



Automotive

Verdeling referentiegroep SRA-BiZ: **n 120**

Verdeling volgens Centraal Bureau voor de Statistiek: **2%**



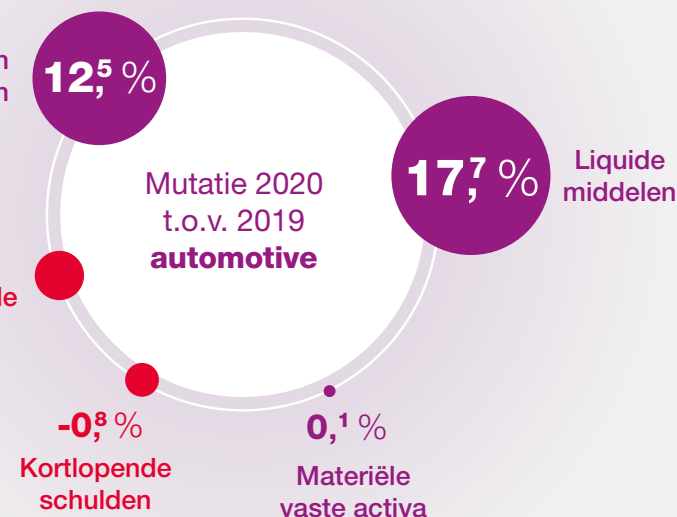
De Nederlandse automotieve

De automotieve had vóór de coronapandemie al te maken met disruptieve ontwikkelingen in het mobiliteitslandschap. Door de crisis zijn de snelheid van de veranderingen en de complexiteit voor de branche verder toegenomen. In 2020 hadden de verplichte coronasluitingen een grote invloed op de financiële resultaten en dan vooral op de omzetontwikkeling en de brutomarge.

Nieuwverkopen versus occasions

De auto-industrie is vorig jaar hard geraakt door de coronapandemie. Doordat de fabrieken in het voorjaar stillagen door de lockdownmaatregelen overal in de wereld, kelderden de verkopen. Volgens BOVAG is het aantal nieuw geregistreerde personenauto's in 2020 met 20 procent afgenomen ten opzichte van 2019. Ook in het eerste kwartaal van 2021 blijft de coronacrisis de nieuwverkopen parten spelen. Dit zet de autobranche zelf, maar ook de verduurzaming van het wagenpark en de investeringen in innovatie, verder onder druk.

Ondertussen wint de occasion aan populariteit. Veel reizigers die vóór de coronamaatregelen met het openbaar vervoer reisden, zien de tweedehandsauto nu als goed alternatief. De occasionmarkt heeft dan ook een goed jaar achter de rug. Volgens BOVAG is de totale verkoop (aan consumenten en de vakhandel) met 2,8 procent gestegen. Daarmee zijn er in Nederland in een jaar tijd voor het eerst meer dan twee miljoen tweedehandsauto's verkocht. De verwachting is dat ook in deze markt elektrische auto's steeds meer voet aan de grond gaan krijgen.



Financiële resultaten onder mkb-gemiddelden

De ontwikkeling van de omzet en winst is in de automotieve in 2020 achtergebleven bij het gemiddelde in het mkb. De branche heeft de omzet met bijna 5 procent zien krimpen, tegenover een lichte groei voor het mkb als geheel. De winstontwikkeling was vooral dankzij de steunmaatregelen wel positief: +6 procent, maar ook daarmee bleef de branche iets achter bij het mkb-cijfer van +9 procent. Meer dan de helft van de autobedrijven (51,8 procent) heeft de omzet in 2020 zien



afnemen. Voor de winst is dit net iets minder dan de helft (47 procent). Het gaat dan wel relatief vaak (22,9 procent) om een forse winstdaling van 50 procent of meer. Verder is de brutomarge met 2,4 procent gedaald, tegenover een lichte stijging voor het mkb.

Gespecialiseerde reparatiebedrijven in zwaar weer

De verschillen binnen de auto-branche waren vorig jaar opnieuw groot. Ondernemers die zich richten op gespecialiseerde reparaties zoals carrosserieherstel hebben een moeilijk jaar achter de rug, met een behoorlijke krimp van de omzet. Dit houdt mogelijk verband met

de afname van verkeersongevallen in 2020. De handel in auto-onderdelen en -accessoires heeft de omzet en vooral de winst juist zien toenemen. In de handel in personenauto's en lichte bedrijfswagens is de omzet over 2020 bovengemiddeld gedaald en de winst licht toegenomen.

Lagere kosten, maar beeld vertekend

De bedrijfskosten zijn met meer dan 2 procent afgenomen; een sterkere daling dan het mkb-cijfer (-0,8 procent). De autokosten en verkoopkosten (onder meer voor promotie en showrooms) laten over 2020 een dubbelcijferige min zien en ook de personeelskosten zijn gedaald (-1,5 procent). Verder zijn de 'overige bedrijfsopbrengsten' sterk toegenomen. Dit laatste hangt waarschijnlijk samen met de administratieve verwerking van de NOW-regeling.

Vermogenspositie

Het eigen vermogen is met bijna 13 procent gegroeid, nog iets sterker dan in 2019. Dit beeld kan te maken hebben met het dividendverbod dat was gekoppeld aan de NOW-regeling. Tot slot zijn de kortlopende schulden min of meer gelijk gebleven, tegen bijna -5 procent een jaar eerder. De langlopende schulden zijn met 2 procent afgenomen, waar een jaar eerder nog een stijging van bijna 16 procent uit de bus kwam.

Kredietwaardigheid

De financiële positie van bedrijven in de automotive is op niveau. Uit de analyse van SRA-BiZ blijkt dat het percentage onderne-

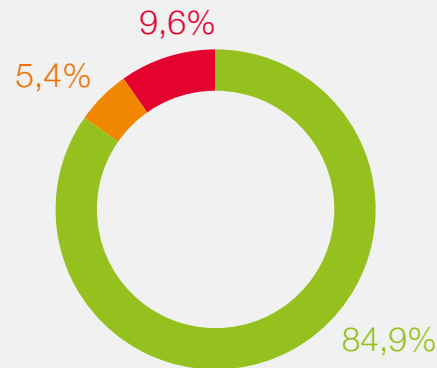
Mutaties in resultatenrekening Automotive

% mutatie 2020 t.o.v. 2019

| | |
|--|--------------|
| Netto omzet | -4,7% |
| Inkoopwaarde | -5,4% |
| Brutomarge | -2,4% |
| Overige bedrijfsopbrengsten | 441,4% |
| Personeelskosten | -1,5% |
| Exploitatiekosten | 17,5% |
| Inventariskosten | -7,4% |
| Huisvestingskosten | -3,1% |
| Autokosten | -14,2% |
| Verkoopkosten | -15,8% |
| Algemene kosten | 5,1% |
| Overige kosten | 7,6% |
| Bedrijfskosten | -2,2% |
| Afschrijvingen | 4,0% |
| Bedrijfsresultaat | 3,3% |
| Financiële baten en lasten | -25,0% |
| Gewoon resultaat voor belasting | 6,2% |

mingen dat aan de financiële verplichtingen kan voldoen (een PD-rating < 1 procent), is uitgekomen op bijna 85. Dit is vergelijkbaar met het voorgaande jaar. De branche doet het daarmee ook beter dan het mkb-gemiddelde, dat licht verbeterde naar 83,2 procent.

KREDIETWAARDIGHEID AUTOMOTIVE



- PD-rating > 3%: insolvent
- PD-rating 1-3%: financiële risico's
- PD-rating < 1%: kredietwaardig



Automotive: toekomstperspectief volgens experts

De coronapandemie is van grote invloed op de automotive, maar de impact verschilt per subbranche. De verkoop van nieuwe auto's staat bijvoorbeeld onder druk, maar de verkopen van occasions zijn nog altijd goed. Ondertussen zet een aantal disruptieve trends hard door, misschien wel extra hard door de crisis. Hoe kan de branche herstellen van de crisis en waar liggen de kansen?

De coronasteunmaatregelen, zoals de NOW-regeling, hebben de autobranche gedurende de crisis aardig bescherming geboden, maar die vallen uiteraard een keer weg. Dan zal de branche moeten omgaan met coronagerelateerde onzekerheid, zoals de betaling van achterstallige belastinggelden. Die komt nog eens boven op de disruptieve trends die al vóór de crisis waren ingezet, maar waarvan de precieze impact nog onduidelijk is, zoals digitalisering en de elektrificatie van de mobiliteit. Geen omgeving om in stil te zitten en dat besef van urgentie is door de coronacrisis wel sterker aanwezig, ziet Johan Berkouwer



Corona heeft gezorgd voor een schrik-effect. De omzetten in de branche zijn per saldo gedaald, dus ondernemers weten dat ze moeten gaan schakelen.



van de SRA-Branche-expertgroep Automotive. “Corona heeft gezorgd voor een schrik-effect. De omzetten in de branche zijn per saldo gedaald, dus ondernemers weten dat ze moeten gaan schakelen en daadwerkelijk in beweging moeten komen.”

Corona als accelerator

Die beweging is al zichtbaar, aldus Geert Brummelhuis, branchemanager BOVAG Auto-dealers. “Wij zien dat er in de autodealerbranche een veel grotere bereidheid is om te investeren, bijvoorbeeld in online of nieuwe activiteiten. Ook bij autobedrijven die dit eerder nog niet hadden gedaan. De investeringen worden groter en sommige bedrijven trekken hierin samen op. Dat moet ook wel, want corona is in alle opzichten een versneller van trends, zowel qua technologie als in gedrag en mobiliteit.”

Klanten van autobedrijven zijn versneld meer online gaan doen, we zullen waarschijnlijk meer blijven thuiswerken en dus minder kilometers afleggen en dat alles heeft consequenties voor de branche, al is nog niet precies duidelijk wel-

ke. “Er komen voor autobedrijven in elk geval nog meer facetten bij”, vervolgt Brummelhuis. “Denk aan het aanbieden van proefritten aan huis. Het is niet gezegd dat dit na corona de norm wordt, maar het is een aspect dat er voor autobedrijven bijkomt en er gaat niets weg. Het businessmodel wordt dus alleen maar rijker en dat maakt het voor de ondernemer ook complexer. Dit is een gegeven en een kans waarop autobedrijven zullen moeten inspringen. Doen ze dat niet, dan krijgen ze het heel moeilijk.”

Nuance nodig in de kredietverlening

Kredietverlening zou de auto-ondernemers, zeker onder de huidige omstandigheden, helpen om hun businessmodel te ontwikkelen en daarmee te innoveren. Een extra complicerende factor hierbij is dat banken over het algemeen terughoudend blijven als het gaat om kredieten voor de autobranche. Het helpt niet dat de marges zo laag zijn, maar dat is niets nieuws.

Voor bepaalde bedrijven in de branche zijn de risico's echter relatief beperkt. Zo hebben de grote dealerbedrijven dankzij hun brede waaier aan activiteiten een goede risicospreiding, net als bedrijven die zich goed in de markt hebben gepositioneerd. En die zijn er. Volgens Clem Dickmann, directeur van kenniscentrum Aumacon, zouden de banken dan ook veel genuanceerder naar de automotive moeten



kijken om de broodnodige investeringen in vernieuwing mogelijk te maken.

Leiders in de branche

Al jaren gaat het in de autobranche over een shake-out, vervolgt Dickmann. Als de vraag in de markt fundamenteel verandert – we gaan minder kilometers maken en in minder onderhouds-gevoelige auto's rijden – moet er ook aan de aanbodzijde iets veranderen. De kosten moeten hoe dan ook omlaag en de fabrikanten willen steeds minder contractpartners aan zich binden. “De contractpartners verkopen wel nog steeds via heel veel outlets en dat is relevant voor de kosten. Dealers zouden goed moeten kijken naar het aantal vestigingen. Dit aantal neemt wel af en de coronacrisis heeft ook deze trend enigszins versneld, maar het is nog niet voldoende.”

Het lastige daarbij is dat de autoretailer in veel gevallen ook vastgoedondernemer is. Het zijn panden die vaak moeilijk vervreemdbaar zijn door de specifieke ligging en indeling. Voor andere retailers zijn ze simpelweg niet interessant. De verleiding om de situatie in stand te houden en niet door te pakken, is dan groot, zegt Berkouwer. “Fabrikanten en importeurs sturen druk op het aantal contracten, maar ik mis hun visie op het aantal daken. Daar moet de shake-out in de branche komen. Ik zie wel iets meer urgentie door de coronacrisis, maar dealers hebben veel aan het hoofd en richten zich vaak op de korte termijn. Er zijn daarom leiders in de branche nodig die de route uitstippelen, ook als het gaat om investeringen, en naar mijn mening moeten dat de fabrikanten zijn.”



Dealers zouden goed moeten kijken naar het aantal vestigingen. Dit aantal neemt wel af en de coronacrisis heeft ook deze trend enigszins versneld.



Creativiteit

Lastig, vindt Dickmann. “Het is de taak van een importeur en fabrikant om de structuur te organiseren, via het aantal contractpartners. Maar als een dealer wil doorgaan met zijn panden, ook als hij er maar matig mee verdient, dan is het niet in het belang van fabrikanten of importeurs om daar verandering in te bewerkstelligen. Hun primaire belang, het verkopen van nieuwe auto's, wordt immers beter gediend met meer dan minder panden. Zolang er geen grote financiële narigheid is bij de dealer uiteraard. Het distributiemodel staat in elk geval op scherp.”

Brummelhuis is het daarmee eens. “We zien dat contractpartners in netwerken steeds meer vrijheden hebben om het gebied dat zij bedienen zelf te organiseren. Voor de overblijvers is het belangrijk om te zorgen dat hun vastgoed meer multi-inzetbaar is. We zien gelukkig ook op dat gebied meer creativiteit en vernieuwing bij ondernemers. Het is belangrijk dat zij hun eigen visie vormen en zelf anticiperen.”

Nieuwe rollen

Wat is er nog meer nodig voor de gezondheid van de automotive? “Er zijn grote dealers

die over het algemeen goed renderen en al het overgrote deel van de nieuwverkopen voor hun rekening nemen. Daarnaast telt de branche een aantal kleinere dealers. Dat maakt het voor een fabrikant lastig om er beleid op te ontwikkelen”, aldus Dickmann. “De universele markt telt juist een groot aantal kleinere ondernemers dat het lastiger krijgt om de technische ontwikkelingen van de auto bij te benen en commercieel toegang te houden tot de fabrikant. Het is daarom van belang dat we afscheid nemen van een aantal kleinere partijen en dat de nieuwverkoop en garantielevering via grote professionele bedrijven gaan lopen.”

Dit is al gaande, reageert Brummelhuis, omdat importeurs met minder contractpartijen verder willen. “De partijen die overblijven, hebben over het algemeen een strategie die is gericht op schaalvergroting, optimalisatie en het verbreden van de activiteiten. Dan blijft er logischerwijs minder ruimte voor kleine spelers over. Dus staan veel ondernemers voor belangrijke keuzes die ze tijdig moeten maken. Hierin kan de accountant een belangrijke rol spelen. Anticiperen: daar gaat het om.”