

# De autokoper in kaart gebracht

## Wie koopt welke auto?

Steeds minder particulieren kopen een nieuwe auto. In 2010 kochten particulieren bijna 260.000 nieuwe personenauto's, in 2015 werd de 150.000 niet eens gehaald. Tegelijkertijd groeide het Nederlandse wagenpark jaarlijks en bleven de occasionverkopten vrij stabiel. De occasionmarkt wordt dus steeds belangrijker voor de autobranche. VWE onderzoekt wie die occasionkopers zijn, welke auto's zij kopen en waarin zij verschillen van kopers van nieuwe auto's. En keek welke groepen autokopers er te onderscheiden zijn binnen de Nederlandse automarkt. ▶



**VWE**

voertuiginformatie  
en -documentatie

**Het Nederlandse wagenpark bestond in juli 2016 uit ruim 8,2 miljoen personenauto's. VWE vergeleek drie groepen autokopers met elkaar:**

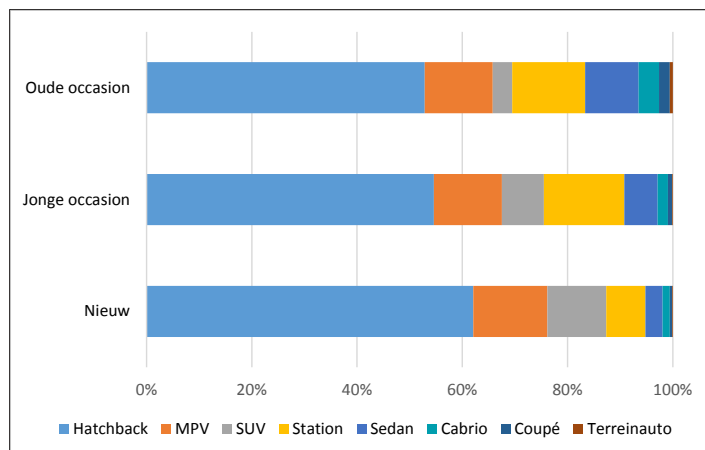
- 1. particulieren die hun auto nieuw hebben gekocht**
- 2. particulieren die de auto als jonge occasion (tot 5 jaar) hebben gekocht**
- 3. particulieren die een auto van 5 jaar of ouder kochten**

**Daarbij is gekeken naar verschillen tussen zowel de auto's als de eigenaren. Door dit over het volledige wagenpark te bekijken, kan ook bepaald worden hoe lang mensen een auto houden.**

### Andere soorten auto's

Allereerst zijn er grote verschillen tussen de soorten auto's die deze groepen kopen. Van de particulieren die een nieuwe auto kochten, koos een grote meerderheid van 62% voor een hatchback. Vaak uit het A- of B-segment. Ook een SUV is bij deze groep in trek. Slechts 10,7% kocht de meer traditionele sedan of een station. Onder de mensen die een oudere occasion kochten zijn die veel populairder; daar werd ruim twee keer zo vaak (24%) voor een sedan of station gekozen. Die is dan vaker afkomstig uit het C- of D-segment. Kopers van jonge occasions kiezen naar verhouding vaak voor een station. Opvallend is dat deze groep jonge occasions gemiddeld de grootste en zwaarste auto's zijn. Cabrio's en coupés zijn het meeste als oudere occasion gekocht.

Verskil in soorten auto's:



### Occasion vaak duurder model

Wanneer particulieren een nieuwe auto kopen, is dat vaak een goedkopere auto. De gemiddelde catalogusprijs van nieuw gekochte auto's in het particuliere wagenpark bedraagt 20.300 euro. Kopers van jonge occasions kopen auto's met gemiddeld een hogere nieuwprijs, waarvan een deel ex-leaseauto's zijn. Toen deze auto's nieuw waren, hebben ze gemiddeld 24.000 euro gekost. Dat is 18% meer dan de prijs van auto's die particulieren nieuw kopen. Oudere occasions hebben een lagere nieuwprijs (gemiddeld 22.500 euro), mede doordat catalogusprijzen in het verleden lager waren vanwege inflatie. Dat is echter nog altijd meer dan de door particulieren nieuw gekochte auto's.

### Ook jonge diesels

De meeste particulieren kiezen voor een benzineauto. Interessant is wel dat mensen die een jonge occasion kopen, vaker voor een diesel kiezen dan degenen die een oudere occasion zoeken. Dit kan komen doordat particuliere dieselpkopers meestal meer kilometers per jaar rijden en daarom een auto kiezen die nog wat langer meekan en door de jongere leeftijd betrouwbaarder is. Voor jonge diesels met niet al te veel kilometers lijkt er dus zeker een markt te zijn in ons land. LPG komt vooral voor bij oudere occasions. Hybride aandrijvingen en automatische transmissies zijn de laatste jaren in opmars en komen daardoor logischerwijs vaker voor bij nieuw en jong gekochte auto's dan bij de oudere occasion. Elektrische auto's en plug-in hybrides spelen nog nauwelijks een rol binnen het wagenpark van particulieren: slechts 0,16% is een plug-in hybride en 0,03% een puur elektrische auto.

In de motorisering is de downsizing van de afgelopen jaren zichtbaar. Jonge occasions hebben vaak minder cilinders en een kleinere cilinderinhoud, maar meer vermogen dan oudere occasions. Door particulieren nieuw gekochte auto's hebben gemiddeld kleinere motoren met minder vermogen.

### Meer premium occasions

Particuliere kopers van occasions kiezen vaker voor Duitse merken dan particulieren die nieuwe auto's kopen. Zowel de Duitse premiumauto's als Volkswagen en Opel zijn onder occasionkopers populairder. Ook Italiaanse merken zijn meer in trek bij occasionkopers. Mensen die jonge occasions kopen kiezen daarnaast ook vaker voor een Koreaanse auto of een Lexus. Onder particulieren die een wat oudere occasion kochten zijn er daarentegen meer liefhebbers van Zweedse, Britse en Amerikaanse auto's. Particulieren die een auto nieuw hebben gekocht kiezen weer vaker voor Franse of Japanse auto's, maar ook de Oost-Europese merken Skoda en Dacia zijn nieuw in trek. Interessant is dat occasionkopers vaker premiummerken kopen dan mensen die een auto nieuw kopen.

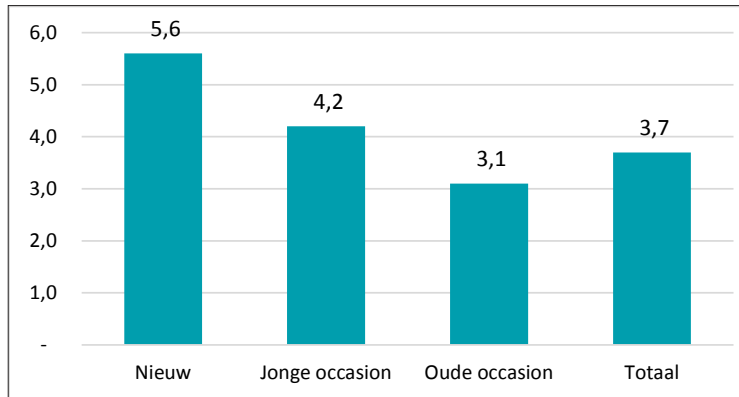
### Afhankelijk van aanbod

Het aankoopgedrag van autokopers wordt voor een deel bepaald door het beschikbare aanbod. Van de groep jonge occasions is 22% een auto die net uit de lease afkomstig is. Wanneer particulieren zo'n ex-lease auto's kopen is die veelal vier jaar oud. Een ander deel, 16% van de jonge occasions is geïmporteerd uit het buitenland. Een reden dat deze groep een import-occasion koopt is dat een aanzienlijk deel van aanbod van Nederlandse ex-lease auto's niet aansluit bij hun wensen. In verhouding tot de auto's die uit lease komen, zijn de jonge occasions die particulieren kopen namelijk vaker hatchbacks of compacte suv's met een benzinemotor. In plaats van sedans of stations met dieselmotoren. Ook in merkvoorkeur zijn er verschillen; auto's die uit lease komen zijn vaker een BMW, Audi, VW, Skoda, Volvo of Lexus, terwijl particulieren vaker een Kia, Fiat, Ford, Mercedes, Nissan, Suzuki of Hyundai kopen. ▶

## Oudere occasions wisselen meest van eigenaar

Gemiddeld hebben particulieren hun personenauto 3,7 jaar in bezit. Particulieren die hun auto ooit nieuw hebben gekocht, hebben deze zelfde auto bijna twee jaar langer in bezit. Daarmee zijn zij niet snel weer in de markt voor een volgende auto. Mensen die een jong gebruikte auto hebben gekocht, hebben die gemiddeld 4,2 jaar. Opvallend is dat mensen die een oudere occasion kochten, deze met gemiddeld 3,1 jaar het kortste in hun bezit hebben. Dit is de groep particulieren die het vaakst een andere auto koopt.

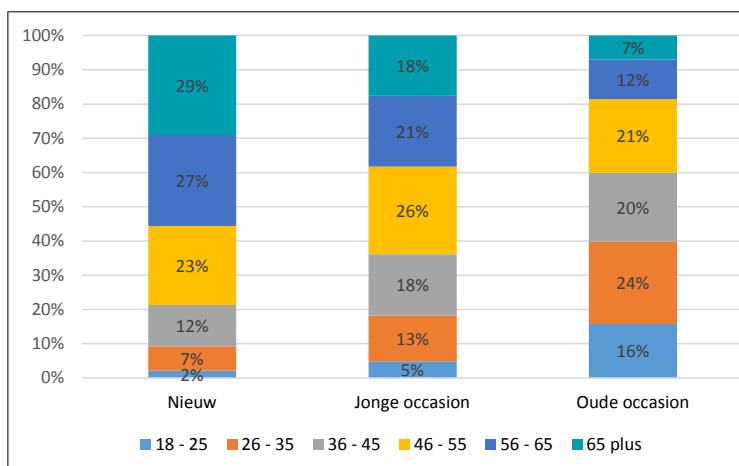
Bezitsduur in aantal jaar:



## Vooral ouderen in nieuwe auto

Over het algemeen geldt dat hoe jonger de gekochte auto, hoe ouder de eigenaar is. Particulieren die hun auto nieuw hebben gekocht zijn gemiddeld maar liefst 61 jaar oud. Bijna 80% van de particulieren die nieuwe auto's kopen is ouder dan 45 jaar. Daarbij valt op dat een midi-SUV nu het meest gekozen segment is bij particulieren boven de 55 jaar die een nieuwe auto kopen. De kopers van een jonge gebruikte auto zijn gemiddeld 55 jaar en van een oudere occasion 48 jaar oud. 40% van deze groep kopers van oudere occasions is niet ouder dan 35 jaar. Een reden voor deze verschillen is dat meer ouderen dan jongeren het geld beschikbaar hebben om een nieuwe auto te kopen. Maar ook dat zij meer waarde hechten aan de betrouwbaarheid en garanties van een nieuwe auto.

De leeftjidsverdeling van autokopers:



In verhouding kopen vrouwen vaker een nieuwe auto of jonge occasion, en mannen vaker een oudere occasion. Ruim 65% van de kopers van oudere occasions is man. Dit heeft er mee te maken dat meer mannen graag een snelle of grote auto willen, en dan vanwege hun budget vaak uitkomen bij een wat ouder exemplaar. Veel vrouwen hebben dan liever een auto die handzaam en betrouwbaar is, en geven daardoor de voorkeur aan een jongere, kleinere auto. [zie ook eerdere whitepaper\*]

Onder de kopers van jonge auto's, zowel nieuw als gebruikt, zijn er meer gezinnen met kinderen dan onder kopers van oudere occasions. Daarbij zijn er in verhouding in de Randstad en de zuidelijke provincies meer kopers van jonge occasions. Oudere occasions worden meer gekocht door mensen in landelijkere gebieden en in het noorden van het land. Kopers van nieuwe auto's zijn meer te vinden in wat meer stedelijke gebieden en in het westen van het land.

## Wat betekent dit voor autobedrijven?

Jonge gebruikte auto's vormen een interessante markt voor autobedrijven. Het gaat met name om duurdere en grotere auto's, vaak van premiummerken. Deze zijn interessant bij verkoop, maar kunnen ook meer werkplaatsomzet genereren dan de veelal kleinere auto's die nieuw worden gekocht. Bovendien wisselen deze auto's sneller van eigenaar dan nieuwe auto's. Kopers van oudere occasions kopen nog frequenter een andere auto. Dit zijn vaker jonge mensen, die vaker van auto wisselen en dan langzamerhand steeds nieuwere en duurdere auto's gaan kopen. Particulieren kopen steeds minder vaak nieuwe auto's en kopers zijn veelal senioren. Nieuw verkopen aan particulieren zijn vooral interessant doordat deze klanten hun auto vaak lang berijden en daardoor voor een lange periode voor onderhoud en reparatie kunnen terugkomen. Het zijn wel vaak kleinere, goedkopere auto's. Dit betekent dat occasions steeds belangrijker worden voor de omzet en winst van een autobedrijf dan de verkoop van nieuwe auto's. Zorg voor een goede selectie van die occasions die consumenten zoeken in de showroom en bied die voor een goede prijs aan.

**Nederlands wagenpark  
ingedeeld in  
onderscheidende groepen.**

**Tot welke groep behoort u? ▶**

\* Feiten & cijfers over de trends: Bezit en deelauto onder jongeren downloaden via [www.vve.nl/whitepaper](http://www.vve.nl/whitepaper)

## Marktsegmenten

Uit de hiervoor beschreven analyse blijkt dat er ook binnen de groepen eigenaren van nieuwe auto's, jonge occasions en oudere occasions uiteenlopende soorten mensen en auto's zijn. Om tot duidelijkere en beter herkenbare groepen te komen, heeft VWE op basis van een groot aantal gegevens het complete Nederlandse wagenpark ingedeeld in onderscheidende groepen van auto's en eigenaren.

Zo zijn er zeven groepen gevonden waar de Nederlandse automobilist, zowel de particuliere als de zakelijke rijder, in verdeeld kan worden:

### Mom in balance

#### Compacte tweede auto's (13% van alle auto's)

Vrouwen jonger dan 40 jaar met kleine, vrij nieuwe auto's. Vaak gezinnen met kinderen en een hoger inkomen. Wonen vaak in de Randstad. Zij kopen jonge occasions en ruilen die vrij snel weer in voor een andere auto. Dat zijn kleine hatchbacks uit A- en B-segment. Vaker Fiat, Citroën, Skoda en Koreaanse merken. Lichte, goedkope auto's met kleine motoren.

Deze auto is in veel gevallen een tweede auto in het huishouden.

Zoeken vooral een handig tweede autootje.

*Toyota Aygo, Fiat 500*



### No nonsense

#### Voordelige nieuwe auto's (16% van alle auto's)

Deel van hen zijn zakelijke rijders, ander deel zijn particulieren boven de 55 jaar, waaronder veel vrouwen.

Nieuwe, goedkopere auto's met kleine motor. Vooral kleine hatchbacks, uit A- en B-segment. Franse en Aziatische merken zijn favoriet. Dat zijn jonge auto's van de eerste eigenaar.

Zoeken vooral een betaalbare en nieuwe auto.

*Volkswagen Up!, Kia Picanto, Peugeot 208*

### Family first

#### Modale gezinsrijders (12% van alle auto's)

Grotere huishoudens met kinderen en modaal inkomen. Zij kopen jonge occasions en houden die vervolgens een lange tijd. Dat zijn gezinsauto's uit het C-segment of een mpv. Niet al te dure auto's van volumemerken. Vaak Japanse auto's, ook wel Opel.

Zoeken vooral praktisch en betrouwbaar vervoer voor het gezin.

*Renault Scénic, Toyota Corolla Verso*



### Business car(d)

#### Duurdere leaseauto's (17% van alle auto's)

Vooral zakelijk gereden auto's. Nieuw besteld en nog jong. Auto's met hogere nieuwprijs, veel stations uit C- en D-segment en SUV's. Zwaardere auto's met sterke motoren, vaak met automaat. Veel diesels, soms hybrides. Vaak van premiummerken, zoals BMW en Audi. Ook wel Volvo, Lexus, Skoda en Britse merken.

Zoeken vooral mooie en fijne auto binnen het leasebudget.

*Peugeot 308 SW, Volvo V60* ▶

## Bye bye NS

### Jonge starters (14% van alle auto's)

Jongeren met een oudere auto. In verhouding vooral veel jongens en meisjes onder de 25 jaar. Hebben nog een laag inkomen en wonen vaak op zichzelf in wat grotere plaatsen. Kopen oudere occasions en hebben die maar kort in bezit. Auto's zijn 13 tot 17 jaar oud en zijn vooral hatchbacks uit B- of C-segment. VW, Opel, Ford, Seat en Fiat zijn veel voorkomende merken. Het zijn auto's met lagere nieuwprijs en niet al te grote benzinemotoren.

Zoeken vooral een auto die ze kunnen betalen.

*Peugeot 206, Volkswagen Polo, Fiat Punto*



## Grey wheels

### Oudere bestuurders (11% van alle auto's)

Mensen boven de 50 met oudere auto's. Kopen oudere occasions en houden die vervolgens nog lange tijd. Auto's zijn daardoor meer dan 10 jaar oud. Vrij kleine auto's met kleine benzinemotoren en lage nieuwprijs. Vooral uit B-segment. Vaker van Japanse of Italiaanse merken. Hebben lager inkomen en wonen vooral op platteland.

Zoeken vooral vervoermiddel voor vele jaren.

*Opel Corsa, Suzuki Alto, Nissan Micra*



## Comfort class

### Grote occasionliefhebbers (17% van alle auto's)

Mannen die van auto's houden. Kopen een wat oudere occasion, maar dan wel een grotere en snellere auto. Dat zijn soms auto's uit het D-segment maar ook wel eens een SUV of cabrio. Dat zijn vooral Duitse premiummerken, Saab, Volvo, Alfa Romeo, Britse of Amerikaanse auto's. Ook wel diesels of LPG. Auto's met een hoge nieuwprijs, maar nu 5 tot 12 jaar oud. Deze zijn als oudere occasion gekocht en vaak ook na een paar jaar weer ingeruild. Vaak grotere huishoudens met kinderen die op het platteland wonen.

Zoeken vooral dat model dat ze graag willen en fijn vinden rijden.

*Volvo V70, Audi A4 Avant, BMW 3-serie*



## Beter aansluiten bij klanten

De hier beschreven groepen verschillen in leeftijd, huishoudsamenstelling en budget, waardoor ze andere keuzes maken. Zij zoeken andere dingen in een auto en hechten belang aan andere zaken. Met een aanbod dat aansluit bij de behoeften van een specifieke doelgroep, kan een autobedrijf of andere dienstverlener klanten beter tevreden stellen en zo bestaande klanten beter behouden en meer nieuwe klanten in een doelgroep aantrekken. Het kan ook zinvol zijn om te kijken waar de meest winstgevendste klanten zitten voor een bedrijf. De werkplaatsomzet kan bijvoorbeeld sterk verschillen per type klant. Sommige occasionkopers komen nooit terug in de werkplaats, terwijl andere jarenlang klant blijven. Door te richten op een of meerdere specifieke groepen kan het rendement van een bedrijf verhoogd worden.