

A microscopic view of several COVID-19 virus particles. The particles are spherical with a distinct outer shell covered in small, triangular protrusions (spikes). They are set against a dark green background with a lighter green, textured overlay.

INDICATA Market Watch- COVID-19

Uitgave 4 – Tekenen van herstel
Mei 2020

Achtergrond

Op 24 maart publiceerde INDICATA het White **"In welke mate beïnvloedt COVID-19 de occasionmarkt (en hoe deze crisis te overleven)?"**. De onderwerpen die in dit document worden behandeld zijn:

- **Eerste markttrends** - Eerste impact van het virus en de ingevoerde social distancing-maatregelen.
- **Marktscenario's** - Een reeks van impacts op basis van de ontwikkeling van het infectiepercentage en historische marktgegevens.
- **Acties** - Risicobeoordeling per sector in combinatie met mogelijke corrigerende acties.

Het is ons streven de markt met realtime gegevens, volumes en prijzen te informeren, zodat bedrijven op de hoogte kunnen blijven in deze snel veranderende markt.

We zijn dan ook verheugd om de lancering van **"INDICATA Market Watch"** te kunnen aankondigen.

Wat is INDICATA Market Watch?

INDICATA Market Watch is er in twee vormen:

1. **Een regelmatig verschijnend pdf-bestand**
- Regelmatig gepubliceerde marktoverzichten voor alle landenwebsites van INDICATA (dit document)
2. **Een online rapportagetool** - Beschikbaar voor senior managers van alle grote lease- en verhuurmaatschappijen, OEM's en dealergroepen.

Als u toegang wilt tot de online INDICATA Market Watch rapportagetool (en u bent een senior manager in de Automotive), vraag dan een demo aan via www.indicata.nl





Hoe komen we aan onze gegevens?

INDICATA analyseert dagelijks 9 miljoen occasionadvertenties uit heel Europa. Om de data-integriteit te waarborgen voert ons systeem uitgebreide data-opschoningsprocessen uit.

De verkopen (verwijderde advertenties) in deze rapportage zijn gebaseerd op advertenties van erkende handelaars van echte occasions. De rapportage bevat dus geen gegevens over advertenties van particulieren (P2P).

Wanneer een advertentie van het internet wordt verwijderd, wordt dit als een "verkoop" geregistreerd.

Samenvatting

- Duitsland en Oostenrijk zijn begonnen de lockdownregels te verzachten (de eerste landen in Europa waar de beperkingen voor de verkoop door dealerbedrijven zijn versoepeld (Oostenrijk op 14 april, Duitsland op 20 april)).
- Op beide markten kon een snelle toename van de volumes worden geconstateerd. In Oostenrijk namen de volumes toe tot 80%

van de aantallen van voor de lockdown en in Duitsland, waar de toename nog sneller en spectaculairder was, tot 90% van het normale volume.

- Consumenten gedragen zich hetzelfde als tijdens de herstelfase van de laatste recessie en kopen na de lockdown plezierauto's. Terwijl de markt in Duitsland 90% van het normale niveau heeft bereikt, lag de

sportautomarkt op een niveau van 130% (40% hoger). In Oostenrijk ligt de sportautomarkt op 110%, 30% hoger dan de totale markt.

- De grote markten in lockdown (Italië, Spanje, Frankrijk en het VK) laten nauwelijks beweging zien. Dit in tegenstelling tot kleinere landen (Portugal en Polen) waar de dealers de lockdownregels steeds meer lijken te negeren en toch auto's verkopen.
- Terwijl de Oostenrijkse en Duitse markt zich snel hersteld lijken te hebben, wijzen meerdere factoren erop dat een vergelijkbaar herstel in andere markten niet vanzelfsprekend is.
 - Sterkere economieën met meer financiële reserves
 - Minder infecties en doden (minder effect op het consumentenvertrouwen)
 - Kortere en minder stringente lockdowns
- Duitsland heeft zijn veerkracht al bewezen tijdens de laatste recessie, met een daling van slechts 5%, terwijl in andere landen de occasionmarkt veel zwaarder en langduriger werd getroffen.



- In landen met een gedeeltelijke lockdown zien we ook de consumentenactiviteiten en het consumentenvertrouwen toenemen.
 - Nederland terug naar 90%, Zweden naar 98% en Denemarken naar 102% van de normale volumes van voor de lockdown.
- Er is ook sprake van een zekere lockdownmoeheid, met als gevolg dat de regels vaker worden overtreden. Polen, Portugal en (in mindere mate) België laten tekenen zien van handel, ondanks dat de regels voor dealers officieel nog niet zijn versoepeld.
- De teloorgang van de dieselauto lijkt te versnellen: in twee maanden tijd heeft de benzineauto significant aan marktaandeel gewonnen.
 - In Polen nam het verschil in marktaandeel toe met 9,8 procentpunt, in Zweden met 9,2 procentpunt, in Denemarken met 6,5 procentpunt en in Duitsland met 6,2 procentpunt.
- Voor alle herstellende markten samen (AT, NL, DK, DE, SE, PL) nam het verschil in marktaandeel met 7,1 procentpunt toe ten gunste van de benzineauto.
- Zweden deed zijn milieuvriendelijke imago alle eer aan met een groei van meer dan 30% voor hybride- en elektrische auto's (t.o.v. een daling van 2% van de totale markt).
- Qua prijsontwikkelingen valt er weinig nieuws te melden, zelfs niet voor de recent geopende markten.
 - De meest open markt, Zweden, laat sinds februari de grootste prijsdaling zien (-4,4%).
 - De groei van de Turkse markt is beduidend afgenomen vergeleken met de snelle groei eerder dit jaar (+10,1%).
 - Duitsland laat zien dat tijdens een recessie grotere auto's het meest te lijden hebben.



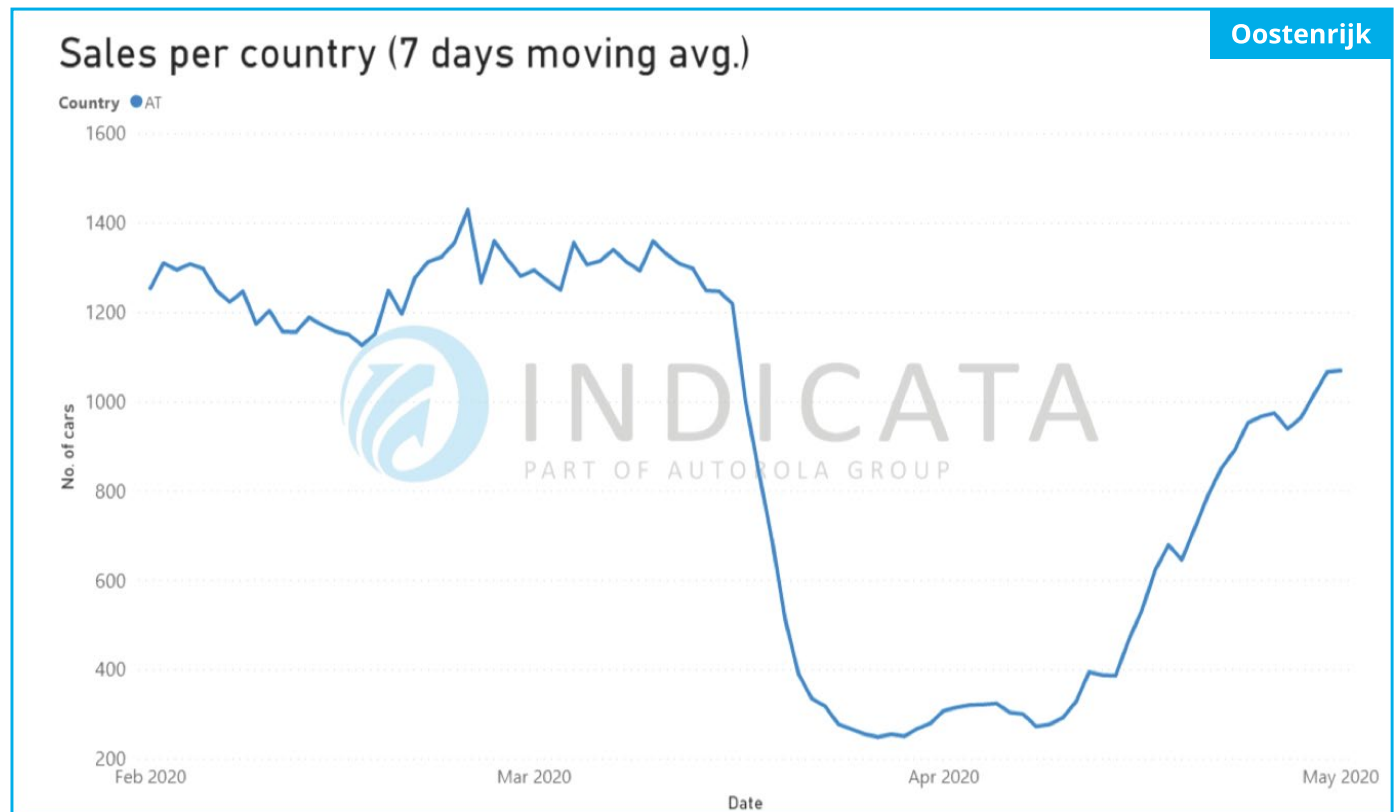
Oostenrijk en Duitsland – Versoepeling van de lockdown

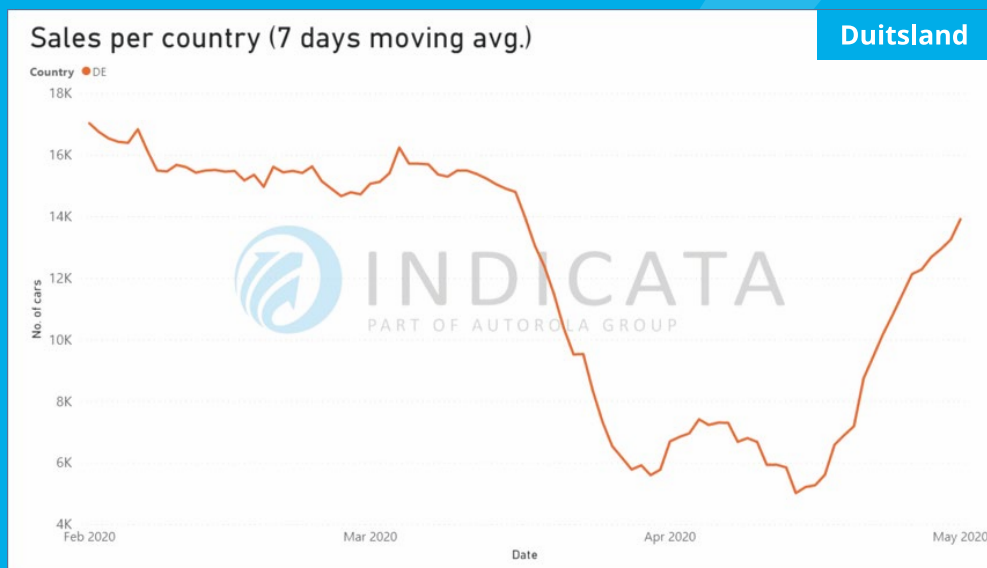
In april zijn op twee markten grote veranderingen doorgevoerd in de social distancing-maatregelen voor autodealers.

Allereerst mochten in Oostenrijk, op 14 april, showrooms kleiner dan 400 m2 hun deuren weer openen, voor het eerst sinds het begin van de lockdown op 15 maart. En vanaf 1 mei mogen alle dealers weer handelen.

Duitsland volgde kort daarna, op 20 april, na een intensieve lobby van de VDA (de Duitse vereniging van autofabrikanten).

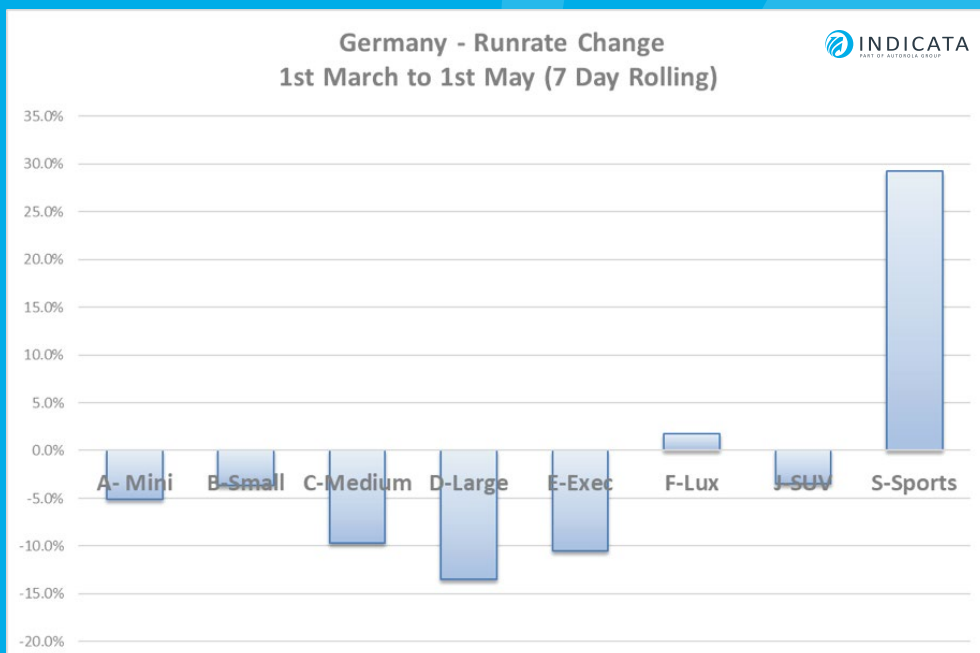
Het door ons in de laatste Market Watch (20 april) gemelde herstel in Oostenrijk heeft doorgezet: de markt ligt nu op 80% van het volume van voor de lockdown.





Duitsland

Het herstel in Duitsland ging nog sneller: de markt is terug op 90% van het gemiddelde volume in maart.



In Duitsland zien we een duidelijke trend dat klanten na de lockdown zichzelf een plezier willen doen: het sportautosegment en dat van de luxeauto's laten de sterkste groei zien.

Bij auto's uit de middenklasse en de hogere middenklasse was het herstel echter het minst duidelijk.

De benadering van de Oostenrijkse klanten was conservatiever. Weliswaar groeide het sportautosegment met 10%, maar het C-segment (compacte middenklassers) groeide met 20% (in een totale markt die 20% daalde).

Markten in gedeeltelijke lockdown – Groeiend consumentenvertrouwen

Denemarken, Nederland, Zweden en Turkije zijn landen met minder stringente social distancing-maatregelen, waardoor de autohandel deels op gang kon blijven.

Als we naar de Scandinavische landen kijken, blijkt Zweden het meest veerkrachtige land in Europa te zijn, met de minst strenge lockdown. Na een eerste daling tot 80% van het normale niveau, zit Zweden nu weer op 98% van de volumes van begin maart.

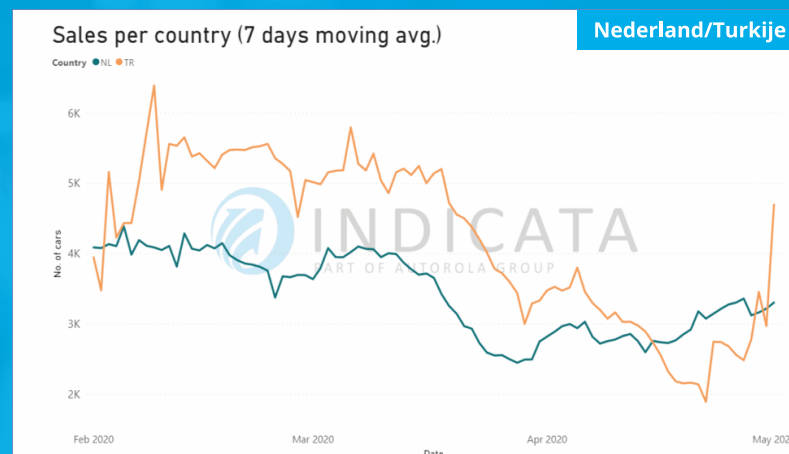
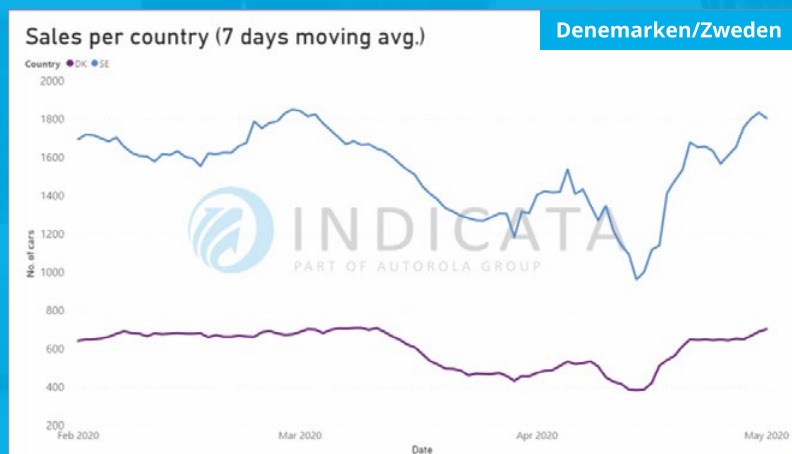
De Deense consumenten waren zwaarder getroffen. Denemarken was na Italië het tweede land dat in lockdown ging. De handelsvolumes daalden tot ongeveer 60% van de normale volumes, maar met de progressieve versoepeling van de maatregelen is de markt weer opgeveerd. Nu liggen de volumes met 102% zelfs iets boven het normaal.

De situatie in deze middelgrote landen met een gedeeltelijke lockdown is zeer divers, wat ook in de cijfers tot uiting komt.

Ook in Nederland neemt het consumentenvertrouwen weer toe. Terwijl de verkopen in eerste instantie daalden, zijn de volumes nu terug op 90% van de volumes van begin maart.

De Turkse situatie is complexer. President Erdogan had een reeks van 2 tot 4 dagen durende lockdowns verordend, waarna de maatregelen werden versoepeld. Dat geeft voor wat betreft de timing van de verkopen een

wat onrustig beeld. Half april was een duidelijke dip in de volumes te zien die nu volledig lijkt te zijn teniet gedaan. In werkelijkheid tonen deze aantallen de volatiliteit aan van de advertenties die we analyseren. Onze systemen registreren een verkoop als een advertentie van een website wordt verwijderd. Maar we corrigeren deze verkoop als de auto een paar dagen later weer op de website is teruggekeerd. Voor een betrouwbaar beeld van de Turkse markt moeten we daarom meer naar het 14-daagse gemiddelde kijken. We zien dan dat het land zich stabiliseert op een niveau van 60 - 65% van de volumes van voor de crisis.

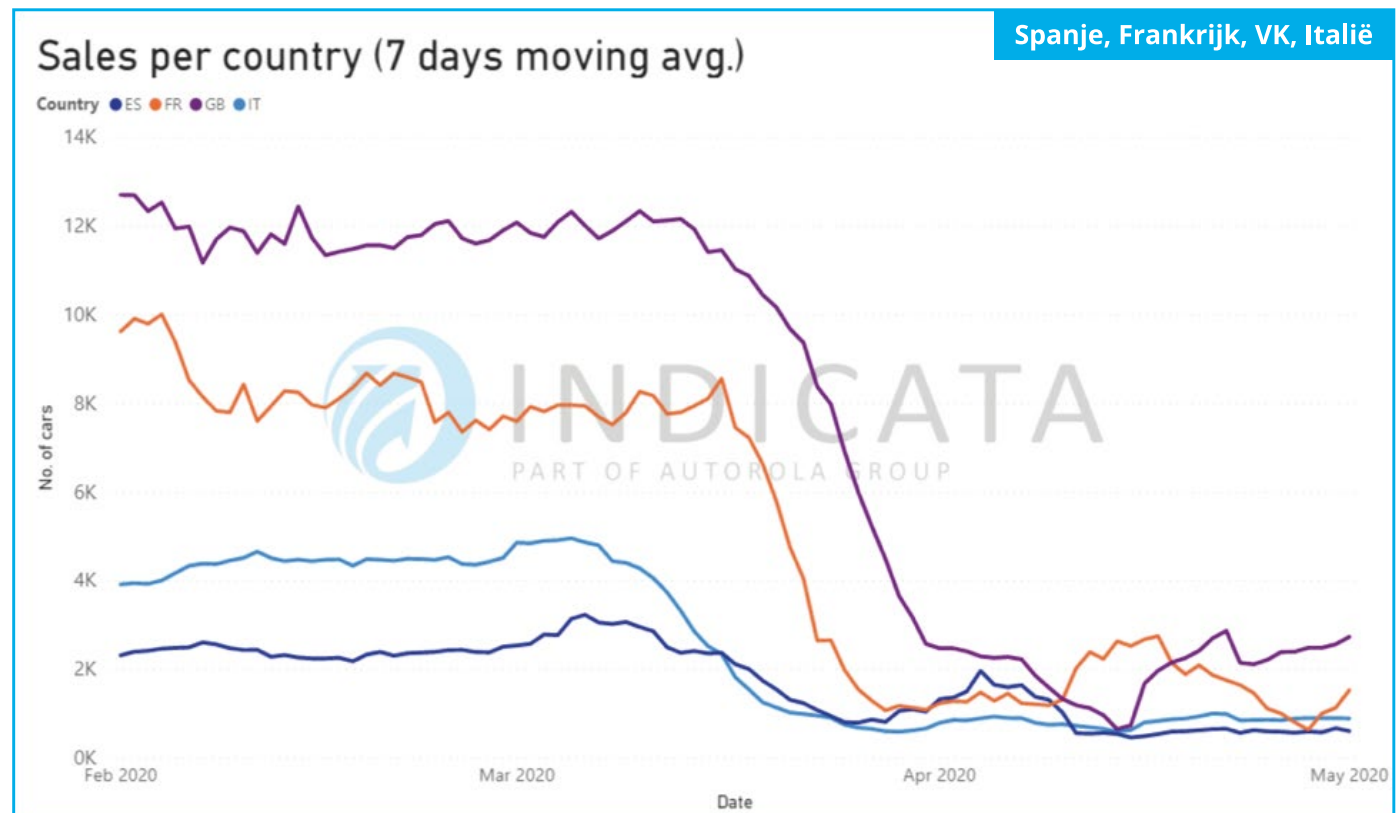


Landen met nog steeds een volledige lockdown – wat gebeurt er bij versoepeling?

De markten van Spanje, Italië, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk zijn nog steeds gesloten. We zien in deze landen een paar dealers die hun voorraad bijwerken en een gering aantal verkopen via internet (er zijn dus tekenen van leven). Maar echte handelsvolumes zijn er niet meer.

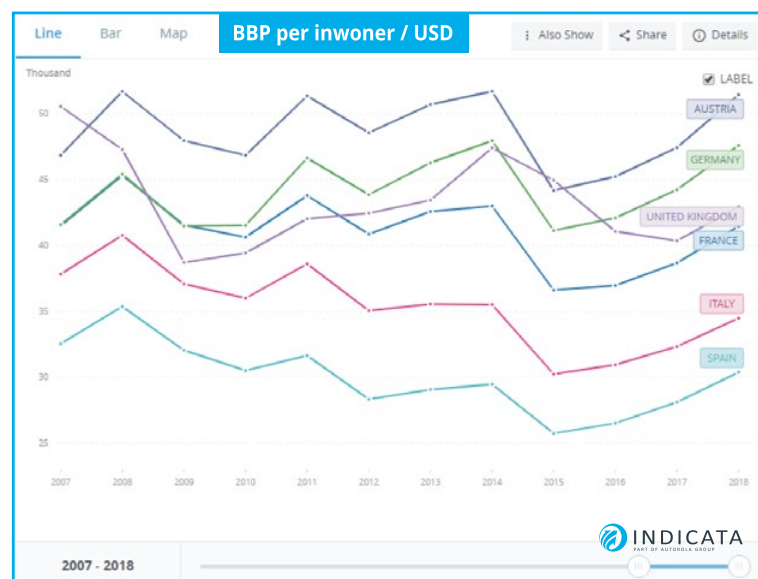
De ervaringen in Duitsland en Oostenrijk lijken een gunstig voorteken voor wat er gaat gebeuren als deze sterk door de lockdown getroffen markten weer worden geopend. Er zijn signalen dat alle vier de landen voorzichtige stappen zullen nemen om in de komende maanden de markt te openen.

Er zijn echter verschillen. Het snelle herstel van de Duitse en Oostenrijkse markt kan worden veroorzaakt doordat in deze landen meer welvarende kopers zijn. Bovendien zijn de economieën van deze landen sterker en beduidend minder getroffen door de pandemie.



ECONOMISCHE VERSCHILLEN

De grafiek hieronder laat het bruto binnenlands product per inwoner zien van de grootste landen met een volledige lockdown en van Oostenrijk en Duitsland.



Deze grafiek toont aan dat het Verenigd Koninkrijk zich in een veel zwakkere positie bevindt dan bij het begin van de laatste recessie. En Spanje lag "slechts" 9038 dollar achter op Duitsland ten tijde van de laatste recessie. In 2018 (meest recente volledige data van de Wereldbank) was dit verschil opgelopen tot 17.233 dollar.

OMVANG VAN DE INFECTIE

Op 4 mei waren er in Oostenrijk 1734 infectiegevallen en 67 doden per miljoen inwoners. Voor Duitsland lagen deze cijfers op respectievelijk 1978 en 83.

In Spanje waren er echter 5311 infectiegevallen en 544 doden per miljoen inwoners te betreuren en in Italië respectievelijk 3505 en 481.

Het Verenigd Koninkrijk (2807 gevallen en 423 doden) en Frankrijk (2596 gevallen en 386 doden per miljoen inwoners) laten slechts marginaal betere cijfers zien, zonder echter in de buurt te komen van de situatie in Duitsland.

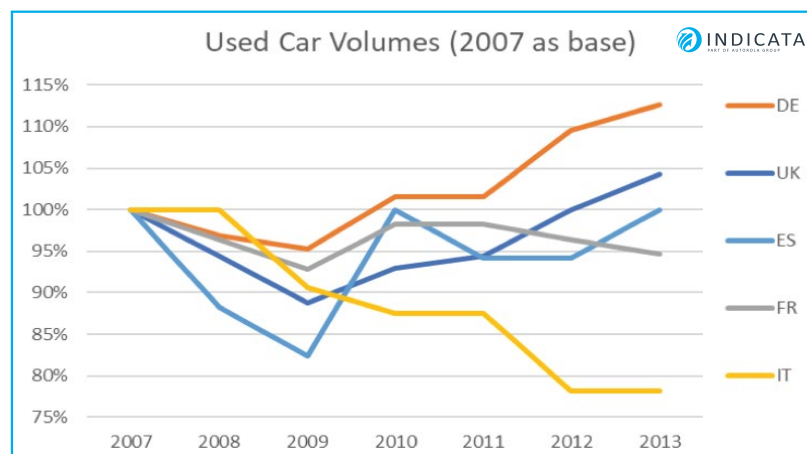
De duur en zwaarte van de lockdown in deze landen kan een herstel als dat van de Duitse markt in de weg staan.

Ook belangrijk is de veerkracht die de Duitse markt liet zien tijdens de laatste recessie.

De Duitse markt daalde tussen 2007 en 2009 met slechts 5% om vervolgens meer dan volledig te herstellen.

Voor de rest van Europa was het veel lastiger, met dalende restwaarden (om de vraag te ondersteunen) en een herstel dat jaren duurde.

Duitsland begon deze recessie relatief gezien veel sterker dan de vorige. Het feit dat de Duitse markt zich nu snel heeft hersteld, wil niet zeggen dat dit ook in de rest van Europa gaat gebeuren.

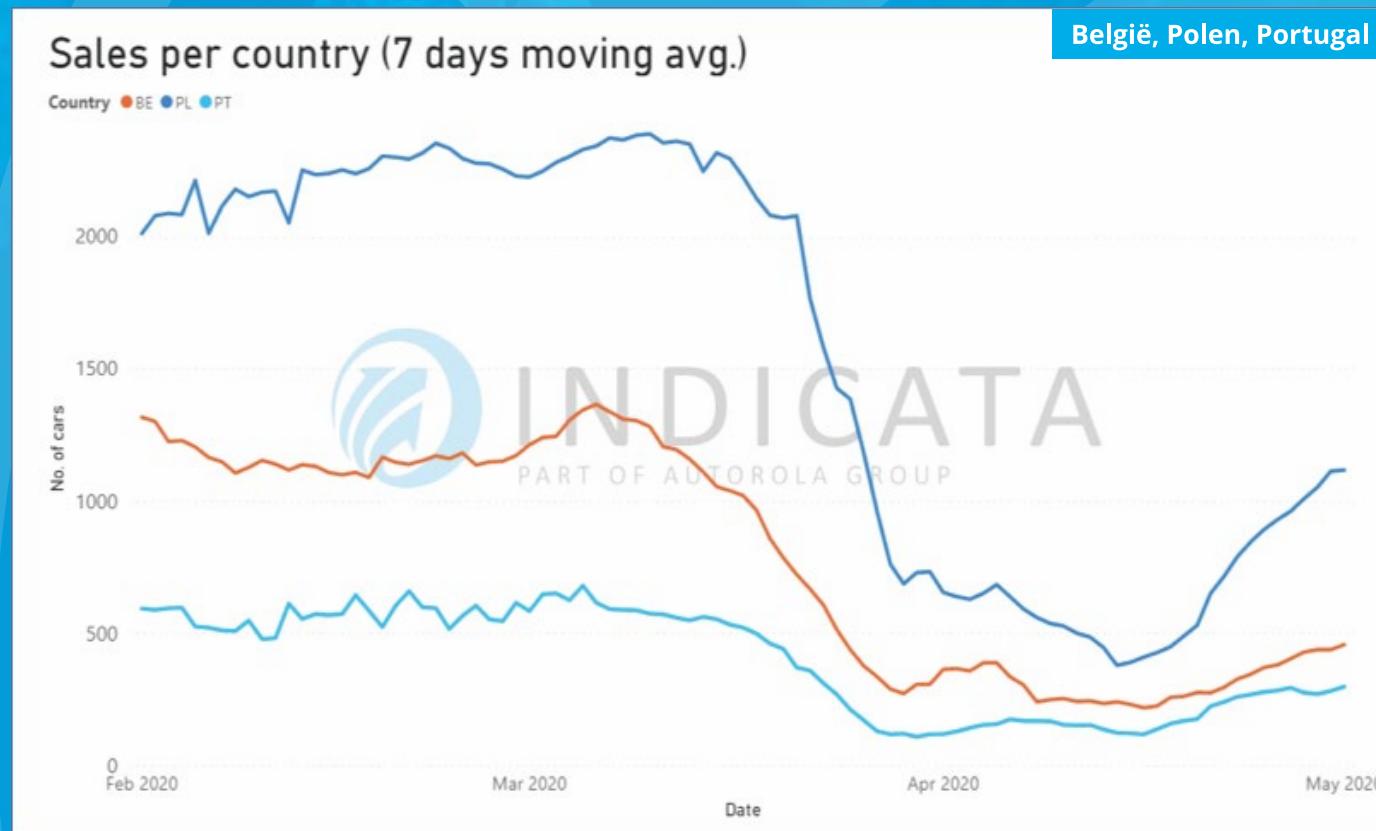


Polen, België en Portugal – Landen waarin de regels niet altijd worden nageleefd?

In Polen lijken de maatregelen sinds 14 april wat te worden versoepeld nu het land zich voorbereidt op de verkiezingen van 10 mei. Officieel was de handel in auto's tot 4 mei verboden. Maar vanaf 14 april heeft de Poolse consument auto's kunnen aanschaffen bij dealers die zijn blijven handelen (tegen de regels in).

Ook in België en Portugal is een opwaartse trend zichtbaar. Er zijn duidelijke tekenen van parallelle handel buiten de door de overheden aan burgers opgelegde regels om.

Zoals een medewerker van een groot (internationaal) retailbedrijf zei: "Er zijn nog altijd salesmedewerkers van ons bezig met het vinden van klanten, en als iemand bij ons aanklopt, doen we de deur open en laten we hem een auto zien!".



Groeiende impopulariteit van de dieselauto – Een meer op milieu gerichte wereld?

Toen Europa uit de laatste recessie kwam, wilden degenen die niet te zwaar door de crisis waren getroffen zich eens een plezier doen. Consumenten die het geluk hadden hun baan behouden te hebben, profiteerden van de lagere restwaarden en kochten massaal sportauto's en grotere SUV's (waardoor de prijzen stegen).

Nu zien we dezelfde trend (in ieder geval voor sportauto's) in Duitsland en Oostenrijk, de belangrijkste markten die herstel vertonen.

Toch denkt men dat in de wereld na COVID-19 de klant zich meer door zorg om het milieu zal laten leiden. Zal het groeiende gevoel dat we onze kwetsbare planeet en de mens als soort moeten beschermen leiden tot een versnelde omslag in ons koopgedrag?

Als we kijken naar de occasionmarkt van landen zonder volledige lockdown, zou dat wel eens het geval kunnen zijn.

Polen was nog niet officieel uit de lockdown toen deze data werden verzameld, maar zelfs op de officiële occasionmarkt gedroeg de consument zich milieubewuster dan voorheen.

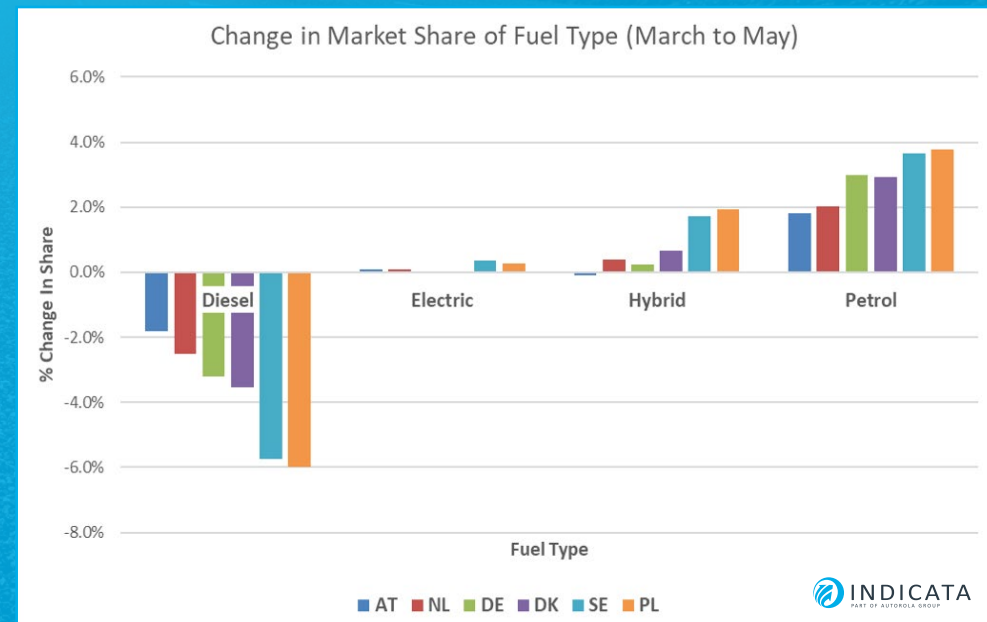
De Scandinavische landen zijn traditiegetrouw meer milieubewust dan de rest van Europa, en we zien deze trend toenemen.

In Zweden is het marktaandeel van de dieselauto met 5,7 procentpunt gedaald, terwijl dat van de benzineauto's met 3,6 procentpunt steeg (een toename van het verschil met 9,3 procentpunt). Een verandering van een dergelijke omvang in slechts drie maanden tijd is uitzonderlijk.

Polen liet met 9,8 procentpunt een grotere verandering zien, waarbij de dieselauto's 6,0 procentpunt aan marktaandeel verloren.

In Denemarken en Duitsland nam het verschil tussen diesel- en benzineauto's ten gunste van de laatste toe met respectievelijk 6,5 en 6,2 procentpunt.

In alle herstellende markten samen nam het aandeel van hybrideauto's toe van 2,6% naar 3,1% (een toename van 18%). Ook hier loopt Zweden voorop met een verkooptoeename van 33% voor elektrische auto's en 32% voor hybrideauto's.



Prijzontwikkeling – Nog steeds geen snelle veranderingen in retailprijzen

Sinds uitgave 1 van Market Watch is er sprake van een duidelijk verband tussen markten die open zijn gebleven en de daling van retailprijzen. Markten die open zijn gebleven lieten de grootste prijsdalingen zien. Dit beeld is vervolgens nauwelijks veranderd (Polen en Portugal zijn uitzonderingen, hoewel in die landen wel sprake is van een onderliggende officieuze handel).

In het Verenigd Koninkrijk zijn de prijzen nauwelijks gedaald omdat de dealers erg weinig tijd hadden om te reageren op de lockdown. In de meest open markt, die van Zweden, zijn de prijzen daarentegen blijven dalen. Op dit moment bedraagt de daling 4,4%.

De Oostenrijkse markt bleek over het algemeen robuust, met nauwelijks dalingen in de retailprijzen sinds de heropening van de automarkt.

Country	Change (1st Feb vs 5th May)
TR	10.1%
GB	0.4%
FR	-0.5%
IT	-0.6%
AT	-0.8%
ES	-1.1%
BE	-1.3%
DE	-1.7%
DK	-2.0%
NL	-2.3%
PT	-2.4%
PL	-2.5%
SE	-4.4%

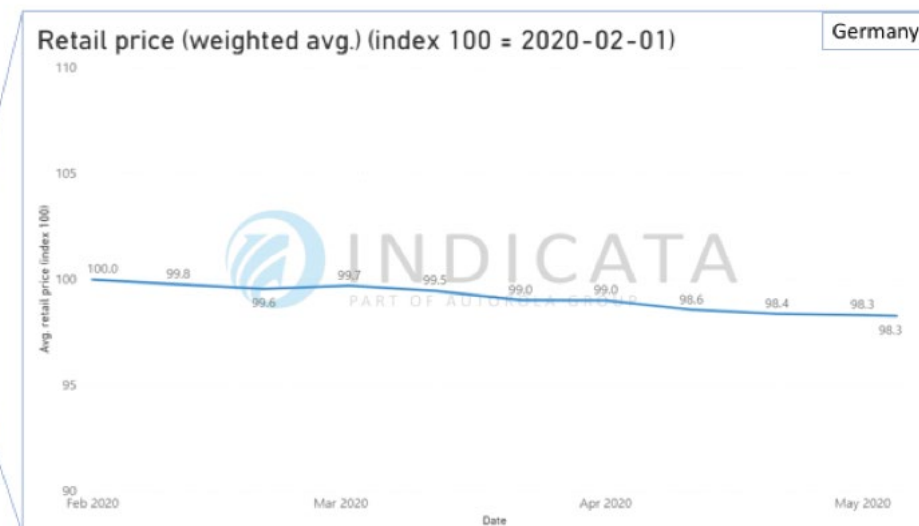


De Duitse prijzen waren iets meer getroffen dan de Oostenrijkse, doordat de lockdownmaatregelen in Duitsland minder stringent waren. Dat gezegd hebbend, zien we ook in Duitsland geen snelle correctie van de prijzen sinds de heropening van de markt.

Er is ook geen statistisch verschil te zien in de prijsveranderingen van diesel- en benzineauto's. Ondanks dat de aantrekkelijkheid van beide brandstoftypen sterk verschilt, is dit (nog) niet terug te vinden in de prijzen die dealers voor de auto's vragen.

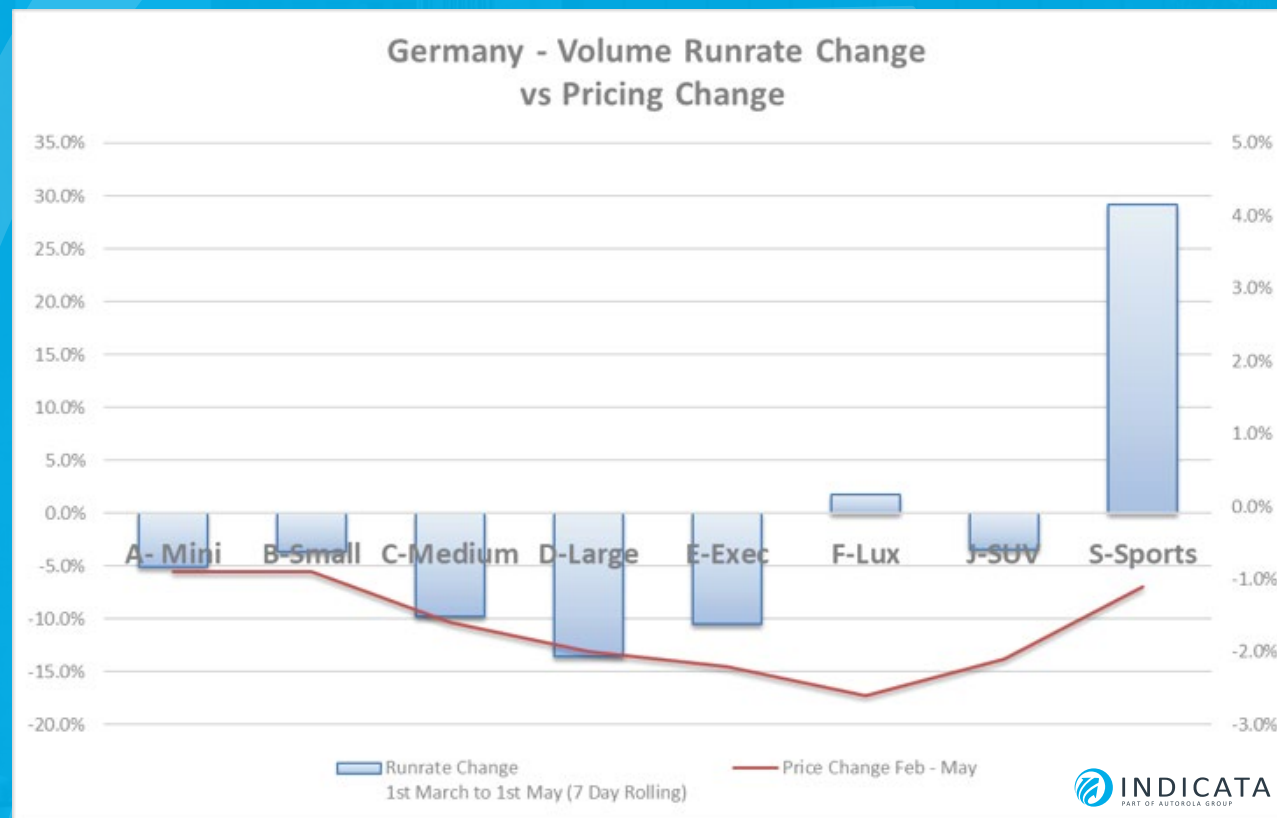
Er is echter wel een duidelijk verschil in de prijspositie van de verschillende autosegmenten. Net als bij het begin van de laatste recessie geldt ook nu: "hoe groter de auto, hoe groter de prijsdaling". Deze trend zien we nu terugkomen in de Duitse data.

Country	Change (1st Feb vs 5th May)
TR	10.1%
GB	0.4%
FR	-0.5%
IT	-0.6%
AT	-0.8%
ES	-1.1%
BE	-1.3%
DE	-1.7%
DK	-2.0%
NL	-2.3%
PT	-2.4%
PL	-2.5%
SE	-4.4%



Prijzen van kleine auto's blijven relatief stabiel, maar zelfs de kleine toename in de verkoop van luxeauto's kan de negatieve prijsontwikkeling niet keren.

Sportauto's zijn ook nauwelijks in prijs gedaald. En als hun verkoopsucces blijft aanhouden, zouden de prijzen van auto's uit dit segment zelfs kunnen stijgen.



INDICATA contactinformatie

Hieronder vindt u de contactgegevens van de verschillende INDICATA vestigingen.
Indien u meer wilt weten, neem dan contact op met het lokale INDICATA team in uw land.

Jon Mitchell – UK

UK Sales Director
Mobile: +44 7714 398799
Email: jm@autorola.co.uk

Pierre-Emmanuel BEAU – France

Country manager
Téléphone: +33 (0)1 30 02 89 01
Mobile: +33 (0)6 62 43 09 66
Email: peb@autorola.fr

Leyre Delgado – Spain

INDICATA Product Management
Phone: +34 91 781 64 54
Mobile: +34 630 246 158
Email: ldel@autorola.es

Sandra Sequerra – Portugal

Solutions & INDICATA Business
Unit Manager
Phone: +351 271 528 135
Mobile: +351 925 299 243
Email: sas@autorola.pt

Alberto Ongari – Italy

Head of INDICATA Italy
Autorola.it
Mobile: +39335208233
Email: ao@autorola.it

Andreas Steinbach – Austria

Autorola | Market Intelligence |
INDICATA
Office: +43 1 2700 211-90
Mobile: +43 664 411 5642
Email: ash@autorola.at

Lars-Alexander Lilje – Germany

Key Account Manager
Telefon: +49(0)40/180 370 20
Mobile: +49 (0)176/180 370 20
Email: lal@autorola.de

Jurgen Claus – Belgium

International Business
Development Manager
Phone: 0032 (0)3/887 19 00
Mobile: 0032 (0)473 96 41 09
Email: jcl@autorola.be

Bobby Rietveld – The Netherlands

Sales Director Autorola & INDICATA
indicata.nl
Mobile: +31 (0)6 113 091 58
Email: bri@autorola.nl

Yngvar Paulsen – Sweden

Country Manager
Autorola.se
Mobile: +46 736871920
Email: ypn@autorola.se

Thomas Groth Andersen – Denmark

Country Manager
Bilpriser.dk
Mobile: +4563147057
Email: tga@bilpriser.dk

Michał Wojciechowski – Poland

Dyrektor Zarządzający
Telefon: +48 22 300 81 88
Telefon komórkowy:
Mobile: +48 602 188 902
Email: mw@autorola.pl

Aslı GÖKER - Turkey

Sales Director, INDICATA
Phone: +90 212 290 35 30
Mobile: +90 533 157 86 05
Email: asl@indicata.com.tr



INDICATA
PART OF AUTOROLA GROUP

www.indicata.nl