



NATIONAAL OCCASION ONDERZOEK 2017

OCCASIONMARKT IN NEDERLAND

Verkoop, import en export, betrokken
verkoopkanalen en voorraadontwikkeling

NATIONAAL OCCASION ONDERZOEK 2017

OCCASIONMARKT IN NEDERLAND

Verkoop, import en export, betrokken
verkoopkanalen en voorraadontwikkeling

De digitale versie van dit onderzoek kunt u downloaden van de websites
www.automobielmanagement.nl/noo en www.vwe.nl/noo.

Dit rapport is een beknopte selectie van de data, de resultaten en de achtergronden
van het Nationaal Occasion Onderzoek 2017 dat is uitgevoerd door VWE Automotive in
samenwerking met Automobiel Management.

Meer inhoudelijke informatie kan worden verkregen bij onderzoeker Marc van der Elst bij
VWE Automotive via marc.vanderelst@vwe.nl.

Inhoud

Colofon	4
Voorwoord	5
Hoofdconclusies	6
Hoofdstuk 1: Occasionmarkt in de lift, VW blijft populairst	14
Hoofdstuk 2: Kortere statijden, EV's snelst verkocht	18
Hoofdstuk 3: Grote verschillen tussen universeel en merkdealer	26
Hoofdstuk 4: Consument kiest vaker voor occasion	32
Hoofdstuk 5: Trend sterk groeiende import en dalende export zet door	42

Colofon

Nationaal Occasion Onderzoek 2017 is een onderzoek van Automobiel Management (AM) in Deventer en VWE Automotive in Heerhugowaard. Dit rapport is een beknopte selectie van de data, de resultaten en de achtergronden van het onderzoek.

U kunt de digitale versie van het onderzoek downloaden van de websites www.automobielmanagement.nl/noo en www.vwe.nl/noo

Datum
28 juni 2017

Research & analyse

VWE Automotive in samenwerking met Automobiel Management. Alle cijfers hebben uitsluitend betrekking op personenauto's. Het onderzoek concentreert zich op de cijfers van het kalenderjaar 2016.

Redactie

Automobiel Management - Deventer
redactie@automobielmanagement.nl

Vormgeving & opmaak

Bureau OMA - Doetinchem + VWE Automotive

Druk

PrintX - Doetinchem0

Voorwoord

Dit Nationaal Occasion Onderzoek 2017 is het resultaat van de samenwerking tussen VWE Automotive uit Heerhugowaard het vakblad AM Automobiel Management uit Deventer.

Onze doelstelling is het uitvoeren van kwalitatief hoogstaand, betrouwbaar en actueel onderzoek naar de occasionmarkt in Nederland en de daaraan gerelateerde import en export van gebruikte auto's. Ook de eventuele gevolgen hiervan voor de omvang van het wagenpark, wat op zijn beurt consequenties heeft voor de aftermarket, worden in kaart gebracht. De belangrijkste conclusies uit het onderzoek worden gepresenteerd aan de autobranche door middel van dit rapport.

Het inmiddels zesde Nationaal Occasion Onderzoek 2017 is het resultaat van de samenwerking tussen VWE en AM. Er is gekozen voor een aanpak die voor de noodzakelijke continuïteit in de data zorgt waarmee het mogelijk wordt de trends die voor de autobranche van grote waarde zijn in beeld te brengen. De handel in occasions is een essentieel onderdeel van de autobranche. Bovendien, de invloed die occasions hebben op de aftermarket is wellicht nog belangrijker gezien de waarde die het heeft voor het rendement van de autobranche. Dit jaar is voor het tweede jaar op rij gelet op de diverse aanbieders van occasions en op de verhoudingen die bestaan tussen de verkopende partijen. Nieuw is dit jaar een aanvulling op het onderzoek door VWE-dochter Finnik, wat inzicht geeft in de koopmotieven van de consument.

Het onderzoek baseert zich op een informatie-analyse van VWE door businessdata-analist Marc van der Elst. Er is voor analyses gebruikgemaakt van de VWE database die is opgebouwd uit diverse databronnen, waaronder het RDW-register waar VWE als provider over beschikt. Alle cijfers in het Nationaal Occasion Onderzoek hebben betrekking op personenauto's en dit onderzoek concentreert zich op het kalenderjaar 2016. De cijfers worden vergeleken met kalenderjaar 2015 en eventueel met meerdere jaren daarvoor.

Met dit overkoepelende overzicht van de occasionmarkt zijn de belangrijkste ontwikkelingen van 2016 gesignaleerd en voor dit onderzoek nader uitgediept. De resultaten zijn in dit rapport weergegeven en in beknopte vorm gepresenteerd op het Driving Business Remarketing Event van Automobiel Management op 28 juni.

Een digitale versie van Nationaal Occasion Onderzoek 2017 is vanaf 29 juni te downloaden via de websites www.automobielmanagement.nl en www.vwe.nl/noo.

Piet Renses
Directeur VWE



Peter Brouwer
Hoofdredacteur AM



CONCLUSIES

Autobedrijven verkochten 4,5% meer gebruikte personenauto's aan consumenten. Opvallend is dat tegelijk met de groeiende voorraden de statijden afnemen. Tegelijkertijd zijn er grote verschillen tussen de bedrijven. Zeven procent doet namelijk meer dan tweehonderd occasions op jaarbasis, terwijl bijna 34 procent minder dan tien occasions verkoopt. Verder zien we dat de trend van sterk groeiende import en dalende export doorzet.

Hoofdconclusie 1 Occasionmarkt in de lift, VW blijft populairst

Brede groei occasionmarkten

De occasionmarkt groeide sterk in 2016. Autobedrijven verkochten 4,5% meer gebruikte personenauto's aan consumenten. Daarmee zet de groei van 2015 zich voort. Een verschil is dat de al jaren dalende verkopen tussen consumenten onderling in 2016 veranderde in groei (+2,2%). In totaal kochten consumenten ruim 1,8 miljoen gebruikte personenauto's, 3,6% meer dan in 2015. Redenen voor deze groei zijn de aantrekkelijke economie en een verschuivende vraag bij consumenten naar occasions in plaats van nieuwe auto's.

Youngtimers

Zowel de markt voor jonge als voor oudere occasions groeide. De sterkste groei was er in de leeftijdsgroep 20 tot 25 jaar (+27%), maar er werden ook veel meer auto's van 15 tot 20 jaar verkocht. Deze 'youngtimers' zijn in trek onder zelfstandigen vanwege de gunstige bijtelling. Na jaren waarin er vooral meer kleine auto's werden verkocht, lag de groei binnen die segmenten in 2016 onder het gemiddelde. Er was vooral veel groei in het C-segment. En bij SUV's, met name de midi-SUV's (+30,3%). Terreinauto's, coupes, cabrio's en andere sportauto's worden steeds minder verkocht. Het aandeel dieselauto's in de occasionverkopen steeg, vooral ten koste van LPG waarvan de verkopen in een jaar met een derde afnamen. Maar ook de verkopen van gebruikte hybrides daalden.

Volkswagen verder gestegen

De populariteit van Volkswagen is ondanks schandalen in 2016 verder gestegen. Er werden ook 12,7% meer Peugeots verkocht, waardoor het merk de tweede plaats veroverde op Opel. Ook Toyota, Volvo, Kia en Skoda groeiden sterk. Fiat, Alfa Romeo en Suzuki daalden. De verschillen komen grotendeels voort uit de nieuwverkopen van deze merken in de afgelopen jaren. Onder jonge occasions loopt het aandeel van Toyota nu terug. In die leeftijdsgroep hebben VW en Peugeot in 2016 een behoorlijk voorsprong behaald. De VW Polo, Golf en Peugeot 308 presteerden zeer goed. Opvallend is dat de verkopen van diverse populaire modellen uit het A-segment daalden.

C-segment belangrijkste

Naar schatting behaalden autobedrijven in 2016 een omzet van tien miljard euro uit de verkoop van occasions aan consumenten. Het C-segment is qua omzet het belangrijkste, en ook het segment waarvan de waarde het meeste steeg in 2016. Particulieren verhandelden onderling occasions met een totale waarde van vier miljard euro.

Autobedrijven
verkochten
4,5%
meer gebruikte
personenauto's aan
consumenten

Verkopen occasions
van 20 tot 25 jaar
gestegen met
27%

Volkswagen
ondanks schandalen
gestegen



C-segment
populairst



Hoofdconclusie 2

Kortere statijden, EV's snelst verkocht

Voorraden groeien

De totale voorraden aan occasions bij autobedrijven nemen sinds 2013 in omvang toe. In 2016 was die toename met 8,6% sterker dan in voorgaande jaren. Vooral in de eerste maanden van 2016 was er sprake van aanzienlijke voorraden, mede doordat eind 2015 veel nieuwe 14%-auto's op voorraad zijn gezet. Verder hebben de nieuwverkoopen in eerdere jaren een zichtbaar effect op de aantallen auto's die er nu per bouwjaar beschikbaar zijn. De voorraden occasions uit de A-, B- en C-segmenten namen behoorlijk toe. Bij elkaar maken deze 56% van de totale voorraad uit. Voorraden in minder courante segmenten als coupés, terreinauto's en grote sedans namen in 2016 af. Dit laat zien dat autobedrijven er steeds beter in slagen om het soort occasions waar kopers om vragen in de showroom te krijgen.

LPG neemt behoorlijk af

De aantallen elektrische auto's op voorraad groeien snel, maar zijn in absolute aantallen nog klein. Het aantal diesels steeg sterker dan benzineauto's. Alleen van LPG-auto's nemen de voorraden behoorlijk af. Op merkniveau steeg vooral Peugeot sterk. Dit komt vooral door de nieuwe 14%-voorraad van de 308. Ook voorraden van alle andere volumemerken groeiden. Wel slonken voorraden van populaire occasions, zoals diverse modellen uit het A-segment en jonge Polo's en Corsa's.

Kortere statijden

Opvallend is dat tegelijk met de groeiende voorraden de statijden afnemen. Deze ontwikkeling werd in 2014 voorzichtig ingezet en zet door. De gemiddelde statijd liep in 2016 terug van 74,4 naar 72,8 dagen. Dat is het snelste sinds jaren. Jonge auto's werden het snelst verkocht, maar opmerkelijk is dat statijden in deze categorie juist toenamen. Net als in voorgaande jaren nam de statijd van oudere occasions behoorlijk af. In alle leeftijden vanaf 6 jaar liepen stadagen terug. Gevolg is dat statijden van 14 tot 17 jaar oude occasions nu korter zijn dan in alle leeftijden tussen de 1 en 13 jaar.

EV's snelste verkocht

Door de populariteit van kleine auto's bij occasionkopers kennen de A- en B-segmenten de kortste statijden. In 2016 bleef de statijd van het B-segment gelijk, maar namen statijden verder af in de A-, C- en D-segmenten. Ook MPV's en SUV's werden in 2016 sneller verkocht. Opvallend daarbij is dat grotere en dure SUV's net zo kort staan als de meer betaalbare midi-SUV's. De statijd van diesels nam licht toe, maar ligt opvallend genoeg nog steeds lager dan van benzineauto's. De gemiddelde statijd van een hybride ligt hoger, en nam vorig jaar verder toe. Daarentegen worden EV's juist het snelste verkocht, gevolgd door CNG-auto's. Naar deze alternatieve brandstoffen lijkt dus ook op de occasionmarkt wel vraag te bestaan.

Peugeot hardloper

Al sinds 2014 worden Peugeots gemiddeld het snelst verkocht, en die statijd is in 2016 met nog eens drie dagen verminderd. Ook bij Opel en Renault liep het aantal stadagen terug, waardoor beide dichtbij VW en Ford komen. Lexus behaalde, geholpen door een veranderende modelmix, na Peugeot de kortste statijd. Op modelniveau werd de Opel Karl het snelste verkocht.

De voorraden stegen met

8,6%



De occasion voorraad elektrische auto's

snelst groeiend



De gemiddelde statijd was in 2016

72,8 dagen

EV's snelst verkocht



Peugeot gemiddeld snelst verkocht



Hoofdconclusie 3

Grote verschillen tussen universeel en merkdealer

Verschillen tussen autobedrijven worden groter

In totaal verkocht de branche ruim 1,1 miljoen occasions aan de consumenten. De bijna 18 duizend bedrijven verkochten gemiddeld 63 occasions per jaar. Dat is gemiddeld slechts 1 occasion meer dan vorig jaar.

Universeel vs merkdealer

Er zitten echter grote verschillen tussen de verschillende bedrijven. Zeven procent doet namelijk meer dan tweehonderd occasions op jaarbasis, terwijl bijna 34 procent minder dan tien occasions verkoopt. De merkdealer brengt per vestiging veruit de meeste occasions aan de man of vrouw. Opvallend is dat de aantallen verkochte occasions tussen universele Bovag-leden en niet Bovag-leden niet bijster grote verschillen laten zien. Wel zijn het aanmerkelijk oudere auto's die de niet-Bovag bedrijven verkopen. Daar staat tegenover dat de gemiddelde occasion bij de merkdealer holding nog geen vier jaar oud is. Over het gehele land bekeken liggen de totale verkopen van universele en merkdealers behoorlijk dicht bij elkaar. Dit komt doordat er aanmerkelijk meer universele op de markt zijn dan merkdealers.

Leeftijd

Merkdealers verkopen voornamelijk kleinere occasions. Gezien de leeftijd van de verkochte occasions is dat niet onlogisch aangezien er de laatste jaren veel kleinere auto's nieuw zijn verkocht. De meer exotische auto's als terreinwagens, sportwagens en cabrio's vinden hun weg weer meer via het universele kanaal de weg terug naar de markt.

Vreemd merk

Merkdealers verkopen ook behoorlijk wat occasions van een 'vreemd merk'. Gemiddeld zelfs meer verschillende merken occasions dan een universeel autobedrijf verkoopt. Gemiddeld is 73,1 procent van een eigen merk. Daar zit nauwelijks verandering in ten opzichte van 2015. Van de totale omzet in de verkoop van occasions hebben merkdealers en universele naar schatting een bijna gelijk aandeel. De merkdealers met 52% van de omzet net wat meer. Dit komt vooral doordat de gemiddelde waarde van een occasion bij een merkdealer meer dan twee keer zo hoog is als bij een universeel.

Keuzefactoren consumenten

Consumenten kiezen vooral voor een kanaal vanwege betrouwbaarheid, gevolgd door prijs. Een te hoge prijs is de belangrijkste reden voor een occasionkoper om te switchen naar een ander soort aanbieder. De tevredenheid van occasionkopers is het hoogste bij merkdealers, met name vanwege garanties en betrouwbaarheid.

1.1 mln
verkochte occasions B2C

Universeel VS merkdealer



Merkdealers
verkopen voornamelijk
kleinere occasions

27%
occasion verkopen
merkdealers
van vreemd merk

Betrouwbaarheid
belangrijkste reden
voor keuze consument

Hoofdconclusie 4 Consument kiest vaker voor occasion

Aankoopproces occasion vs nieuw

In aankoopprocessen van consumenten zijn er duidelijke verschillen tussen het kopen van occasions en van een nieuwe auto. Bij een nieuwe auto wordt de keuze in belangrijke mate bepaald door een proefrit, het autobedrijf en online reviews. Bij occasions is de mening van familie en kennissen veel belangrijker en spelen kranten en autobladen nauwelijks enige rol. Voor een nieuwe auto bezoekt een consument het autobedrijf ook vaker dan voor een occasion. Wel is de consument bereid veel verder te reizen voor een occasion dan voor de aanschaf van een nieuwe auto.

De belangrijkste reden om voor een nieuwe auto te kiezen zijn betrouwbaarheid en het zelf keuzes kunnen maken over kleur en opties. Doorslaggevende reden om voor een occasion te kiezen is de prijs-kwaliteitverhouding.

Langer doorrijden

Meer dan 90% van de occasionkopers denkt volgende keer weer een occasion te kopen. Onder kopers van nieuwe auto's zegt een aanzienlijk deel volgende keer voor een occasion te kiezen. Dat zou betekenen dat de verschuiving in de particuliere markt van nieuwe auto's naar occasions nog verder door gaat zetten.

Consumenten houden een auto steeds langer in bezit. In drie jaar tijd is de gemiddelde bezitsduur met 100 dagen toegenomen. Het Nederlandse wagenpark wordt ook steeds ouder.

Autovorkeuren per regio

Verkopen van occasions zijn in bijna alle regio's in Nederland toegenomen. Alleen in Zeeuws-Vlaanderen zijn de verkopen afgenomen. Vergrijzing en de trek van jongeren buiten de provincie Zeeland spelen hierin ongetwijfeld een rol. Rotterdam neemt is met 8 procent van de landelijke verkopen de grootste markt. Binnen de regio Dordrecht steekt het A-segment er boven uit. Rond de 20% van de totale verkoop bestaat uit auto's in dit segment. Het noorden van Nederland liet in 2016 een stevige groei van de totale verkoop van occasions zien. Het is ook hier waar met name grotere auto's (C t/m E) worden verkocht. Het B-segment doet het in heel Nederland uitstekend. Het E- en F-segment vindt gretig aftrek in Amsterdam, Amersfoort, Den Haag en Den Bosch.

Stadagen

De stadagen in Nederland zijn in totaal met 1,8 dagen verder terug gelopen naar gemiddeld 72,7 stadagen. In de regio's Dordrecht, Tiel en enkele Zeeuwse regio's was de ontwikkeling echter negatiever. In de regio Zaanstad wisselen auto's met gemiddeld 65 dagen het snelst van eigenaar. Daar steekt Oostburg met 117 stadagen schril tegen af.

Consument wil
verder reizen voor
occasion
dan voor nieuw



90%
occasion kopers
koopt volgende keer
weer een occasion

Rotterdam neemt met
8% van de totale
verkopen
de eerste plaats in

In Zaanstad
worden occasions
het snelst verkocht



Hoofdconclusie 5

Trend sterk groeiende import en dalende export zet door

Import groeit al jaren

De import van occasions vertoont al enkele jaren groeicijfers boven de 25%. In 2016 steeg de import naar een recordaantal van 168.300 personenauto's, maar was de groei met 20,1% iets minder sterk. Na jaren waarin vooral veel meer jonge auto's uit het buitenland werden gehaald, groeide in 2016 vooral de import van auto's van 7 tot 15 jaar oud. In alle populaire segmenten steeg de import, in verhouding het sterkste bij SUV's. Ook vrijwel alle merken groeiden, met als sterkste groeiers de kleinere merken Tesla (+87%) en Smart (+62%).

Merken en landen

Koploper VW groeide met 25%, waarmee er drie keer zoveel auto's van dit merk werden geïmporteerd dan van de nummer 2, Mercedes. De import-modelmix wijkt af van de binnenlandse verkopen. De Toyota Yaris, Aygo en Fiat 500 worden in verhouding veel geïmporteerd. Gedreven door de sterke vraag op de Nederlandse occasionmarkt werden er vorig jaar vooral meer Renault Captur's en Opel Mokka's uit het buitenland gehaald.

De meerderheid van de importauto's komt uit onze direct buurlanden. Duitsland staat met 62% bovenaan. De populaire groep van jonge, kleine auto's wordt ook veel uit Spanje, Frankrijk en Denemarken gehaald.

Achterblijvend aanbod

De groei in import wordt gedreven door de sterke vraag van Nederlandse occasionkopers waar een achterblijvend aanbod tegenover staat. Dat komt ten eerste door de dalende nieuwverkopen in de afgelopen jaren, en ten tweede doordat een steeds groter deel van de nieuwe auto's zakelijk wordt gekocht. Hierdoor komen er in verhouding meer grotere auto's en diesels op de occasionmarkt, en/of auto's met hogere kilometerstanden. Dat steeds minder particulieren een nieuwe auto kopen en deze na enkele jaren en met weinig kilometers inruilen leidt tot tekorten aan dergelijke auto's op de occasionmarkt. Dit tekort wordt aangevuld met auto's uit het buitenland.

Importomzet vs exportomzet

De omzet uit occasion-import lag in 2016 zo'n 44% hoger dan de waarde van de occasion-export. In 2012 was dat nog andersom. Gemeten naar omzet is het C-segment het belangrijkste voor import, het D-segment voor export.

Voorals auto's van
7 tot 10 jaar oud
populair



Achterblijven
van particuliere
nieuw aankopen
oorzaak groei import

Omzet import
44%
hoger dan
export waarde

Export daalt

De export van occasions is al enkele jaren licht aan het dalen. Die trend zette zich in 2016 voort, waarbij de daling met -2,9% wat sterker was dan in 2015. Deze daling komt voor rekening van enerzijds auto's jonger dan 10 jaar en anderzijds auto's ouder dan 20 jaar. In de leeftijdsgroep daartussen is er wel sprake van groeiende export. Gekeken naar het soort auto's blijkt dat de aantallen zijn teruggelopen in veel van de belangrijke exportsegmenten met grotere auto's, zoals grote MPV's, het C- en D-segment. Opvallend is dat daarentegen de export van kleinere auto's groeit. In het B-segment met +8% en mini-MPV's +12%. Deze auto's werden traditioneel veel minder geëxporteerd, mede vanwege de sterke binnenlandse vraag.

Grootste exportmerken

VW en Opel blijven - ondanks lichte dalingen - de grootste exportmerken. Merken die tegen de markttrend in groeiden zijn Renault, Ford, Citroen en Volvo. Groei komt daar vooral uit de modellen die enkele jaren geleden erg populair werden in de lease en nu daaruit vrijkomen. Grote dalingen zijn er voor de meeste Japanse volumemerken en Mercedes.

1 op de 4 naar Polen

Meer dan een kwart van de export gaat naar Polen. Export naar Roemenië, Duitsland en Bulgarije groeide. Daarnaast is er nu al twee jaar een trend dat er meer auto's naar Italië en Portugal gaan. Bestemmingen hangen ook sterk samen met leeftijd: de jongste auto's gaan vooral naar West-Europa, auto's van 5 tot 15 jaar naar Oost-Europa en oudere auto's naar Afrika. Bij (semi-)elektrische auto's spelen fiscale stimuleringsmaatregelen in een land een belangrijke rol. Hierdoor gaan EV's naar Duitsland en Noorwegen, plug-in hybrides vooral naar Hongarije en gewone hybrides naar Jordanië. Export van deze laatste groep auto's daalt overigens fors.

B-segment | Mini MPV's
+8% | **+12%**



Opnieuw grootste
exportmerken



1

OCCASIONMARKT IN DE LIFT, VW BLIJFT POPULAIREST

Autobedrijven verkochten weer ruim 1 miljoen gebruikte auto's aan consumenten (B2C). Dat is een stijging van 4,5% ten opzichte van 2015. Met name de verkopen van oude occasions steeg. Bij de populaire 'youngtimers' van 15 t/m 19 jaar zien we een toename van 10%. Er zijn vooral veel meer occasions uit het C-segment verkocht (de 'Golf-klasse'). Volkswagen blijft het populairst onder occasionkopers. Een ander opvallend groeisegment is dat van de SUV's.

Occasionmarkt

De occasionmarkt is ook in 2016 gegroeid. Autobedrijven verkochten weer ruim 1 miljoen (1.128.313) gebruikte auto's aan consumenten (B2C). Dat is een stijging van 4,5% ten opzichte van 2015 toen er exact 1.079.968 occasions werden verkocht aan particuliere autorijders. Daarmee zet de stijgende trend door; in 2015 groeiden deze verkopen al met 4,7% t.o.v. 2014.

Ook de handel tussen consumenten onderling (C2C) groeide in 2016. Een opvallende trendbreuk, omdat sinds 2011 deze verkopen alleen maar daalden. In 2016 sloeg dit om en groeide de handel van 667.097 occasions naar 681.628 (+2,2%).

In totaal kochten consumenten daarmee 1.809.941 occasions, een toename van 62.876 exemplaren of 3,6% vergeleken met 2015. Redenen voor deze groei zijn de aantrekkelijke economie, en ook de groeiende belangstelling van de particuliere autokopers voor occasions in plaats van nieuwe auto's.

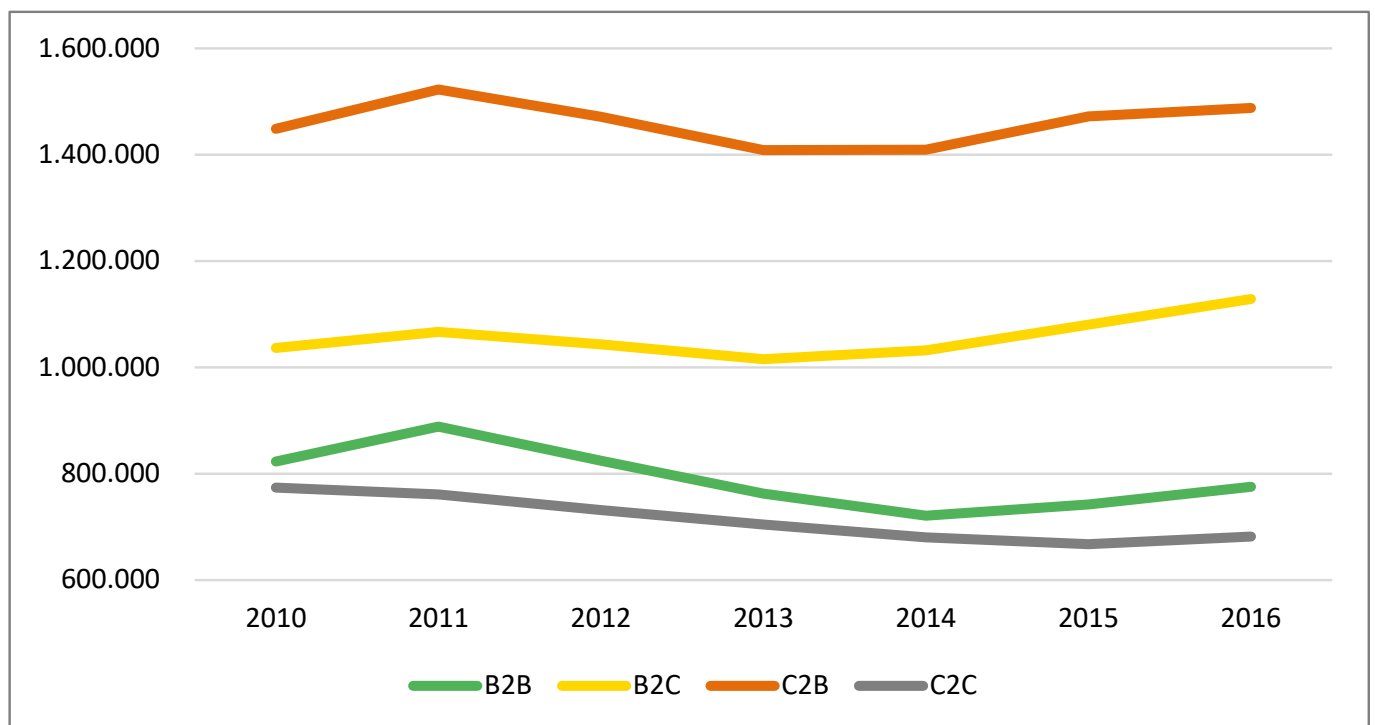
Eenzelfde trendbreuk zien we in het B2B segment. Nadat de verkopen hier jarenlang waren gedaald, stegen die juist weer in 2015. Deze toename heeft zich in 2016 voortgezet. Een mogelijke oorzaak van de stijging in B2C en B2B is het grote aantal nieuwe auto's dat vanwege de veranderde bijtellingsregels in 2015 is gekentekend, om in 2016 verkocht te worden.

In totaal kochten
consumenten

1.809.941

occasions

Totale occasionverkopen naar type verkoop

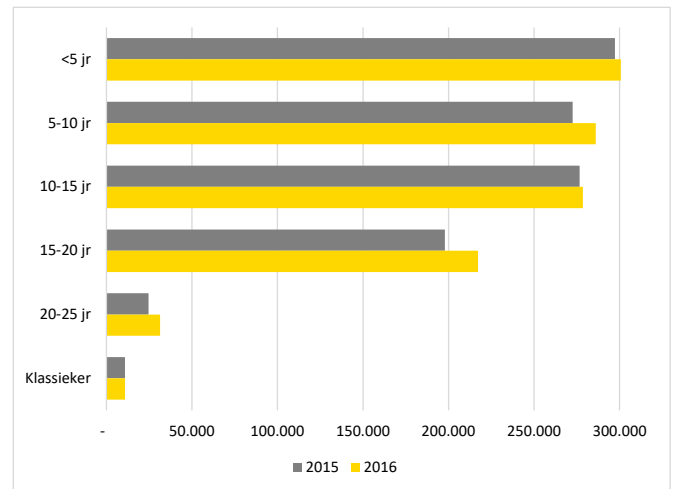


Leeftijd

Met name de verkopen van oude occasions steeg. In de leeftijds-categorie 20 t/m 24 jaar werden er maar liefst 27% meer auto's verkocht, en bij de populaire 'youngtimers' van 15 t/m 19 jaar zien we een toename van 10%. De markt voor oldtimers is daarentegen verder ingezakt. Dit zijn de auto's van 25 t/m 29 jaar die vaak als normale auto werden ingezet, maar vanwege de afgeschafte belastingvrijstelling niet zo interessant meer zijn.

Verder zijn er veel meer auto's van één, vijf en zes jaar oud verkocht. Dit is mogelijk deels te verklaren vanuit de nieuwverkopen: in 2011 en 2015 zijn er meer nieuwe auto's verkocht dan in andere jaren. Hiervan komen er nu veel op de markt als ex-leaseauto of door inruil. Tegelijkertijd verklaart dit ook de sterke verkoopdalingen van auto's van drie en zeven jaar oud: in 2009 en 2013 zijn er juist minder nieuwe auto's verkocht.

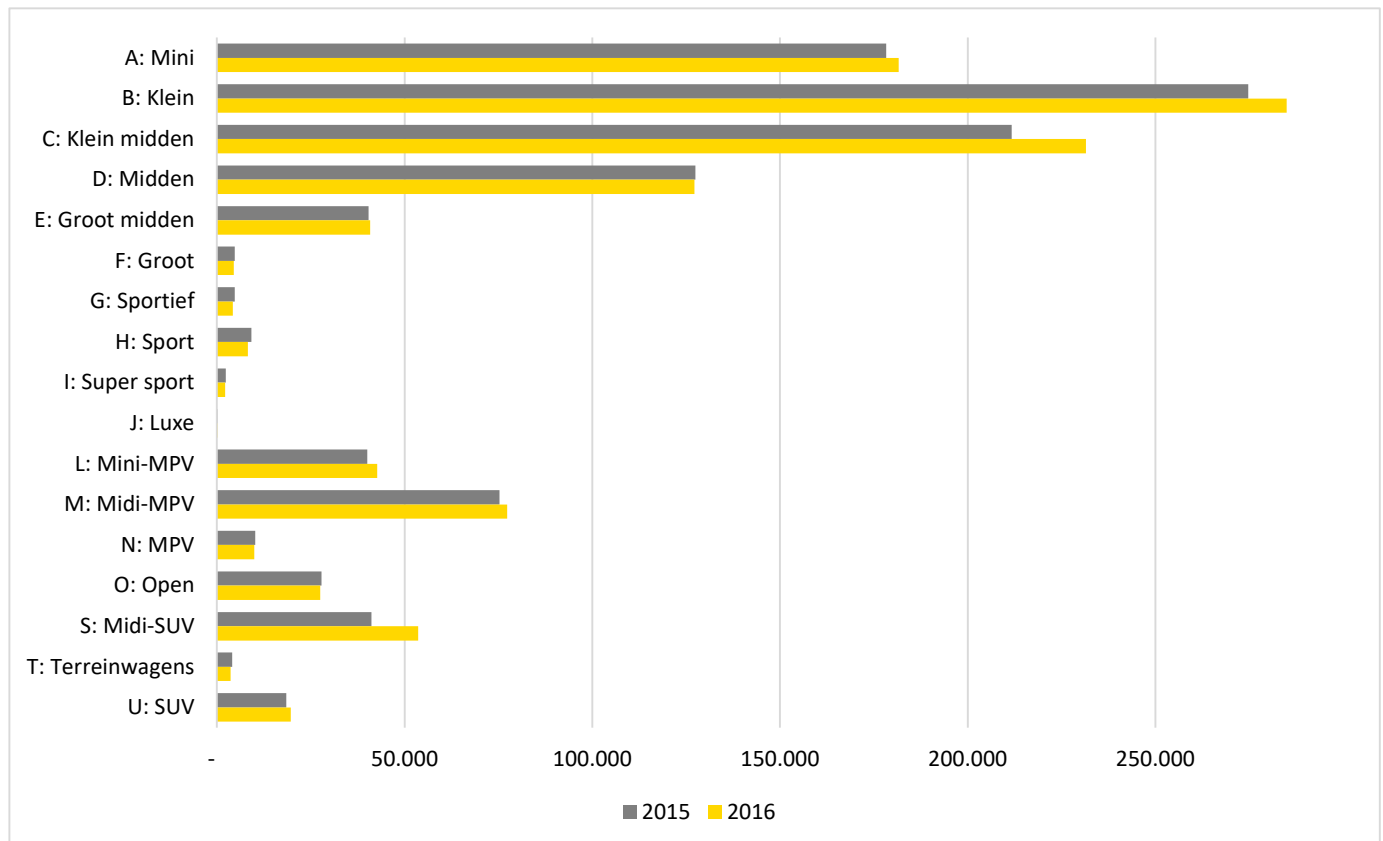
Verdeling B2C verkopen naar leeftijd auto



Segmenten

Er zijn vooral veel meer occasions uit het C-segment verkocht (de 'Golf-klasse'). De verkopen van kleinere auto's uit de A- en B-segmenten groeien ook nog wel, maar de groei ligt daar duidelijk lager dan het marktgemiddelde. Een ander opvallend groeisegment is dat van de SUV's, een segment waarin autofabrikanten de afgelopen jaren talloze nieuwe modellen op de markt hebben gebracht. Deze komen nu als jong gebruikte exemplaren op de occasionmarkt. De stijging geldt zowel voor midi-SUV's (+ 30,3%) als voor de veel duurdere full size SUV's (+6,3%). Dalingen zien we vooral bij kleinere segmenten: het sterkst bij coupés en terreinauto's. Maar ook cabrio's en de segmenten exclusieve- en sportauto's dalen. Het enige segment duurdere auto's waar groei zit zijn full size SUV's.

Verdeling B2C verkopen naar segmenten



Brandstof

De groei van de occasionmarkt zien we in 2016 ook terug in een toename van het aantal gebruikte benzine-auto's (+4,4%) en dieselauto's (+7,1%) op de Nederlandse wegen. Het aandeel van benzine-auto's in de totale occasionverkopten blijft stabiel op 80% terwijl het aandeel diesel groeit.

LPG verdwijnt verder naar de achtergrond; er werden maar liefst 34,1% minder gebruikte LPG-auto's verkocht dan in 2015.

Plug-ins beginnen nu ook op de occasionmarkt te komen; daardoor is de groei met 21,8% hier relatief het grootst. De verkopen van gewone hybrides zijn juist licht gedaald.

Groei PLUG-INS
relatief groot met

21,8%

Verdeling B2C verkopen naar brandstof

	2015	2016	Groei
Benzine	868.186	906.235	4,4%
Diesel	174.651	187.032	7,1%
Hybride	14.015	13.900	-0,8%
LPG	19.208	12.664	-34,1%
Plug-in hybride	2.238	6.887	207,7%
CNG	776	616	-20,6%
Elektrisch (EV)	504	614	21,8%
Alcohol	387	358	-7,5%
Waterstof	-	4	-



2

KORTERE STATIJDEN, EV'S SNELST VERKOCHT

De voorraadstijging in 2016 is het sterkst bij auto's van 1 jaar oud. De A-, B- en C-segmenten zijn het populairst bij de Nederlandse occasionkoper, inmiddels vormen deze segmenten bij elkaar 56% van de totale voorraden. Het aantal gebruikte Peugeots op voorraad steeg het meeste, maar de VW Golf en Polo zijn de populairste occasions. Van deze modellen zijn er dan ook de meeste auto's op voorraad. Door de toegenomen populariteit van gebruikte auto's is de gemiddelde statijd al 4 jaar aan het dalen.

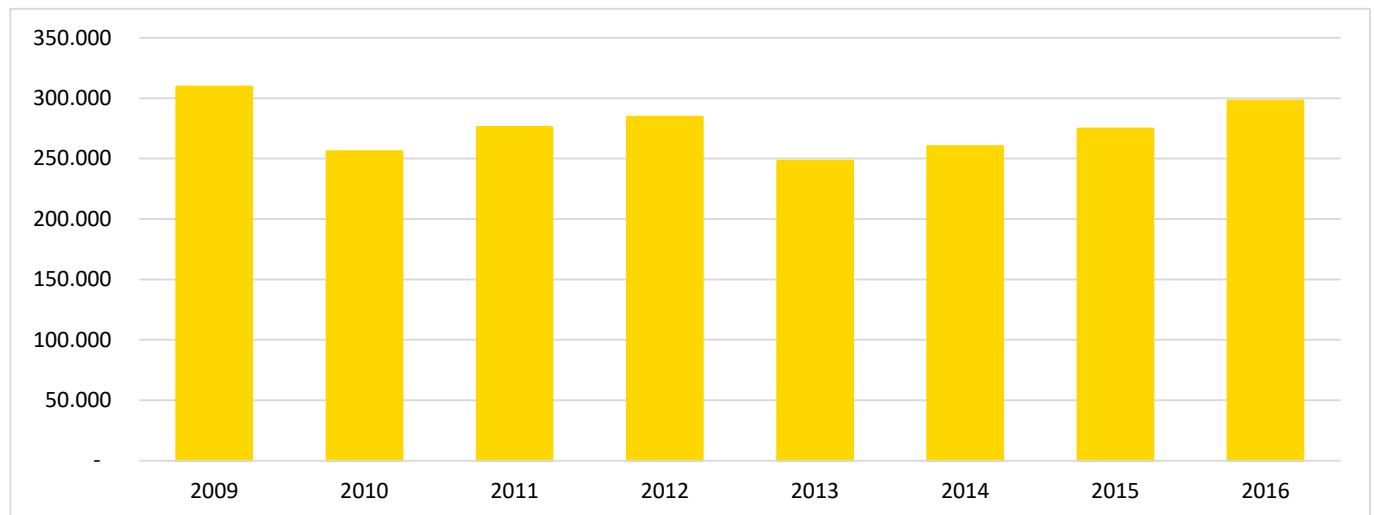
Occasionvoorraad

Sinds 2013, toen de Nederlandse een 'dieptepunt' bereikte, zijn de handelsvoorraden weer aan het stijgen. Ook 2016 laat deze stijging zien, maar dan vooral in de eerste maanden van het jaar.

Dat komt voor een deel door de registraties van nieuwe auto's in de laatste maanden van 2015. Kopers van deze voertuigen konden nog profiteren van de 14% bijtellingsregeling terwijl voor nieuwe 2016-auto's meer bijtelling betaald moet worden. Deze 2015-voorraden zijn vooral in de eerste helft van 2016 verkocht.

Al met al lagen de voorraden in 2016 rond het gemiddelde niveau over de periode sinds 2009.

Totale voorraden occasions



Leeftijd auto

De voorraadstijging in 2016 is het sterkst bij auto's van 1 jaar oud (+60,4%). Deze enorme toename wordt veroorzaakt door de 2015-auto's die nog binnen een gunstig bijtellingstarief vielen en die ongebruikt op voorraad zijn genomen.

Verder komt het beeld behoorlijk overeen met de ontwikkeling van de occasionverkoop naar leeftijd. Het aanbod van gebruikte auto's (en dus de voorraad) wordt sterk beïnvloed door de nieuwverkoop in het verleden. Hierdoor zien we een sterke voorraadstijging bij 5 en 6 jaar oude auto's en juist een daling bij 3 en 7 jaar oude auto's. Ook de voorraden van oude auto's (17 - 22 jaar) zijn opvallend sterk gestegen. Deze groeien al enkele jaren relatief sterk, net als de verkopen in deze categorie.

In 2016 is de voorraad van auto's van 1 jaar oud met **60,4%** gestegen



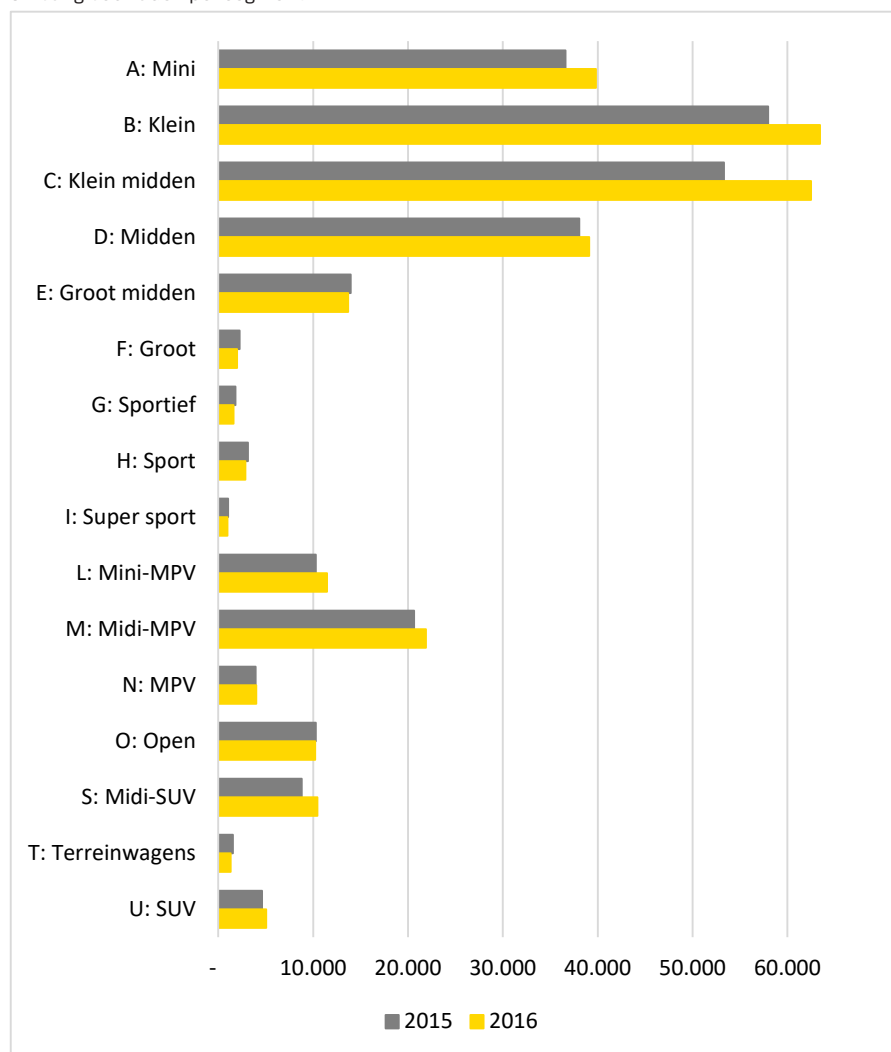
Segmenten

De A-, B- en C-segmenten zijn het populairst bij de Nederlandse occasionkoper, en dat vertaalt zich in groeiende voorraden. Inmiddels vormen deze segmenten bij elkaar 56% van de totale voorraden bij occasionverkopers.

Desalniettemin zijn er in verhouding tot de occasionverkoppen in de A- en B-segmenten nog steeds relatief weinig voertuigen beschikbaar. Er is daar gemiddeld voor 2,6 respectievelijk 2,7 maanden aan verkoop in voorraad.

Van overschotten is er dus zeker geen sprake. Het duidt er eerder op dat autobedrijven er beter in slagen de goed verkoopbare occasions te krijgen. Bij weinig courante segmenten zijn de voorraden in verhouding groter, maar deze zijn in 2016 wel wat verkleind. Zo is er in verhouding tot de verkopen het meeste voorraad van de duurste limousines uit het luxesegment (J), maar dan gaat het om slechts 102 auto's in het hele land. De relatief kleinste voorraden is er van midi-SUV's. Naar deze auto's is dan ook veel vraag bij de occasionkoper.

Omvang voorraden per segment



Ontwikkeling voorraden per brandstofsoort

	2015	2016	Groei
Benzine	209.080	225.838	8,0%
Diesel	53.924	60.651	12,5%
LPG	7.288	5.272	-27,7%
Hybride	3.542	4.108	16,0%
Plug-in hybride	368	1.506	309,6%
CNG	174	214	23,1%
Elektrisch (EV)	147	211	43,5%
Alcohol	103	103	0,1%

EV's/brandstof

De voorraad plug-in hybrides is in 2016 gegroeid van 368 naar 1.506 auto's, een groei van maar liefst 309,8%. In absolute aantallen is het aanbod nog steeds zeer beperkt, maar de opgaande trend is duidelijk ingezet.

Een tegenovergestelde beweging maakt het aantal LPG-auto's dat nog op een nieuwe eigenaar wacht. Waar de voorraad in 2014 en 2015 nog enigszins gelijk bleef daalde deze in 2016 met 2.016 auto's, een afname van 27,7%.

Voor alle andere brandstofsoorten geldt dat er meer auto's op voorraad zijn dan in 2015. Zo steeg de voorraad EV's met 43,5% naar 211 exemplaren en zelfs het aantal voertuigen op CNG (aardgas) ging met 23,1% omhoog naar 214 auto's. De voorraad diesels steeg sneller dan de voorraad benzine-auto's.

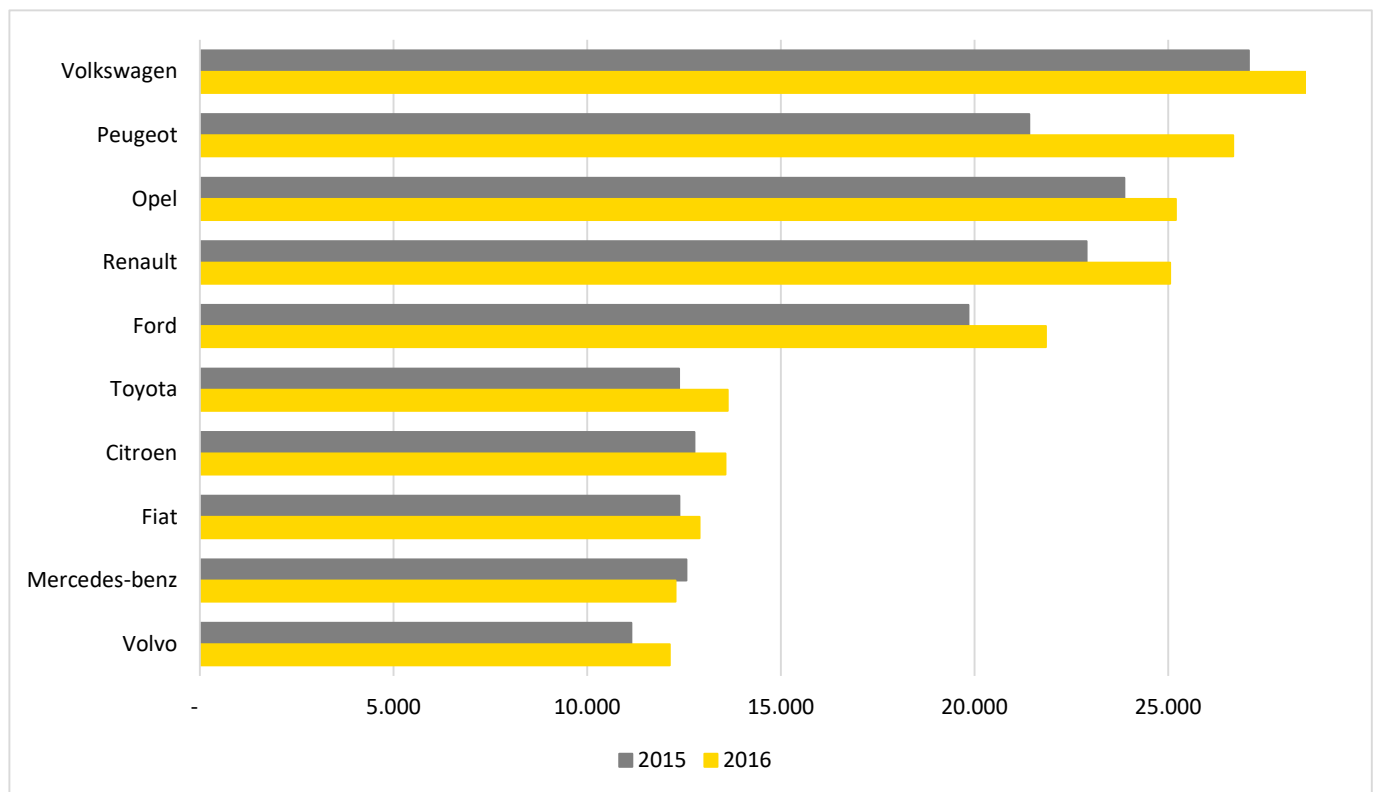
Merk

Voorraden van de meeste volumemerken zijn (net als in 2015) toegenomen. Het aantal gebruikte Peugeots dat op voorraad is steeg het meeste, zowel in absolute aantallen als relatief.

Mercedes is een van de weinige merken waar de voorraden van dalen, net zoals in 2015. Dit komt waarschijnlijk (ook) door een afname bij de young- en oldtimers. Ook bij Suzuki nemen de voorraden wat af.

Opel had jaren geleden nog de grootste voorraden van alle merken, maar die positie is inmiddels ingenomen door Volkswagen. Opel weet de voorraden in te perken en gaat dit jaar terug naar de derde plek.

Ontwikkeling voorraden top 10 merken in 2016



Model

De VW Golf en Polo zijn de populairste occasions en van deze modellen zijn er dan ook de meeste auto's op voorraad. Sowieso zijn de voorraden van de meeste populaire auto's in 2016 gegroeid. De grootste stijging was er bij de Peugeot 308 sw. Dit zijn groten-deels ongebruikte auto's die in de 14% bijtellingsregeling vallen en die in de loop van 2016 verkocht zijn.

Ook de voorraden van de Renault Mégane Estate groeiden. Deze auto's kom nu in grote getale terug vanuit de lease. Andere sterke stijgers zijn de nieuwere Peugeot 208 en VW Up!. Dalers zijn vooral in het A-segment te vinden; de Suzuki Alto, Fiat Panda en Peugeot 107.

Verder valt op dat de voorraden van de populaire jong gebruikte Polo's en Corsa's zijn afgenomen.

Top 10 modellen voorraad (gemiddelde voorraad 2016)

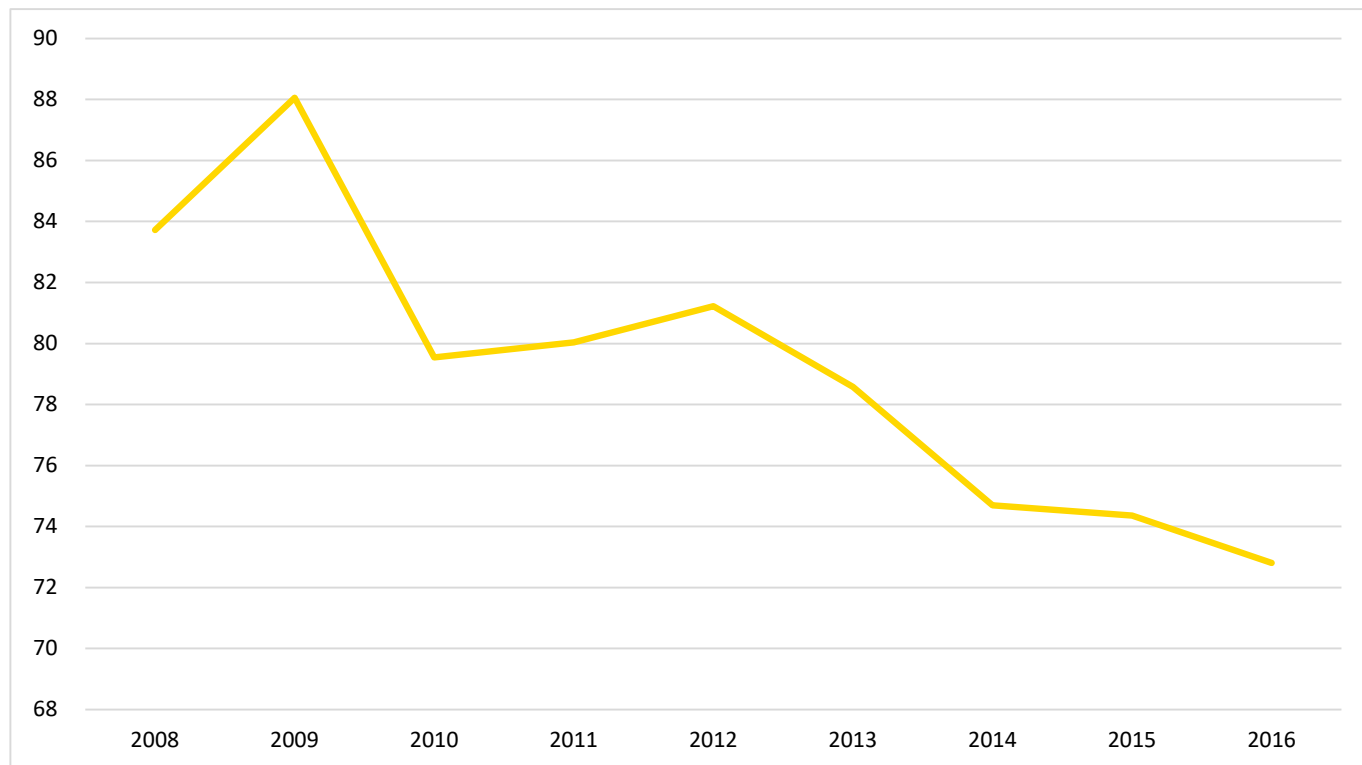
	Aantal voertuigen
Peugeot 308 sw	3.350
VW Golf	2.366
Ford Fiesta	2.270
VW Polo	2.022
Peugeot 208	1.806
VW Up!	1.717
Renault Megane estate	1.622
Opel Corsa	1.456
Ford Focus wagon	1.392
Fiat 500	1.378

Stadagen totaal

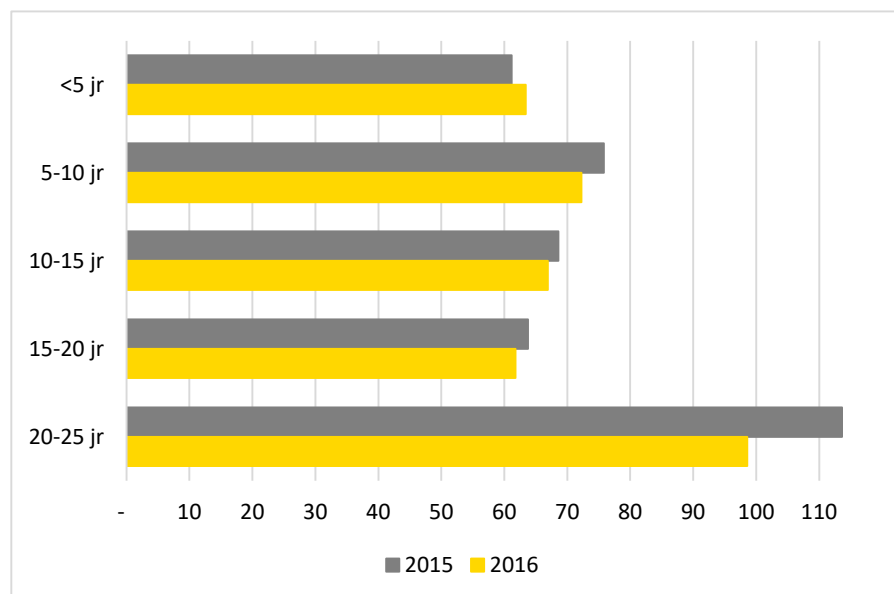
Door de toegenomen populariteit van gebruikte auto's is de gemiddelde statijd al 4 jaar aan het dalen. In 2015 was deze daling met -0,5% gering, in 2016 is de daling nog verder toegenomen tot -2,1%.

Ten opzichte van 2009, toen de gemiddelde statijd nog 88,1 dagen bedroeg, is de daling helemaal opmerkelijk. In 2016 was de gemiddelde statijd nog maar 72,8 dagen, het laagste aantal sinds 2008.

Gemiddeld aantal stadagen occasions bij verkopen



Gemiddeld aantal stadagen naar leeftijdscategorie auto



Leeftijd auto

Als we kijken naar het aantal stadagen en de leeftijd van aangeboden auto's is er iets opmerkelijks aan de hand. Jonge auto's hebben over het algemeen namelijk korte statijden, maar in de leeftijdscategorie van 1 t/m 4 jaar neemt het gemiddeld aantal stadagen in 2016 juist toe.

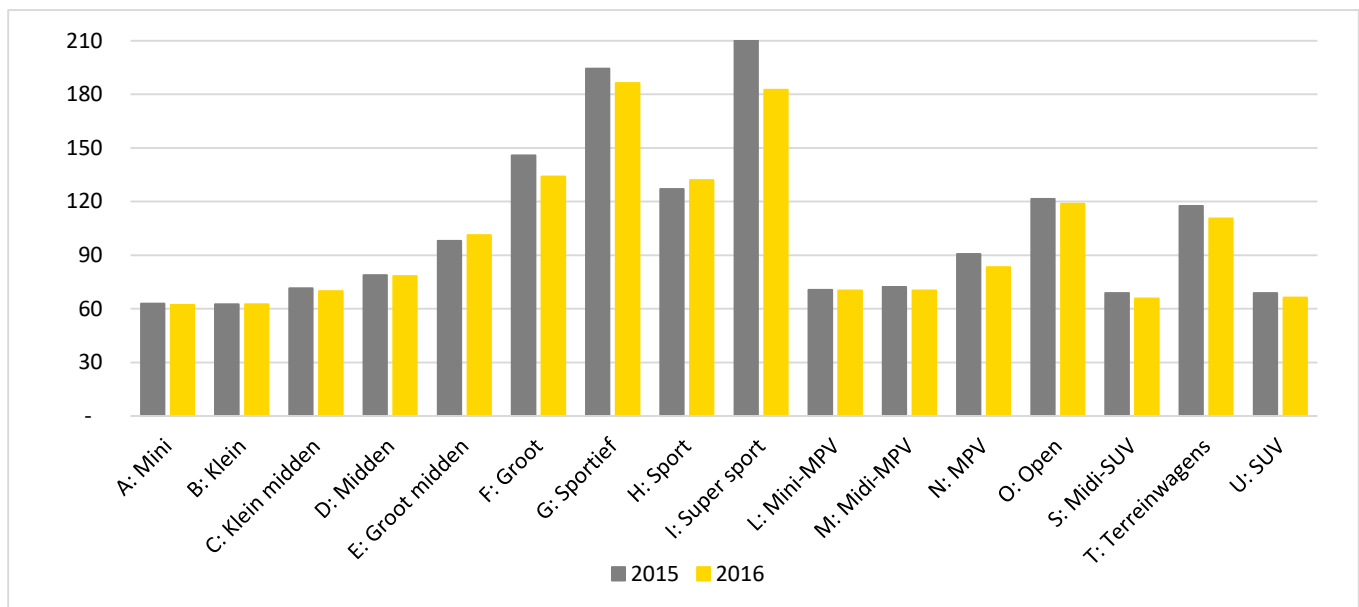
Tegelijkertijd is vooral het aantal stadagen van oudere auto's fors gedaald (net als in de voorgaande twee jaar). Hierdoor zijn de statijden in de leeftijdsgroep 10-15 jaar nu zelfs korter dan jonge auto's. Deze daling was in de groep 20-24 jaar oude auto's zelfs nog groter.

Segmenten

Nederlandse consumenten kopen het liefst een gebruikte auto uit het A- of B-segment, en deze segmenten kennen dan ook de kortste statijd. In 2016 zijn de statijden in het A-segment licht gedaald (net als in 2015) naar gemiddeld 62 dagen.

Ook SUV's en MPV's vinden sneller een koper. Dit geldt vooral voor de midi-SUV's, maar ook de full-size SUV's werden in 2016 eerder verkocht. Opvallend daarbij is dat de grotere en dure SUV's net zo kort staan als de meer betaalbare midi-SUV's. Ook in andere belangrijke segmenten zoals C en D namen de statijden af. In de kleinere segmenten is het beeld wisselend: in het E-segment bleven auto's langer op voorraad, maar in het grotere F-segment juist korter.

Gemiddeld aantal stadagen occasions per segment



Brandstof

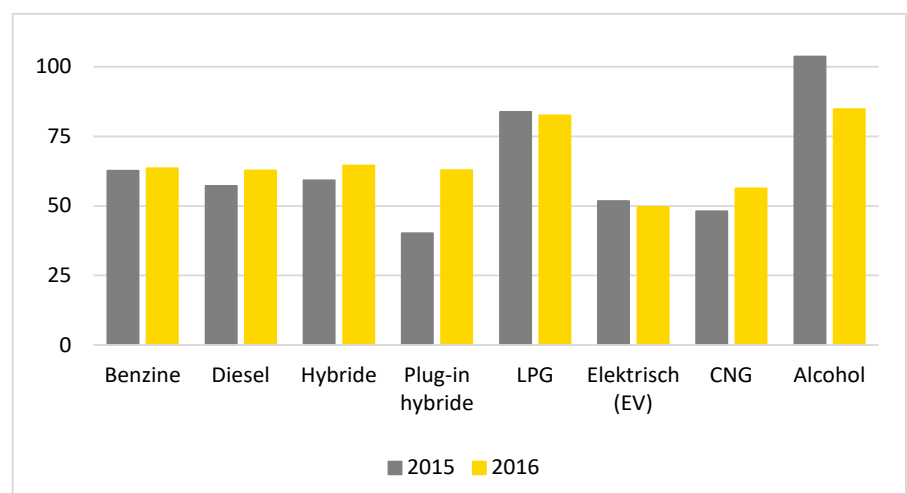
Als we kijken naar het totaalplaatje van alle brandstofsoorten dan nam de statijd van diesels licht toe (+2,0%) en van benzine-auto's juist af (-2,7%). Opvallend genoeg worden diesels nog steeds iets sneller verkocht dan benzine-auto's. De statijd van LPG auto's nam de afgelopen jaren fors toe. In 2016 is dit echter gestabiliseerd.

Van auto's jonger dan 5 jaar namen de statijden toe, en dat geldt vooral sterk voor diesels (+9,7%). De statijd van jonge benzine-auto's steeg licht (+1,4%). Ook bij hybrides zonder stekker namen de statijden in 2016 sterk toe. Deze staan nu net iets langer op een nieuwe eigenaar te wachten dan benzine-auto's en diesels. De statijd van plug-ins nam sterk toe, maar het gaat daar nog om zulke kleine aantallen dat daar weinig conclusies over de markt voor deze auto's aan te verbinden zijn. Bij EV's nam de statijd wel af, deze is nu het laagste van de hele markt. CNG zit daar niet ver boven.

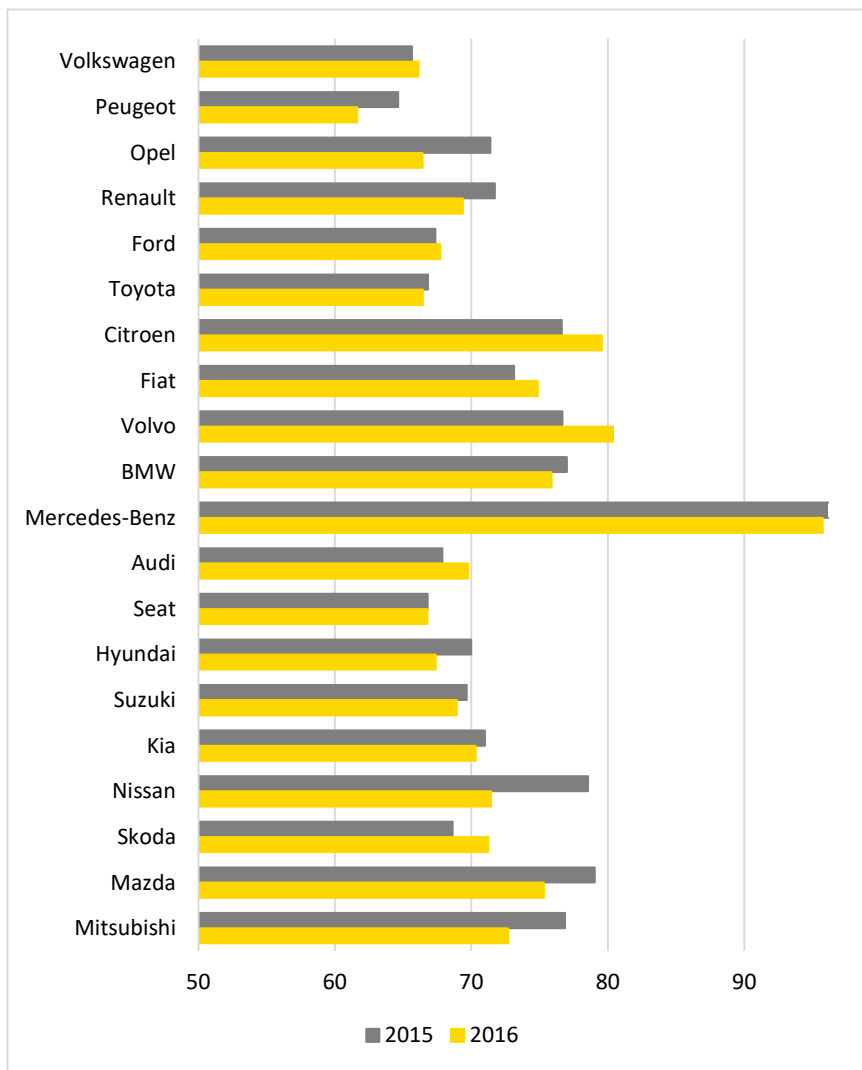
De statijd van diesels nam licht toe

+2,0%

Gemiddeld aantal stadagen auto's jonger dan 5 jaar



Ontwikkeling stadagen top 20 merken



Merk

Peugeot's werden net als in 2014 en 2015 het snelst verkocht van alle relevante merken. De statijd van dit Franse merk daalde in 2016 met drie dagen. Gemiddelde statijden van de andere vier grootste merken beginnen dicht naar elkaar toe te groeien, vooral door dalingen bij Opel (-5 dagen) en Renault (-2 dagen). De statijd van Lexus automobielen daalde sterk (-11 dagen) in 2016, waarschijnlijk vooral omdat er meer relatief betaalbare CT's in de modelmix komen. Daarmee heeft Lexus nu de op een na kortste statijd van de markt, na Peugeot. Bij Nissan nam de statijd ook sterk af (-9 dagen), terwijl die in 2015 juist flink was opgelopen. Andere dalers zijn Mitsubishi (-5 dagen) en Porsche (van 145 naar 118 dagen). Bij Volvo, Citroën, Skoda, Smart, Alfa Romeo en Lancia liepen de statijden verder op.



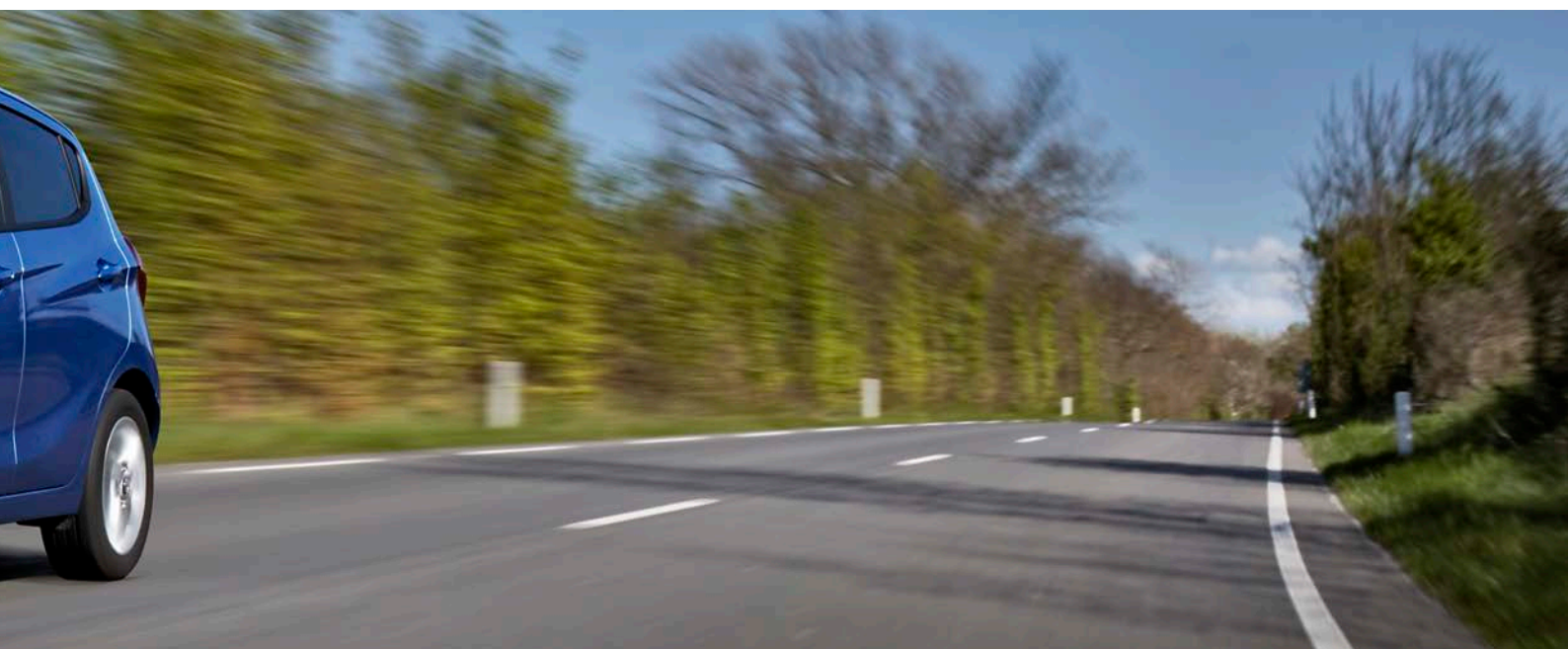
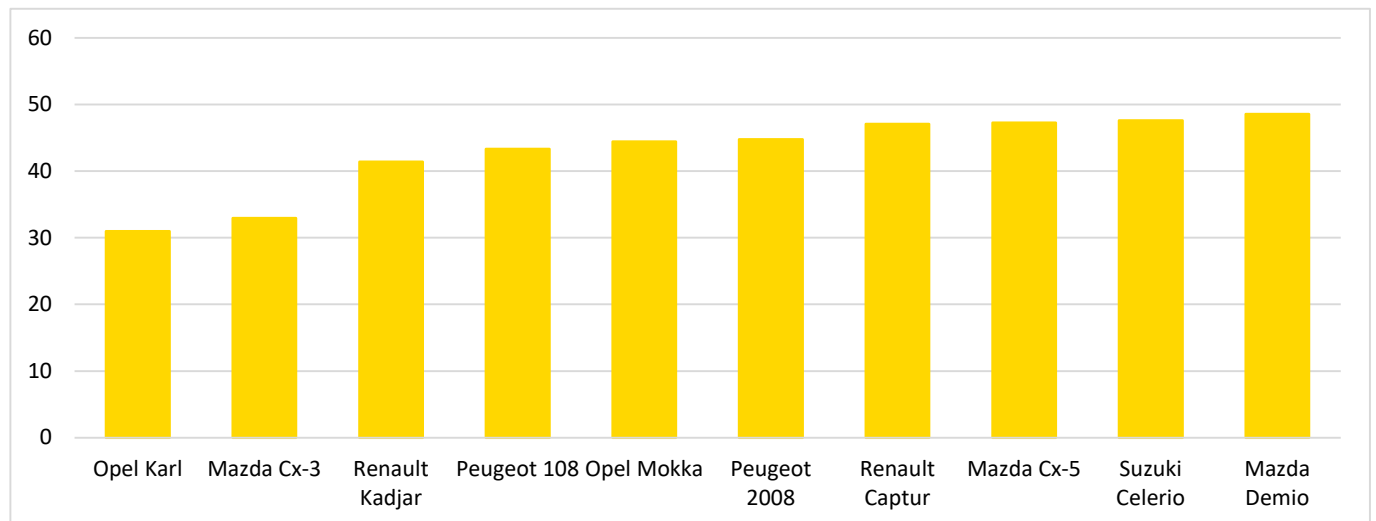
Model

De Opel Karl is net als in 2015 het model met de kortste statijd. Onder de meest verkochte auto's blijft de VW Polo het model met de kortste statijd, maar de Peugeot 107 en Toyota Aygo beginnen in de buurt te komen.

Het aantal stadagen is bij de Toyota Auris het sterkst gestegen; van 62 naar 75 dagen. Andere stijgers zijn de Peugeot 208, Audi A3, Citroen C3 en VW Up.

Onder de modellen met de kortste statijden zijn vooral veel kleinere SUV's/crossovers. Deze blijken ook op de occasionmarkt zeer gewild. Opvallend is ook de sterke notering van de dure Audi Q7 (slechts 50 stadagen).

Gemiddeld aantal stadagen top 10 meest verkochte modellen in 2016



3

GROTE VERSCHILLEN TUSSEN UNIVERSEEL EN MERKDEALER

Gemiddeld werden er in 2016 63 voertuigen per bedrijf verkocht. Dat komt neer op 1,2 auto's per week. De helft van alle bedrijven verkocht 23 occasions of minder in 2016. Ofwel nog geen 2 per maand. Er zijn 1.977 bedrijven die maar één merk verkochten, en 363 die meer dan 30 merken aanboden. Merkdealers verkopen vooral jonge auto's: twee derde van de occasions is daar vijf jaar of jonger. Bij universelen is dat slechts 28%. Merkdealers verkopen per bedrijf gemiddeld ook veel meer occasions dan universelen.

Aantal occasions verkocht per bedrijf

De ruim 1,1 miljoen occasions die in 2016 via het B2C-kanaal een nieuwe eigenaar hebben gevonden, zijn door 17.917 verschillende bedrijven verkocht. Dat zijn ruim 500 bedrijven meer dan in 2015. Gemiddeld werden er in dat jaar 63 voertuigen per bedrijf verkocht. Dat komt neer op 1,2 auto's per week en het is één auto meer dan de 62 stuks in 2015.

De helft van alle bedrijven verkocht 23 occasions of minder in 2016. Ofwel nog geen 2 per maand. Een derde verkocht zelfs minder dan 10 auto's in een jaar. In 2016 is er wel een verschuiving geweest van bedrijven die 10-24 auto's verkochten (-24%) naar de categorie 25-49 (+35%). Zo'n 900 bedrijven zijn waarschijnlijk dus meer gaan verkopen.

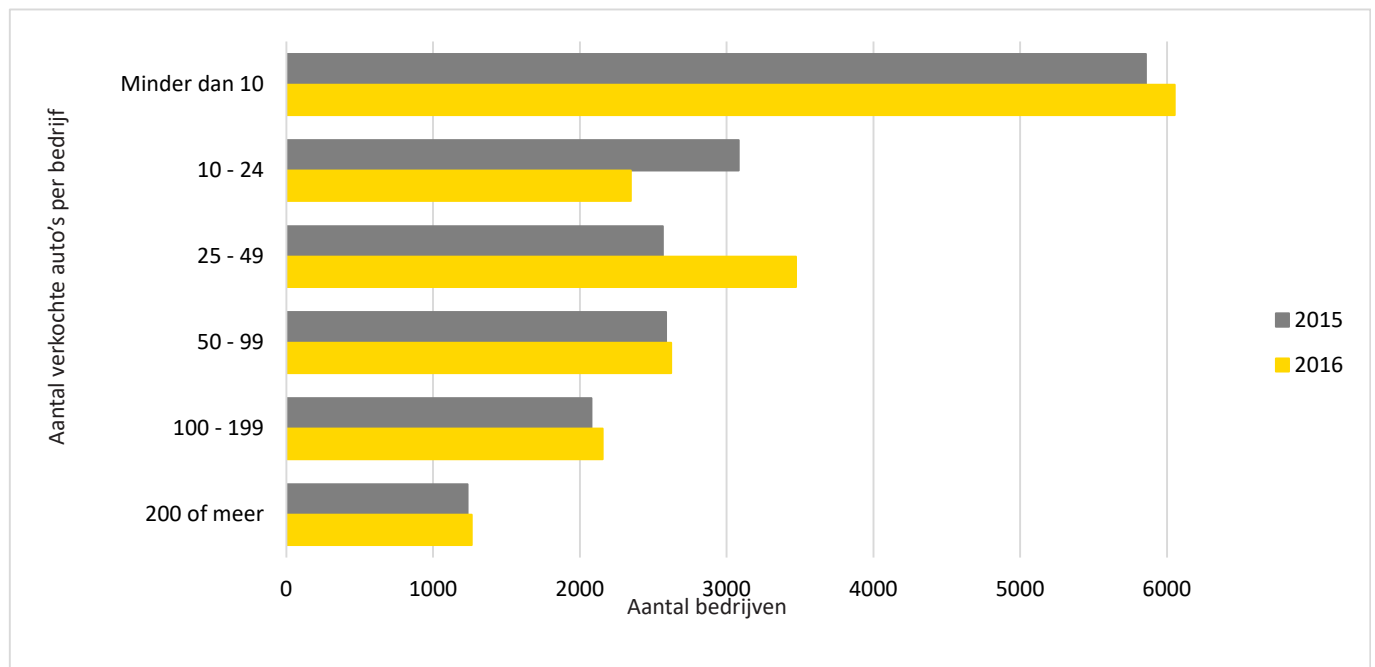
Er zijn 3.419 bedrijven die 100 auto's of meer verkochten in 2016. Dat zijn er 100 meer dan in 2015 maar is relatief stabiel gebleven op 19,0% van alle autobedrijven. Deze groep verkocht samen 68,6% van alle B2C occasions. De 100 grootste autobedrijven verkochten samen 9,5% van alle occasions.

De helft van alle
bedrijven verkocht

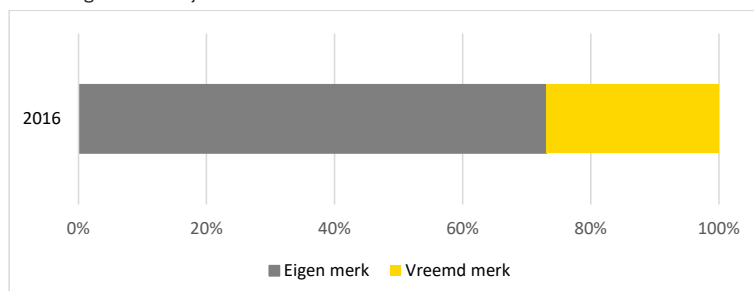
23

occasions of minder
in 2016

Verdeling aantal bedrijven naar aantal verkochte occasions



Verdeling merken bij merkdealers



Merken occasions

Een autobedrijf verkocht in 2016 gemiddeld ruim 11 verschillende automerken, een aantal dat gelijk is aan 2015.

Er zijn 1.977 bedrijven die maar één merk verkochten, en 363 die meer dan 30 merken aanboden. Opvallendste uitschieter was een autobedrijf met 54 verschillende merken in de showroom. De helft van de bedrijven heeft in 2016 negen of meer merken verkocht.

Opmerkelijk is dat merkdealers gemiddeld meer verschillende merken hebben verkocht dan universelen. Dit kan mede veroorzaakt zijn doordat het vaker grotere bedrijven zijn. Van de occasions die merkdealers verkopen (aan consumenten) is 73% van een eigen merk, 27% een vreemd merk. Dit is een zeer kleine verschuiving richting eigen merk ten opzichte van 2015.

Leeftijd auto

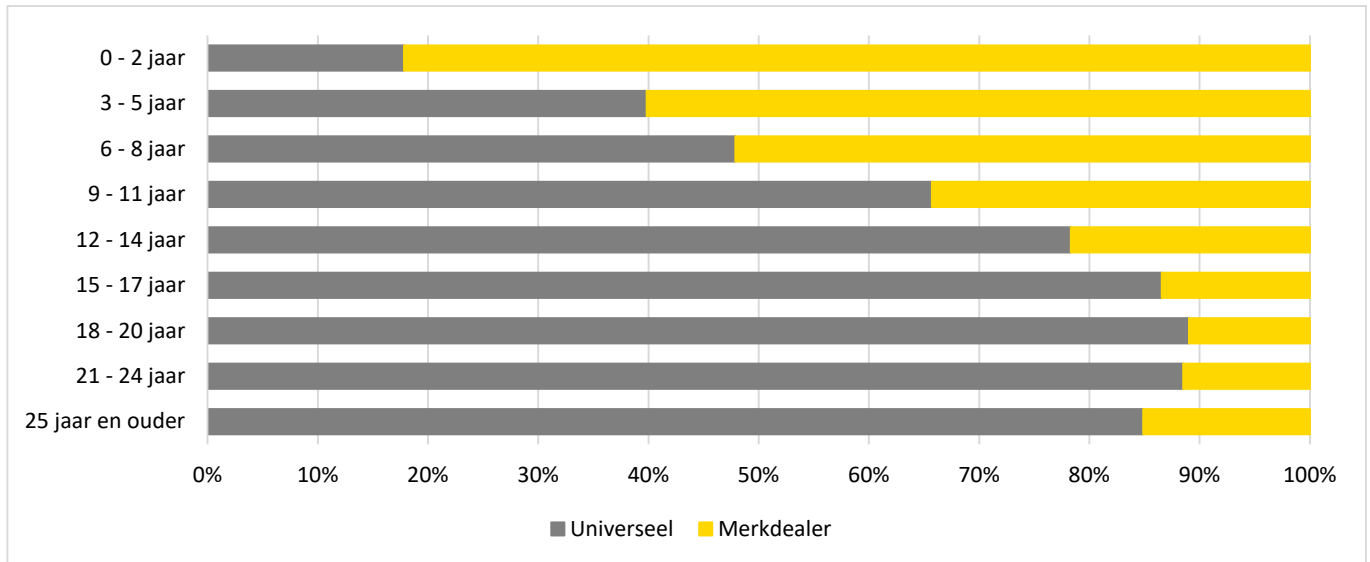
Merkdealers verkopen vooral jonge auto's: twee derde van de occasions is daar vijf jaar of jonger. Bij universelen is dat slechts 28%. Deze autobedrijven bieden dan ook auto's aan uit veel meer leeftijdscategorieën.

Dit zien we ook terug in de gemiddelde leeftijd van het aangeboden wagenpark. De gemiddelde leeftijd ligt bij merkdealers op 4,7 jaar oud, bij universelen is dat bijna 10 jaar oud. Ofwel ruim twee keer zo oud.

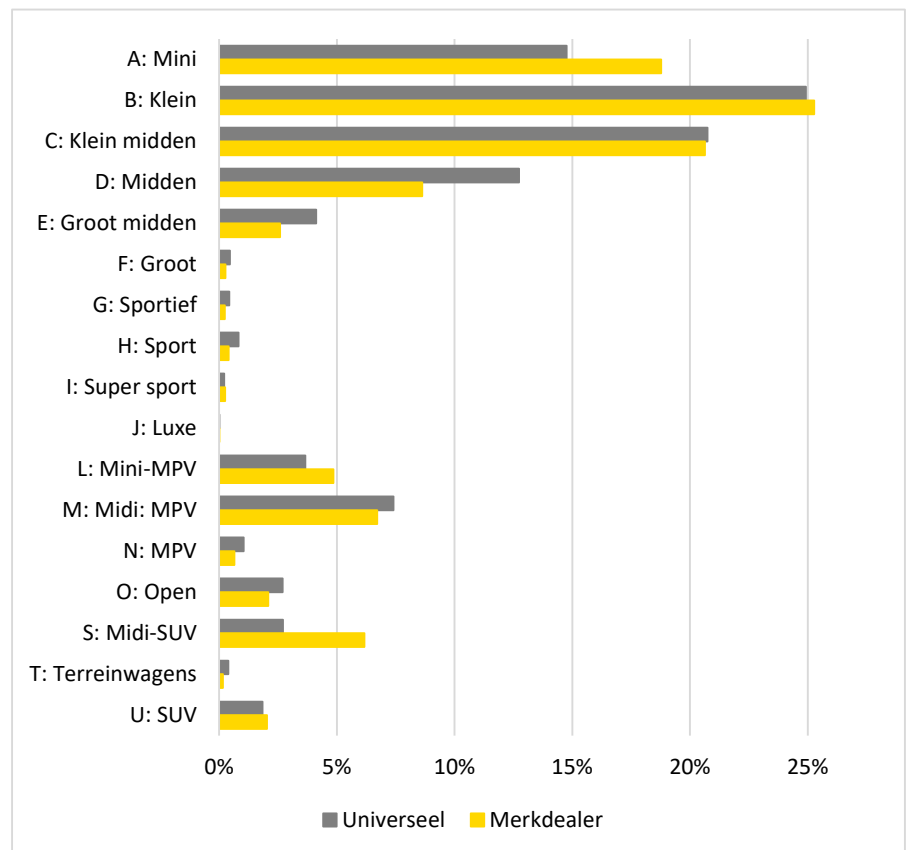
Het leeftijdsverschil is in 2016 nog groter geworden want in dat jaar daalde de gemiddelde occasionleeftijd bij dealers terwijl deze bij universelen juist is gestegen. Beide kanalen bedienen dus steeds meer een eigen deel van de markt.

Toch is nog steeds 10% van alle auto's die door dealers worden aangeboden ouder dan 10 jaar. Bij universelen is dan maar liefst 46% van alle auto's. In 2016 is het aandeel zeer jonge auto's (0-2 jr) bij merkdealers gegroeid van 34% naar 37%.

Verhouding dealer en universeel naar leeftijd auto



Verdeling verkopen per bedrijf naar segment



Segmenten

Merkdealers verkopen relatief meer kleine auto's, vooral uit het A-segment. Dit zal komen doordat zij jongere auto's verkopen, en er de laatste jaren relatief meer van deze kleine auto's nieuw verkocht zijn.

Ook mini-MPV's en vooral midi-SUV's vinden hun weg naar de consument hoofdzakelijk via de merkdealer. Maar liefst 61,9% van alle gebruikte midi-SUV's wordt via een merkdealer verkocht.

Voor zowel dealers als universelen is het B-segment in aantallen nog steeds het belangrijkste segment. Universelen verkopen daarnaast relatief veel occasions uit het D-segment. Ook de grotere auto's (E-segment, full size MPV's) zijn voor hen belangrijker. Specialere auto's als terreinwagens, sportauto's, cabrio's en personenbusjes worden vaker door universelen verkocht.

Kenmerken bedrijven

Algemeen kunnen we stellen dat merkdealers gemiddeld groter zijn en jongere auto's aanbieden dan universelen. Dit geldt helemaal voor dealers binnen holdings waar vooral auto's jonger dan vier jaar worden verkocht. Merkdealers hebben gemiddeld ook meer auto's in voorraad dan universelen, met name dealers binnen een dealerholding.

Bij universelen zijn de verschillen tussen Bovag en niet-Bovag bedrijven beperkt. Bovag bedrijven verkopen wat meer dan niet-Bovag bedrijven. Onder merkdealers zijn de verschillen tussen bedrijven die onderdeel zijn van een holding en zelfstandige bedrijven veel groter.

Over de hele linie zijn de voorraden toegenomen in 2016, maar vooral bij merkdealers. En daarbinnen vooral bij dealers die onderdeel zijn van een holding. De voorraad steeg daar van gemiddeld 54 auto's in 2015 naar 67 stuks in 2016.

Gemiddelde voorraad per type bedrijf



Verkopen

Merkdealers verkopen per bedrijf gemiddeld veel meer occasions dan universelen. En dealers die onderdeel uitmaken van een holding verkopen op hun beurt duidelijk meer dan andere merkdealers.

Tegelijkertijd verkopen dealers binnen een holdingstructuur minder vreemde merken dan andere merkdealers, ondanks dat ze groter zijn. Deze dealers zijn dus duidelijk meer gefocust op hun eigen merk. Dit verschil tussen beide groepen is in 2016 groter geworden. Universelen die geen Bovag-lid zijn verkopen oudere auto's (gemiddeld maar liefst 11 jaar oud) dan Bovag-leden. Universele Bovag bedrijven verkopen in verhouding het minste kleine auto's.

Gemiddelde verkoop per type bedrijf



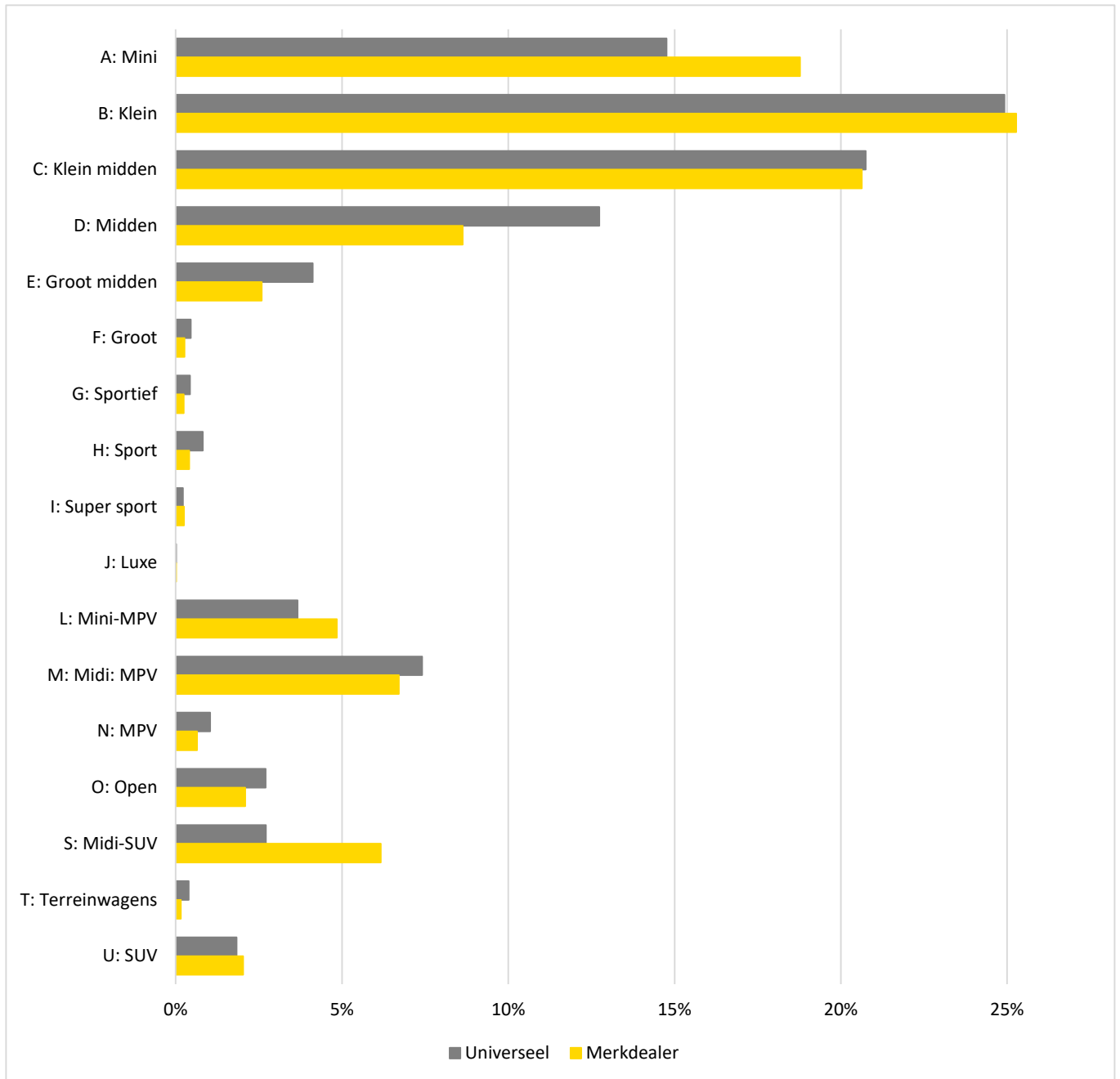
Omzet per soort autobedrijf

Er is een verdeling gemaakt tussen de omzet van merkdealers en universeelen. Bij universeelen zijn ook leasemaatschappijen en overige bedrijven inbegrepen die in gebruikte auto's handelen. Deze omzetcijfers zijn gebaseerd op diverse aannames. Er worden hier dus geen harde cijfers gegeven maar een indicatie van de markt.

Het algemene beeld is wel dat de markt qua totale omzet redelijk gelijk verdeeld is. De occasionomzet van merkdealers lijkt daarbij net wat groter te zijn dan die van het universele kanaal, ondanks het feit dat universeelen in aantallen veel meer occasions verkopen. De gemiddelde (geschatte) verkoopprijs van 14.700 euro ligt in het dealerkanaal echter aanzienlijk hoger dan de 6.100 euro die voor een gemiddelde occasion bij een universeel bedrijf gevraagd wordt.

Andere conclusies zijn: dealers hebben een hoger omzetaandeel bij compactere auto's en vooral midi-SUV's. Dit komt onder meer doordat deze segmenten meer voorkomen onder jonge auto's. Universele bedrijven hebben juist een groter aandeel bij grotere auto's en niche segmenten.

Omzetverdeling dealer en universeel naar segment auto



Kanaalkeuze

Occasions worden het meest gekocht bij de merkdealer, op de voet gevolgd door het onafhankelijk autobedrijf.

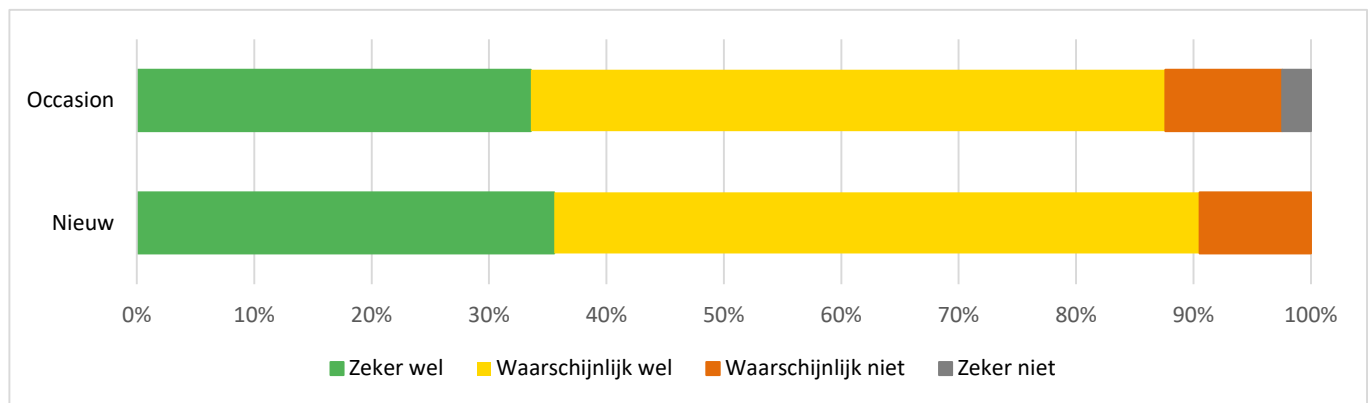
Leasemaatschappijen hebben nog maar een klein aandeel in de occasionhandel.

Een overgrote meerderheid van de occasionkopers (88%) verwacht de volgende auto ook via hetzelfde kanaal te kopen. Bij kopers van nieuwe auto's ligt dat nog iets hoger (90,5%). De meest voorkomende reden om voor hetzelfde verkoopkanaal te kiezen is betrouwbaarheid, gevolgd door prijs. De argumenten dat een autobedrijf dichtbij is of de 'vaste autoverkoper' spelen maar een kleine rol.

Bij de occasionkoper die niet meer bij hetzelfde kanaal koopt is de te hoge prijs de belangrijkste oorzaak van het switchen. Maar vaak ook omdat men naar ander soort aankoop gaat (auto van zaak, private lease, zelf uit buitenland halen) waardoor het kanaal niet meer logisch is.

Consumenten die hun occasion bij de merkdealer hebben gekocht zijn daarover positiever dan andere occasionkopers. Van die eerste groep zegt namelijk 94% volgende keer (waarschijnlijk of zeker) weer bij hetzelfde kanaal te kopen.

Volgende auto via zelfde kanaal kopen



Keuzefactoren

Zaken die occasionkopers bij de merkdealer als positief benoemen zijn vooral garanties en betrouwbaarheid. Degenen die volgende keer een ander kanaal zeggen te kiezen, doen dat vooral vanwege de prijs.

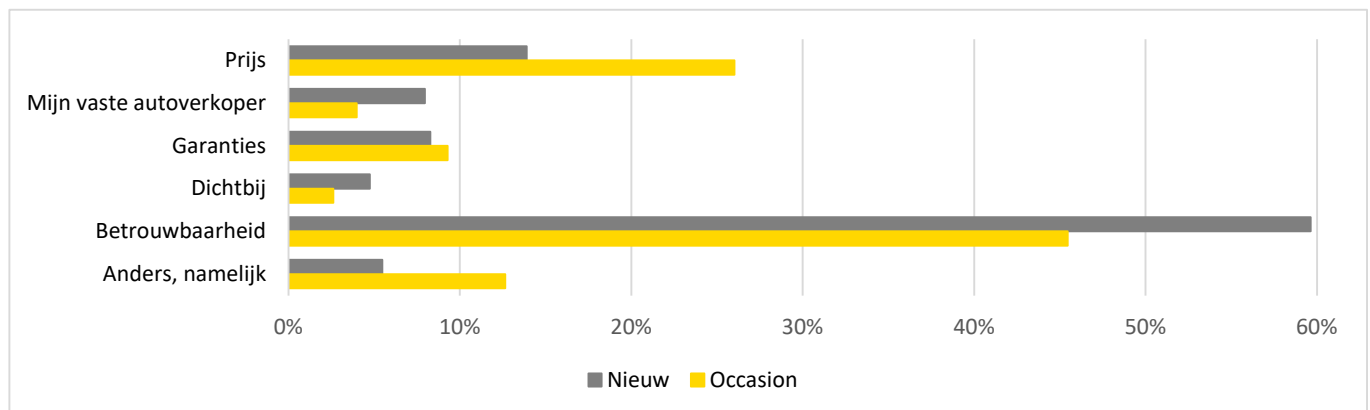
Positief aan het onafhankelijk autobedrijf zijn vooral de afstand en de prijs. Grootste nadeel zijn de garanties, maar ook betrouwbaarheid scoort minder. Slechte ervaringen zijn de belangrijkste reden waarom een deel volgende keer naar een ander kanaal wil overstappen.

Bij de niet-merkgebonden keten spelen slechte ervaringen geen rol, wel zijn het ontbreken van garanties maar vooral van vertrouwen redenen om volgende keer voor een ander kanaal te kiezen. Prijs wordt hier minder vaak als positief argument ervaren dan bij onafhankelijke autobedrijven.

De belangrijkste reden om voor een particuliere aanbieder te kopen is de prijs. Betrouwbaarheid wordt minder vaak dan gemiddeld aangegeven als koopargument. Garanties zijn er uiteraard niet, en dat is dan ook de belangrijkste reden waarom een deel van de kopers volgende keer naar een ander kanaal wil overstappen.

Bij leasemaatschappijen zijn garanties het grote pluspunt. Betrouwbaarheid en prijs zijn beneden gemiddeld, en vooral afstand is geen koopargument.

Motieven waarom weer zelfde kanaal



4

CONSUMENT Kiest VAKER VOOR OCCASION

Bij 40% is de periode vanaf het moment dat zij besloten een (andere) auto te kopen, tot het moment van aankoop twee weken of korter. Bij tweedehands auto's duurt het aankoopproces langer. Voor de aankoop van een occasion zijn autokopers ook bereid om veel verder te reizen dan voor de aanschaf van een nieuwe auto. Occasions worden het meest gekocht bij de merkdealer, op de voet gevolgd door het onafhankelijk autobedrijf.

Aankoopproces

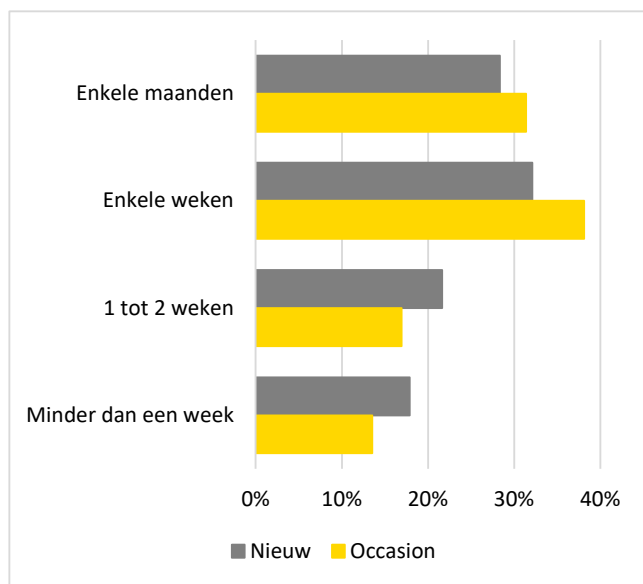
Een aanzienlijk deel van de Nederlandse consumenten neemt snel een beslissing over de aanschaf van een nieuwe auto. Bij 40% is de periode vanaf het moment dat zij besloten een (andere) auto te kopen, tot het moment van aankoop twee weken of korter. Bij tweedehands auto's duurt het aankoopproces langer: 31,4% van de autokopers doet er een aantal maanden over om tot aanschaf van hun nieuwe trots over te gaan.

Nieuwe auto's worden vooral aangeschaft op basis van een proefrit, terwijl ook het autobedrijf zelf en online reviews belangrijk zijn in het beslissingsproces.

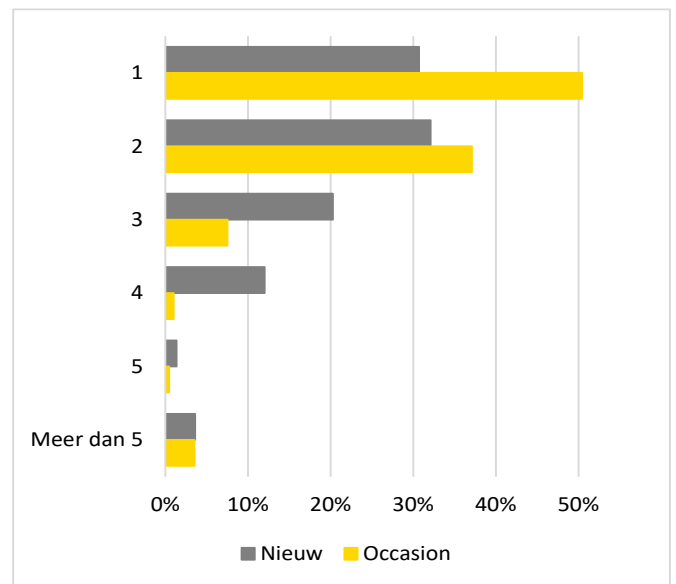
Bij tweedehandsauto's vaart men vooral op de mening van vrienden/kennissen/familie, maar ook het autobedrijf en de proefrit tellen duidelijk mee. Online reviews worden iets minder belangrijk gevonden. Opvallend is dat kranten en autobladen bijna niet meer meetellen in het keuzeproces voor een gebruikte auto. Voor de aanschaf van een nieuwe auto raadpleegt echter nog altijd 12,2% van de autokopers een krant of autoblad. Online reviews zijn voor zowel voor nieuwe als gebruikte auto's de belangrijkste informatiebron geworden, na 'echte' contacten als familie, het autobedrijf en de proefrit. Voor een tweedehands auto zegt een grotere groep helemaal geen hulp in te schakelen en het gewoon zelf te doen.

De aanschaf van een nieuwe auto trekt kopers vaker naar het autobedrijf dan bij occasions het geval is. Voor een occasion gaat namelijk de helft van de kopers maar één naar het autobedrijf, voor een nieuwe auto gaat 30% maar één keer. 37% van de kopers van een nieuwe auto gaat daarentegen vaker dan twee keer naar het autobedrijf. Bij occasions is dat slechts 12,5%.

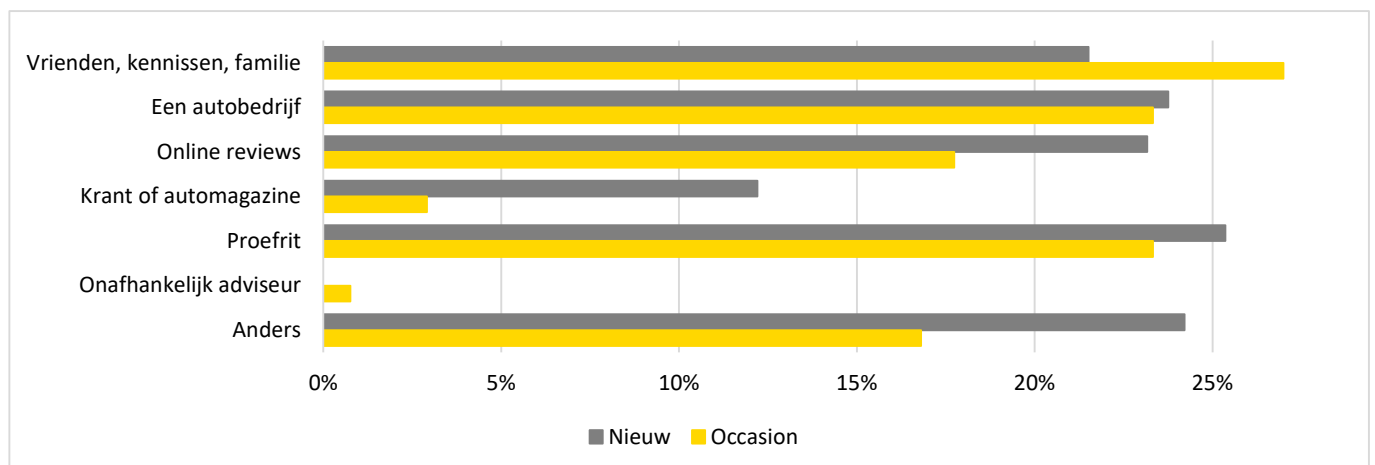
Hoe lang ben je op zoek geweest voor je deze auto hebt gekocht?



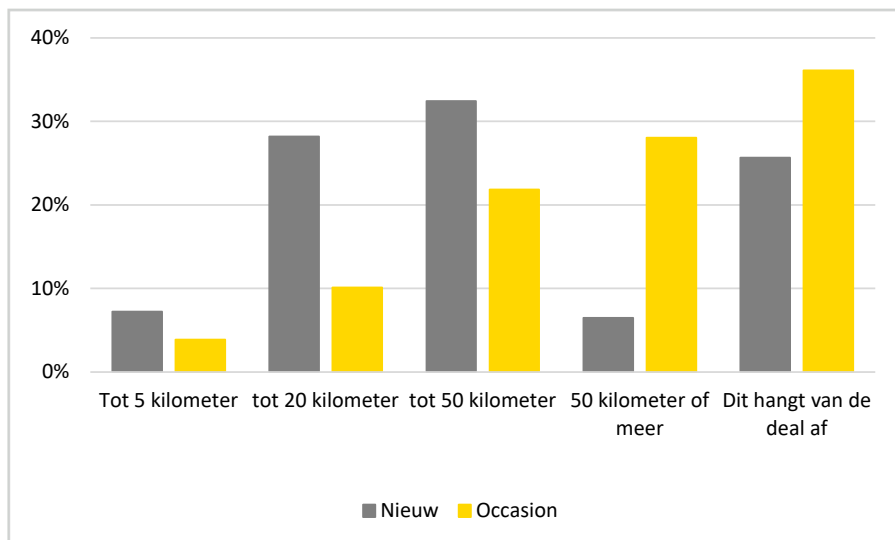
Hoe vaak ben je bij het autobedrijf geweest voor de aankoop?



Wie of wat heeft je geholpen bij de keuze van je auto?



Kilometers bereid te reizen voor aankoop



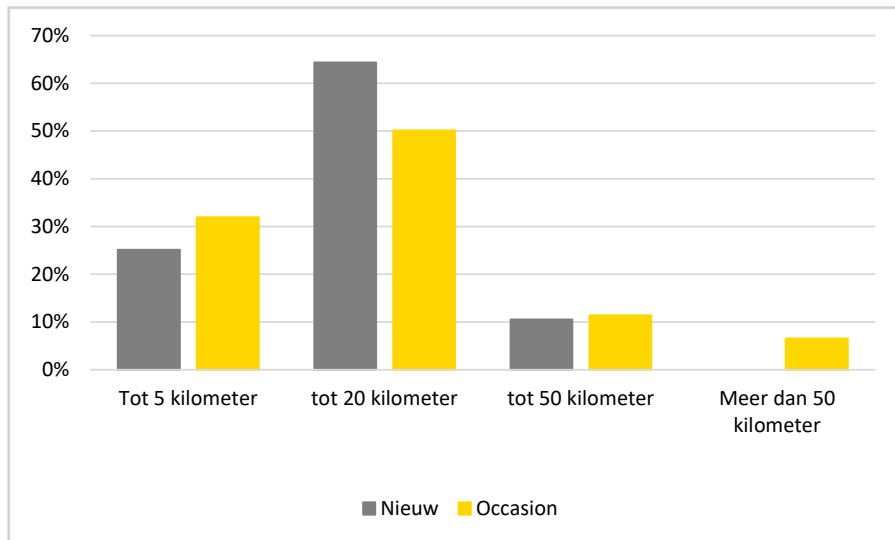
Afstand

Voor de aankoop van een occasion zijn autokopers bereid om veel verder te reizen dan voor de aanschaf van een nieuwe auto. 28,1% geeft aan het geen probleem te vinden om meer dan 50 kilometer te reizen om een gebruikte auto te bekijken. Bij nieuwe auto's geldt dit voor slechts 6% van de autokopers. Voor die nieuwe auto wil 35% van de kopers minder dan 20 km reizen. Daarnaast is er een behoorlijke groep voor wie die bereidheid om te reizen vooral afhangt van de deal die ze kunnen krijgen. Dit speelt bij tweedehands nog meer dan bij nieuw.

Onderhoud

Als het gaat om onderhoud dan zijn de verschillen tussen nieuw en tweedehands minder groot. Een overgrote meerderheid van de nieuwe auto kopers wil daarvoor minder dan 20 km reizen. De verschillen zijn wel groter binnen de groep occasionkopers: bijna een derde van hen wil niet meer dan vijf kilometer reizen voor onderhoud. Anderzijds is er ook een klein deel dat wel meer dan 50 km wil reizen voor onderhoud, dit zijn waarschijnlijk de echte autoliefhebbers. Onder kopers van nieuwe auto's komt dat niet voor. Bij dit alles zijn er wel grote verschillen tussen kopers van nieuwe auto's die in stad, dorp of buitengebied wonen. Mensen in de stad willen minder ver rijden, zowel voor aankoop als onderhoud, dan mensen in een dorp. En in het buitengebied worden grotere afstanden nog meer geaccepteerd. Bij occasionkopers zijn de verschillen tussen stad en dorp veel geringer. Ofwel, vooral kopers van nieuwe auto's op het platteland zijn bereid verder te reizen voor onderhoud.

Kilometers bereid te reizen voor onderhoud



Motieven

De twee belangrijkste redenen om een nieuwe auto te kopen zijn betrouwbaarheid en het zelf keuzes kunnen maken over kleur en opties. Ook de verwachte lagere onderhoudskosten spelen een rol. Garantie en de wens om het nieuwste model te rijden blijken ondergeschikt.

Bij occasions zijn kopers vooral op zoek naar een goede auto voor een redelijke prijs. Dit is met 63% veruit de belangrijkste motivatie om een gebruikte auto te kopen. Daarnaast noemt 16,9% de snelle waardedaling van een nieuwe auto als reden om hier niet voor te kiezen.

Tegelijkertijd is er maar een kleine groep consumenten die zegt helemaal geen waarde te hechten aan een nieuwe auto. De meeste consumenten ambiëren dus wel een nieuwe auto, maar kiezen vanuit rationele motieven voor een occasion, vooral vanwege de betere prijs/kwaliteitverhouding.

Door de wens om 'nieuw' te rijden is private lease zeker een optie voor occasionkopers. Onder de groep die een occasion heeft gekocht, zijn er in verhouding veel meer mensen die private lease hebben overwogen dan onder kopers van een nieuwe.

Occasionkopers zijn vooral op zoek naar een

goede

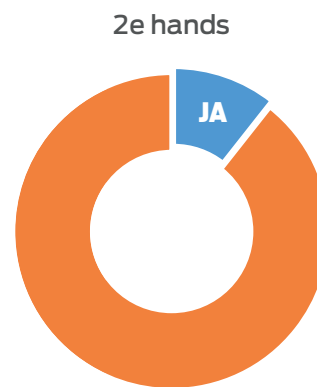
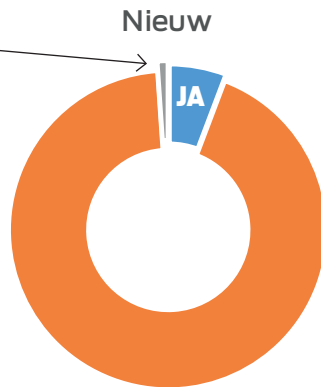
auto voor een

redelijke

prijs

Heb je ook private lease overwogen?

Mijn huidige auto is private lease



Trouw

Van de groep die een nieuwe auto heeft gekocht zegt ruim 60% dit de volgende keer weer te zullen doen. Toch is er ook een forse groep (28%) die bij de aanschaf van een volgende auto overstapt naar een occasion. Dat is bijna acht keer zoveel als de groep die zegt over te stappen naar private lease.

Van de occasionkopers blijft een veel groter deel trouw aan zijn keuze (meer dan 90%). Slechts 2,6% denkt zelf een nieuwe auto te gaan kopen. Een iets groter deel denkt aan private lease. De groep die naar private lease denkt over te stappen is vrijwel even groot onder occasionkopers als onder kopers van een nieuwe auto.

Stellingen

'Een nieuwe auto kopen is geld weggooien, hij is minder waard op het moment dat je de sleutel omdraait.' Meer dan 80% van de occasionkopers is het hier mee eens. Slechts 8,6% van hen is het er mee oneens. Onder kopers van een nieuwe auto is 35% het er wel mee eens.

Met 'Een tweedehands auto is een bodemloze put van onkosten' is vrijwel niemand het zeer eens; kopers van nieuwe auto's en van occasions niet. Toch is er wel duidelijk verschil: een overgrote meerderheid van de occasionkopers is het er mee oneens, terwijl van de nieuwkopers een groot deel neutraal is.

'Tweedehandsautodealers zijn per definitie onbetrouwbaar.' Dat beeld leeft maar bij weinig mensen. Minder dan 8% van de autokopers, zowel nieuw als gebruikt, onderschrijft dat. 69% van de occasionkopers is het ronduit oneens met de stelling.

Verder blijkt uit de stellingen dat 44% van de occasionkopers nog steeds een gebruikte auto zou kopen als geld geen rol zou spelen. Het deel dat voor nieuw zou kiezen is kleiner.

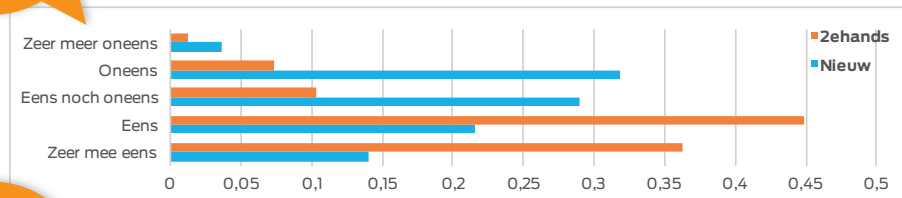
Interessant is ook dat occasionkopers vaker (80%) waarde hechten aan het bezit van een auto dan nieuwkopers (70%). Het is dus niet zo dat een meerderheid voor een occasion kiest omdat een auto ze weinig interesseert.

Techniek speelt wel een grote rol bij de aanschaf van een nieuwe auto. Meer dan de helft van de nieuwkopers wil de nieuwste techniek, terwijl dat voor maar 30% van de occasionkopers hoeft.

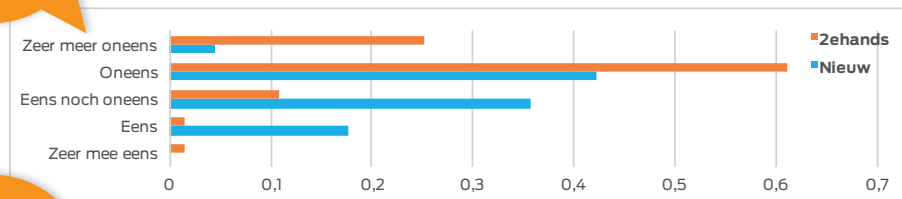
Opvallend is ook dat twee keer meer occasionkopers het eens zijn met de stelling 'Ik vind het belangrijk welk model en kleur mijn auto heeft' dan kopers van nieuwe auto's. Van beide groepen hecht meer dan 70% hier belang aan.

Een overgrote meerderheid van de autokopers (79% occasionkopers, 86% nieuwkopers) vindt het leuk om zich te verdiepen in de aankoop van een auto en de beste deal te vinden. Een kleine groep houdt zich hier helemaal niet mee bezig, dit zijn bijna allemaal occasionkopers.

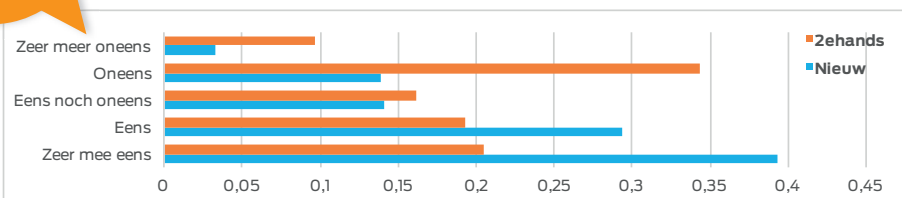
Een nieuwe auto kopen is geld weggooien, hij is minder waard op het moment dat je de sleutel omdraait



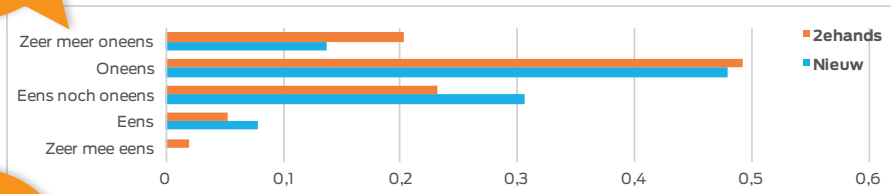
Een tweedehands auto is een bodemloze put van onkosten



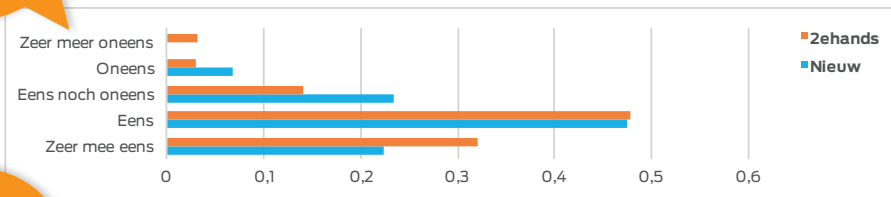
Als geld geen rol zou spelen zou ik nooit een tweedehands auto kopen



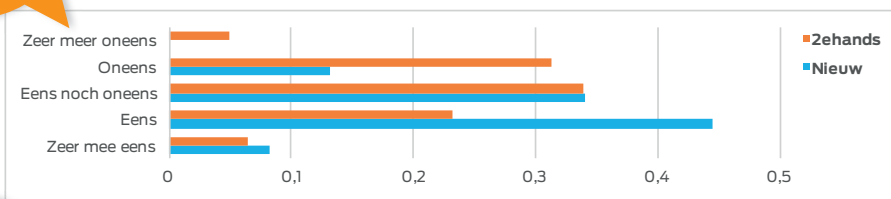
Tweedehands autodealers zijn per definitie onbetrouwbaar



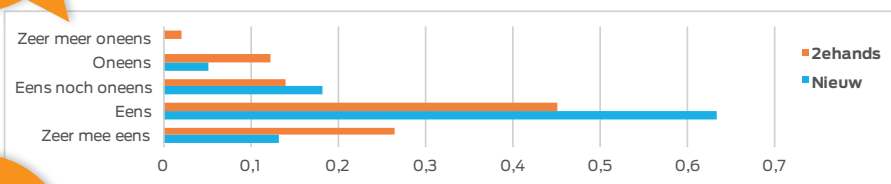
Ik hecht waarde aan het bezit van mijn auto



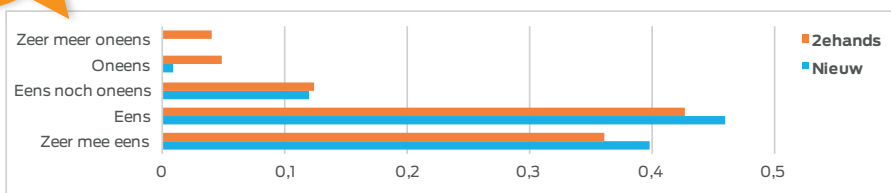
Ik wil de nieuwste techniek in mijn auto



Ik vind het belangrijk welk model en kleur mijn auto heeft



Ik vind het leuk me te verdiepen in de aankoop van een auto en de beste deal te vinden



Verantwoording

Gebaseerd op online enquête onder consumenten, verspreid via consumentenplatform Finnix. Totale respons: 511. Totale groep respondenten is vergeleken met CBS cijfers autobezitters. Respons wordt in deze sheet gewogen weergegeven, waardoor deze representatief is gemaakt op leeftijd en geslacht.

Verkopen per regio

In vrijwel elke deel van het land werden er vorig jaar meer gebruikte auto's verkocht. Vooral in de regio's Eindhoven-Helmond) en Hoorn-Enkhuizen) wisten autokopers de weg naar de showroom te vinden, en dat geldt ook voor de Friese regio Smallingerland. Door deze groei is de regio Eindhoven-Helmond naar de vierde plek in aantallen verkopen geklommen, ten koste van Den Haag. Het enige deel van het land waar minder in 2016 auto's werden verkocht is Zeeuws-Vlaanderen, waar een (geringe) daling werd gemeten van -2,1% in de regio Terneuzen-Hulst. De regio Rotterdam is met 8% van alle landelijke verkopen de grootste regionale markt voor occasions in Nederland.

Verdeling verkopen over segmenten

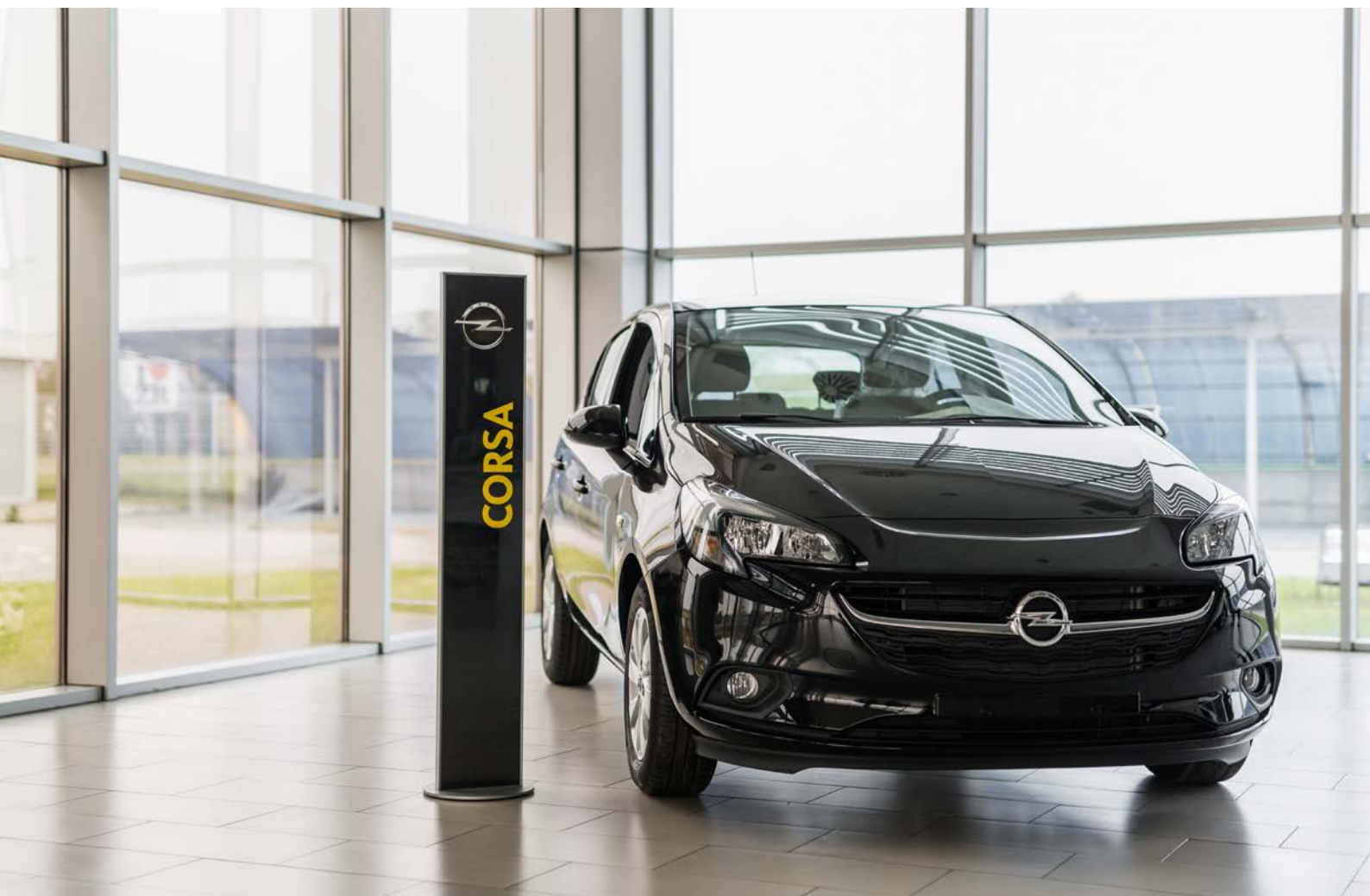
Als we per regio inzoomen op de verschillende segmenten dan zien we dat er in het noorden, en dan met name in delen van Friesland en Drenthe, vooral grotere auto's worden verkocht. Het A-segment van kleine stadsauto's is daar minder populair, terwijl er in het C t/m E juist meer gebruikte auto's worden verkocht. Het belangrijke C-segment is dan ook het populairst in grote delen van Friesland met bijna 23% van de occasionverkopen.

De verkoop van grote auto's uit het E- en F-segment vindt naast de noordelijke regio's vooral vaak plaats in de gebieden rond Amsterdam, Amersfoort, Den Haag en Den Bosch. In de landelijke delen van Zuid-Holland, Brabant en Limburg worden relatief weinig auto's uit het deze segmenten verkocht.

Binnen de drukke Randstad worden kleine auto's uit het A-segment het meest verkocht in de regio Dordrecht: 20% van de verkochte occasions is daar zo'n stadsauto. Het B-segment (Fiesta, Polo, Corsa, Ibiza, enz.) is bijna overal populair, alleen in Zeeuws-Vlaanderen iets minder.

Midi-SUV's zijn vooral populair in het zuiden. Het noorden van het land moet er minder van hebben. In Oostburg (Zeeuws-Vlaanderen) hebben midi-SUV's het hoogste aandeel: 5,4%. Dat is ook de regio waar in verhouding de meeste terreinauto's worden verkocht. Midi-MPV's zijn vooral populair in Overijssel en de kop van Noord-Holland. Full size MPV's worden juist meer verkocht in de Randstad.

Cabrio's zijn het populairst in het midden van het land, maar ook in Zeeland. Koploper is de regio Hilversum (het Gooi) waar 4,5% een cabrio is. In het noorden van het land zijn cabrio's het minst populair.



Stadagen B2C Verkopen

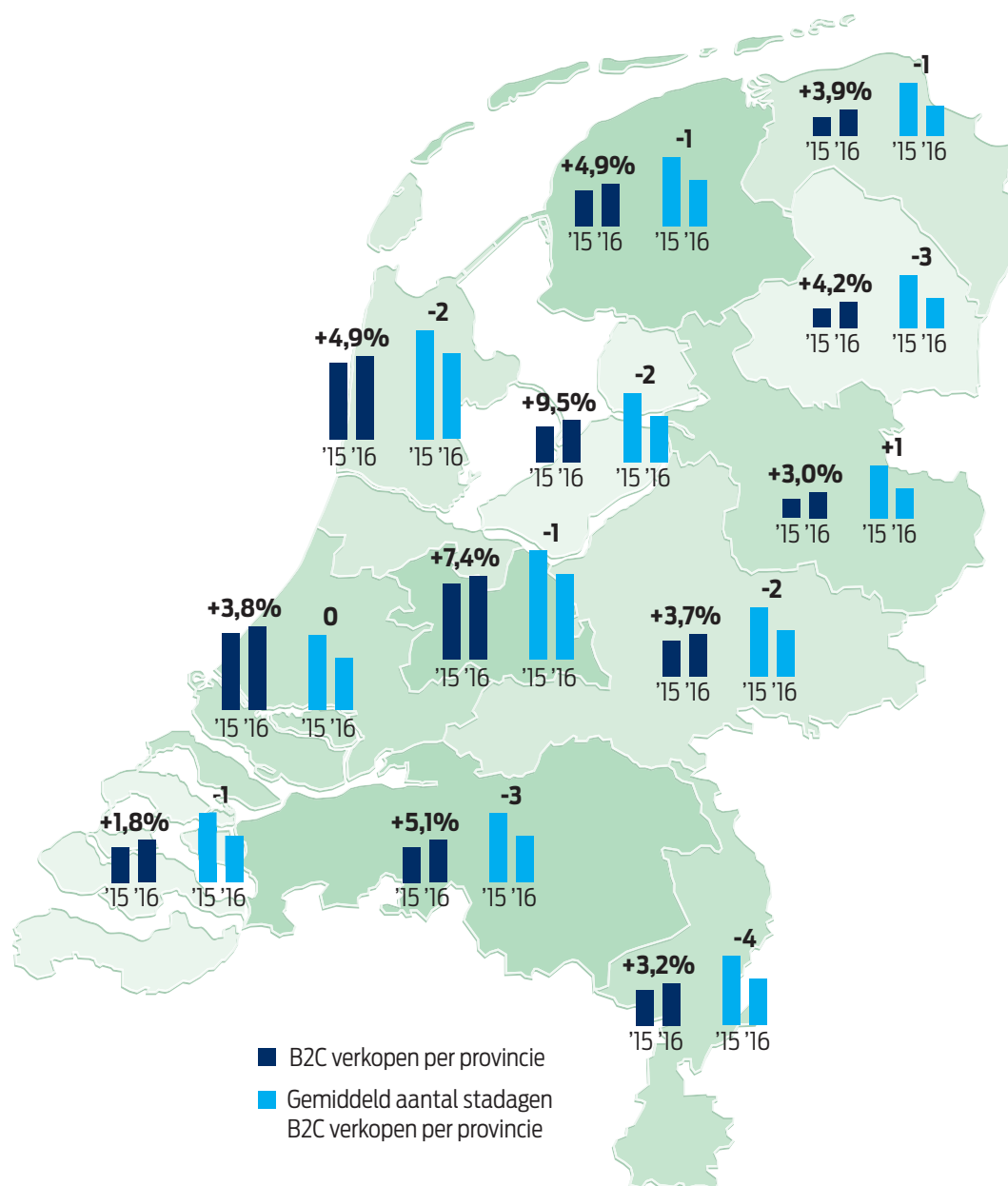
In overeenstemming met het landelijke beeld ging bijna overal het aantal stadagen omlaag. Occasions werden in 2016 met 65 dagen het snelste verkocht in de Zaanstreek. De statijd nam daar met zes dagen af ten opzichte van 2015.

De grootste daling vinden we echter in het zuiden, in de regio Sittard-Geleen waar het aantal stadagen met 14 omlaag ging van 88 naar 74 dagen. Andere zuidelijke regio's waar auto's sneller werden verkocht zijn Tilburg, Goes en Schouwen-Duiveland. Toch is ook de regio met veruit de langste statijd in het zuiden te vinden, namelijk Oostburg. Sterke stijgingen van het aantal stadagen waren er in 2016 in Dordrecht en Meppel-Steenwijk.

Occasions werden
in 2016 met

65

dagen het snelst
verkocht in de Zaanstreek



Bezitsduur

Nederlanders rijden steeds langer door met hun auto, en de gemiddelde tijd dat een particulier een auto in bezit heeft neemt dan ook elk jaar toe.

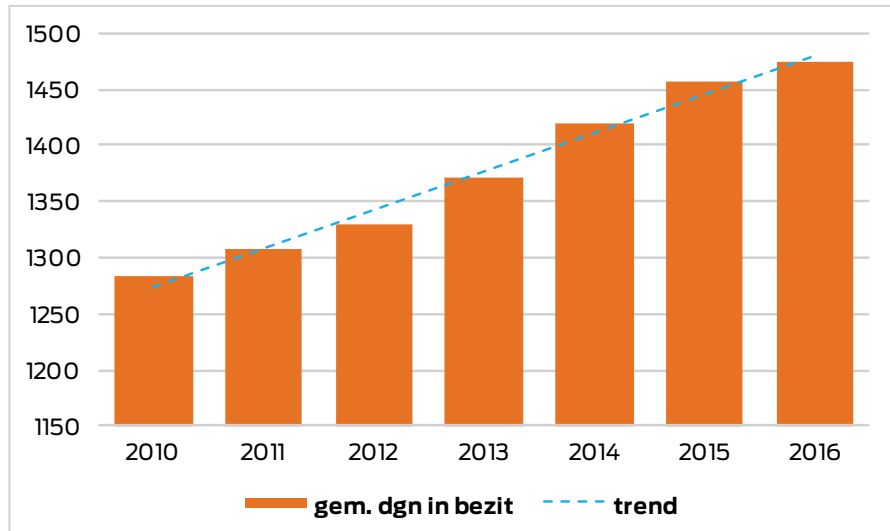
In 2015 was die toename met 6% het sterkst, maar in 2016 zwakte dit wat af. Er is echter nog wel steeds sprake van groei. Al met al houdt de gemiddelde consument zijn auto in drie jaar tijd 100 dagen langer in bezit.

Dit zien we ook terug in de gemiddelde leeftijd van het wagenpark in Nederland: tot 2016 was ruim de helft van alle auto's in Nederland 9 jaar of ouder. De gemiddelde leeftijd van een auto was tot 2016 gestegen naar 10,2 jaar (bron: CBS).

De gemiddelde leeftijd van een auto was tot 2016 gestegen naar

10,2 jaar

Gemiddelde bezitsduur auto bij particuliere eigenaars





5

TREND STERK GROEIENDE IMPORT EN DALENDE EXPORT ZET DOOR

Sinds 2012 zit de importgroei er pas echt in met jaarlijkse groeicijfers van rond de 25%. Gezien deze ontwikkeling kunnen we wel stellen dat de import van gebruikte auto's in toenemende mate een structurele aanvulling is op het Nederlandse occasionaanbod. De export van gebruikte auto's loopt al enkele jaren geleidelijk terug.

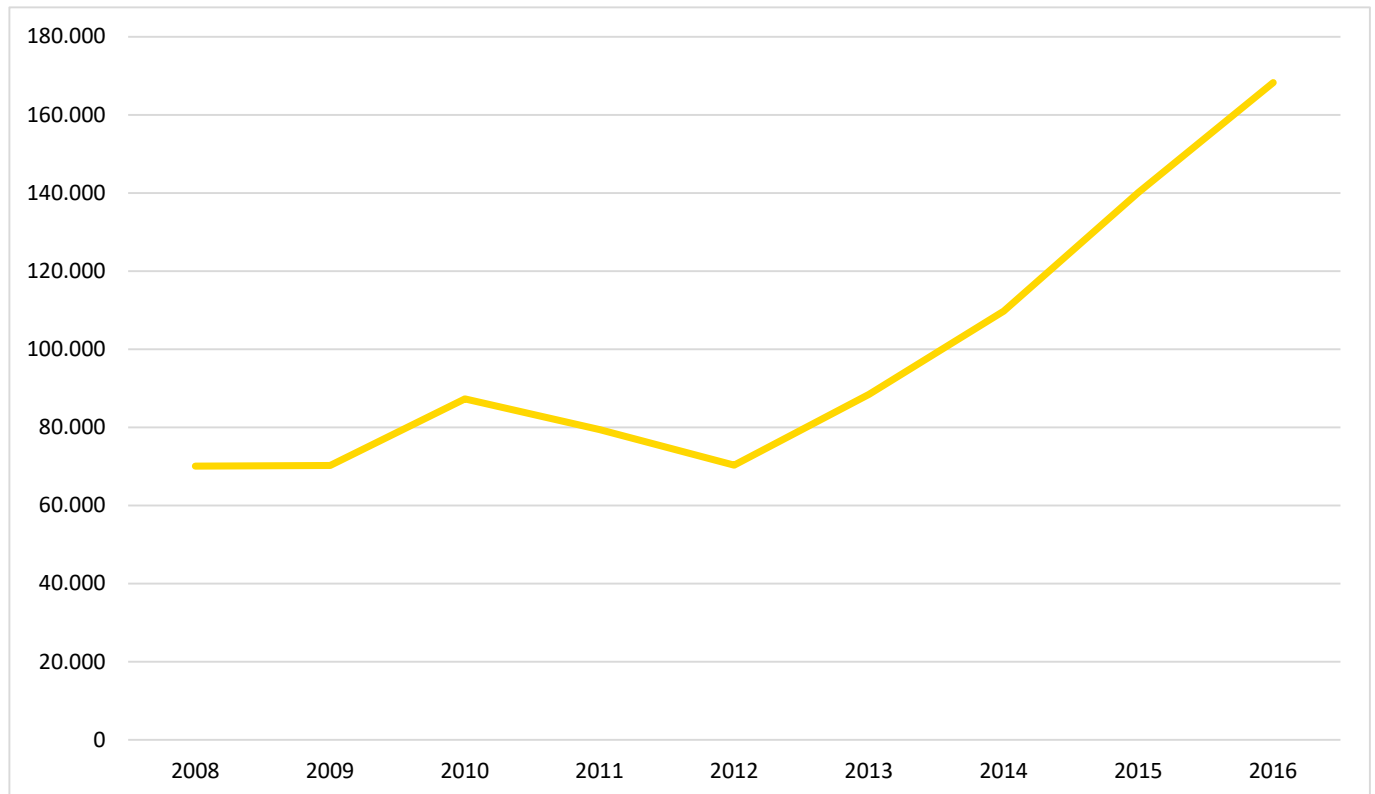
Import occasions

Werden er in 2008 nog 70.048 auto's geïmporteerd, in 2016 stopte de teller pas bij 168.300 voertuigen. Sinds 2012 zit de groei er pas echt in met jaarlijkse groeicijfers van rond de 25%. Alleen in 2016 lijkt deze toename iets af te vlakken, maar desondanks steeg de import in 2016 nog altijd met 20,1% t.o.v. 2015. Daarmee heeft 2016 weer een nieuw record gevestigd.

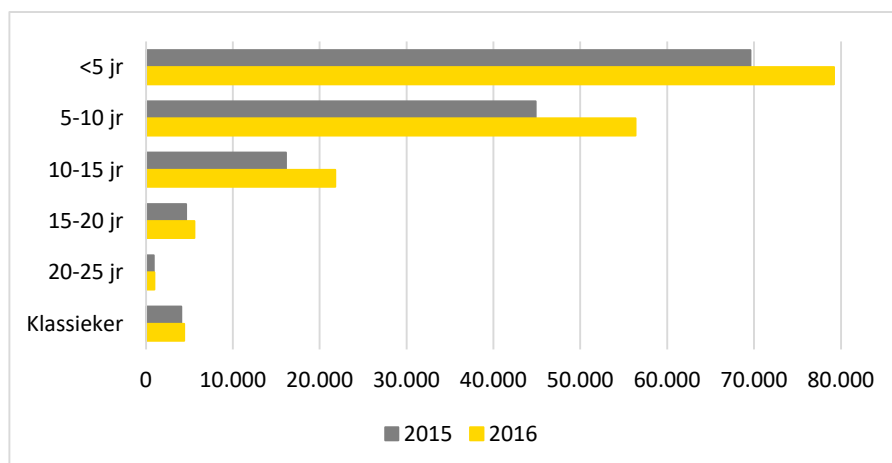
Gezien deze ontwikkeling kunnen we wel stellen dat de import van gebruikte auto's in toenemende mate een structurele aanvulling is op het Nederlandse occasionaanbod.

Stijging import occasions sinds 2012 jaarlijks rond de **25%**

Ontwikkeling import occasions



Ontwikkeling import naar leeftijdscategorie auto



Leeftijd importauto

In alle leeftijdsklassen groeide de import, maar de grootste stijging vond plaats in de leeftijdscategorie 10-15 jaar (+35,2%). Als we nog breder kijken dan laat het leeftijdssegment 7 tot 15 jarige occasions de belangrijkste toename zien. Jonge auto's tot 10 jaar vormen echter met 80% nog steeds het grootste deel van de import. In aantallen groeide de import het meest bij auto's jonger dan 2 jaar (+6.833 stuks). Desondanks nam het aandeel van 0-5 jaar oude auto's vorig jaar af van 51 naar 47%.

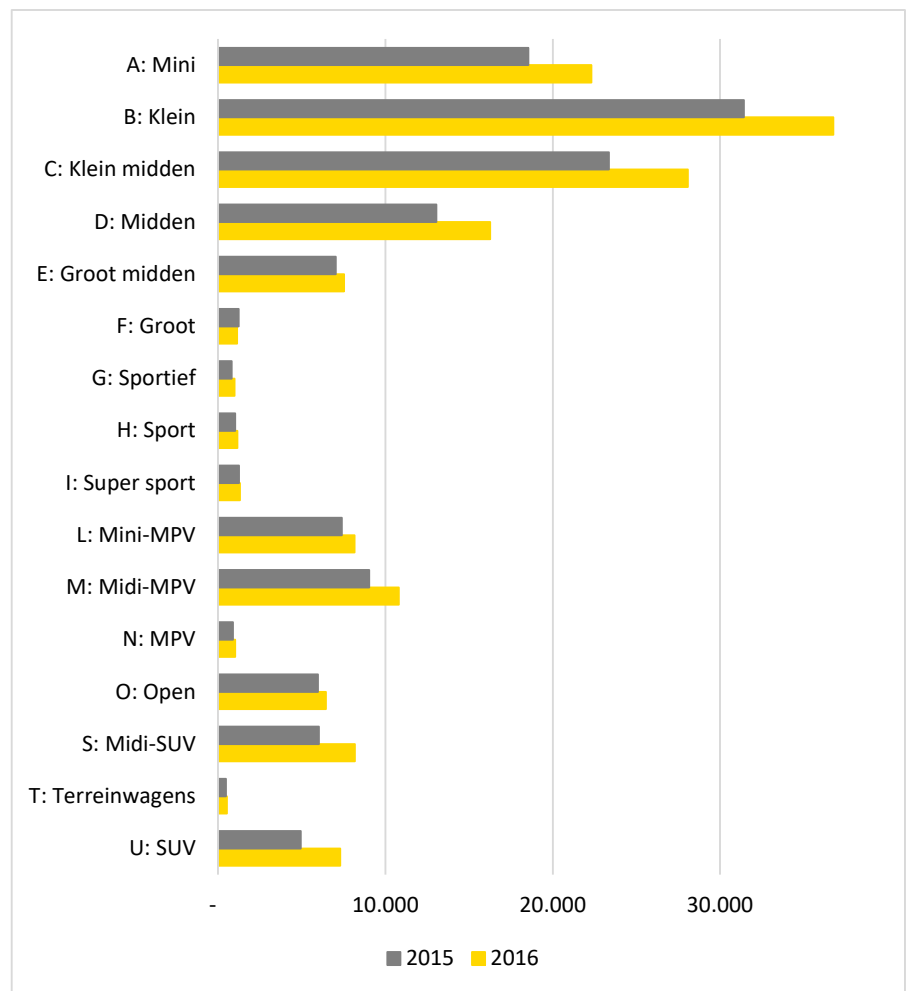
Segmenten import

Import van auto's uit de segmenten A tot en met D groeide in 2016 het sterkst. In totaal gaat het in die segmenten om ruim 17.000 auto's meer, waarvan de B- en C-segmenten samen ruim 10.000 occasions vertegenwoordigen. Dit zijn ook de belangrijkste importsegmenten. Het D-segment daalde jarenlang, maar sinds 2015 zijn ook hier de aantallen aan het stijgen.

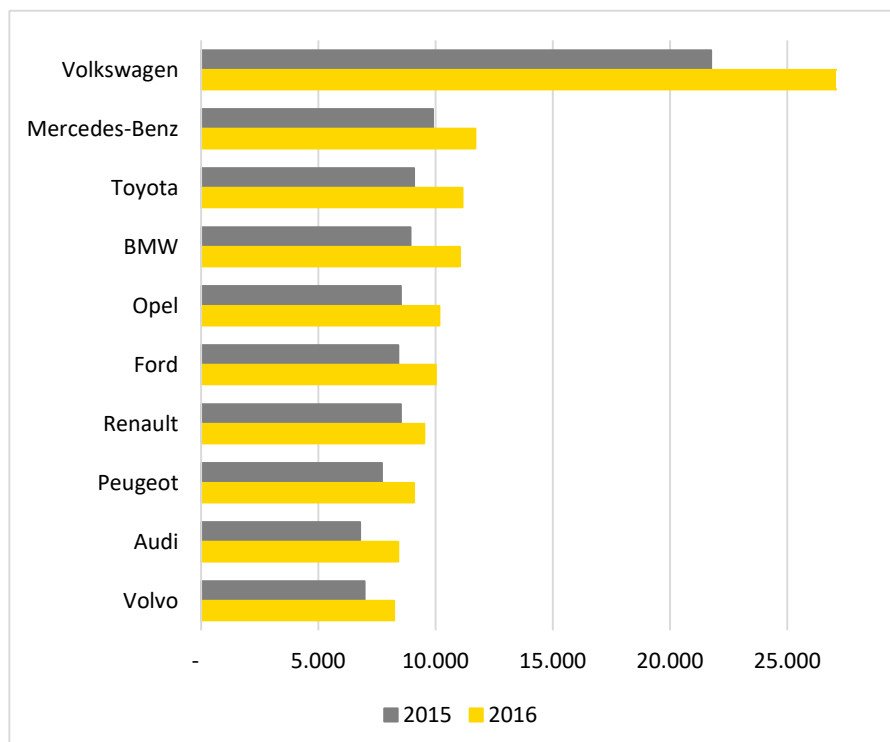
Een ander belangrijk groeisegment wordt gevormd door de SUV's. Om aan de binnenlandse vraag te voldoen worden er steeds meer van geïmporteerd: midi-SUV +36% en full size SUV's zelfs +48%. Bij de MPV's zien we een vergelijkbaar beeld: midi-MPV's +20% en MPV's +16%.

Zelfs van segmenten die op de occasionmarkt in Nederland minder populair worden zoals het H-segment (coupés), cabrio's, terreinauto's en het E-segment nam de import toe.

Ontwikkeling per segment



Ontwikkeling per merk (top 10 merken)



Merk import

Van alle automerken (met uitzondering van Ferrari, Chrysler en MG) werden meer occasions geïmporteerd. Absolute koploper is Volkswagen, waarvan er drie keer meer auto's werden geïmporteerd dan de nummer twee, Mercedes-Benz. Ook in 2016 laat VW met 25,1% weer een sterke importgroei zien.

Naast VW doen ook andere merken goed mee. Want ook het aantal Audi's, Toyota's, Kia's, Mazda's, Mitsubishi's en BMW's dat naar Nederland kwam steeg namelijk met bijna een kwart. De sterkste stijgers zijn Tesla (+87%) en Smart (+62%). Daarentegen was er nauwelijks groei bij Seat (+1%) en Jaguar (+2%). Franse auto's worden minder geïmporteerd, Mercedes, Opel en Toyota veel meer. Opvallend is dat de merken die veel geïmporteerd worden niet heel hoog staan op de lijstjes van binnenlandse occasionverkoop.

Model import

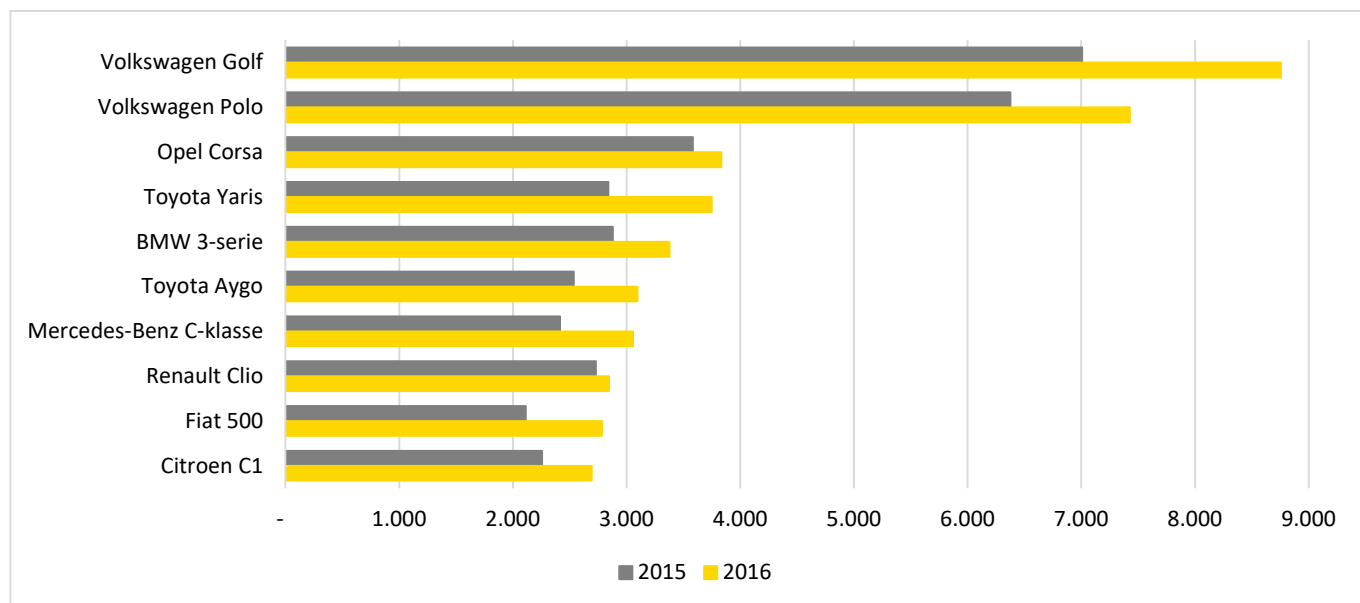
Van het populairste model, de VW Golf, groeide de import met maar liefst 25%. Maar: bij diverse andere modellen zoals, de Toyota Yaris, Fiat 500, BMW 1-serie en Nissan Qashqai lag de groei vorig jaar boven de 30%.

De Toyota Yaris (en ook de Aygo en Fiat 500) staat opvallend veel hoger op de importlijst dan op de binnenlandse occasionverkooplijst. Modellen waarvan de import terugliep zijn de BMW 5-serie (-4,6%), Renault Mégane (-19,9%) en Nissan Note (-20,2%).

Onder jonge auto's valt op dat import van de populaire VW Polo en Opel Corsa is gedaald. Anderzijds zien we een enorme groei bij de Renault Captur, VW Passat en VW Up. Import van de Opel Mokka verdrievoudigde zelfs.

62%
van alle importauto's
komt uit
Duitsland

Top 10 modellen import



Top 10 landen herkomst

	% van totaal
Duitsland	63%
België	19%
Frankrijk	4%
Spanje	3%
Italië	2%
Denemarken	1%
Luxemburg	1%
Zwitserland	1%
Oostenrijk	1%
Polen	1%

Land van herkomst

Ruim 80% van de importauto's komt uit onze directe buurlanden, waarbij Duitsland veruit het belangrijkste is. 62,2% van alle importauto's komt namelijk daar vandaan, op gepaste afstand gevolgd door België en Frankrijk.

De groep jonge kleine auto's is zeer belangrijk voor de import. Ook voor deze auto's is Duitsland de grootste markt. Maar ook Spanje, Frankrijk en Denemarken zijn hiervoor belangrijke bronnen. Vanuit Zuid-Europese landen worden veel ex-huurauto's geïmporteerd. Dat er veel gebruikte auto's uit Denemarken komen heeft te maken met het feit dat daar in verhouding veel auto's uit het A-segment rijden, waar hier juist veel vraag naar is.

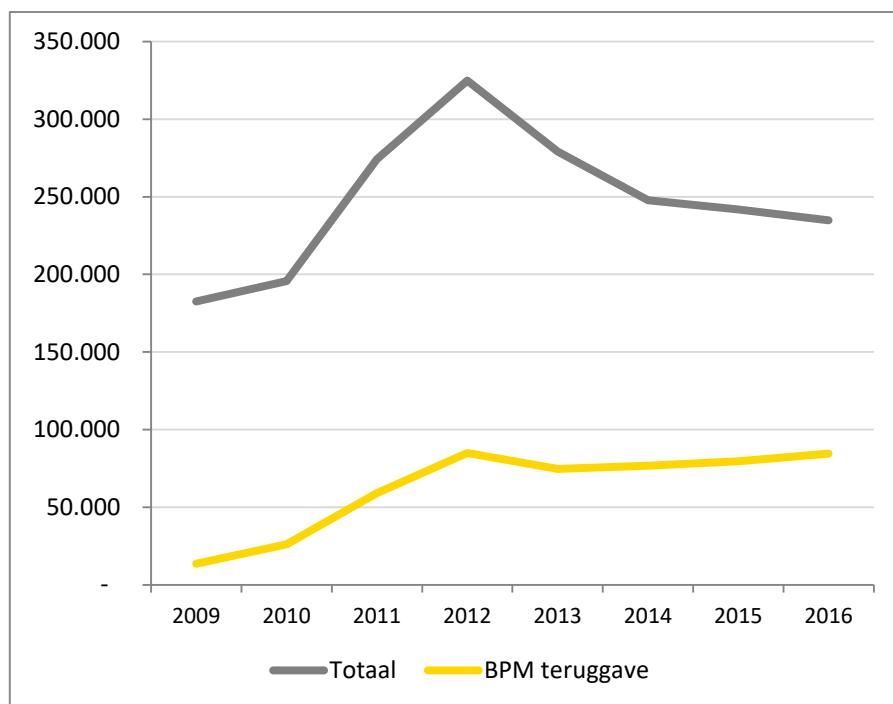
Export occasions

De export van gebruikte auto's loopt al enkele jaren geleidelijk terug, na een exportpiek in 2012 toen er ruim 324.842 occasions werden uitgevoerd. In 2016 is dit teruggelopen naar 234.772 stuks.

De oorzaak van deze terugval is de sterk toegenomen binnenlandse vraag en het beperkte aanbod van aantrekkelijke occasions voor de Nederlandse automobilist. De daling van 2,9% in 2016 is hierdoor ook weer wat sterker dan de 2,4% waarmee de export in 2015 terugliep t.o.v. 2014.

Vooral in de tweede helft van 2016 werd er minder geëxporteerd. Wel werden er in 2016 meer jonge auto's geëxporteerd die in aanmerking kwamen voor BPM-teruggave.

Ontwikkeling export totaal en in aanmerking komend voor BPM teruggave



Leeftijd exportauto

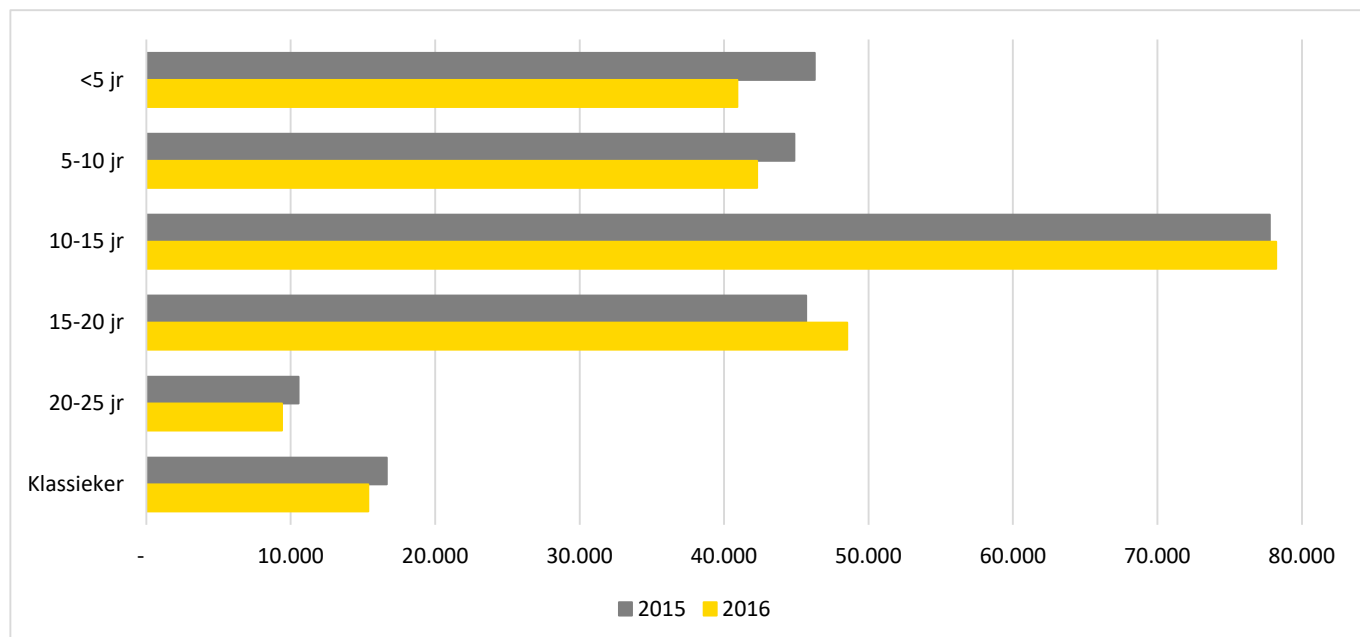
Binnen het totaalplaatje van een dalende export zien we ook opvallende stijgingen. Zo is er een toename te zien in de export van 5 jaar oude auto's. Dit is eenvoudigweg een kwestie van vraag en aanbod: in 2011 zijn er veel nieuwe auto's verkocht die nu als occasion over de grens verdwijnen.

Andersom werden er in 2009 en 2013 juist minder nieuwe auto's verkocht, en dat is terug te zien in de export van 3 en 7 jaar oude auto's. De uitvoer van deze voertuigen daalde met respectievelijk 32,6% en 25,6%.

Verder is er een behoorlijke stijging te zien bij oudere auto's, vooral in de leeftijdscategorie 17-18 jaar. Echte oldtimers worden daarentegen steeds minder geëxporteerd. Bij oldtimers van 25-29 jaar oud is er nog steeds een sterke daling, vooral omdat er in het verleden al veel auto's geëxporteerd zijn als gevolg van de beëindiging van fiscale vrijstellingen.

Auto's van 4 jaar vormen nog steeds de grootste unieke leeftijdsgroep, mede door het grote aanbod van ex-leaseauto's. De export van deze leeftijdscategorie daalde in 2016 licht. Het volume bleef stabiel in het belangrijkste exportsegment van 10 tot 15 jaar oude auto's.

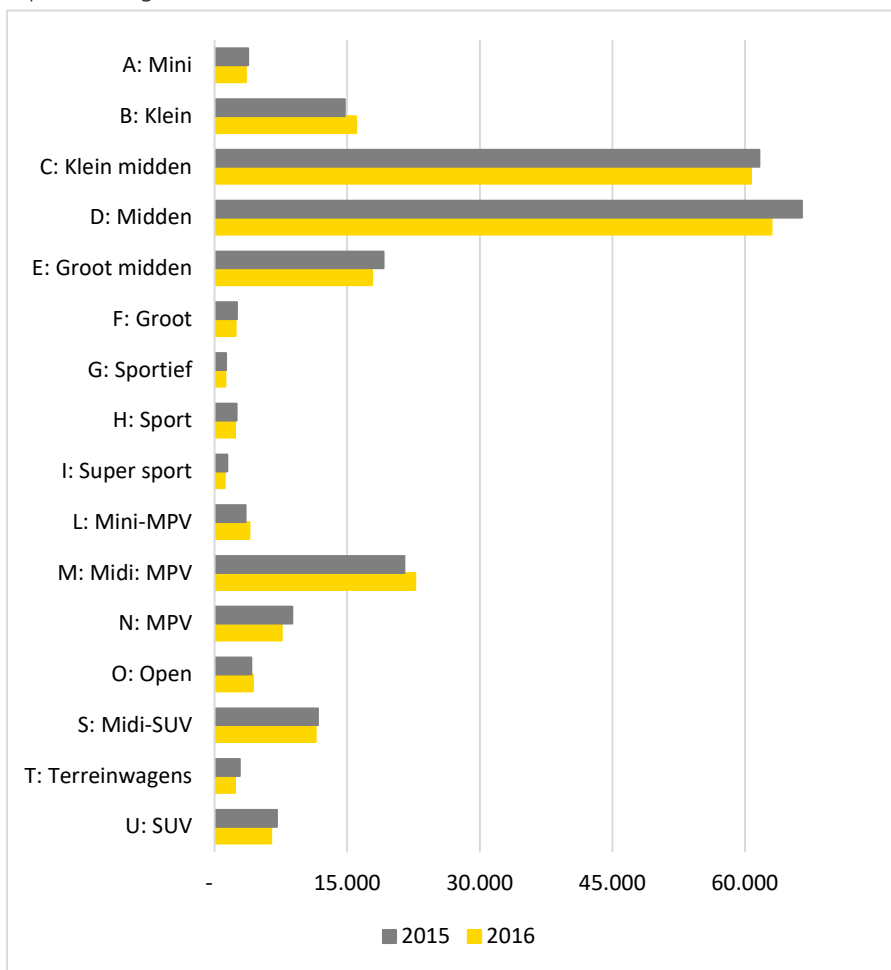
Ontwikkeling export naar leeftijdscategorie auto



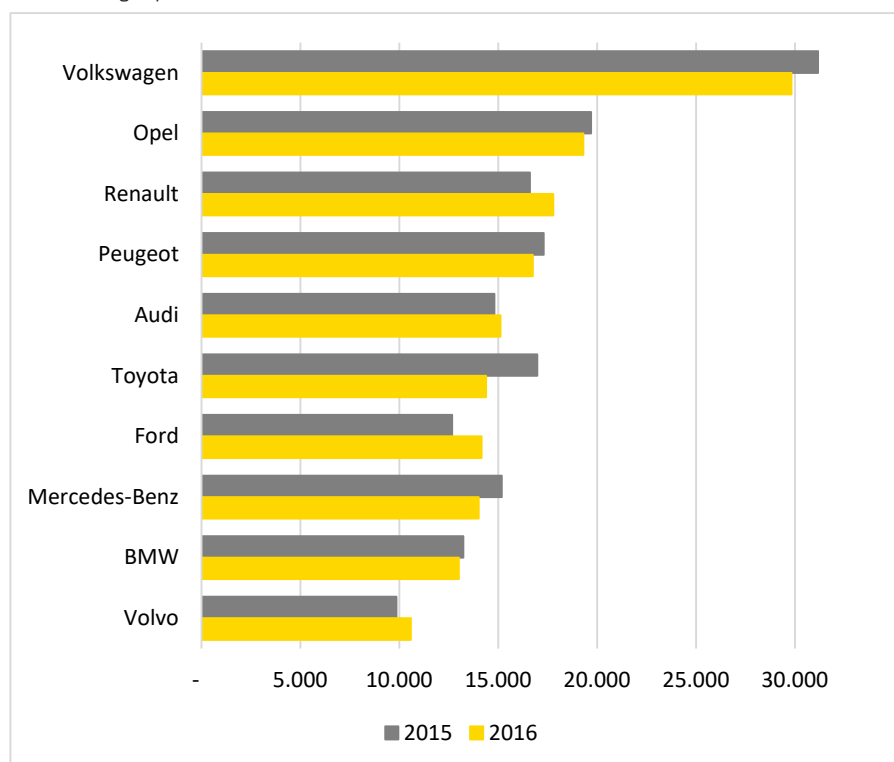
Segmenten export

Een exporttoename zien we in het B-segment en bij de MPV's. Het B-segment (de 'Polo-klasse') steeg zelfs met 8% ten opzichte van 2015. Dit is opmerkelijk want dit segment is traditioneel vooral populair bij de Nederlandse occasionkoper maar minder belangrijk voor export. Verder gingen er in 2016 maar liefst 12% meer mini-MPV's en 6% meer midi-MPV's over de grens dan in 2015. Tegelijkertijd blijven er meer 'full size' MPV's in Nederland. De export van deze auto's nam met 14% af in 2016, mede vanwege de sterke toegenomen binnenlandse vraag naar deze voertuigen. Ook in het C- en D-segment nam de export af, net als de export van de meest exclusieve auto's (I,J)

Export naar segment



Ontwikkeling top 10 merken



Merk export

VW en Opel blijven de populairste exportmerken, alhoewel voor beide Duitsers de export daalde met resp. 4% en 2%. Ook de uitvoer van de meeste Japanse volumemerken liep terug, maar veel sterker dan bij VW en Opel. Honda noteerde zelfs een daling van 22%. Ook in het luxesegment kunnen we een forse daling van de export vaststellen. Er werden 39% minder Ferrari's geëxporteerd en 24% minder Porsches. In absolute aantallen ging het om 74 en 433 voertuigen minder dan in 2015. Mercedes daalt al enkele jaren, dit komt vooral door het opdrogen van het oldtimer-aanbod. Mercedes-Benz stond in 2014 nog op plaats drie maar viel terug naar nu de achtste plek. Stijgers zijn er natuurlijk ook. Er werden 7,2% meer Renaults geëxporteerd, waardoor dit merke van de vijfde naar derde plaats steeg. Andere merken die sterk groeiden op de zijn Ford (+11,8%), Citroën (+7,6%) en Volvo (+7,5%).

Model export

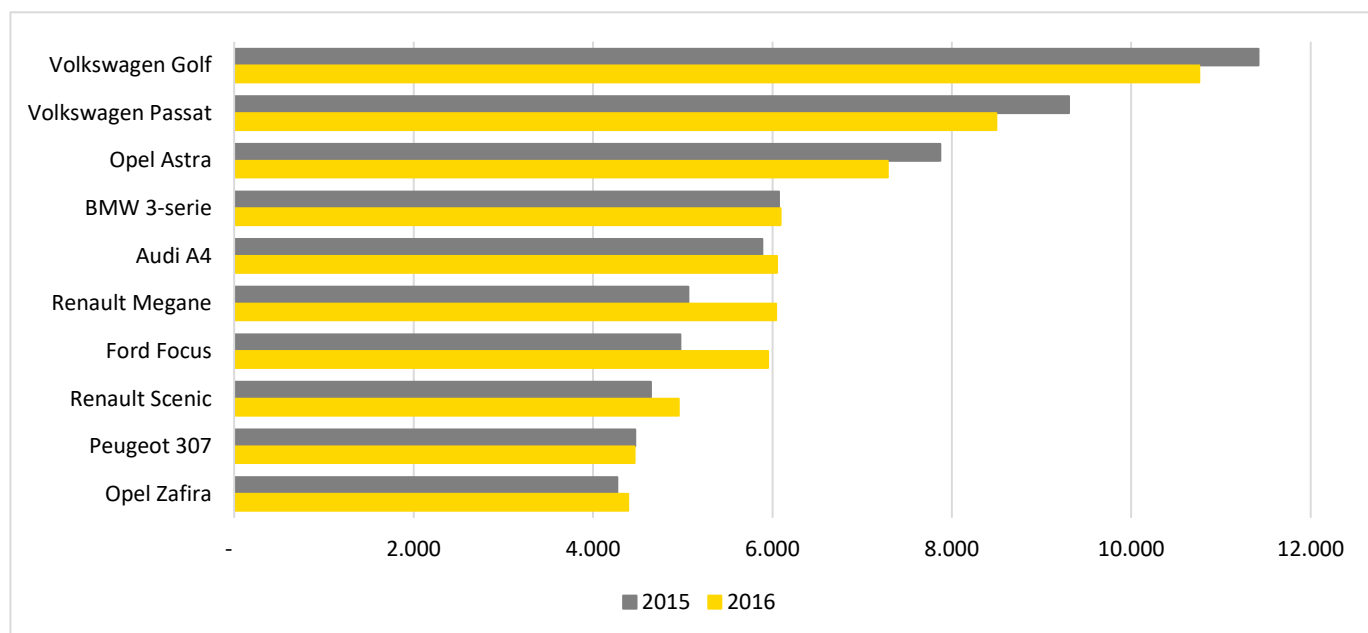
De meest geëxporteerde modellen, VW Golf, VW Passat en Opel Astra, laten alle drie een sterke daling zien als het gaat om export-aantallen. Alleen van de Toyota Corolla verdwenen er procentueel nog minder auto's naar het buitenland. Maar ook de Prius en Avensis liepen behoorlijk terug, evenals de Kia Sportage en de oude Mercedes 200-300 series.

Van de meeste andere automodellen werden er in 2016 meer exemplaren geëxporteerd dan in 2015. Sterke groeiers zijn andere modellen uit het C-segment: de Mégane en Focus. Andere stijgers zijn de Skoda Fabia, Peugeot 508 en Renault Scénic.

Onder de jongere auto's valt vooral de sterke stijging van de Mégane op. Dit was vorig jaar de meest geëxporteerde auto in de leeftijd waarin BPM-teruggave mogelijk is. Ook hier is de terugkomst uit de lease de oorzaak van deze groei.

Andere jonge auto's die procentueel meer werden geëxporteerd in 2016 zijn vooral de Volvo V40 (+268%) en Opel Ampera (+341%).

Top 10 modellen export



Top 10 exportlanden

	% van totaal
Polen	25%
België	10%
Roemenië	9%
Duitsland	7%
Litouwen	4%
Servië	4%
Libië	3%
Frankrijk	3%
Bulgarije	3%
Hongarije	2%

Exportlanden

Polen versterkte haar positie als belangrijkste exportbestemming. Inmiddels gaat bijna één op de vier exportauto's naar Polen. Ook de export naar Roemenië, Duitsland en Bulgarije groeide.

Opvallend is de al sinds 2015 snel stijgende export naar Portugal en Italië. De grootste daling vond plaats in exporten naar Libië. Dit land viel in 2016 terug van de derde naar de zevende plaats. Ook export naar Oekraïne, Benin, Bosnië-Herzegovina en Libanon liep terug.

Op regioniveau zien we dat de export naar Afrika en het Midden-Oosten al enige jaren terugloopt en dat er meer auto's in Europa blijven. Voor de groep auto's van 20 tot 25 jaar blijft Afrika de belangrijkste bestemming. De jongste auto's gaan, evenals oldtimers, vooral naar West-Europese landen. Van auto's tussen de 5 en 15 jaar gaat meer dan 70% naar landen in Oost-Europa. Bij elkaar gaat 85,9% van de export naar een bestemming binnen Europa. De (beperkte) export naar Noord-Amerika bestaat vooral uit oldtimers.

Export elektrische auto's

De export van hybrides is na de enorme stijging in 2012 en 2013 alweer enige tijd wat aan het teruglopen. Dit komt mede doordat de verkoophype van deze hybrides (Civic en Prius) inmiddels ver achter ons ligt waardoor de aantallen die uit lease vrijkomen dalen. Voor de plug-in hybride geldt een ander verhaal. Deze 'stekerauto's' komen nu op de occasionmarkt en de export steeg in 2016 met 323% t.o.v. 2015.

Elke soort auto wordt geëxporteerd naar specifieke markten. Dit zijn de landen waar nog wel gunstige fiscale regelingen gelden. Voor hybrides staat Jordanië daarin bovenaan. Van de plug-in hybrides gaat meer dan een derde naar Hongarije, door de stimuleringsmaatregelen die daar nu gelden. Elektrische auto's gaan vooral naar West-Europese landen, met Duitsland en Noorwegen voorop. De export van diesels daalt licht, echter die daling is nauwelijks sterker dan de daling van de totale exportmarkt.

Export elektrische auto's
vooral naar
**Duitsland en
Noorwegen**

Export elektrische auto's

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Groei 2016
Elektrisch (EV)	9	56	425	922	726	531	-27%
Plug-in hybride			3	37	37	944	323%
Hybride	1.029	5.148	6.080	5.588	5.038	4.734	-6%



NATIONAAL OCCASION ONDERZOEK 2017

OCCASIONMARKT IN NEDERLAND

Verkoop, import en export, betrokken
verkoopkanalen en voorraadontwikkeling