



Uiteindelijk gelden in het bedrijfsleven dezelfde harde wetten als in de natuur.

## Pompen of verzuipen?

De totale EU markt zit tot en met augustus 7,3% in de min en de verwachting voor de rest van dit jaar is niet veel beter. De oorzaken zijn helder: de Zuid-Europese landen hebben de afgelopen jaren pot verteerd, dus nu moet de broekriem flink worden aangehaald en worden de lokale lasten voor bedrijven en consumenten verzwaard. De consequenties voor een deel van de Europese auto-industrie is desastreuus. De overcapaciteit in de Europese autoproductie in 2012 is duidelijker dan ooit in beeld. Het gaat om veel arbeidsplaatsen, de toekomst van grote bedrijven komen in het geding en door deze negatieve ontwikkeling worden ook veel toeleveranciers getroffen. Toch worden de echte oorzaken voorlopig nog niet aangepakt; het management neemt tot nu toe uitsluitend maatregelen om de negatieve gevolgen enigszins te beperken.

Als eerste beginnen de producenten met “volume pompen”, dat is op korte termijn immers beter dan “verzuipen”. Dat wil zeggen, er wordt naar het kortingswapen gegrepen om additioneel volume te realiseren. Natuurlijk gaat dat bij voorkeur op een slimme manier, bijvoorbeeld door met gratis optiepakketten prospects naar de showroom te lokken. Bovendien zal achter de schermen alle dealers een stevige extra najaarsworst voor de neus worden gehangen: als het najaarstarget gehaald wordt, is er vast en zeker een leuke extra bonus te verdienen. En dit alles komt bovenop de al bestaande dealermarge, jaarbonus en fletkorting. Voorlopig gaat niemand op 31 december vragen hoe dit jaar de extra omzet gerealiseerd werd, laat staan wat het gekost heeft. Dit soort vragen komen pas zodra de officiële jaarcijfers over 2012 in april van het komend jaar bekend worden gemaakt.

Zelfs premiummerken, die mooie zwarte cijfers schrijven, zoals Audi, BMW en Mercedes Benz, raken in deze prijsstlag betrokken. En vooral omdat ook VW hard meedoet aan deze kortingspiraal, wordt de grote baas van Fiat Sergio Marchionne erg boos. Hij doet over de verkoop stimuleringsmaatregelen van VW publiekelijk harde uitspraken, waardoor weer de gehele ACEA in het geweer komt. Vervolgens beschuldigt de Franse overheid Hyundai en Kia van dumping in West-Europa en in het bijzonder in Frankrijk, dus zoals altijd wijzen alle schuldigen naar elkaar.

Vooralsnog heeft dus iemand het lef om de echte oorzaken te benoemen, laat staan aan te pakken.

Maar uiteindelijk gelden in het bedrijfsleven dezelfde harde wetten als in de natuur. Zwakke broeders die niet meer goed mee kunnen komen in de groep vallen vroeg of laat ten prooi aan roofdieren. Waardoor er voor de sterke overlever weer voldoende te eten over blijft. Ook in de Europese auto-industrie voelen de sterkeren hun kans om de zwakkeren te verslaan. En om de winst naar zich toe te trekken zetten ze nog een tandje bij. Misschien is dat wel de echte reden waarom de sterke merken meedoen in deze kortingspiraal.

**Arjen de Jong, executive searcher NMC Nijse International en voormalig directeur BMW Nederland**  
[arjendjong@automotive-online.nl](mailto:arjendjong@automotive-online.nl)