

Autobezitters kiezen niet meer voor status maar voor duurzaamheid

# Kleine, zuinige auto's hebben de toekomst

**Het bezit van een auto is voor veel consumenten allang geen heilig goed meer. Bijna de helft van de huidige autobezitters is niet van plan een nieuwe auto aan te schaffen of weet dit nog niet zeker. In de toekomst zal steeds vaker gekozen worden voor kleine, zuinige auto's en voor nieuwe, alternatieve vervoersmethoden. Dealers en autobedrijven zullen hun bestaande business modellen moeten aanpassen om in te spelen op de nieuwe mobiliteitswensen.**

Onlangs liet Marktplaats onderzoeksbureau MSI-ACI onderzoek doen naar de veranderende mobiliteitsbehoeften van consumenten. Een van de belangrijkste uitkomsten van dit onderzoek is dat 47% van de huidige autobezitters niet van plan is om een nieuwe auto aan te schaffen (19%) of dit nog niet weet (28%). Een kwart van hen geeft aan dat zij geen auto meer nodig hebben. Daarnaast worden de hoge kosten van het rijden en de beschikbaarheid van nieuwe vervoersmiddelen als belangrijke redenen aangevoerd om geen auto meer te kopen. "Het onderzoek bevestigt de belangrijkste behoeftesverschuiving van dit moment: die van bezit naar gebruik", aldus Michiel Aker, Partnership Manager bij Marktplaats. "16% van de huidige autobezitters is niet van plan een auto te kopen omdat zij voldoende goede alternatieven zien. De mensen die wel van plan

zijn om een auto te kopen kiezen steeds vaker voor kleine, zuinige auto's of occasions." Voor dealers en autobedrijven is het van belang om goed in te spelen op deze veranderende mobiliteitswensen.

## **Een nieuwe auto: als we het doen, doen we het groen**

Er is een groeiende vraag naar milieuvriendelijke, hybride auto's en auto's met een lage CO2 uitstoot. Dit is het gevolg van overheidsmaatregelen die het rijden van zuinige auto's stimuleren in combinatie met veranderende mobiliteitsvoorkeuren.

De volgende maatregelen hebben een impuls gegeven aan de verkoop van milieuvriendelijke auto's:

- Vanaf 2010 is de BPM geleidelijk omgezet van een op cataloguswaarde gebaseerde heffing naar een volledig op CO2 uitstoot gebaseerde heffing in 2013. Daarnaast is er geen BPM voor elektrische auto's
- Vanaf 2014 geldt er 7% bijtelling voor elektrische en hybride auto's
- Auto's met een CO2 uitstoot tot 50 g/km zijn vrijgesteld van MRB

Naast deze maatregelen worden in verschillende steden aanvullende regels opgesteld die het rijden in milieuvriendelijke auto's nog voordeliger maken om de luchtkwaliteit te verbeteren. Zo komen plug-in hybrides met een CO2 uitstoot tot 50 g /km (o.a. Mitsubishi Outlander) in aanmerking voor een subsidie. Daarnaast krijgen Amsterdammers voorrang voor een parkeervergunning, waarmee de wachttijd verkort wordt van jaren naar enkele weken. Deze maatregelen zijn niet zonder effect gebleven: het verkochte aantal elektrische voertuigen in Amsterdam verdubbelde tussen april 2011 en april 2012 naar 1030 per maand.

Bovenstaande maatregelen hebben tot gevolg dat consumenten steeds bewuster kiezen voor milieuvriendelijke auto's, zeker wanneer



dit ook nog eens financieel voordelig is. 72% van de rijbewijsbezitters is bekend met de belastingvoordelen van schonere auto's. 16% van hen geeft aan dat belastingvoordeel voor een zuinige/ schone auto's een belangrijk aspect is bij de keuze van een auto. En voor 38% is het energielabel van de auto van invloed op de keuze. Hierdoor valt de keuze steeds vaker op kleinere auto's, de zuinigste auto's binnen een segment, auto's met de grootste fiscale voordelen en de meest innovatieve technieken. Aker: "In vergelijking met een paar jaar geleden zien we een substantiële toename van de verkoop van milieuvriendelijke auto's. Dealers en autobedrijven die rekening houden met de nieuwe milieuvriendelijke wensen van hun kopers nemen een voorsprong op hun concurrenten."

### De economische crisis: groeiende vraag naar kleine, zuinige auto's en occasions

De behoefteverschuiving naar kleine, zuinige auto's wordt versterkt door de voortschrijdende economische crisis: het consumentenvertrouwen is laag en de koopbereidheid van consumenten daalt nog steeds (bron: CBS). Mensen potten hun geld op en doen minder grote aankopen.

Dit wordt bevestigd door het onderzoek van MSI-ACI: 21% van de consumenten die niet van plan zijn om een auto te kopen noemt de hoge aanschafkosten van een auto als reden. Ook de hoge kosten van het gebruik van een auto worden als reden genoemd, zoals verzekerings- en wegenbelastingkosten (12%) en hoge brandstofkosten (11%). Van de mensen die wel van plan zijn om een auto te kopen geeft 38% aan deze koop vanwege financiële onzekerheid nog even uit te stellen of uitgesteld te hebben. Verder is opvallend dat 65% van deze mensen van plan is om een tweedehands auto aan te schaffen. Autobezit is voor hen geen statussymbool meer en daarnaast gaan auto's tegenwoordig langer mee. Een occasion is daarom vaak een prima optie. 63% heeft hierbij het voornemen een even grote auto aan te schaffen als hun huidige auto, 21% kiest voor een grotere en 16% voor een kleinere auto. De belangrijkste redenen om van type auto te veranderen zijn een veranderende gezinssamenstelling en een zuiniger brandstofverbruik. Aker: "Omdat de totale vraag naar nieuwe auto's afneemt, zal het aantal dealers en autobedrijven in de randstad dalen. De vestigingen die blijven kunnen zich onderscheiden met een goede service en klantgerichtheid. En met een showroom waarin de focus ligt op kleine, zuinige auto's en occasions."

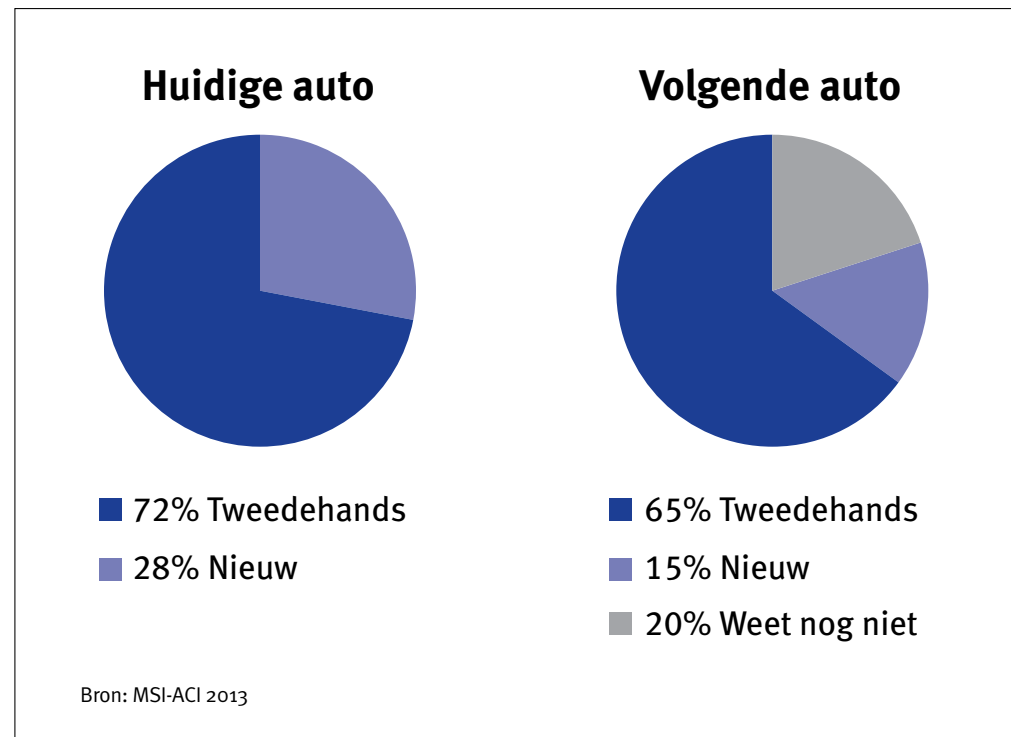


Fig.1 - 65% van de autobezitters die van plan zijn om een auto te kopen kiest voor een occasion.

### Trend in de randstad: van autobezit naar autodelen en autolenen

Naast de groeiende vraag naar zuinige, milieuvriendelijke auto's neemt ook de behoefte aan alternatieve mobiliteitsoplossingen toe. Deze ontwikkeling wordt versterkt door de opkomst van de zogenaamde sharing economy: een groeiende groep mensen vindt autobezit niet belangrijk en is bereid zijn auto te delen. Dankzij nieuwe technologieën en gebruiksvriendelijke apps wordt het voor consumenten steeds makkelijker om een beschikbare auto in de buurt te vinden.

De sharing economy is met name in opkomst in stedelijke gebieden waardoor het aantal autobezitters in de stad relatief steeds kleiner

zal worden. Dit komt mede omdat mensen in de grote stad meer openstaan voor nieuwe initiatieven op het gebied van mobiliteit. Uit het onderzoek van MSI-ACI blijkt dat 30% van de mensen in de stad het huren van een auto bij een verhuurbedrijf een zeer nuttig alternatief vindt. Online een auto huren wordt door 23% als nuttig ervaren en een auto huren van consumenten door 13%. Initiatieven als Snappcar (het huren van een auto van consumenten), Car2Go (een elektrische auto huren in Amsterdam) en Greenwheels (online een auto huren, alleen betalen wanneer je hem gebruikt) spelen slim in op de veranderende mobiliteitsbehoefte in de stad. Bij het grote publiek zijn de nieuwe initiatieven echter nog relatief onbekend. Zo heeft slechts 4% van de consumenten ervaring met het online huren van een auto en slechts 1% met het huren van een auto van consumenten. De nieuwe initiatieven zullen dan ook vooral invloed hebben op de business van dealers en autobedrijven in de steden. Aker: “24% van de mensen in de grote steden acht het goed denkbaar in de toekomst geen eigen auto meer aan te schaffen maar gebruik te maken van nieuwe mobiliteitsoplossingen. Dealers en autobedrijven in de grote steden gaan dit vroeg of laat merken aan hun verkoopcijfers.”

De opkomst van de sharing economy zal nog een extra impuls krijgen door de verwachte bevolkingsgroei. De bevolking in de randstad groeit tot 2025 met 700.000 inwoners. Een groot deel van deze bevolkingsgroei vindt plaats in de grote steden. Zo groeit Amsterdam met ruim 110.000 inwoners. Tegelijkertijd zal er buiten de randstad juist een bevolkingskrimp plaatsvinden: een derde van de gemeenten in Nederland krijgt de maken met een krimp van 2,5 % of meer. Door de bevolkingstrek naar stedelijke gebieden in combinatie met de vergrijzing op het platteland zal de behoefte aan alternatieve vervoersmethoden in de stad alleen maar groter worden.

### **De sleutel tot succes: de beste showroom met de beste service**

Dealers en autobedrijven worden door de nieuwe mobiliteitsbehoeften van consumenten geconfronteerd met verschillende uitdagingen. Een groeiende groep mensen vindt het bezit van een auto niet belangrijk en is niet van plan een auto te kopen. Mensen die nog een andere auto kopen, kiezen steeds vaker voor een kleine, goedkopere auto of een occasion. Met de opkomst van alternatieve

vervoersmethoden zoals het delen of lenen van een auto hebben dealers en autobedrijven er in de grote steden er een concurrent bij gekregen. Dealers en autobedrijven die hun aanbod goed afstemmen op de veranderende mobiliteitswensen hebben de toekomst. Met een showroom waarin kleine, zuinige auto's centraal staan. En met een service waarin de klant centraal staat. Zodat de ervaring van de mensen die op zoek gaan naar een andere koopauto, net zo goed is als van hen die een auto lenen.

