

Position paper onafhankelijk autobedrijf

CECRA

september 2017

De positie van het onafhankelijke autobedrijf

De huidige rol van onafhankelijke autobedrijven is van enorm belang in Europa, met name wat betreft onderhoud, reparaties en de verkoop van tweedehands auto's. Met een gemiddelde levensduur van ongeveer 18 jaar, een gemiddelde eigendomsperiode van 3-4 jaar en jaarlijkse kosten van onderhoud en reparatie van 600-800 euro per auto, komt elke auto in Europa naar alle waarschijnlijkheid zeker één keer in zijn leven in een onafhankelijke garage.

Uit interviews met 30 klanten waarin werd gevraagd waarom zij voor een onafhankelijk autobedrijf hebben gekozen, komen vijf factoren steeds weer naar boven:

- **Kwaliteit/betrouwbaarheid:** Onafhankelijke garages zijn over het algemeen kleinere (familie)bedrijven met een plaatselijke en persoonlijke band met de klant. Dit draagt bij aan de ontwikkeling van een zeer groot vertrouwen in de kwaliteit en betrouwbaarheid van de dienstverlening, waaronder ook 'after-service'-pakketten.
- **Flexibiliteit:** Het gevoel dat een klein, persoonlijk bedrijf wellicht beter in kan of wil spelen op de behoeften van de klant wat betreft timing en omvang van de benodigde werkzaamheden.
- **Objectiviteit:** Een sterk vertrouwen dat het advies dat wordt gegeven objectief is en dat er daarbij altijd rekening wordt gehouden met de belangen van de klant.
- **Prijs:** De verwachting dat de uurprijs voor arbeidsloon en de algehele prijs van een onafhankelijke garage lager is, wat vooral belangrijk is voor mensen met minder geld en eigenaren van oudere auto's.

Nabijheid: Omdat de meeste onafhankelijke garages klein zijn, omdat er veel van zijn en ze daarom zeer lokaal zijn, is de afstand tussen klant en garage kort (gemiddeld 3 kilometer in Nederland, vergeleken met gemiddeld 21 km voor een dealer).

Om te voldoen aan de diversiteit in klantbehoeften is er onder onafhankelijke garages sprake van een grote hoeveelheid verschillende bedrijfsmodellen. Zo is in Nederland grofweg een derde van de onafhankelijke garages onderdeel van een serviceketen, terwijl twee derde volledig onafhankelijk is. De geboden dienstverlening varieert van garages die hoogwaardige service en reparatie bieden, tot gespecialiseerde garages voor specifieke diensten, tot budget-garages voor meerdere merken - en alles daartussenin.

Onder de streep biedt de sterke aanwezigheid van onafhankelijke garages in de markt grote voordelen voor de klant. De concurrentie die zij bieden geeft de consument meer keuze tegen concurrerende prijzen. De open markt in Europa stimuleert deze diversiteit, keuze en concurrentie tussen bedrijven die ernaar streven te voldoen aan de uiteenlopende behoeften van de klant. Dit resulteert in een grote en levendige sector onafhankelijke garages. Het is moeilijk voor te stellen hoe, zonder deze garages, de 300 miljoen auto's in Europa zo veilig en milieuvriendelijk op de weg zouden kunnen worden gehouden.

Tegelijkertijd zien we ook dat de auto-industrie snel verandert, maar verbeteringen in technologie zouden het aanbod voor de consument moeten vergroten in plaats van hun keuze beperken. Een aantal van die 'verstoringen' die grote invloed kunnen hebben op de onafhankelijke garage en uiteindelijk ook de klant, worden voorzien maar hebben niet per se een dergelijke negatieve uitkomst. Hoewel er een groot risico bestaat dat de huidige mate van vrije keuze en concurrentiewaarde voor de consument in de markt kleiner zou kunnen worden of verdwijnen, hoeft dit niet te gebeuren. Maar er moet wel iets gedaan worden om het te voorkomen.

VERSTORINGEN DIE DOOR DE MARKET WORDEN OPGELOST

PROFESSIONALISERING, SCHAAL EN AANPASSINGEN AAN NIEUWE TECHNOLOGIE

In de Europese autosector is het service- en reparatiekanaal gekrompen door een combinatie van overcapaciteit in de markt en een verbetering van de kwaliteit van auto's, waardoor per jaar minder aan onderhoud wordt uitgegeven. Hierdoor krimpt het onafhankelijke kanaal; in Italië naar verwachting met zo'n 5% per jaar, maar dit verschilt per land. Tegelijkertijd veranderen ook de in auto's gebruikte technologieën snel en worden onderhoud en reparatie steeds complexer.

Daarom zijn schaal en professionaliteit steeds belangrijker om winstgevend te kunnen blijven werken. Veel netwerken in de sector consolideren in regionale operaties. De uitdaging voor onafhankelijke autobedrijven is nog groter, omdat ze traditioneel op lokale schaal, als onderdeel van de plaatselijke gemeenschap, zijn georganiseerd.

De meeste onafhankelijke autobedrijven investeren al gedurende langere tijd steeds meer in gereedschappen, toegang tot technische informatie en training. De toenemende noodzaak om zoveel te investeren zal zeker voor de kleinere garages problematisch zijn en dit zou wel eens kunnen resulteren in een zekere mate afname van het aantal bedrijven in de bedrijfstak.

Naast investeringen in nieuwe vaardigheden en gereedschappen verwachten we dat steeds verdergaande specialisatie nodig zal zijn. Bij specialisatie kan het gaan om een bepaald merk, een bepaald type reparatie of een bepaalde technologie (zoals elektrische voertuigen).

Een andere trend is samenwerking tussen onafhankelijke autobedrijven. In plaats van ieder voor zich te investeren in diagnostische tools voor alle merken, verschijnen netwerken van onafhankelijke garages waarin onderlinge doorverwijzingen een belangrijk kenmerk worden. Nieuwe universele diagnostische tools worden op de markt gebracht die op voertuigen van verschillende merken kunnen worden aangesloten, waarmee wordt tegemoetgekomen aan de problemen die garages voor meerdere merken ondervinden ten opzichte van garages gespecialiseerd in één enkel merk.

EINDGEBRUIKER EN ONAFHANKELIJKE GARAGE MINDER MET ELKAAR VERBONDEN IN DE TOEKOMST?

We zien een grotere aanwezigheid en invloed van web-based bedrijven in de digitale markt, zoals Auto Scout, verschillende eigendoms- en mobiliteitsmodellen, zoals private lease, car2go en Uber, en nieuwe soorten consumentgedreven tech-spelers die de automotive markt betreden, zoals Google en Apple. Door deze trends worden bestaande garages mogelijk steeds verder in een backoffice-rol geduwd. Het lijkt erop dat in de toekomst de bestuurder van een voertuig lang niet altijd de eigenaar van dat voertuig is en geen belangstelling heeft voor, of invloed op de keuzes op het gebied van service en onderhoud van dat voertuig.

Deze ontwikkelingen leiden tot het ontstaan van platforms in het kanaal waar vraag en aanbod bij elkaar worden gebracht. Deze brengen zowel risico's als kansen met zich mee voor het onafhankelijke autobedrijf. Aan de ene kant kan het de prijzen naar beneden onder druk zetten en de onafhankelijke garage dwingen tot uitgekledede dienstverlening. Tegelijkertijd bieden deze platforms onafhankelijke autobedrijven de kans om hun waardepropositie breder en duidelijker neer te zetten door gebruikmaking van deze opkomende kanalen.

Dit is een onvermijdelijke trend die vermoedelijk direct invloed zal hebben op onder meer prijs en onvermijdelijk ook de prijs-kwaliteitsverhouding. In andere bedrijfstakken zien we echter nieuwe

types bedrijven en bedrijfsmodellen opkomen die volledig inspelen op deze trend van bundeling van de vraag. Hiervoor moeten onafhankelijke autobedrijven bedrijfsmodellen gaan ontwikkelen waar ze nu nog niet erg bekend mee zijn. Om deze uitdaging het hoofd te kunnen bieden, moeten onafhankelijke garages zich aanzienlijk meer gaan bezighouden met de digitale wereld. De markt zorgt er naar verwachting voor dat garages die dat doen, meer kans hebben succesvol te zijn, terwijl garages die het niet doen het moeilijk gaan krijgen.

VERSTORINGEN WAARBIJ DE ONAFHANKELIJKE GARAGE STEUN VAN REGULERING NODIG HEEFT DOOR VOERTUIG GEGENEREERDE DATA VAN GROOT BELANG OM GEDRAG VAN KLANTEN TE STUREN
Moderne voertuigen veranderen in moderne datawarehouse- en analysemachines. In moderne voertuigen wordt door het voertuig gegenereerde data verzameld en grotendeels verwerkt binnen een ingebouwd telematicasysteem. Deze in het voertuig geïntegreerde telematicasystemen worden door de betreffende fabrikant ontwikkeld, gemonitord en staan onder diens volledige controle. Dit betekent dat alleen de fabrikant van het voertuig toegang heeft.

De microprocessoren en sensoren in moderne voertuigen geven uniek inzicht in bijvoorbeeld de staat van onderhoud van het voertuig, de werking van het voertuig, en het gedrag van de bestuurder. Uit onderzoek door McKinsey is gebleken dat, afhankelijk van het gebruik en de voordelen, 90-98% van de autogebruikers bereid is om door het voertuig verzamelde data te delen en dat 55-75% bereid is om te betalen voor aan de data gerelateerde dienstverlening, als die een tastbaar voordeel oplevert. De openheid van data lijkt voor de meeste bestuurders geen obstakel te zijn.

Voor onafhankelijke autobedrijven biedt dit op twee gebieden een aanzienlijk uitdaging. Ten eerste worden de toegang op afstand tot door het voertuig gegenereerde data, functies en apparatuur zoals het ingebouwde beeldscherm momenteel beperkt door de autofabrikanten. Ten tweede is, zoals uit het Ricardo-rapport naar voren komt, voor het vertalen van data naar waardevolle informatie en inzichten betere toegang nodig tot informatie over reparatie en onderhoud (RMI).

Dit probleem kan niet door de onafhankelijke autobedrijven alleen worden opgelost. Zij moeten er flink aan werken om hun voordeel te doen met de data die beschikbaar komen, bijvoorbeeld door hun analytische vaardigheden uit te bouwen, ofwel samen als groep onafhankelijke autobedrijven of door deze dienstverlening in te kopen bij andere bedrijven die zijn gespecialiseerd in data-analyse. Dit kan echter alleen worden benut als onafhankelijke autobedrijven toegang hebben tot dezelfde gegevens, functies en bronnen, op dezelfde tijd en locatie en in dezelfde kwaliteit, als de fabrikant.

Om dit te bereiken is er ons inziens dringend behoefte aan regelgeving over telematica in voertuigen, voortbouwend op de bestaande regelgeving voor toegang tot RMI. Wij zijn ervan overtuigd dat fundamentele uitgangspunten moeten worden opgesteld als richtlijn voor regelgeving (waarbij tegelijkertijd ook veiligheid en privacy wordt gegarandeerd) over door voertuigen gegenereerde data, functies, apparatuur en interfaces voor onafhankelijke autobedrijven, gebaseerd op de overtuiging dat uiteindelijk de consument de regie zou moeten hebben:

- Keuzevrijheid voor de consument over aan wie hun technische en persoonlijke data worden toegestuurd en bij wie ze de aan de auto gerelateerde diensten (onderhoud en reparatie) en andere gemaksdiensten willen kopen.
- Hiervoor zouden voor onafhankelijke autobedrijven dezelfde voorwaarden voor toegang tot door het voertuig gegenereerde data moeten gelden, met de mogelijkheid om die gegevens in het telematicasysteem van de auto te evalueren en samen te voegen.
- Door het voertuig gegenereerde data moeten via een bestaande interface ter beschikking worden gesteld.

- Om voor concurrentie te zorgen, moeten professionele onafhankelijke autobedrijven dezelfde mogelijkheid hebben om diensten direct op het scherm in de auto aan de consument te tonen.
- 'Interoperability by design' is een hoofdvereiste om ervoor te zorgen dat professionele onafhankelijke autobedrijven gemakkelijk toegang hebben tot de benodigde data en deze kunnen gebruiken.

Om aan deze uitgangspunten te kunnen voldoen, is een interoperabel, gestandaardiseerd, veilig en open-access platform nodig, zoals genoemd in artikel 12 van het eCall Verordening.

Ga voor de volledige tekst van de positie van CECRA omtrent telematica en connectiviteit naar <http://www.cecra.eu/statements/2016CECRAPPconnectivity03102016.pdf>