



## Kerend tij

Onze business trekt over de hele wereld flink aan. Sinds de laatste economische crisis scoort de automobieliindustrie in Europa, de Verenigde Staten en China het ene verkooprecord na het andere. En het zijn vooral de grote Duitse merken die daar behoorlijk aan bijdragen. Daimler AG bijvoorbeeld verkoopt nu 25 procent van al haar personenwagens in China. VAG haalt een substantieel deel van de volumegroei uit de Chinese markt. En ook qua winstbijdrage hebben de premiumproducenten daar goed geboerd. Dat lijkt natuurlijk prima, maar het is niet zonder risico als een aanzienlijk deel van het volume en de winst uit één markt komt.

De laatste twaalf maanden vonden er een viertal gebeurtenissen met een enorme impact op de autobranche plaats. Allereerst de uitkomst van de Klimaat Conferentie Parijs, eind 2015. In juni dit jaar zet Brexit de wereldeconomie onder druk. In september wordt duidelijk dat per 2018 in China 8 procent van de lokale verkoop en het productievolume van iedere autoproducent zero emission moet zijn. Deze maand kozen de Amerikanen Donald Trump tot nieuwe president. Niemand kan de gevolgen daarvan voor de wereldeconomie inschatten.

De uitkomst van de Klimaat Conferentie betekent dat autoproducenten versneld en fors moeten investeren in alternatieve technologieën om de NO<sub>x</sub>/CO<sub>2</sub>-uitstoot te verminderen. Brexit brengt in de UK de groei tot stilstand, het pond Sterling verloor al een vijfde van zijn waarde. De Chinezen gaan productie en verkoop van zero emission auto's afdwingen. En of Trump zijn plannen gaat uitvoeren, is nog maar de vraag. Zeker lijkt dat Trump geen vriend is van fabrikanten die auto's in Mexico produceren om die vervolgens goedkoop in de Amerikaanse markt te zetten. Bovendien is het uitstaande bedrag van alle autofinancieringen in de USA nu al weer hoger dan in 2008 – deze automarkt is verzadigd en de vooruitzichten zijn bepaald niet rooskleurig.

Deze recente ontwikkelingen in de wereld zullen een grote impact op onze branche hebben. Het zou mij niet verbazen als de volumedruk van de autoproducenten binnen afzienbare tijd ongekende hoogten bereikt. Ergens moeten fabrikanten hun blik kwijt. Zoals altijd is de dealer het eerste slachtoffer, gevolgd door de rental. En als private lease stunts en eigen registraties geen soelaas meer bieden, wordt internet de laatste strohalm.

**ARJEN DE JONG**, VOORMALIG CEO BMW GROUP NEDERLAND,  
SENIOR ADVISOR BOYDEN GLOBAL EXECUTIVE SEARCH,  
ARJENWDEJONG@GMAIL.COM

31

Trump is geen vriend van fabrikanten die in Mexico produceren.