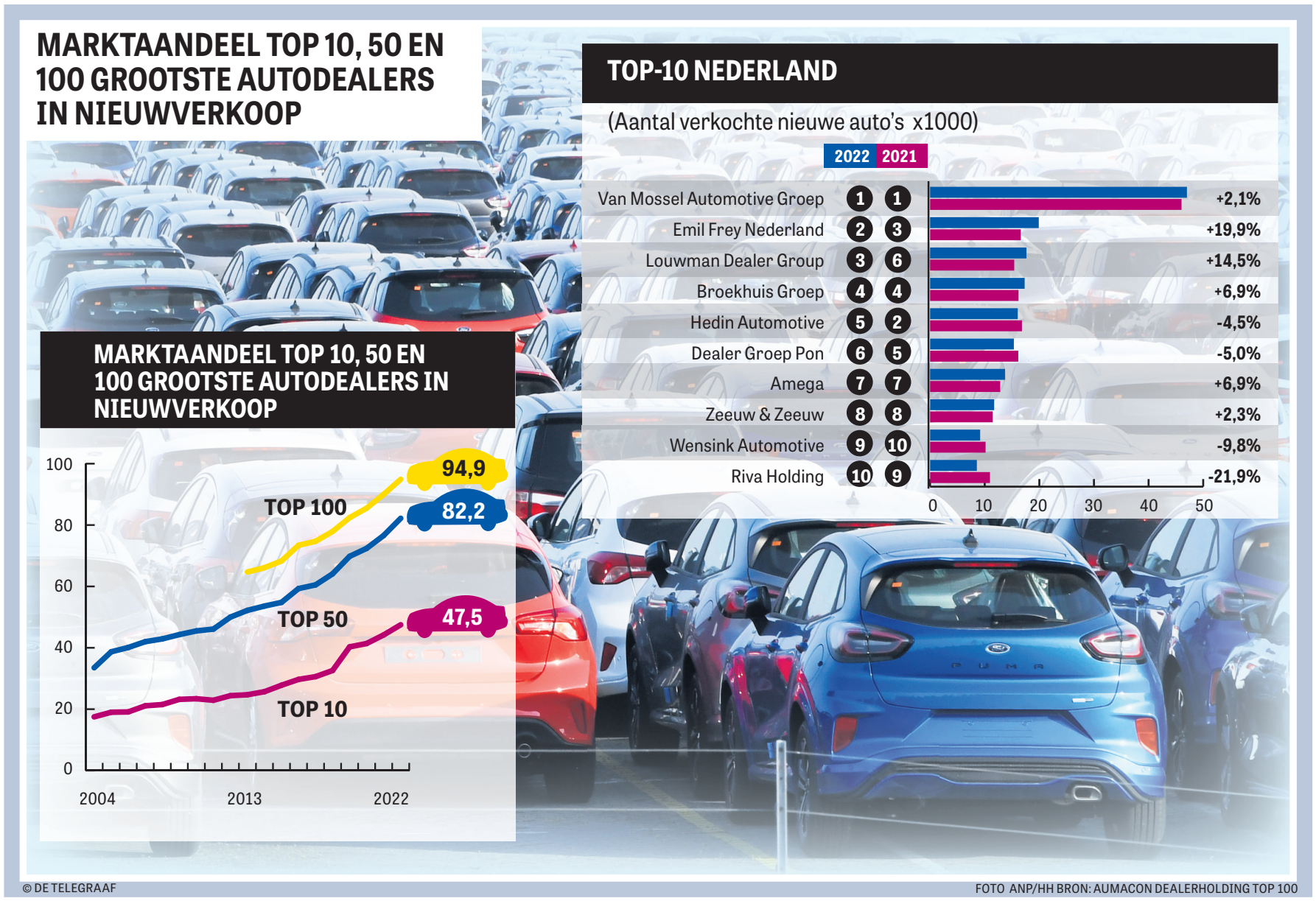
Slechts tien autodealers verkopen de helft van alle nieuwe bolides in Nederland

’Klant vasthouden nu belangrijk’

Autodealers zuchten onder de dalende verkoop van nieuwe auto’s. Zo niet de tien grootste dealerbedrijven. Die weten juist meer bolides te slijten en verkopen inmiddels de helft van alle auto’s in Nederland. „Over vijf jaar hebben de tien grootste 60 tot 70% van de markt.”

door **Gert van Harskamp**



© DE TELEGRAAF

FOTO ANP/HH BRON: AUMACON DEALERHOLDING TOP 100

Nieuwe auto kopen bij een klein vertrouwd dealerbedrijf waar u geholpen wordt door de derde generatie, die u nog hebt zien opgroeien als hulpje van de ouders in de garage? De kans wordt steeds kleiner dat u die auto nog koopt bij een mama-en-papa-bedrijf. Er zit namelijk geen rem meer op de schaalvergroting in de autobranche. Hoewel er in totaal nog zo’n 350 verschillende dealerondernemingen zijn, komt inmiddels 47,5% van de nieuwe auto’s bij de tien grootste autodealers vandaan, blijkt uit cijfers van data-analist voor de mobiliteit Aumacon. Bijna 95% wordt verkocht door de grootste honderd. Het kleine restje dat nog overblijft, mogen de overige 250 dealers verdelen.

„Als je naar de cijfers van afgelopen jaar kijkt, dan zie je ook dat de marktmacht van de tien grootste dealers steeds groter wordt”, zegt Aumacon-directeur Clem Dickman. „Voor dealerbedrijven was 2022 een enorm moeizaam jaar. De totale verkopen namen vanwege leveringsproblemen en inzakkende vraag naar nieuwe auto’s met 5% af (van 390.723 in 2021 naar 371.315 in 2022, red.), maar de tien grootste autodealers zagen het aantal verkopen juist met ruim 2% stijgen.”

’Voor kleine merkdealer is interesse verdwenen’

Grote dealers hebben meer armslag waardoor zij een veel bredere dienstverlening kunnen leveren, zoals financiering en lease. Maar daarnaast doen zij hele nieuwe dingen. Vijf dealerbedrijven verkopen inmiddels motorfietsen en bij tien dealerreuzen kun je ook terecht voor een fiets. Zo is Toyota-importeur en -dealer Louwman inmiddels eigenaar van Fietsenvoordeelshop.nl en levert die met het platform Driven vervoer op maat, zelfs met openbaar vervoer. „Autokopers kunnen bij grote dealers terecht voor complete mobiliteitsoplossingen”, zegt Dickman

Het marktaandeel van de grote dealers groeit echter voornamelijk door overnames, benadrukt de Aumacon-directeur. „De grote kopen vooral bedrijven in de top 20 tot 50. In de hele kleintjes, zoals dealers van Suzuki, Honda of Subaru hebben ze geen interesse.”

De bevindingen komen overeen met de prognose in de netwerkstudie Automotive Retailnetwerk in 2030 die adviesorganisatie KPMG in opdracht van Bovag maakte. „Het lot van de kleine dealer is sterk afhankelijk van de strategie van de fabrikant waar zij het dealerschap van hebben”, zegt Stijn de Groen, directeur automotive en mobiliteit bij KPMG. Komt de autofabrikant waar ze dealer van zijn op afzienbare termijn met nieuwe modellen? In welke mate ziet de autofabrikant een rol voor een autodealer voor de verkoop?”

Universele garage

Wanneer die rol beperkt is, zouden deze dealers zich volgens De Groen richten op nieuwe Aziatische merken. Verder kan het bedrijf zichzelf nieuw leven inblazen door samen te werken met universele niet-merkgebonden autobedrijven of zelf een universeel garagebedrijf worden.

Tot voor kort waren de dealerbedrijven en de universele garages compleet gescheiden werelden. Dat is volgens Aumacon helemaal veranderd. Een kwart van de grote merkendealers heeft inmiddels een universeel bedrijf overgenomen. Zo lijfde dit jaar Renault-dealer Bochane nog het Betuwse autobedrijf Jan van Mourik in om te groeien in de universele markt.

„Als de garantietermijn van een auto afloopt of mensen stappen over van nieuw naar tweedehands, dan gaan ze vaak niet meer naar een merkendealer”, legt Dickman uit. „Toch willen dealers hun klanten liever een lange termijn aan zich binden. Ook stappen steeds meer automerken over op het agentuurschap. Dan wordt door het merk een vaste verkoopprijs opgelegd en is er niet meer te onderhandelen bij verkoop. Met een universeel bedrijf geldt dat niet en kunnen bedrijven toch nog iets aan de marge doen.