

# De auto-industrie

Willem Heijnen <sup>1</sup>

*In internationaal perspectief is de rol van de Nederlandse auto-industrie slechts marginaal. Ook de bijdrage aan de nationale economie is bescheiden. De laatste jaren maakt de bedrijfstak echter een opmerkelijke ontwikkeling door. Door de kooplust van de consument en de hoge investeringen van het bedrijfsleven in wegvervoermiddelen stijgen de autoverkopen tot recordhoogte. Hiervan profiteren ook de fabrikanten in Nederland.*

## Inleiding

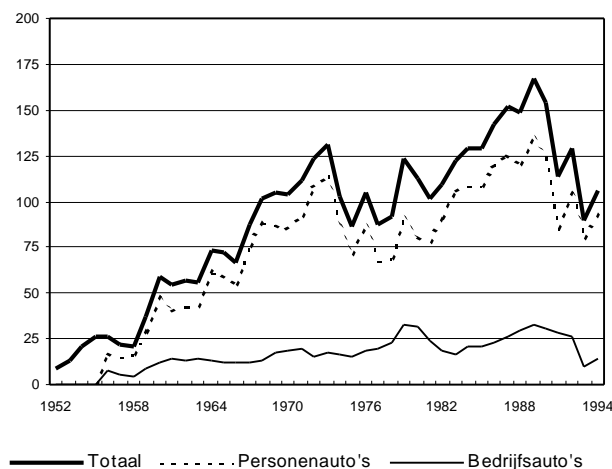
Onder de auto-industrie wordt in dit artikel naast de fabricage van personenauto's, bedrijfsauto's en andere motorvoertuigen, ook de productie en revisie van motoren voor voertuigen verstaan.

De auto-industrie is in Nederland altijd een bedrijfstak van beperkte schaal gebleven. Aan het begin der vijftiger jaren worden er in ons land een kleine 9.000 auto's per jaar geproduceerd, hoofdzakelijk bedrijfsauto's. Halverwege de jaren vijftig besluit DAF om naast bedrijfsauto's ook personenauto's te gaan produceren.

De personenautofabriek van DAF gaat het niet altijd voor de wind. Het bedrijf balanceert door de jaren heen een aantal keren op het randje van de afgrond, maar door overheidssteun en diverse overnames blijft het bedrijf toch op de been. De DAF-personenauto behoort echter tot het verleden.

In de periode 1952 tot 1999 is de productie van auto's in Nederland verveelvoudigd. Dit is voornamelijk het gevolg van de toegenomen personenautoproductie. Het aantal bedrijfsauto's schommelt de laatste decennia tussen de 20 en 30 duizend stuks per jaar. Grafiek 1 brengt de ontwikkeling van de automobielpeductie over de periode 1952 tot en met 1994 in beeld.

Grafiek 1. Automobielpeductie, 1.000 stuks



Ondanks de verveelvoudigde productie speelt de Nederlandse auto-industrie internationaal gezien slechts een bescheiden rol. Dit blijkt wanneer de Nederlandse productie vergeleken wordt met de productie in de EU. In totaal worden in de 15 EU lidstaten rond de 15 miljoen motorvoertuigen per jaar geproduceerd. Het aandeel van de Nederlandse productie in het EU-totaal is dus maar ongeveer 2%. Op wereldniveau is het aandeel iets meer dan 0,5%.

De Nederlandse markt voor personenauto's is in vergelijking met de grotere EU-lidstaten natuurlijk van beperkte omvang. Zo is bijvoorbeeld de grootste personenautomarkt in de EU, de Duitse, in verkochte aantallen uitgedrukt bijna 7 maal zo groot als de Nederlandse. Dit is niet alleen een gevolg van het verschil in inwoneraantal, maar ook van het feit dat het autobezit per duizend inwoners in Duitsland ruim honderd stuks hoger ligt dan in Nederland. In Nederland staan per 1 januari 1999 op elke duizend inwoners 388 auto's geregistreerd. Met dit aantal bevindt ons land zich in de middenmoot van de EU.

## Auto en conjunctuur

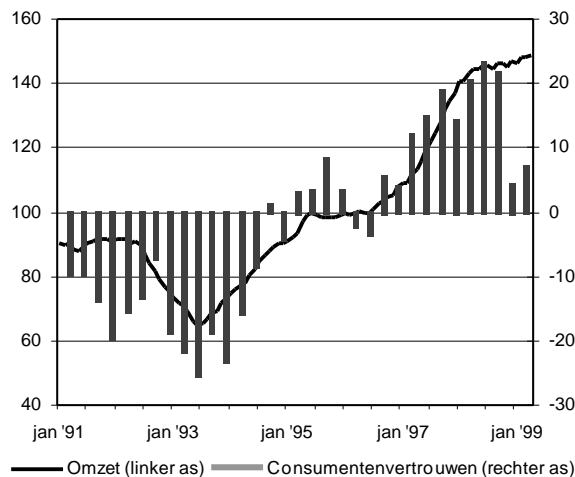
De vraag naar auto's wordt in sterke mate bepaald door het besteedbaar inkomen, de welvaart en het vertrouwen van de consument in de economische ontwikkeling. Deze factoren maken van de auto-industrie een conjunctuurgevoelige bedrijfstak. In grafiek 1 zijn ook duidelijk de recessies te zien in de beginjaren zeventig, de oliecrisis, en in de beginjaren negentig.

Voorals deze laatste recessie treft de auto-industrie hard. Na een top in 1989 loopt in het begin van de jaren negentig de vraag naar nieuwe auto's terug. De voorraden lopen op en de fabrikanten verlagen noodgedwongen de productie. Met name 1993 is een zeer slecht jaar met een productiedaling van 30% ten opzichte van 1992. In vier jaar tijd is de productie bijna gehalveerd en valt terug naar het niveau van 1975.

Met het aantrekken van de conjunctuur vanaf 1994 trekt ook de vraag naar nieuwe auto's weer aan. De bedrijfstak klimt uit het dal en ziet de omzet weer groeien. In grafiek 2 is over de periode 1991 tot en met de eerste maanden van 1999 de omzet van de auto-industrie op de linker verticale as afgezet in indexcijfers waarbij 1995 op 100 is gesteld. Tevens is in de grafiek het consumentenvertrouwen weergegeven in de vorm van een staafdiagram en afgezet op de rechter verticale as. Het consumentenvertrouwen geeft een aardig beeld over de toekomstige ontwikkelingen van de consumptieve bestedingen, vooral van de bestedingen aan duurzame consumptiemiddelen. Een verdere toelichting op het begrip consumentenvertrouwen wordt gegeven in de alfabetische begrippenlijst.

In de grafiek is duidelijk te zien hoe het consumentenvertrouwen en de omzet van de auto-industrie met elkaar in de pas lopen.

Grafiek 2. Omzet auto-industrie (index 1995=100) en consumentenvertrouwen



Het gunstige economische klimaat van de afgelopen 2 à 3 jaren doet het consumentenvertrouwen tot recordhoogten stijgen, waarmee ook de vraag naar auto's in deze jaren sterk toeneemt. In 1997 zet de Nederlandse auto-industrie voor een bedrag van 7,6 miljard gulden aan motorvoertuigen af, een stijging van bijna 30% ten opzichte van het voorliggende jaar. De groei zet zich in 1998 voort met een omzettoename van nog eens ruim 30% tot een bedrag van bijna 10 miljard gulden.

Deze omzettoename kan niet direct worden vertaald in een evenredige toename van het aantal geproduceerde en afgezette auto's. De gemiddelde aanschafprijs van nieuwe auto's vertoont namelijk een oplopende tendens. Dit wordt niet zozeer veroorzaakt door stijgingen van de afzetprijzen van de basisauto want die zijn de laatste jaren vrij stabiel. De oorzaak ligt meer in het feit dat de consument meer luxe en veiligheidsvoorzieningen vraagt en bereid is daarvoor te betalen. Uit cijfers van de RAI blijkt dat personenauto's uit de prijsklasse van 30 tot 35 duizend gulden nog steeds het meest verkocht worden, in 1998 ruim 94 duizend stuks, maar procentueel gezien nemen de verkopen van auto's uit de prijsklassen van 45 tot 50 duizend gulden en van 50 tot 60 duizend gulden al enkele jaren veel meer toe. Sinds 1995 is de markt voor auto's uit deze prijsklassen met 70% gegroeid, terwijl het aantal verkochte auto's met een prijskaartje tussen de 30 en 35 duizend gulden slechts met een kleine 7% groeit in dezelfde periode. Het aantal verkochte auto's uit de prijsklasse tussen de 35 en 40 duizend gulden daalt de laatste vier jaren zelfs gestaag en ligt in 1998 18% lager dan in 1995.

Door de grote vraag is de Nederlandse jaarproductie van motorvoertuigen inmiddels opgelopen tot ruim boven de 300 duizend stuks, voor het leeuwendeel personenauto's, en de bedrijfstak behaalt in 1998 een totale omzet van circa 11 miljard gulden. Dit is dan inclusief verkochte onderdelen, motoren en de revisie van motoren en exclusief BTW en Belasting Personenauto's en Motorrijwielen (BPM). Het aandeel van de bedrijfstak in de omzet van de totale industrie komt daarmee op ongeveer 3%.

In de eerste twee kwartalen van 1999 laat de omzetgroei echter een duidelijke afvlakking zien. Er is nog steeds sprake van een groeiende vraag naar personenauto's, maar de in Nederland geproduceerde auto's zijn de laatste tijd blijkbaar minder in trek bij de consument. Dit blijkt uit een vergelijking van de omzetontwikkeling van de auto-industrie met die van de auto-importeurs en de autohandel. De auto-industrie realiseert over de eerste zes maanden van 1999 een omzettoename ten opzichte van dezelfde periode 1998 van nog geen twee procent. Daarentegen zien de importeurs van personenauto's hun omzet over dezelfde periode toenemen met ruim 18% en de autohandel met bijna 13%. Een verklaring voor deze ontwikkeling is de introductie van een groot aantal nieuwe modellen vanuit het buitenland.

#### *Meer werkgelegenheid*

Niet alleen de verkoopcijfers van de industrie en de handel worden gunstig beïnvloed door de kooplust van de consument, maar ook de werkgelegenheidscijfers binnen de bedrijfstak. In 1994 biedt de auto-industrie aan ongeveer 10,5 duizend mensen werk. Dit aantal is in 1998 opgelopen tot circa 13 duizend mensen, dat is bijna 1,5% van de totale industriële werkgelegenheid in Nederland.

#### *De kooplustige consument*

De grootste drijvende kracht achter de forse toename van de vraag naar nieuwe auto's in de laatste jaren is de grote kooplust van de consument. De consument heeft een rotsvast vertrouwen in de economie zoals blijkt uit de indicator van het consumentenvertrouwen die in 1998 en 1999 recordhoogten bereikt. De koopbereidheid is groot. Door reële loonsstijgingen en door de gestaag dalende werkloosheid verbetert de koopkracht. In 1997 neemt deze toe met 1,5% en in 1998 zelfs met 2,7%. Deze gunstige ontwikkeling in combinatie met de historisch lage rentestanden stimuleert de vraag, want een auto is een hoog gewaardeerd bezit waarvoor de consument bereid is veel geld uit te geven. Zo stijgen de consumptieve uitgaven aan auto's en auto-onderdelen in 1998 met ruim 8% ten opzichte van 1997 en in het eerste halfjaar van 1999 is de stijging ruim 13% vergeleken met het eerste halfjaar van vorig jaar.

Nieuwe auto's zijn duur, mede door het belastingregime dat Nederland ten aanzien van de auto kent. De aankoop van een nieuwe auto is voor de consument dan ook een forse uitgave waarvoor hij vaak jaren moet sparen. Om sneller het genot van een nieuwe auto te verkrijgen, zonder zelf over het benodigde contant geld te beschikken, worden veel auto's met geleend geld gekocht. Door de lage rentestand in de afgelopen jaren neemt deze vorm van financiering toe, dit ondanks de beperkte fiscale aftrekbaarheid van de rente op consumptief krediet. Het door de merkgebonden autofinanciers verleende krediet neemt dan ook in het eerste halfjaar van 1999 met 10% toe vergeleken met dezelfde periode van het vorig jaar, tot een totaalbedrag van rond de 550 miljoen gulden. Dit is natuurlijk slechts een gedeelte van het totaal dat aan kredieten verstrekt wordt voor de aanschaf van auto's, want veel consumenten lenen het geld bij banken of andere financieringsinstellingen.

Een andere manier om in het bezit van een nieuwe auto te komen zonder contant te moeten betalen, is leasen. Hierbij wordt een auto per contract voor een bepaalde tijd gehuurd, al dan niet met een koopoptie na afloop van de huurtermijn. Vooral bedrijven, maar ook particulieren, maken van deze mogelijkheid gebruik. Volgens schattingen van het CBS is het aantal lease-auto's in Nederland tussen 1995 en 1998 toegenomen van 261 duizend stuks tot 342 duizend stuks.

#### *Importeurs en handelaren doen goede zaken*

Logischerwijze profiteert niet alleen de auto-industrie van de grote kooplust van de consument, maar doen ook de importeurs van personenauto's en de autohandelaren goede zaken. De importeurs zien hun omzet in 1998 met 20% toenemen in vergelijking met vorig jaar en in de eerste zes maanden van 1999 is de omzettoename ruim 18% in vergelijking met dezelfde periode van 1998.

De autohandelaren behalen over dezelfde perioden omzetstijgingen van respectievelijk bijna 11% en bijna 13%. In totaal verkopen zij in 1998 ruim 543 duizend nieuwe personenauto's. Dat zijn bijna 65 duizend stuks meer dan in 1997. In het eerste halfjaar van 1999 worden ruim 376 duizend nieuwe personenauto's verkocht, 64 duizend meer dan in het eerste halfjaar van 1998.

#### *Bedrijfsleven investeert veel in wegvervoermiddelen*

Naast de consument is ook de ontwikkeling van het wegvervoer van belang voor de auto-industrie en dan met name voor de afzet van bedrijfsauto's. Het wegvervoer is erg conjunctuurgevoelig. Daarom is het ook niet vreemd dat in tijden van aanhoudende hoogconjunctuur de investeringen in, en daarmee de vraag naar wegvervoermiddelen toenemen.

In 1998 investeert het bedrijfsleven ruim 16% meer in wegvervoermiddelen dan in 1997 en in het eerste halfjaar van 1999 nog eens ongeveer 19% meer in vergelijking met dezelfde periode van 1998.

Ook het concurrentievermogen van het wegvervoer ten opzichte van andere soorten van goederenvervoer speelt een rol in de vraag naar bedrijfsauto's. Het wegvervoer verovert nog steeds terrein op zowel het vervoer per spoor als het binnenlands vervoer per schip. Van 1997 op 1998 neemt het binnenlands goederenvervoer per auto met 11 miljoen ton toe, tegen een toename van het vervoer per schip van 1 miljoen ton en een daling van het tonnage aan per spoor vervoerde goederen met 1 miljoen ton.

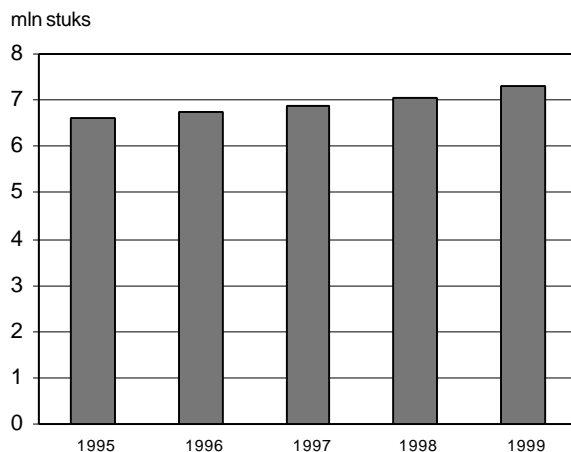
De vraag naar bedrijfsauto's is in 1998 dan ook fors hoger dan in 1997. In 1998 worden bijna 20% meer bedrijfsauto's (bestelauto's, vrachtauto's en trekkers voor opleggers) verkocht dan in het jaar daarvoor. In totaal komt daarmee het aantal in Nederland verkochte nieuwe bedrijfsauto's in 1998 op ruim 114 duizend stuks, waarvan ongeveer 96 duizend bestelauto's en bijna 18 duizend vrachtauto's en trekkers. Hierdoor groeit het actieve park

bedrijfsauto's tussen 1 januari 1998 en 1 januari 1999 met bijna 69 duizend stuks tot een totaal aantal van 806 duizend op 1 januari 1999 waarvan 628 duizend stuks bestelauto's.

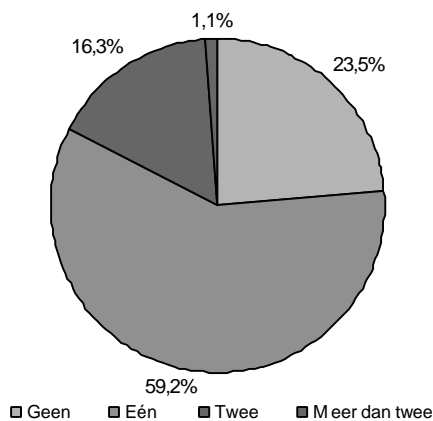
#### *Autopark en autobezit nemen toe*

Door de toename van het aantal verkochte auto's neemt ook het aantal geregistreerde motorvoertuigen in Nederland toe zoals te zien is in grafiek 3. Ook neemt het autobezit toe. Terwijl het aantal huishoudens groeit, daalt het aantal huishoudens dat geen auto bezit. Daarnaast bezitten steeds meer huishoudens twee of meer auto's. Van 1994 tot en met 1998 daalt het percentage huishoudens dat geen auto bezit van 25,5% naar 23,5% en het aantal huishoudens dat twee of meer auto's bezit stijgt in dit tijdvak van 14,3% naar 17,4%. Op 1 januari 1999 telt Nederland ruim 7,3 miljoen auto's, waarvan 6,1 miljoen personenauto's.

*Grafiek 3. Motorvoertuigen in Nederland*



*Grafiek 4. Personenautobezit van huishoudens in 1998*



<sup>1</sup> De auteur is werkzaam bij de Sector Industrie van het Centraal Bureau voor de Statistiek.