Branchesignalering automotive: transformatie en de rol van financiering

De automotive is sterk in beweging, de rendementen staan onder druk en de coronacrisis heeft voor nog meer onzekerheid gezorgd. De onvoorspelbaarheid in de branche maakt banken zeer terughoudend in de kredietverlening. De specialisten van de Branche-expertgroep Automotive en Wim Visser (van QarQuest en yescar) gingen in gesprek over de actuele trends, het belang van realtime data en passende manieren van financieren.

Disruptie in de automotive

De automotive is volop in transformatie en de rendementen staan al geruime tijd onder druk. Bedrijven moeten investeren in trends als digitalisering, nieuwe businessmodellen of technologie (zoals connected cars, autonoom rijden, nieuwe energiebronnen). Zo is de customer journey voor zowel nieuwe als gebruikte auto's in hoog tempo gedigitaliseerd; een ontwikkeling die ook nog extra vaart heeft gekregen door de coronamaatregelen. De momenten waarop een (potentiële) klant in aanraking komt met een autobedrijf, merk of model zijn belangrijk en grotendeels online. Autobedrijven zullen zich moeten aanpassen aan de behoeften en voorkeuren van de klant en op het juiste moment op de juiste manier zichtbaar moeten zijn (van distributie naar beleving). Verder neemt de transparantie toe en worden de componenten aftersales en onderhoud aanmerkelijk kleiner.

Technologieën als AI en 5G en trends als verduurzaming en Internet of Things versnellen de innovatie in de automotive, waardoor er nieuwe businessmodellen ontstaan. Bijvoorbeeld het deelgebruik van een auto (in plaats van het bezitten van een auto), en betalen per uur of per kilometer. Autofabrikanten gaan direct leveren aan de consument/eindgebruiker en producenten geven de automobilist een seintje als een onderdeel het niet meer doet en plannen automatisch een afspraak in bij de garage. Maar technologie kan ook veel betekenen in het ontwerp- en productieproces door autofabrieken slim te maken. Ondertussen zet de trend van consolidatie in de markt hard door.

De transitie van de branche maakt dat efficiënte processen en een effectieve bedrijfsvoering steeds belangrijker worden om in control te blijven en rendement te behalen. Hier komt ook het gebruik van data om de hoek kijken. Waar veel marktpartijen zich nog vooral richten op het verzamelen van gegevens, is het zaak dat de focus komt te liggen op de interpretatie ervan.

Mutaties in de financiering in de automotive

De trends in de automotive zijn structureel en disruptief en zorgen voor veel onzekerheid. Dit maakt dat banken, toch al niet scheutig met financiering voor autobedrijven, zich nog behoudender opstellen. Autobedrijven blijven erg kapitaalsintensief en hebben behoefte aan financiers die erkennen dat de branche sterk in beweging is, met de ondernemer meedenken en de relatie centraal stellen (van transactiegedreven naar relatiegedreven).

De traditionele financiers passen om een aantal redenen vaak niet meer in dit plaatje:

- Zij hebben doorgaans veel legacy-systemen die een sta-in-de-weg of vertragende factor zijn en moeilijk zijn te koppelen met de systemen van hun klanten in de automotive.
- De traditionele grootbanken in Nederland hadden vroeger hun eigen autoleasemaatschappij en daarmee veel kennis van de automarkt. Door de verkoop van deze maatschappijen en de transitie waarin banken in zijn algemeenheid zitten, is er minder focus op de automotive gekomen. Er is nog wel sectorkennis bij de banken aanwezig, maar die is behoorlijk gecentraliseerd en staat verder af van de klant dan in het verleden.
- De traditionele partijen hebben beperkte kennis van de waarde van het onderpand en hanteren daarom vrij conservatieve financieringsnormen voor de voorraden, bijvoorbeeld 50 procent van de boekwaarde. Onvoldoende kennis zorgt voor risicomijdende financiering.
- Door de consolidatie in de markt loopt een aantal banken aan tegen toenemende concentratierisico's in de autobranche.
- Banken zijn over het algemeen reactief en financieringsaanvragen hebben lange doorlooptijden.

Er is behoefte aan financiers die:

- een stukje ondernemerschap bieden, meedenken over hoe de zaken op een slimme en efficiënte manier kunnen worden gedaan;
- datagedreven werken en zoveel mogelijk digitaliseren (digital first), zodat de klant snel en efficiënt wordt geholpen;
- een omnichannel-benadering hebben. Sommige financiers dwingen de ondernemer een digitaal traject in, maar soms heeft hij juist behoefte aan een chat, een telefoontje of een bezoek. Daar waar hij digitaal wil, moet het kunnen. Maar wil hij persoonlijk contact, dan moet een financier dat ook kunnen aanbieden;
- kennisgedreven handelen, weten wat er speelt in de markt. Een voorbeeld: een aantal banken reageerde overdreven op het dieselschandaal en weigerde dieselauto's te financieren. Diesels zijn echter nog altijd courant en goed te financieren en te verkopen, mits je weet wat je doet.

Belangrijke bewegingen op de occasionmarkt

Als gevolg van de coronacrisis wint de occasionmarkt aan populariteit. Veel reizigers die normaal gesproken met het openbaar vervoer reizen, zien de tweedehandsauto nu als goed alternatief. Belangrijke bewegingen op deze markt zijn:

- De voorraden occasions nemen toe, aan het eind van 2020 versterkt door de lockdownmaatregelen.
- De stadagen blijven relatief stabiel, ook doordat er nieuwe aanwas bijkomt die nog niet zo lang staat.
- Er zijn grote verschillen in omloopsnelheid. Universele autobedrijven die zich richten op premium merken en veel gebruikte auto's uit Duitsland halen, weten ook in de huidige markt een hoge omloopsnelheid te realiseren. Deze partijen hebben bijvoorbeeld hun showroom al geoptimaliseerd en maken volop gebruik van nieuwe digitale manieren om auto's te verkopen.
- Partijen met een hoge omloopsnelheid kopen gericht in en/of hebben een actief prijsbeleid en toegang tot het juiste aanbod van occasions. De gemiddelde occasionprijs neemt toe.
- Er is een enorme druk op de markt vanuit nieuwverkopen. Die wordt verder vergroot doordat fabrikanten hun CO2-doelstellingen willen halen, waardoor er massaal elektrische en hybride auto's op de markt komen. Dat heeft ook impact op de occasionmarkt. Als er veel demo-auto's het occasionkanaal worden ingedreven, dan heeft dat ook effect op de prijzen van de gebruikte auto's van een jaar ouder.
- De markten worden steeds sneller en internationaler.

Voorraadfinanciering op basis van realtime data

De potentie van realtime data in de automotive is duidelijk: het kan inzichten opleveren die de bedrijfsvoering flink kunnen verbeteren. Hierin is ook een rol weggelegd voor financiers voor de automotive; zij kunnen hun klanten op meerdere vlakken toegevoegde waarde bieden door data toe te passen in hun dienstverlening. Door bijvoorbeeld dagelijks de occasionmarkt te monitoren aan de hand van verschillende parameters, kunnen zij ondernemers die op deze markt actief zijn voorzien van belangrijke inzichten. Denk aan stadagen per model, de positionering ten opzichte van de concurrentie en waar relevante gebruikte auto's kunnen worden bijgekocht. Dit geeft grip op de business en de ondernemer kan sturen op KPI's. Bijvoorbeeld: met welke auto's doet hij het beter dan de markt en waar moet hij zijn prijs wellicht aanpassen?

Het gebruik van realtime data kan bovendien zorgen voor meer financieringsruimte. Op basis van parameters als courantheid en marktwaarde kan een financier een veel beter beeld krijgen van de waarde van het onderpand en een hogere financiering aanbieden. Waar traditionele banken kijken naar algemene risico's in de branche en de inkoopwaarde van de autovoorraad, baseert een moderne financier zich op actuele detailinformatie. Dit geeft hem een scherp realtime beeld van de risico's en mogelijkheden voor de specifieke ondernemer, die op basis daarvan een hogere financiering op basis van de actuele marktwaarde van zijn autovoorraad kan krijgen. En dat levert dus meer ruimte op om te ondernemen; hard nodig in deze branche die volop in transformatie is.

Colofon

SRA-Branche-expertgroep Automotive i.s.m. Wim Visser (QarQuest en yescar)
Datum: 11 maart 2021