

Particulier laat nieuwe auto staan

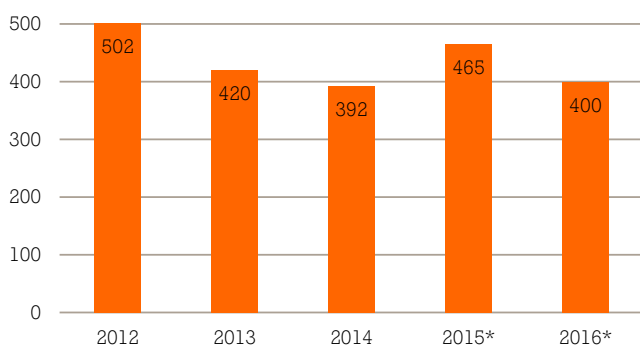
Private lease het antwoord?

De nieuwverkoop van auto's is dit jaar wederom sterk afhankelijk van de zakelijke markt. Ondanks positieve economische signalen blijft de particuliere markt ook dit jaar zwak. Nieuwe product-dienst combinaties lijken noodzakelijk om de particulier terug te krijgen.

Voorzichtig positief

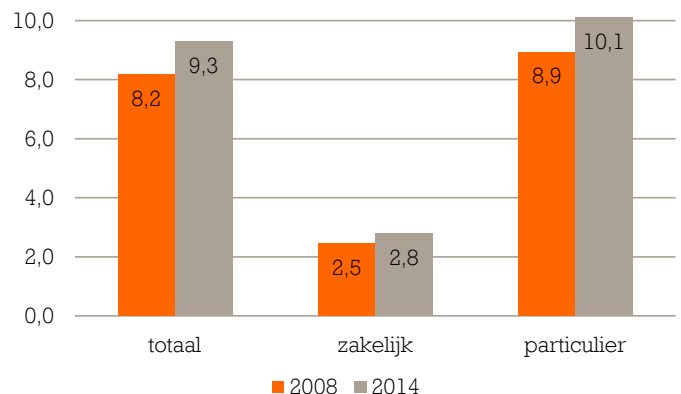
De autobranche kent een licht positieve start van 2015. Volgens cijfers van VWE Voertuiginformatie- en documentatie steeg het aantal registraties van nieuwe personenauto's in de eerste twee maanden met 3,6% tot een kleine 82.000 auto's. Na een sterke eindsprint vorig jaar geeft de zakelijke markt ook dit jaar weer gas. In de eerste twee maanden van het jaar werd een plus van 6% geboekt. Bijna 6 op iedere 10 nieuw geregistreerde auto's zijn op naam van zakelijke afnemers. ING Economisch Bureau verwacht dat zij ook in de rest van het jaar de kar zullen trekken. Door een drastische aanscherping van het fiscale stelsel (bijtelling) voor zakelijke rijders per 1-1-2016 zullen nog veel auto's dit jaar op kenteken worden gezet. ING houdt daarom ook vast aan een forse stijging van het totaal aantal registraties van nieuwe personenauto's in 2015 tot 465.000.

Figuur 1 Toename registraties personenauto's 2015
(x 1.000 eenheden nieuwe personenauto's)



Bron: VWE Voertuiginformatie- en documentatie, *raming ING Economisch Bureau

Figuur 2 Gemiddelde leeftijd wagenpark stijgt
(totaal en naar eigendom zakelijk-particulier)



Bron: CBS (park personenauto's, afgerond op bouwjaar), bewerking ING Economisch Bureau

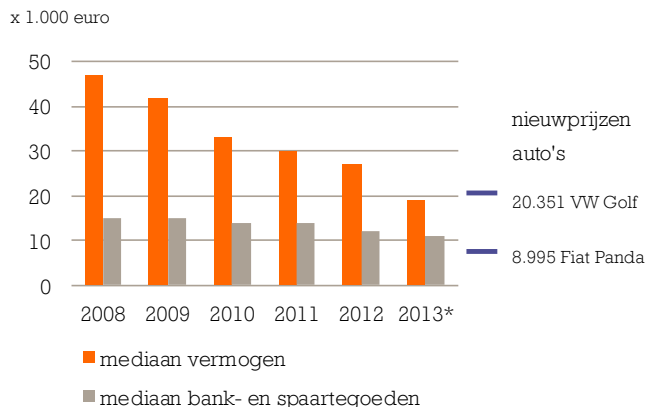
Particuliere markt blijft achter

Minder goed gaat het met de particuliere markt. Aantrekkelijke consumentenbestedingen lijken nog steeds niet neer te slaan op de verkoop van nieuwe auto's aan particulieren. In 2014 kwam volgens VWE het aantal registraties op naam van particulieren niet verder dan een kleine 150.000. Ver onder het gemiddelde van de afgelopen 10 jaar (214.000). De malaise in de particuliere markt kent haar oorsprong in de economische crisis. De daling in koopkracht en huizenprijzen en de oplopende werkloosheid zorgden er voor dat de aanschaf van nieuwe auto's sterk in prioriteit daalde. Consumenten hadden weinig vertrouwen in de economie en met name in hun eigen financiële situatie. Slechts een gering aantal was bereid tot het doen van grote aankopen. Consumenten besloten langer door te rijden in hun huidige auto of over te gaan tot aanschaf van een occasion. De gemiddelde leeftijd van het wagenpark (personenauto's) in Nederland nam tussen 2008 en 2014 toe van 8,2 jaar naar 9,3 jaar. Er bestaat daarbij een groot verschil in leeftijd tussen het zakelijk wagenpark (gemiddeld 2,8 jaar oud) en het wagenpark van particulieren (gemiddeld 10,1 jaar oud).

Aanschaf auto is uitdaging

Grote vraag is of de particulier de markt blijvend de rug toekeert of een comeback maakt. Verbeterde economische omstandigheden lijken de consument gunstig te stemmen. De werkgelegenheid neemt toe en in maart noteerde het CBS voor het eerst in 7 1/2 jaar tijd een positieve waarde betreffende het consumentenvertrouwen (+2). Consumenten lijken ook weer meer bereid tot (grote) aankopen. Wel is men nog overwegend negatief over de eigen financiële situatie. Zowel in de afgelopen 12 maanden als het komende jaar. Vermogens van huishoudens daalden de afgelopen jaren aanzienlijk. Het mediane vermogen (middelste waarde van alle vermogens, 50% hier onder en 50% hier boven) bedroeg in 2008 nog 47.000 euro en zakte tot 19.000 euro in 2013. De mediaan van bank- en spaartegoeden daalde in die periode van 15.000 euro naar 11.000 euro. Mede hierdoor lijkt het vertrouwen bij consumenten nog te zwak om de investering op te brengen die de aanschaf van een nieuwe auto vraagt.

Figuur 3 Daling vermogen* huishoudens en nieuwe prijzen auto's**



Bronnen: CBS, Autoweek, bewerking ING Economisch Bureau

*Mediaan vermogen (absolute midden alle vermogens)

**Minimale prijs betreffende model

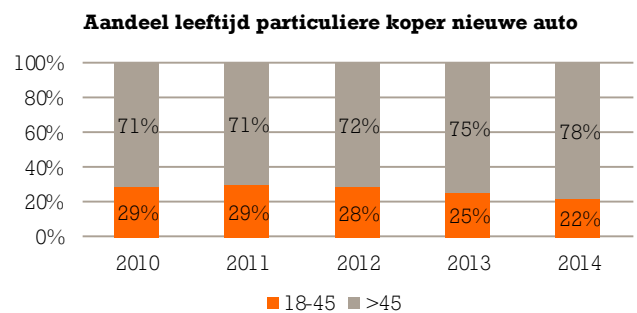
Moeilijk bereikbaar

Prijzen van nieuwe auto's beginnen tegenwoordig bij zo'n 8 à 9.000 euro voor de kleinste modellen. Een (compacte) middenklasser zoals de VW Golf, de meest geregistreerde auto in 2014, kent een catalogusprijs van minimaal 20.000 euro. Bedragen die voor de gemiddelde particulier moeilijk zijn op te hoesten. Om consumenten toch over te halen spenderen fabrikanten veel geld aan promotie. Zo wordt de laatste jaren veel gestunt met lage of 0% financieringen of worden cash kortingen verstrekt. Tevens wordt veel uitgegeven aan reclame uitingen. In 2014 werd in Nederland gemiddeld ruim 1.000 euro per auto besteed aan media / reclame, zo meldt onderzoeksbureau Aumacon op basis van cijfers van Nielsen (bruto mediabestedingen). Een bedrag dat ten opzichte van omliggende landen zeer hoog is.

Kostbaar

Ondanks deze inspanningen is zichtbaar dat de particuliere verkoop inzakt en het autobezit onder sommige groepen daalt. Zo is in de leeftijdsklasse onder 40 jaar een daling van het wagenpark ingezet. Het aandeel 65+ in het wagenpark neemt tegelijkertijd toe. Deze groep heeft de afgelopen jaren ook een groter aandeel opgeëist in de registraties aan particulieren, terwijl het aandeel tot 45 jaar daar juist daalde van een kleine 30% in 2007 tot iets meer dan 22% in 2014.

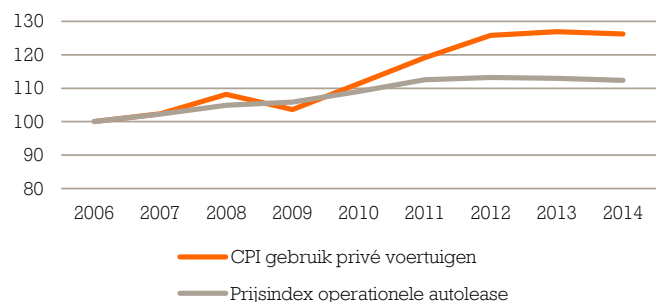
Figuur 4 Minder kopers onder 45 particuliere markt



Bron: VWE, bewerking ING Economisch Bureau

Naast de crisis speelt ook de stijging van de kosten van gebruik van auto's een rol bij het verminderde autobezit in de lagere leeftijdsklassen. Hoge brandstofprijzen, verhoging van de MRB (motorrijtuigenbelasting) en assurantiebelasting en stevige kosten voor reparatie en onderhoud maken het gebruik van de auto kostbaar. Deze kosten zorgen er ook voor dat minder geld overblijft voor de aanschaf van een nieuwe auto. Juist nieuwe auto's zijn steeds beter in staat de kosten van gebruik voor automobilisten te reduceren. Ten opzichte van bijvoorbeeld 10 jaar oude auto's zijn nieuwe exemplaren veelal lichter en zuiniger. Ook zijn onderhoudsintervallen gunstiger geworden. Nieuwsprijzen zijn relatief beperkt gestegen en nieuwe auto's zijn veelal beter uitgerust, veiliger en ruimer dan hun voorgangers.

Figuur 5 Leaseprijzen* stijgen minder dan kosten particulieren voor gebruik voertuigen (2006=100)**



Bron: CBS, bewerking ING Economisch Bureau

*Prijsindex operationele autolease incl. brandstof

**Consumentenprijsindex gebruik van privé voertuigen

Flexibiliteit

Een andere verklaring voor de dalende belangstelling voor de aanschaf van een nieuwe auto ligt in het toenemende belang van flexibiliteit in de maatschappij. Nieuwe generaties krijgen vaker te maken met verandering. Denk aan wisselingen op het gebied van werk en de groei van flexwerkers en zzp'ers. Dit betekent dat ook de eisen en wensen ten aanzien van mobiliteit sneller wisselen. Aanschaf en bezit van een auto, waarbij ook regelmatig langdurige financiële verplichtingen (leningen) worden aangegaan, passen daar niet bij.

Nieuwe product/dienst combinaties

De markt vraagt dus om product/dienst combinaties met meer flexibiliteit en lagere kosten. Naast autohuur en deelauto concepten lijkt met name private lease een dienst die deze elementen verenigt. Het gaat daarbij niet enkel om financiering, maar om operationele autolease aan particulieren. Dat betekent dat naast rente componenten als afschrijving, belasting, reparatie en onderhoud, banden en verzekering veelal (afhankelijk van de aanbieder) in het leasetarief verwerkt zijn.

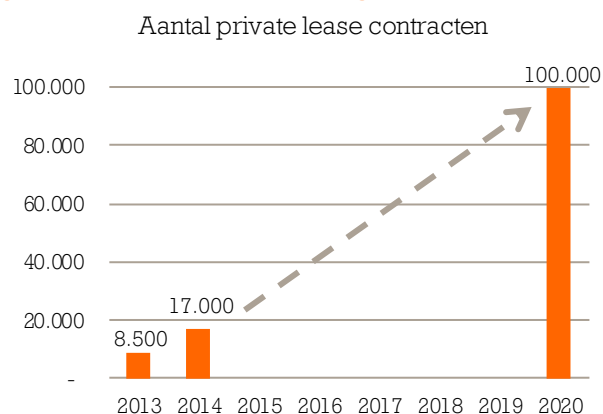
Verdubbeling private lease

De rol van private lease in de totale markt is nog beperkt, maar kende het afgelopen jaar een enorme groei. Volgens de VNA, Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen, verdubbelde het aantal private lease contracten onder haar leden van 7.450 in 2013 naar 15.100 in 2014. Van dit aantal is ongeveer 60% (9.000 contracten) in 2014 nieuw afgesloten. De leden van de VNA zijn goed voor bijna 90% van het totale leasepark in Nederland. De totale private lease markt, inclusief niet-VNA leden, zou dan naar schatting op een kleine 17.000 auto's uitkomen (8.500 in 2013, zie ook fig. 6), waarvan 10.000 nieuw afgesloten contracten in 2014.

Scherper aanbod

Naast een stijgende vraag is ook de ontwikkeling van het aanbod van belang voor deze groei. Een groeiend aantal (universele) leasemaatschappijen weet private lease op een steeds concurrerender wijze in de markt te zetten. Dalende rentetarieven zorgen voor goedkopere financiering. Daarnaast slaagt men er in, mede dankzij overcapaciteit in de autobranche, scherp in te kopen. Zowel waar het gaat om auto's als bijbehorende diensten (reparatie en onderhoud). Ook heeft men de kosten van afschrijving op auto's weten te verminderen door verdere ontwikkeling van afzetkanalen (export, occasioncentra etc.) van ex-lease auto's. De kostenbeheersing in leasing is ook terug te zien in de operationele leaseprijsindex van het CBS (fig. 5). Deze steeg de afgelopen jaren relatief minder snel dan de prijsindex voor consumenten betreffende het gebruik van privé voertuigen. Autofabrikanten (importeurs) en dealers blijven overigens niet achter als het gaat om een scherpe prijsstelling van private lease. Steeds vaker worden kortingen verdisconteerd in de (private) leaseprijs van hun modellen.

Figuur 6 Private lease richting 100.000 contracten



Bron: VNA, bewerking 2013-14 en raming 2020 ING Economisch Bureau (betreft operationele lease aan particulieren)

Potentie

Gezien de snelle stijging van vraag en aanbod lijkt private lease in een groeispiraal te zijn gekomen. Verdere ontwikkeling van private lease in de komende jaren is, naast rentestand en economische groei, afhankelijk van onder meer:

- Ontwikkeling mobiliteitsbudgetten; de traditionele 'auto van de zaak' maakt mogelijk plaats voor het mobiliteitsbudget, waarbij werknemers veel meer zelf hun (auto) mobiliteitskeuze maken. Dit zou een stimulans kunnen zijn voor private lease. Een doorbraak van mobiliteitsbudgetten is echter afhankelijk van het fiscale stelsel.
- Verdere professionalisering en groei aanbod; inzet van middelen door aanbieders om het product private lease te promoten en dienstverlening verder te ontwikkelen.
- Belang van internet als kanaal in automotive; steeds meer zaken zoals inruil van auto's kunnen via internet plaats vinden. Ook private lease is een dienst die goed via internet verkocht kan worden.
- Ontwikkeling nieuwe auto's; Nieuwe technologieën zoals alternatieve aandrijving (elektrisch rijden), connected cars (online auto) en zelfrijdende auto's maken nieuwe modellen meer relevant t.o.v. oude modellen, maar ook (te) kostbaar om uit eigen middelen te financieren.

Hoewel de toekomstige marktomvang van private lease dus sterk afhankelijk is van genoemde factoren, verwacht ING Economisch Bureau in ieder geval dat deze markt de komende jaren verder zal groeien. In eerste instantie lijkt met name de groep particuliere autokopers tot 45 jaar daarbij interessant. Een groep met veelal een te gering vermogen om uit eigen middelen een auto aan te schaffen en een groep steeds vaker geïnteresseerd in flexibele (auto) mobiliteit. Het marktaandeel van private lease kan daarbij stijgen van 2,5% van de jaarlijkse nieuwe registraties naar zo'n 5%, goed voor 20.000 tot 25.000 nieuwe auto's per jaar. De totale omvang van het private lease park groeit daarbij richting 2020 toe naar 100.000 contracten.

Meer weten?
Kijk op ING.nl
Of bel met

Max Erich,
Sectoreconoom Automotive
06 836 35 785

Marinus van der Meer,
Sectormanager Automotive
06 506 92 595

Volg ons op Twitter:

 [INGnl_Economie](#)

Disclaimer

De informatie in dit rapport geeft de persoonlijke mening weer van de analist(en) en geen enkel deel van de beloning van de analist(en) was, is, of zal direct of indirect gerelateerd zijn aan het opnemen van specifieke aanbevelingen of meningen in dit rapport. De analisten die aan deze publicatie hebben bijgedragen voldoen allen aan de vereisten zoals gesteld door hun nationale toezichhouders aan de uitoefening van hun vak. Deze publicatie is opgesteld namens ING Bank N.V., gevestigd te Amsterdam en slechts bedoeld ter informatie van haar cliënten. ING Bank N.V. is onderdeel van ING Groep N.V. Deze publicatie is geen beleggingsaanbeveling noch een aanbieding of uitnodiging tot koop of verkoop van enig financieel instrument. ING Bank N.V. betreft haar informatie van betrouwbaar geachte bronnen en heeft alle mogelijk zorg betracht om er voor te zorgen dat ten tijde van de publicatie de informatie waarop zij haar visie in dit rapport heeft gebaseerd niet onjuist of misleidend is. ING Bank N.V. geeft geen garantie dat de door haar gebruikte informatie accuraat of compleet is. De informatie in dit rapport kan gewijzigd worden zonder enige vorm van aankondiging. ING Bank N.V. noch één of meer van haar directeuren of werknemers aanvaardt enige aansprakelijkheid voor enig direct of indirect verlies of schade voortkomend uit het gebruik van (de inhoud van) deze publicatie alsmede voor druk- en zetfouten in deze publicatie. Auteursrecht en rechten ter bescherming van gegevensbestanden zijn van toepassing op deze publicatie. Overneming van gegevens uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron wordt vermeld. In Nederland is ING Bank N.V. geregistreerd bij en staat onder toezicht van De Nederlandsche Bank en de Autoriteit Financiële Markten.