

**Het aantal exclusieve verkooppunten van automerken in België is in amper drie jaar gehalveerd tot 1.800.** Vooral kleinere merkdealers worden gedwongen te fuseren of onafhankelijk te worden. Want de winstmarges staan onder druk.

## Kaalslag bij kleine merkdealers

VAN ONZE REDACTEUR NICO TANGHE

BRUSSEL Twintig jaar geleden had bijna elk dorp in België een garage die exclusief verbonden was aan één automerk. Maar onder druk van de dalende winstmarges is het garagelandschap in ons land drastisch veranderd.

Het aantal merkgarages is de voorbije twintig jaar gedaald van 6.100 naar 1.800. Met een opmerkelijke versnelling in de laatste drie jaar. In die korte periode is het aantal verkooppunten in ons land gehalveerd, blijkt uit cijfers van de sectorfederaties GDA en Traxio.

### Schaalvergroting

Veel dealers werden gedwongen te fuseren binnen grotere concessies – hoognodig om nog rendabel te zijn – of werden afgestoten en moesten als onafhankelijke garages verder. Het jongste voorbeeld daarvan is het Franse Citroën, dat vanwege de dalende verkoop deze week aankondigde de herstructurering van zijn dealernetwerk in België te versnellen. Het aantal concessies van Citroën moet dalen van 60 naar 40, terwijl er vorig jaar nog sprake was van 52. En in vijf jaar – tussen 2014 en 2019 – zal ook het aantal verkooppunten van Citroën halveren.

**‘Auto’s gaan minder snel stuk en door de technologie zijn er minder ongevallen’**  
CHRISTIAN RAMPELBERG algemeen secretaris GDA

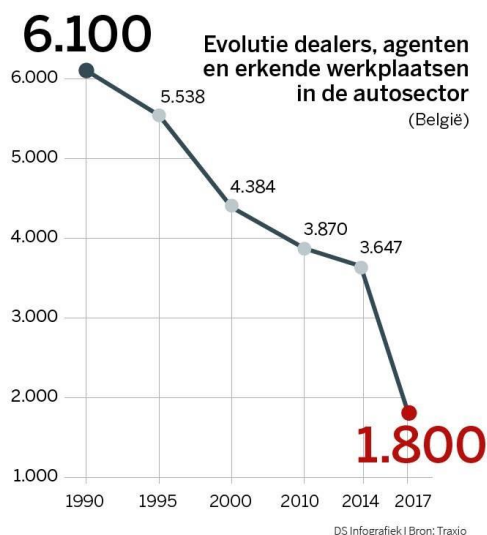
Maar ook andere grote automerken als Mercedes, BMW, Volkswagen en Opel kondigden de voorbije jaren al een ‘verdere optimalisatie’ van hun dealernetwerk in België aan. Vooral de kleine merkdealers komen daarbij

onder steeds grotere druk. Want vooral daar zijn de winstmarges flinterdun, waardoor ze (mede onder druk van hun constructeur) verplicht worden in te zetten op schaalvergroting.

‘Auto’s worden degelijker en gaan dus minder snel stuk, en door de slimme technologie gebeuren er ook minder ongevallen’, verduidelijkt Christian Rampelberg, secretaris van GDA, de koepelorganisatie boven de Belgische autodealers. En dat terwijl de merkdealers net het grootste deel van hun winst halen uit hun atelier, waar het onderhoud en de reparatie van de auto’s gebeuren.

Volgens Rampelberg schuiven de grote autoconstructeurs steeds meer verantwoordelijkheden (en dus kosten) door naar de eindverkoper. Steeds meer garages moeten voorraden van wisselstukken aanhouden en daarvoor extra personeel en ruimte voorzien.

Tegelijk eisen ook de invoerders en de leasemaatschappijen een steeds groter deel van de koek. Die leasingmaatschappijen brengen wel veel verkoopvolume aan, maar eisen in ruil steeds grotere kortingen op de verkoopprijs, terwijl het onderhoud in sommige gevallen zo goed als gratis gebeurt.



### Flinterdunne marges

Hogere uitgaven en dalende inkomsten dus, waardoor er op het einde van de rit voor de eindverkoper – de autodealer – niet veel meer overblijft. Volgens de laatste berekening van sectorfederatie Traxio in 2016 bedraagt de nettomarge van autodealers amper 1,89 procent. Op elke 100 euro verdienen ze naar eigen zeggen dus 1,89 euro. ‘In dat cijfer zitten al hun activiteiten: de verkoop van nieuwe en tweedehandswagens, maar ook onderhoud en herstellingen’, legt woordvoerder Philippe Decrock uit.

Dat de FOD Economie hogere cijfers publiceert, komt volgens de woordvoerder door het feit dat de overheid veel breder meet. In de FOD-cijfers zitten volgens hem onder meer ook de cijfers van de onafhankelijke garagisten, die tweedehandsauto’s van alle merken verkopen en cijfers van

herstelnetwerken zoals Midas en Auto5, die samen ook nog eens drieduizend garages in ons land vertegenwoordigen.

Decrock vreest bovendien dat die dunne winstmarge nog verder onder druk zal komen. Want de markt verandert snel. De verkoop van elektrische wagens – die nog minder onderhoud vragen – zal de komende jaren fors stijgen. En steeds meer klanten gaan online shoppen en komen daardoor nog hoogstens één keer naar de showroom, wat de klantenbinding bemoeilijkt. Investeren in digitalisering wordt zo een noodzaak.

### **50.000 jobs op het spel**

Een verdere kaalslag bij de kleine merkdealers in België is dan ook niet uitgesloten. ‘Op EU-niveau voorspelt men dat de schaalvergroting tegen 2020-2025 zal leiden tot een daling van nog eens 20 procent van de verkooppunten. En KPMG is nog strenger in haar voorspellingen’, aldus Decrock.

De woordvoerder van Traxio trekt dan ook aan de alarmbel. ‘Wij vragen de politiek om de eindverkoper in de keten – en dan vooral de kleine autodealer – beter te beschermen’. Want volgens de sectorfederatie staan er bij de 1.800 resterende merkdealers in ons land niet minder dan 50.000 jobs op het spel. Jobs die ondanks de schaalvergroting de voorbije vijftien jaar grotendeels gevrijwaard zijn gebleven. Mede omdat tijdens de crisis van 2009-2012 de garagesector heel wat werknemers tijdelijk in economische werkloosheid kon zetten. Maar garanties voor de toekomst zijn er niet.