

LEASEBEDRIJVEN kwartaalbericht juli 2017

Samenstelling: Hans Groenhuijsen
Eindredactie: Clem Dickmann
Contact: carmonitor@aumacon.nl

1. Private lease
2. Dealers en leasing
3. Auto's en mobiliteit
4. Business model
5. PAYD, PPU, PPM, PHYD
6. De cijfers

1. Private lease

Pratend over leasing, gaat het al snel over private lease. Kort samengevat: sterke groei, groot succes. Er zijn enkele aandachtspunten. Zo treden er wat verschuivingen op. Er worden wat meer kilometers gereden, althans meer auto's zitten in de range 10 tot 15.000 km. En de gemiddelde maandtermijn neemt toe; wat meer auto's komen in de categorie richting 300-400 euro. Kijkend naar segmenten, is het A-segment nog steeds dominant. Volgens een recent onderzoekje onder lessors (bron: Automotive) zet het succes van private lease verder door de komende jaren. 32% van de ondervraagden verwacht voor 2022 dat private lease 5 tot 10% van het totaal aantal lease-auto's betreft, 26% verwacht tussen de 10 en 20%, en 10% denkt dat dit zelfs tussen de 20 en 30% ligt.

Met private leasing in het achterhoofd en de daarbij horende inkoop in grotere volumes met hoge kortingen, ligt het bijna voor de hand dat diverse kanalen worden benut. Niet alleen aan de verkoopkant (website, grote retailers) maar ook aan de inkoopkant. Landsgrenzen zijn daarbij minder relevant aan het worden. Inkoop vindt in toenemende mate plaats in het buitenland (overigens niet alleen ten behoeve van private lease). 10% van de leasemaatschappijen zou tussen de 5 en 10% van over de grens halen, en nog eens 10% doet al 10-20% op die manier.

2. Dealers en leasing

Het is geen nieuw fenomeen, maar dealers en leasing wordt een steeds populairdere combinatie. Concentratie in dealernetwerken, en verdere schaalvergroting met meerdere merken onder eigen vlag vormen

de basis voor een eigen leaseactiviteit. En het omgekeerde is ook waar: een flinke eigen leaseactiviteit vormt een sterke pijler onder het dealerbedrijf (verkoop nieuw en gebruikt, werkplaats, klantbediening en loyaliteit et cetera). Weer even terug naar private leasing is het dan wel opvallend dat het hier vaak de (grotere) gevestigde leasemaatschappijen zijn die in de schijnwerper staan. In een somber scenario ziet de dealer de transactie op de nieuwe auto aan zijn neus voorbijgaan, verdwijnt onderhoud & reparatie achter de horizon (of dat bescheiden volume blijft maar onder scherpe condities), en raakt de klant uit beeld. Voor veel dealers ligt er nog een mooie uitdaging als het gaat over private leasing.



3. Auto's en mobiliteit

Dat woord "mobiliteit" blijft boven de markt hangen. Er zijn veel initiatieven om los te komen uit dat traditionele lease keurslijf: meer service, meer flexibiliteit, andere contractvormen, andere diensten. Maar regelmatig wordt ook geconstateerd (althans beweerd) dat het zo'n vaart niet loopt met die nieuwe mobiliteit, en dat waarnemingen/voorspellingen over veranderend klantgedrag niet juist blijken te zijn. Voorbeeld: al langere tijd roepen we dat jongeren geen inte-

resse hebben in een (eigen) auto. Inmiddels wordt bijna opgelucht geconstateerd dat die jongeren een fase verder (huis, kids etc.) alsnog gaan voor die eigen auto. Noch het ene, noch het andere is direct volledig waar. Beide stellingen kunnen met de nodige cijfers worden onderbouwd. Maar de bewering dat jongeren alsnog aan de auto gaan als ze rond de 30 zijn, verdient nuance. Ja, ze willen een auto, althans goedkopere en laagdrempelige toegang tot vervoer per auto. Dat kan nu nog betekenen dat er dan van lieverlee een auto wordt gekocht of toch ja wordt gezegd tegen de leaseauto. Maar het is een kwestie van tijd totdat sharing in combinatie met connectivity en (wat later) autonoom rijden nog verder wordt geprofessionaliseerd en aantrekkelijker wordt, ook voor de 30-jarige met kinderen.



4. Business model

Hiermee komt de vraag op tafel wat dan dat business model is van de leasemaatschappij. Daar zijn verschillende varianten (en combinaties) in natuurlijk. Je kan geld verdienen door geld in de vorm van activa weg te zetten in de markt. Je kan geld verdienen met het verschil tussen inkoop en verkoop op allerlei componenten van het leasecontract. Je kan dat alles ondersteunen met aandacht voor de lessee (de klant) en/of de berijder.

Met private lease kantelt dit al iets: de volledige vrije keuze van auto is er niet meer, en naast B2B komt B2C in beeld. Mobiliteitsdiensten schudden het model nog verder op: minder focus op activa (hoewel...), meer op diensten, op mobiliteit, meer flexibiliteit. Hier zien we de meningen uiteen lopen.

Nuttige informatie en bronnen:
 AUMACON Leasebedrijven Top-50
 CBS: ontwikkeling leaseprijzen
 VNA: Private lease in cijfers 2016
 VNA: ontwikkeling autoleasemarkt
 VWE: verkoop nieuwe leaseauto's

Aan de ene kant zijn er spelers die beweren dat er met die 'new mobility' voorlopig geen droog brood is te verdienen, en er dus vol wordt ingezet op auto-leasing (met wat mobiliteitsfranje wellicht). Aan de andere kant zijn er marktpartijen die (op termijn) geloven in nieuwe mobiliteit.

Nieuwe technologie en veranderende vraag (van lessee en berijders) zijn de drijvende krachten. Deze leasemaatschappijen proberen te veranderen, eerst nog geleidelijk vanuit de bestaande business, op termijn meer innovatief en met het geleidelijk achterlaten van het oude. Samengevat is dan de identiteitsvraag: ben ik autoleasemaatschappij of mobility provider en service platform ?

5. PAYD, PPU, PPM, PHYD

Mooie afkortingen met als centrale boodschap dat we anders moeten gaan betalen voor mobiliteit: naar rato van het gebruik/as you drive/per use, op basis van afstand/per mile, HOE je rijdt/How you drive. Verzekeraars werken hier uiteraard aan, de aanbieders van sharing services doen dit. Leasemaatschappijen zijn hiermee bezig. De overheid zou dit onderwerp weer moeten afstoffen en nu echt in actie komen. Veel partijen waaronder de VNA zijn voor dat betalen naar gebruik. Het bevordert gebruik van nieuwe technologie in auto's en infrastructuur, het is gewoon eerlijker, het vormt de basis voor nieuwe services en producten, en het vormt een stimulans voor meer flexibiliteit in mobiliteit. Daarmee zijn we dan toch weer terug bij die 'magic words' in de leasewereld.

6. De cijfers

Registraties t/m mei waren spectaculair, vergeleken met 2016 (echt een dieptepunt door o.a. de registratie-hausse eind 2016). Het aantal groeide van ruim 38.000 naar 55.500, een plus van 45%.



Aankondiging:
 23 oktober: Nationaal Lease Event 2017