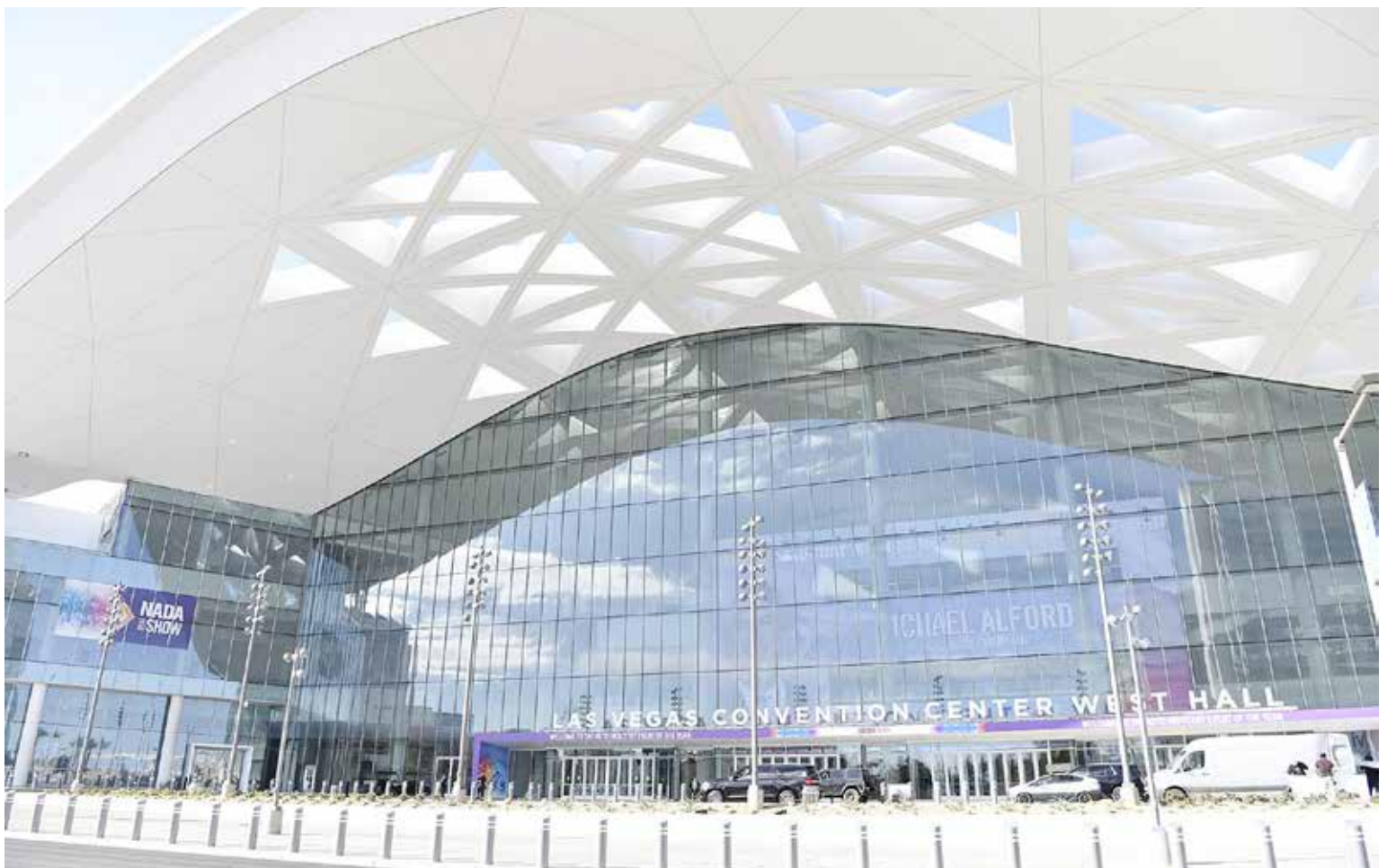


NADA 2022 zingt lofzang op franchisesysteem

AGENTENMODEL LIJKT VRIJWEL ZEKER AAN AMERIKA VOORBIJ TE GAAN

Choose your battles. Kom bij Amerikaanse autodealers niet aan met een overstap naar een agentenstatus. Niemand kan een klant immers beter bedienen dan de aloude dealer, aldus het krachtigste dealerbolwerk ter wereld, de NADA. Na twee jaar kon men elkaar ook weer eens recht in de ogen kijken. En zoals te verwachten was: het werd een feest ter meerdere eer en glorie van de (uitstekend renderende) autodealers.

TEKST: CLEM DICKMANN | FOTO'S: NADA





De nieuwe NADA voorzitter Michael Alford sprak de wens uit dat 2022 'another great year' gaat worden.

De vertrekkende NADA-voorzitter Paul Walser meent dat **directe verkopen middels een distributiestructuur van agenten in plaats van dealers** een heilloze weg is

NADA (North American Dealer Association) is in 1917 ontstaan naar aanleiding van een voorgenomen belasting op auto's. De toenmalige regering zat krap bij kas en zoals het zo vaak gaat: er moest geld gevonden worden bij de burger. Maar de toen al mondige dealers staken de koppen bijeen en protesteerden met succes. NADA was geboren en is tot op de dag van vandaag niet meer weg te denken uit het politieke lobbycircuit. Nog steeds ijvert NADA actief in Washington voor de belangen van haar bijna 17 duizend leden. De afscheidnemen- de NADA-voorzitter Paul Walser (NADA benoemt ieder jaar vanuit haar midden een nieuwe voorzitter) pakt in zijn afscheidsspeech het belangrijkste onderwerp van dit moment bij de kop: de vermaledijde plannen van sommige fabrikanten om directe verkopen mogelijk te maken middels een distributiestructuur van agenten in plaats van dealers. Een topic dat in Europa ook nadrukkelijk speelt. Walser meent echter dat dit een heilloze weg is, het franchisesysteem heeft in meer dan honderd jaar bewezen het beste systeem te zijn, is zijn stellige overtuiging. En niemand van de ruim 12 duizend aanwezigen is dat eens met hem. Ook zou 87 procent van de klanten zeer tevreden zijn met de

huidige gang van zaken, bij jongeren zou dat aldus NADA-onderzoek zelfs nog hoger liggen. Kom dus niet aan onze business, is de boodschap. Gesteund door een voor dealers zeer gunstige franchisewetgeving lijkt het agentenmodel vrijwel zeker aan Amerika voorbij te gaan.

Het kan altijd beter

De NADA-Convention & Expo trekt jaarlijks (in 2021 even niet in verband met Covid) zo'n 26.000 bezoekers die gedurende vier dagen 150 workshops kunnen bijwonen. Daarnaast zijn er zo'n 500 bedrijven die zich presenteren tijdens de aanpalende vakbeurs. Alles is groot dus. Vast moment is de plenaire openingsceremonie. Tot twee jaar geleden marcheerde steevast een kwartet militairen de zaal binnen waarop vervolgens de zanger of zangeres van dienst het volkslied inzette. De militairen zijn dit jaar verdwenen, het volkslied is – uiteraard – gebleven. Walser stelt vervolgens dat er hier en daar nog wel iets te winnen valt voor zijn dealers. Het verder intensiveren van de relatie met de fabrikanten verdient nog meer aandacht. Daarnaast dient bij de dealers verbeterd te worden wat al is bereikt. Zo zou de transparantie naar de klant

Facts & figures VS

Verwachte nieuwverkoop 2022:

15,4 miljoen stuks (2021: 14,9 miljoen)

Aantal dealerships eind 2021:

16.658 (2018: 16.794)

Gemiddelde verkoopprijs nieuw 2021:

40.232 dollar (2019: 35.478 dollar)

Gemiddelde verkoopprijs occasions 2021:

24.542 dollar (2019: 20.507 dollar)

Gemiddeld aantal nieuwverkopen per dealership in 2021:

455 (2019: 1.042)

Gemiddelde voorraad nieuw:

28 dagen (USA-merken), **27 dagen** (importmerken)

Totale wagenpark VS:

283 miljoen auto's + van's

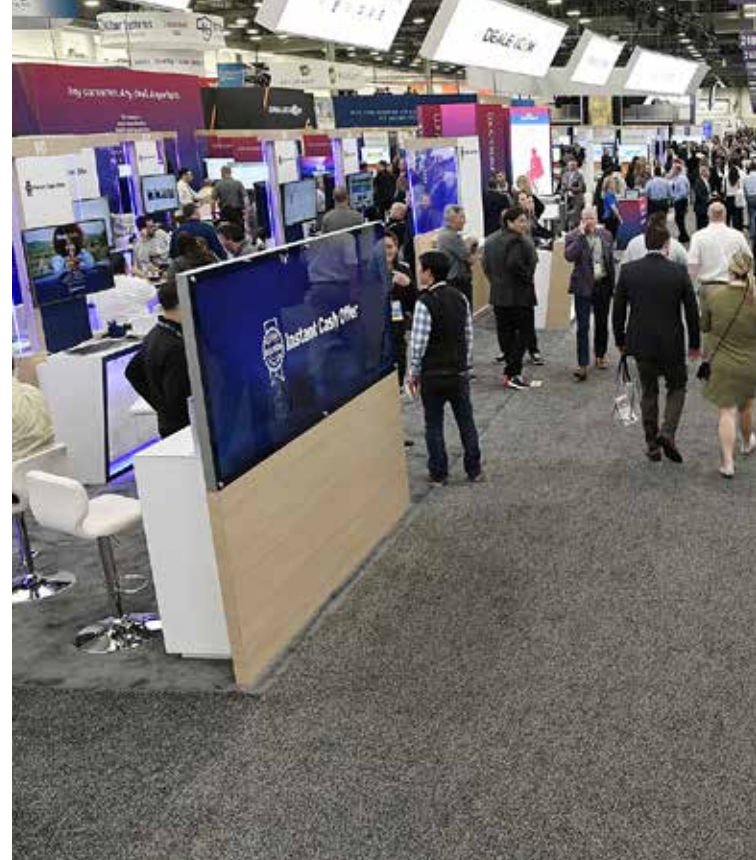
Gemiddelde ouderdom wagenpark:

12,1 jaar

Aantal medewerkers dealerships (2021):

1.080.100 personen (63/dealer)

bron: NADA en Cox Automotive; bewerking: AUMACON



nog de nodige aandacht verdienen. Maar het is toch vooral tevredenheid dat NADA uitstraalt. Na ruim een eeuw heeft men een ijzersterke positie in het nationale zakenleven. En niet vergeten: hondsloyale leden die bijna allemaal een prima boterham verdienen. Amerikaanse autodealers zijn om die reden dan ook vooral patriotten en behoudend. Op wat lichte veranderingen na verloopt dit

congres volgens strakke regels. De keuze van de keynote speakers sluit dan ook naadloos aan op het karakter van NADA. Geen nieuwlichterij, maar vooral vrienden en vriendinnen vanuit het behoudende kamp. Wat je er ook van vindt, duidelijk is het wel. De keuze voor spreker Dana Peroni (voormalig perschef van president Bush jr.) is daar geen uitzondering op. Peroni haalt nog maar eens herinneringen op aan de tijd dat het in dit land voor de wind ging. Tegenwoordig werkt ze voor Fox, waar ze met graagte de Biden regering onder vuur neemt. Ze heeft daarbij de zegen van de meeste dealers, zoveel is wel duidelijk.

2021 was topjaar, 2022 wordt beter

De wet van vraag en aanbod deed vorig jaar zijn werk op de Amerikaanse automarkt. De prijs van auto's schoot omhoog, waardoor automakers en -verkopers goede zaken deden. Covid joeg tegelijkertijd de vraag omhoog, maar door het chiptekort was het aanbod laag. Dealers hadden daardoor minder voorraadkosten en kortingen waren vaak niet nodig. Ondanks dat er minder nieuwe auto's werden verkocht dan normaal (jaartotalen liggen veelal tussen 16 en 17 miljoen stuks) was het financiële

resultaat voor de meeste dealers beter dan ooit. De nieuwe NADA voorzitter Michael Alford sprak in zijn maiden speech dan ook de wens uit dat 2022 'another great year' gaat worden. En dat ondanks een marktprognose van slechts 15,4 miljoen nieuwe auto's. Daarbij gaat men geholpen worden door de toenemende populariteit van EV's. Niet zoals bij ons als alternatief voor ICE-auto's, maar als aanvulling op het programma. In 2021 was 9,7 procent van alle nieuwe auto's op de Amerikaanse markt elektrisch of hybride. Daarmee groeit dit segment veel harder dan de totaalmarkt.

Leveringsproblemen worden key issue

Het gaat kortom crescendo bij de Amerikaanse dealers. Maar zijn er dan helemaal geen zorgen? Om daar achter te komen is een bezoek aan een van de vele franchisemeetings nuttig. Tijdens deze NADA-congressen ontmoeten namelijk alle fabrikanten en dealers van de verschillende merken elkaar tijdens besloten merkmeetings. Bij een van de grotere franchisemeetings, die van Chevrolet/Buick/GMC, komen de zorgen concreet op tafel. Het vijfhoekige OEM-management geeft gezeten op barkrukken beleidstoelichting aan een zaal met pakweg tweeduizend dealers. Alles in een





Occasionverkopen op z'n Amerikaans

In de kantlijn van het NADA Event bezocht een delegatie van DCDW (Paul de Vries c.s.) en Marktplaats een aantal nieuwe occasionconcepten. In de omgeving van Las Vegas ging het met name om Carvana, Echopark, Autonation en Carmax. Paul de Vries: "Alle vier concepten lijken op elkaar. Denk dan aan vaste prijzen, uitgebreide niet-goed-geld-terug garantie, de mogelijkheid tot volledig online kopen en 24-uurs proefritten. Allemaal zetten ze zich ook graag af tegen het traditionele dealermodel, waarin verkoopdruk toch nog steeds centraal staat." Bij Amerikaanse dealers staat bij binnenkomst een bataljon verkopers de bezoekers op te wachten, een aanpak die bij de nieuwe concepten uit den boze zou zijn. De Vries: "Vooral Carvana zet zich in de vele commercials af tegen de traditionele dealer. Bij hen kan het makkelijker, transparanter en vooral sneller." Toch lijkt Carmax vooralsnog het meest succesvol. "Vooral zij schermen met de proefrit van een volle dag. Je ziet het prominent in alle uitingen." Ook de 30 dagen omruilgarantie zou het promotioneel goed doen, al maakt nog geen procent van de kopers hier gebruik van, aldus een insider.

ontspannen en coöperatieve sfeer. Eerste onderwerp: de groei van EV's want moederbedrijf General Motors wil in 2035 alleen nog maar EV's bouwen. GM's belofte dat het aantal productintroducties van ICE en EV de komende jaren gelijke tred zal houden stelt de

dealers echter gerust. Elektrische auto's worden vooral gezien als extra verkoopkansen. En daarbij, 2035 is nog ver weg. Ander issue: de backordersituatie van onderdelen en auto's. Schone beloften van fabrikantzijde, maar de oorlog geldt ook hier als disclaimer. Dus liever

concentreren op wat wel beïnvloedbaar is. Zoals de aanval op de nieuwe occasionconcepten (zie ook kader). Als reactie op Carmax en Carvana gaat GM een eigen occasionlabel neerzetten: CarBravo. Kortom, de strijd om alles wat dan nog wel beschikbaar is is begonnen.



NADA-
leden
verdienen
bijna
allemaal
**een
prima
boterham**