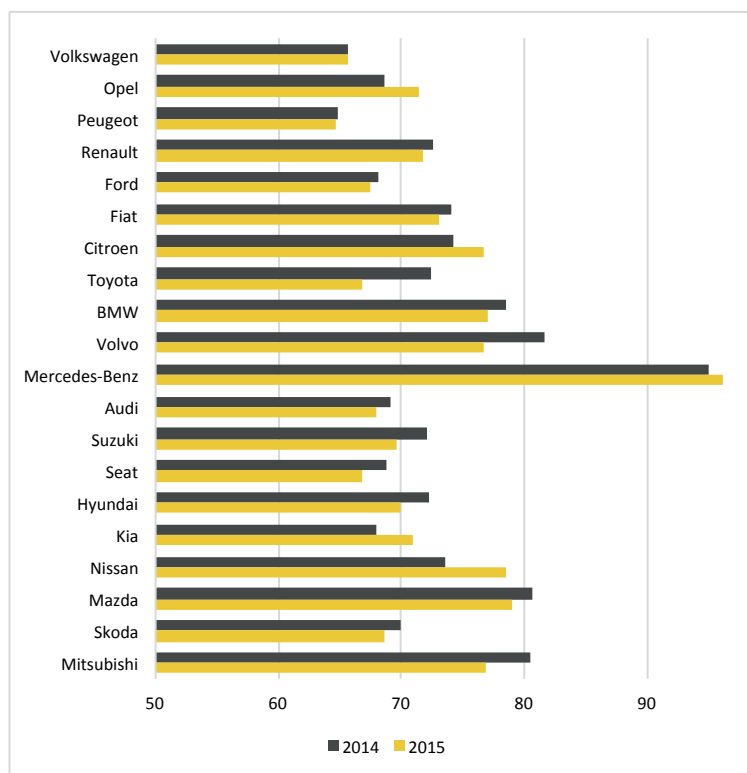


3.5 Peugeots weer snelst verkocht

Binnen de vijf grote merken valt op dat Peugeot, VW en Ford korte statijden hebben (65 tot 67 dagen) en Opel en Renault beide wat langer (71 tot 72 dagen). Peugeot had in 2015 zelfs de kortste statijd van alle merken. In 2014 haalde het Franse merk VW in en het verschil tussen beide is in 2015 nog wat vergroot.

Bij de meeste volumemerken namen in 2015 de statijden af. Bij Toyota en Volvo was de daling het sterkst. Daarentegen namen statijden bij Opel, Citroen, Kia en Nissan vorig jaar wel behoorlijk toe. Opvallend is de zeer korte statijd van Daewoo; dit al lang niet meer leverbare merk kent na Peugeot de kortste statijd van de markt. Bij de premiummerken valt op dat een Audi bijna 30 dagen sneller wordt verkocht dan een Mercedes. De statijden van Porsches zijn in 2015 met 10 dagen toegenomen.

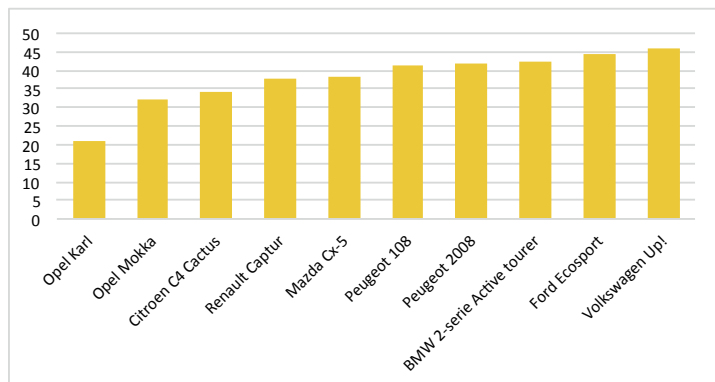
Gemiddeld aantal stadagen Top 20 merken



3.6 Opel scoort met enkele populaire modellen

Onder de veel verkochte occasions blijft de VW Polo net als afgelopen jaren het model met veruit de kortste statijd. Maar ook veel andere compacte auto's zoals de Peugeots 107 en 206, Toyota Aygo en Opel Corsa worden snel verkocht. De lijst met modellen met de kortste statijd van de gehele markt wordt in 2015 aangevoerd door Opel, met zelfs twee modellen. De nieuwe Karl staat bovenaan, gevolgd door de cross-over Mokka. Dit is opvallend, omdat het merk Opel in het algemeen wat langere statijden kent dan direct concurrerende merken. Modellen met zeer korte statijden zijn vaak recent geïntroduceerde modellen en opvallend vaak kleinere suv's of cross-overs. De helft van de snelst verkochte modellen heeft deze modieuze carrosserievorm.

Top 10 modellen kortste statijd

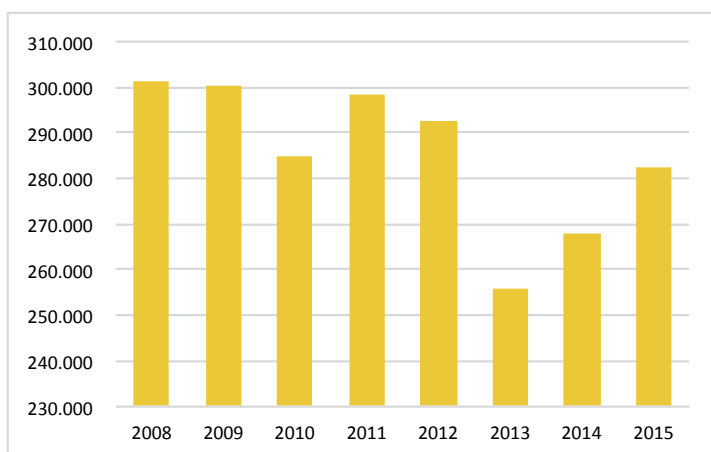


3.7 Bedrijfsvoorraden groeien

Nadat de voorraden aan occasions in 2013 sterk waren gedaald en op een zeer laag niveau waren beland, zijn de voorraden in 2014 en 2015 weer toegenomen. Daarmee ligt het voorraadniveau nu bijna op het langjarig gemiddelde over de laatste acht jaren gemeten, namelijk op 285.483 auto's. In de laatste twee maanden van 2015 stegen de voorraden ineens sterk; dit zal vooral komen door de piek in nieuwverkopen in die maanden. Daardoor zijn veel auto's ingeruild, uit de lease teruggekomen of alvast op kenteken gezet maar nog aanwezig in de onverkochte voorraad.

Gemiddeld stonden er ruim 282 duizend occasions in voorraad, ruim 5 procent meer dan in 2014. Per autobedrijf betekent dat een gemiddelde van 16 auto's op voorraad (282.000 auto's gedeeld door 17.400 bedrijven).

Totale voorraden occasions



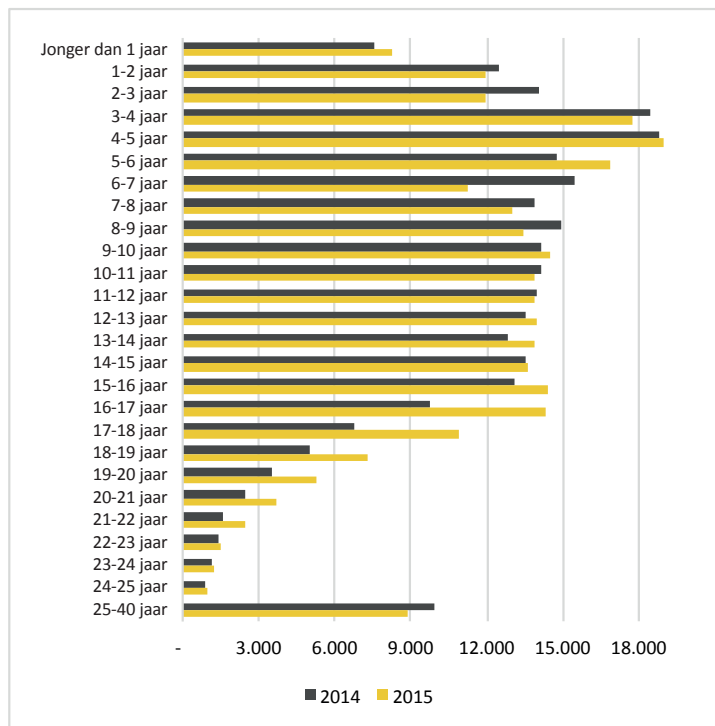
Gemiddeld stonden
282
duizend occasion in
voorraad

3.8 Meer oudere auto's in voorraad

Vooral de voorraden van oudere auto's zijn sterk toegenomen. Het aantal auto's in de categorie van 16 tot 21 jaar nam met 51 procent toe. Ook in 2014 groeiden de voorraden van deze groep auto's al sterk.

Bij jongere auto's is het beeld wisselend: voorraden van auto's jonger dan één jaar en van 4 tot 5 jaar oud zijn in 2015 behoorlijk gegroeid. Van de 6 tot 8 jaar oude occasions namen de aantallen juist fors af, net als bij de categorie 1 tot 3 jaar oud. Dit komt vooral door de nieuwverkopen: in 2012 en vooral in 2011 zijn er veel nieuwe auto's verkocht. Die kwamen vanuit de lease of door inruil in 2015 in groten getale terug in de bedrijfsvoorraden. Daardoor waren er meer 4 en 5 jaar oude occasions in voorraad. Daarentegen zijn er in 2009, 2013 en 2014 juist minder nieuwe auto's verkocht. Dit heeft effect op het aanbod aan occasions in 2015; er staan veel minder occasions van 2 en 6 jaar oud in de voorraden.

Ontwikkeling voorraden naar leeftijd auto

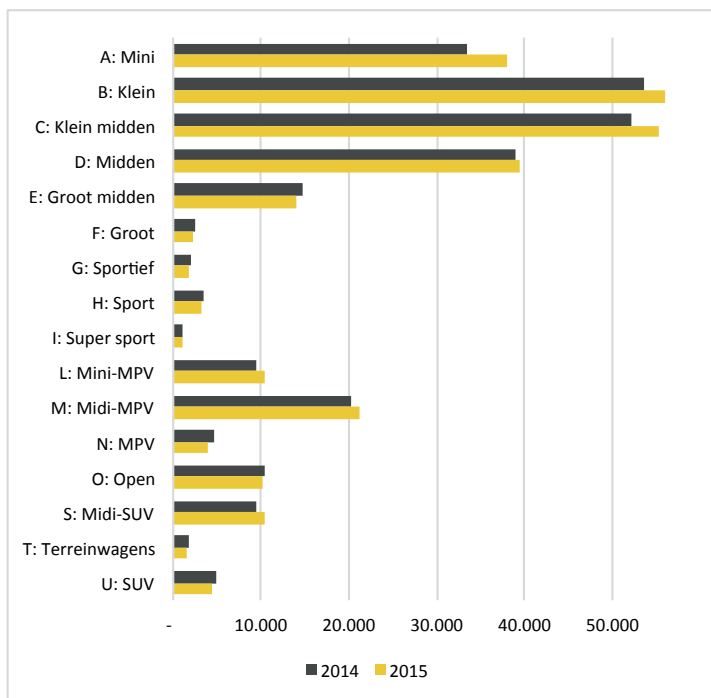


3.9 Steeds betere mix van occasions op voorraad

De voorraden namen vooral toe in de populaire segmenten A, B, C, de mini-mpv en midi-suv. Dit duidt erop dat autobedrijven er beter in slagen goed verkoopbare occasions in de showroom te krijgen. Soms gebeurt dat door de voorraden waar nodig aan te vullen vanuit import en anderzijds minder gevraagde auto's via export af te stoten. In vergelijking tot de occasionverkopen is er in de A- en B-segmenten nog steeds relatief het kleinste aantal op voorraad. Gemiddeld is er voor 2,6 maanden verkopen aan voorraad binnen die twee populaire segmenten. Bij minder courante segmenten is er in verhouding meer voorraad, met als uitschieter het luxe J-segment, waar er voorraad is voor wel driekwart jaar.

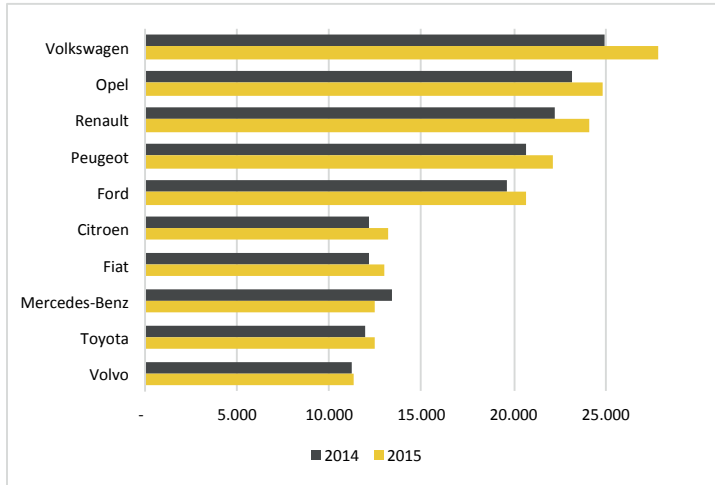
De segmenten A, B en C vormen bij elkaar 54 procent van de totale voorraden. In 2015 namen voorraden sterk af van auto's uit de segmenten die minder courant zijn of minder in trek zijn geraakt: grote auto's (E-/F-segmenten), exclusieve auto's, fullsize mpv's en terreinwagens.

Omvang voorraden naar segment



3.10 Meer Volkswagens in voorraad

Voorraad top 10 merken



De voorraden van de meeste volumemerken zijn in 2015 toegenomen. Volkswagen stijgt het meest, zowel in absolute aantallen als relatief gezien. Mercedes is één van de weinige merken waarvan de voorraden afnemen. Dit komt deels door de afname bij de klassiekers. Ook bij Hyundai neemt de voorraad wat af. Voorraden bij Volkswagen nemen toe, zoals ook bij Kia, Mini en Skoda toe. Dit lijkt een natuurlijke beweging: doordat de nieuwverkopen van deze merken afgelopen jaren gegroeid zijn, komen er nu meer auto's terug op de occasionmarkt. Ook verklaarbaar is de afname van voorraden bij merken die niet meer nieuw worden verkocht en bij exclusieve merken als Jaguar en Porsche.

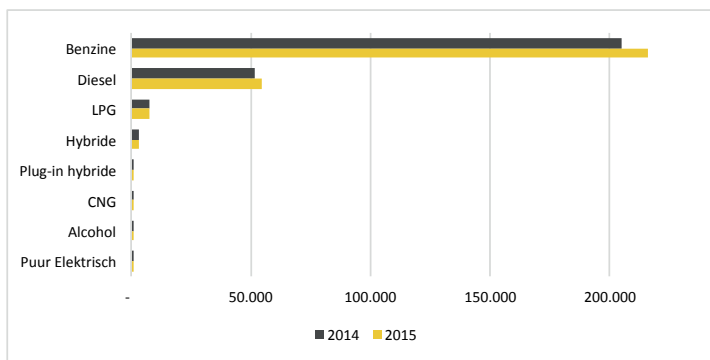


3.11 Voorraden hybride occasions nemen sterk toe

Er stonden in 2015 vier keer zoveel benzineauto's als diesels op voorraad. Van beide namen voorraden ongeveer 5 procent toe. Bij plug-in hybrides was de groei in 2015 met ruim 200 procent enorm groot, maar de absolute aantallen zijn nog steeds erg laag (369 stuks in 2015). Wel betekent dit dat er twee keer zoveel plug-in hybrides als volelektrische auto's in voorraad waren. Gebruikte elektrische auto's worden overigens zowel door dealers als universelen aangeboden, bijna in gelijke mate.

De hybride auto is inmiddels al een commodity: de voorraad occasions is in 2015 opgelopen tot 3,5 duizend stuks. Ook groeit het aantal aardgasauto's (cng) hard maar de voorraden van auto's op alcohol en autogas (lpg) nemen daarentegen af. De in Nederland ooit zo populaire lpg-auto zakte in 2015 nog weer verder weg; de totale voorraad occasions op lpg was in 2015 nog 7,5 duizend stuks, dat is 2,7 procent van het totaal aantal occasions.

Ontwikkeling voorraden per brandstofsoort



Import blijft sterk groeien, export stabiliseert

Hoofdstuk

4

*'Net als in voorgaande
jaren was Polen in 2015
verreweg de belangrijkste
exportbestemming'*

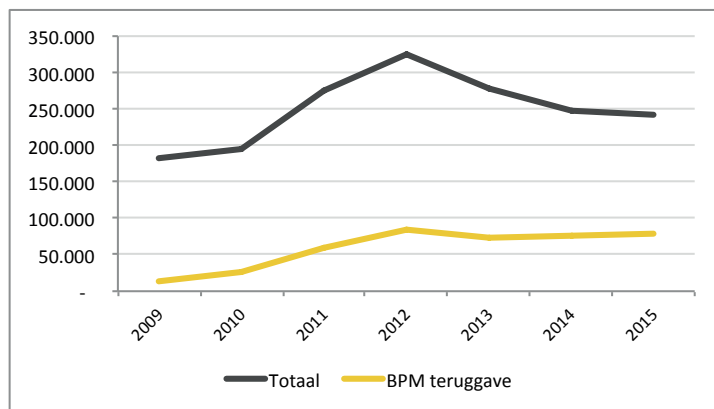
4.1 Daling export neemt af

In 2013 en 2014 was de export van occasions al aan het dalen. In 2015 is de export verder gedaald, maar veel minder sterk dan in voorgaande jaren. In totaal zijn er 242 duizend personenauto's geëxporteerd, 2,4 procent minder dan in 2014. Ter vergelijking: in 2014 was de daling ruim 11 procent het jaar daarvoor nog meer. Binnen de groep jongere auto's (van voor 15 oktober 2006 en dus in aanmerking komend voor BPM-teruggave) was er in 2015 zelfs sprake van een groei in export van 4,5 procent. Dit waren ruim 80 duizend van de 242 duizend exportauto's.



Vooraf in het vierde kwartaal lagen de aantallen flink hoger, ook ten opzichte van 2014. In het vierde kwartaal van 2015 steeg de totale export namelijk met 4,5 procent. In eerdere jaren was er in het vierde kwartaal ook wel groei, maar nu kwamen aantallen ook boven het vierde kwartaal van 2014 uit. Dit zou er op kunnen duiden dat aan de daling van export een einde komt en de markt zich nu gaat stabiliseren.

Totale export in 2015



4.2 Vier jaar oude auto's doen het goed

auto's 10-15
jaar oud
goed voor
32%
totale export

De export van auto's uit vrijwel alle bouwjaar tot 10 jaar oud, daalde sterk in 2015. Enige uitzondering daarop zijn vier jaar oude auto's, daarvan groeide de export namelijk met 16 procent tot bijna 24 duizend stuks. Een belangrijke oorzaak daarvan is dat er in 2011 veel nieuwe auto's zijn verkocht en dat daarvan een behoorlijk deel in 2015 terugkwam uit de lease. Bovendien worden er van de particuliere auto's ook relatief veel na 4 jaar ingeruild. Het aanbod van auto's uit 2011 was vorig jaar dus groot.

Auto's tot 10 jaar oud vormen 38 procent van de totale export. Maar de categorie auto's 10 tot 15 jaar oud is nog steeds het populairst voor export – en goed voor 32 procent van het totaal.

Bij klassiekers van 25-29 jaar oud is er sprake van een sterke daling. Die komt vooral doordat er in 2014 extreem veel van dit soort auto's zijn geëxporteerd als gevolg van de beëindiging van de fiscale vrijstellingen in ons land.

Ontwikkeling export naar leeftijdscategorie

	2015	2014	2013
<5 jr	46.281	46.746	52.015
5-10 jr	44.859	52.326	63.798
10-15 jr	77.776	75.694	92.545
15-20 jr	45.675	42.280	45.987
20-25 jr	10.555	10.261	10.576
Klassieker	16.645	20.347	14.115

4.3 Export per autosegment

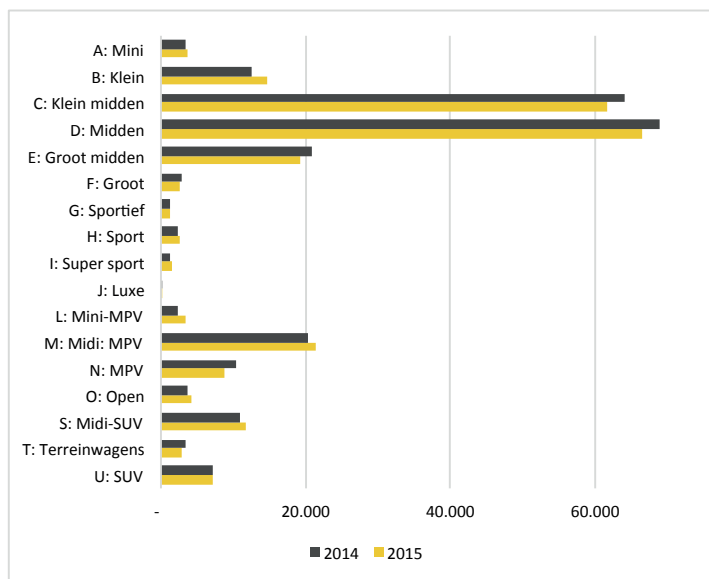
Ondanks de grote binnenlandse vraag begon de export van kleine auto's in 2015 te groeien. Dit heeft er waarschijnlijk mee te maken dat er steeds meer kleine auto's in het wagenpark zijn. Zo worden ook steeds meer kleinere auto's geleased. In exemplaren met hoge kilometerstanden en/of dieselmotoren is de Nederlandse consument minder geïnteresseerd, waardoor export ook voor dergelijke kleine auto's een aantrekkelijk alternatief kan zijn.

Bij de traditioneel voor export zeer belangrijke segmenten C en D lopen de aantallen terug. Ondanks een afname met in totaal 4,7 duizend auto's zijn deze twee segmenten samen nog steeds verantwoordelijk voor meer dan de helft van alle exporten.

De daling geldt nog sterker voor de grotere auto's vanaf het E-segment en de full-size mpv's. Van dit laatste segment werden er 15 procent minder auto's geëxporteerd in 2015. Groei is er juist bij de kleinere mpv's, net als bij de midi-suv's. Bij de mini-mpv's en midi-suv's komt dit ook doordat er meer van dergelijke auto's in het Nederlandse wagenpark zijn. Ook auto's uit niche-segmenten, zoals sportauto's, cabrio's, exclusieve auto's, werden in 2015 veel meer geëxporteerd.

Toch komt nog steeds ruim 60 procent van alle export uit de segmenten C, D en E. Het aantal exporten vanuit deze drie segmenten alleen was in 2015 even groot als de totale import van occasions.

Ontwikkeling export per segment



4.4 Minder hybrides naar buitenland, plug-in steeds meer op exportmarkt

De meest voorkomende brandstofsoort bij exportauto's is diesel. Hiervan bleef de export in 2015 stabiel. Bij de meeste andere brandstofsoorten nam de export af. De export van hybrides groeide enkele jaren spectaculair. In 2014 namen aantallen hier al af, en in 2015 is export van hybrides (zonder stekker) weer 10 procent gedaald. De plug-in hybrides worden ook al geëxporteerd. In 2013 ging het daarbij nog om slechts drie auto's, in 2014 steeg het aantal naar 37. Vorig jaar verzesvoudigde dat naar een totaal van 223 plug-in hybrides. Het aantal volledig elektrische auto's dat geëxporteerd werd daalde in 2015 met 21 procent tot 726. Dat betekent wel dat er nog ruim drie keer zoveel volledig elektrische auto's als plug-in hybrides naar het buitenland gaan. Dit komt doordat de plug-in pas de laatste paar jaar in opkomst is en daardoor nog maar zeer beperkt op de occasionmarkt komt - en doordat deze auto's in Nederland zeer populair zijn.

Ontwikkeling export per brandstofsoort in aantallen auto's

	2015	2014
Benzine	104.730	109.509
Diesel	121.302	120.953
LPG	9.578	10.442
Hybride	4.992	5.550
Plug-in hybride	223	37
Puur Elektrisch	726	922
CNG	195	203
Alcohol	40	37

In 2015
223
plug-in
hybrides
geëxporteerd

4.5 Spectaculaire exportstijging Peugeot

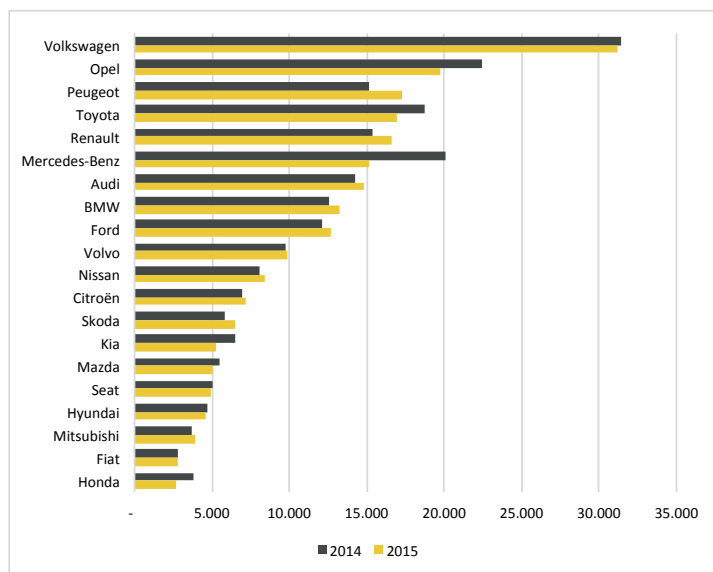
VW is het grootste exportmerk en de aantallen bleven bijna gelijk aan 2014. De export van Opel daalt sterk, net als in de afgelopen jaren. Dit komt mede doordat er de laatste jaren minder Opels in de typische exportsegmenten (C, D en midi-mpv) zijn verkocht. Export van de Opel Astra, enkele jaren geleden nog de meest geëxporteerde auto, daalde met 17 procent

Andere merken waarvan de export sterk daalde in 2015 zijn Toyota, Kia en Honda. Ook Mercedes daalde sterk, dit komt vooral door de terugval bij de klassiekers. Mercedes-Benz stond in 2014 nog op plaats drie op de lijst van populairste exportauto's maar viel in 2015 terug naar de zesde plek.

Er werden veel meer Peugeots geëxporteerd (+14%) waardoor dit merk juist steeg van de zesde naar de derde plek op de lijst van meest geëxporteerde automerken. Dit is te danken aan sterke groei bij de Peugeot 307, maar ook de 508 is vorig jaar in groten getale uit de lease teruggekomen en populair op de exportmarkt gebleken. Onder de jonge auto's was de 508 na de VW Passat zelfs het meeste geëxporteerde model.

Ook werden er meer premiummerken geëxporteerd, met als meest opvallende merken Porsche (+20%) en Lexus (+52%). De Top 10 van exportmerken is goed voor ruim 167 duizend auto's, ofwel 69 procent van het totaal. Met twintig merken wordt 91 procent van de export behaald.

Ontwikkeling export per merk



4.6 Oost-Europa blijft grootste afzetmarkt voor export

Net als in de voorgaande jaren was Polen ook in 2015 verreweg de belangrijkste exportbestemming voor Nederlandse occasions. De export naar Polen bleef op peil. Er is minder geëxporteerd naar Libië, Litouwen, Georgië en Nigeria.

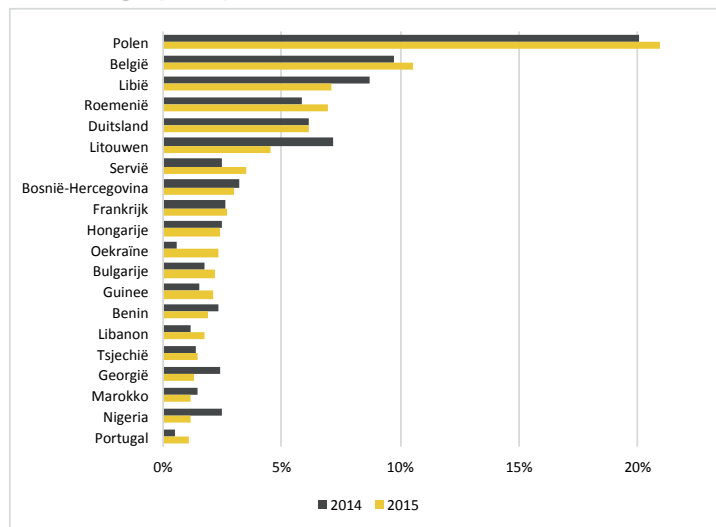
In 2015 heeft de export naar Oekraïne zich weer hersteld. In 2014 was die in aantal gehalveerd door de onlusten en importbeperkingen. Maar in 2015 zijn de exporten naar Oekraïne ten opzichte van 2014 weer verviervoudigd tot 2,4 procent van het totaal.

Andere markten die in 2015 groeiden zijn Servië, Roemenië en België. Opvallend is ook de export naar Zuid-Europa: er zijn in 2015 ruim twee keer zoveel auto's geëxporteerd naar Portugal en drie keer zoveel naar Italië als in 2014. De Top 10 landen is goed voor 68 procent van de export van occasions.

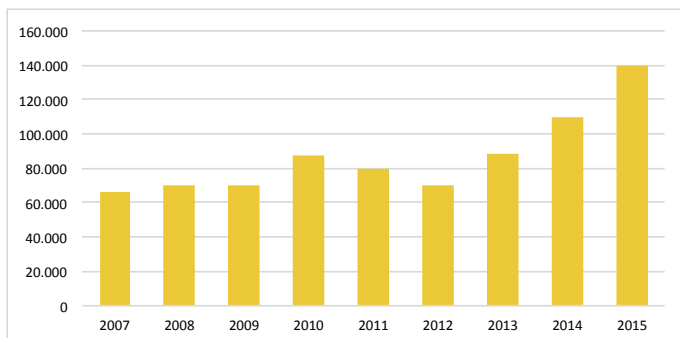
Op werelddeelniveau: de export van occasions naar Afrika loopt terug. De grootste (relatieve) groei in export ligt binnen Europa, meer specifiek binnen West-Europa. Echter Oost-Europa blijft veruit de grootste afzetmarkt in aantallen voor Nederlandse occasions.

TOP 10
landen:
68%
van alle export

Ontwikkeling Top 10 exportlanden



4.7 Import occasions opnieuw sterk gestegen



Verloop import personenauto's per jaar

De import van gebruikte auto's is in 2015 opnieuw sterk gestegen. De aantallen geïmporteerde auto's stijgen nu al drie jaar op rij met zo'n 25 procent per jaar. In 2015 was die groei maar liefst 27,7 procent waarmee de import op ruim 140 duizend personenauto's uitkwam. Dit is bijna het dubbele van het aantal in 2012. In elk kwartaal van 2015 zijn er weer meer occasions geïmporteerd dan in het voorgaande kwartaal.

Ondanks deze aanhoudende groei worden er nog steeds meer occasions geëxporteerd dan geïmporteerd. Per saldo neemt, als gevolg van de bewegingen van export en import, het Nederlandse wagenpark van gebruikte auto's in omvang af met ruim 100 duizend stuks want in 2015 bedroeg de export 242 duizend auto's.

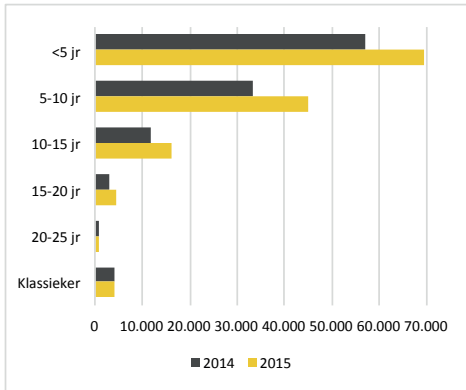


Net als in voorgaande jaren was Polen ook in 2015 verreweg de belangrijkste exportbestemming voor occasions.

4.8 Importstijging bij (bijna) alle bouwjaren

In vrijwel alle leeftijdsklassen is de import van gebruikte auto's toegenomen. De helft van de import auto's is jonger dan vijf jaar. De grootste groei in aantallen zit ook in jongere occasions; vooral occasions van 2 jaar, 4 jaar en 6 jaar oud waren populair in 2015. Van de occasions jonger dan één jaar is in 2015 maar liefst 62 procent meer geïmporteerd dan in 2014, tot een totaal van bijna 6,4 duizend stuks. Procentueel groeide ook de import van oudere auto's erg hard, voornamelijk bij de groep occasions van 15-20 jaar.

Bij de klassiekers van 25-29 jaar namen de importaantallen verder af. Dit komt vooral door de beëindigde vrijstelling van de motorrijtuigenbelasting. De import van deze categorie is nog maar 5 procent van de



Import occasions naar leeftijd auto

aantallen in 2011. Import van oldtimers ouder dan 40 jaar groeide juist weer wel, tot bijna 2,5 duizend auto's (+8%) in 2015.



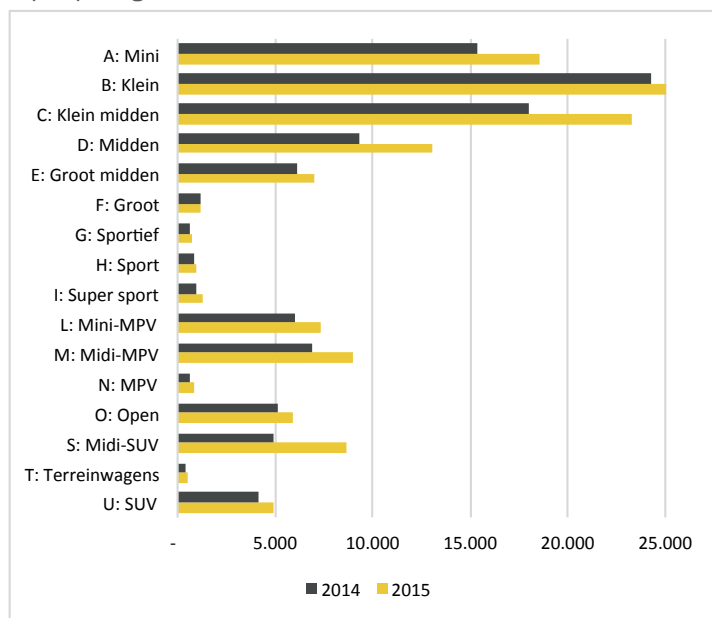
4.9 Import occasions uit het D-segment sterkst gestegen

In 2015 zijn er ruim 7 duizend occasions uit het B-segment meer geïmporteerd, waarmee dit segment nog verder groeit als grootste importsegment tot een totaal van 31 duizend. In 2015 zijn er ruim 3 keer zoveel B-segmentauto's geïmporteerd als in 2012. Maar er was ook sterke groei in de A- en C-segmenten. En vooral bij midi-suv, waar de aantallen met maar liefst 78 procent steeg, tot ruim 8,6 duizend auto's.

Opvallend is ook dat de import van auto's uit het D-segment, na een daling en voorzichtige groei in 2014, nu echt fors is gestegen. In verhouding was de groei met 40 procent tot ruim 13 duizend occasions zelfs de sterkste van de hele markt.

Zelfs van segmenten die op de Nederlandse occasionmarkt minder populair worden, zoals coupés, terreinauto's, full-size mpv's en grotere auto's uit de segmenten E en F, nam de import toe.

Import per segment



4.10 Meeste importgroei bij volumemerken

Ontwikkeling import per merk

	Merk	2015	2014	Groei 2015 (tov 2014)
1	Volkswagen	21.762	16.057	36%
2	Mercedes-Benz	9.899	8.232	20%
3	Toyota	9.084	6.919	31%
4	BMW	8.929	7.516	19%
5	Renault	8.529	5.977	43%
6	Opel	8.529	7.384	16%
7	Ford	8.418	6.340	33%
8	Peugeot	7.715	6.682	15%
9	Volvo	6.975	4.388	59%
10	Audi	6.788	5.325	27%
11	Citroën	6.171	4.826	28%
12	Fiat	4.324	3.633	19%
13	Nissan	4.201	2.645	59%
14	Suzuki	3.137	2.770	13%
15	Seat	3.011	2.664	13%
16	Hyundai	2.567	2.102	22%
17	Mini	2.555	2.241	14%
18	Kia	2.105	1.656	27%
19	Skoda	1.779	1.347	32%
20	Mazda	1.603	1.198	34%

Terwijl Volkswagen het grootste exportmerk is met 31 duizend stuks, is het ook opnieuw het grootste importmerk. In aantallen is het aantal geïmporteerde Volkswagens in 2015 gestegen met 35,5 procent tot meer dan 20 duizend stuks. Het bestand aan gebruikte Volkswagens in Nederland nam als gevolg van de bewegingen in de import en de export per saldo dus af met 11 duizend stuks.

Ook Mercedes is, na het inzakken van de import van klassiekers voor dagelijks gebruik, juist weer gestegen dankzij de jongere occasions. Het Duitse merk blijft daardoor op de tweede plek in de ranglijst staan. Sterke groei was in 2015 verder te zien bij Toyota (+31%), Ford (+33%), Renault

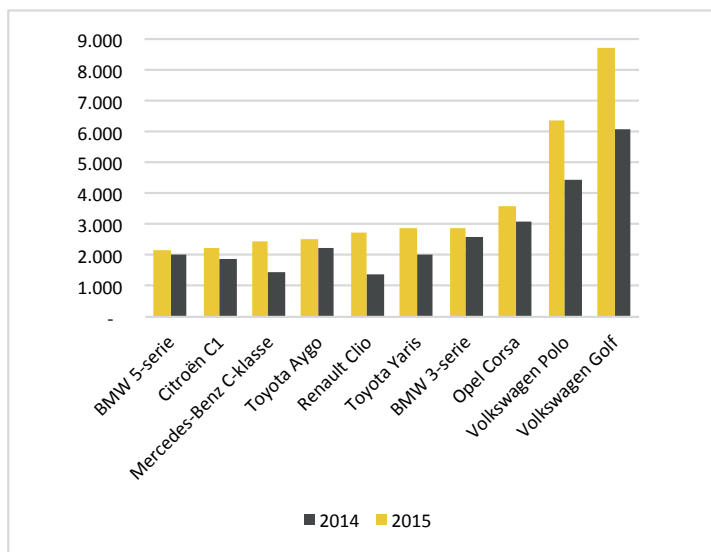
(+43%), Volvo (+59%) en Nissan (+59%). Renault heeft door de sterke groei zowel Ford als Peugeot ingehaald en hetzelfde niveau als Opel bereikt.

De enige grotere merken waarvan de importgroei onder de 10 procent bleef, zijn exclusieve merken als Jaguar en Maserati. Bij de kleinere exclusieve merken Infiniti, Lotus en Rolls-Royce was er sprake van een daling van import. Dat de groei vooral bij de volumemerken zit, is veroorzaakt door de belangstelling voor kleinere auto's op de Nederlandse occasionmarkt. Deze kleine modellen worden vooral door de volumemerken geproduceerd.

4.11 Vooral populaire occasionmodellen geïmporteerd

De Top 3 van importmodellen is (net als vorig jaar) exact hetzelfde als de Top 3 van meest verkochte occasions in Nederland. Van vooral de beide Volkswagens Golf en Polo groeide de import sterk. Een sterke stijger is de Renault Clio; de aantallen hiervan verdubbelden in 2015 bijna. Deze groei komt vooral voor rekening van jonge Clio's. Onder de importauto's jonger dan 5 jaar is de Clio zelfs gestegen naar de derde plaats. Andere modellen die in 2015 sterk groeiden bij import zijn de Toyota Yaris en Renault Captur. Behalve deze populaire kleine modellen groeit ook de import van enkele grotere premiummodellen weer sterk. Bij de jonge occasions valt de verdubbelde import van Audi A3, Volvo V60 en de Mercedes-Benz C-klasse op. Dit zijn deels plug-ins, maar een belangrijk deel van de groei komt van conventionele uitvoeringen.

Top 20 modellen import tot 5 jaar oud

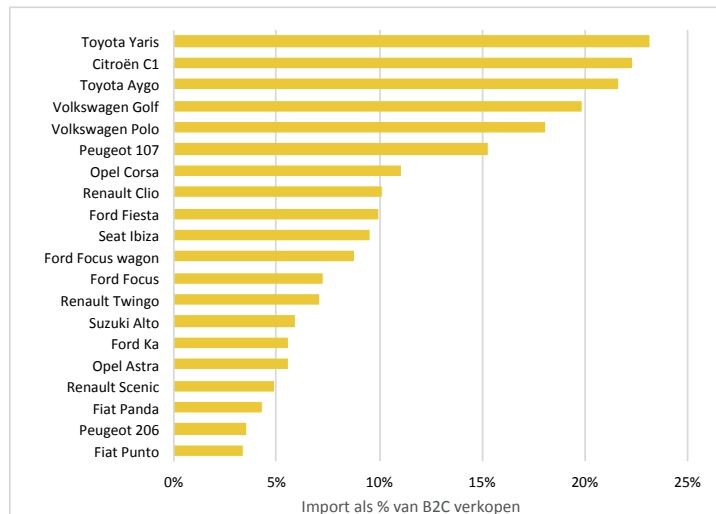


4.12 Import essentieel voor Nederlandse occasionmarkt

Per model is het aantal occasionimporten vergeleken met de totale (B2C) occasionverkopten. Daaruit blijkt dat import inmiddels een substantieel deel uitmaakt van in de Nederlandse occasionmarkt.

Zo blijkt dat er van diverse modellen in 2015 bijna net zoveel occasions zijn geïmporteerd als dat er B2C verkocht zijn. Koploper is de VW Golf Sportsvan waarvan er zelfs tweeënhalve keer zoveel werden geïmporteerd als de totale B2C-occasionverkopten. Verder is er in verhouding ook veel import bij diverse premium- en nichemodellen. Van sommige van deze modellen zijn er mede door onze bpm-wetgeving maar weinig nieuw verkocht in Nederland, terwijl er wel vraag naar blijkt te zijn als occasion. Hierdoor is het aanbod (te) beperkt en worden deze auto's uit het buitenland gehaald. Van de populairste occasions worden vooral de Toyota Yaris, de drieling 107/C1/Aygo en Volkswagens Polo en Golf in verhouding veel geïmporteerd.

Import in verhouding tot B2C-verkopten voor top 20 meest verkochte occasions





In 2015 zijn bijna 9 duizend BMW's geïmporteerd. Het merk staat daarmee bij de importmerken op de 4e plaats na Volkswagen, Mercedes en Toyota.

Ruimte voor notities



NATIONAAL OCCASION ONDERZOEK 2016

OCCASIONMARKT IN NEDERLAND

Verkoop, import en export, betrokken
verkoopkanalen en voorraadontwikkeling