



Eten of gegeten worden in de Nederlandse autobranche

Inhoudsopgave

Eten of gegeten worden in de Nederlandse autobranche	3
1. Structurele druk op de sector	4
2. Consolidatie is de dominante strategie voor dealers	7
3. De tweede consolidatiegolf bij universele autobedrijven	14
4. De investeringshypothese	18
Colofon	19

Eten of gegeten worden in de Nederlandse autobranche

De Nederlandse autobranche is in beweging. Autofabrikanten verdichten hun dealernetwerken en zoeken meer grip op prijzen, klantdata en klantcontact. Tegelijk blijven de verkopen van nieuwe auto's structureel onder druk staan en veranderen elektrificatie en slimme rijhulpsystemen de vraag naar onderhoud, onderdelen en schadeherstel. Dealerbedrijven, universele garages en schadeherstellers blijven ondertussen investeren in mensen, kennis, werkplaatsen, digitalisering en nieuwe technologie, terwijl de marges dun zijn en technisch personeel schaars is. Het vertrouwde verdienmodel van de sector is daardoor niet langer vanzelfsprekend.

In dit krachtenveld wordt schaal steeds belangrijker. Grote dealergroepen breiden uit door overnames, voeren meerdere merken en combineren nieuwverkoop met occasions, lease, onderhoud, schadeherstel en andere mobiliteitsdiensten. Daarmee spreiden zij hun risico's, vergroten zij hun onderhandelingskracht richting autofabrikanten en distributeurs en proberen zij klanten gedurende een groter deel van de levenscyclus van een voertuig aan zich te binden. Consolidatie is voor deze bedrijven dan ook zowel een defensieve reactie op de druk van fabrikanten en hoge investeringen als een offensieve strategie om regionale dekking uit te bouwen, inkoopkracht te versterken, efficiënter te werken en nieuwe inkomstenbronnen te ontwikkelen.

Bij universele autobedrijven verloopt deze ontwikkeling anders. Daar komt een grootschalige overnamegolf nog beperkt op gang, maar neemt de noodzaak tot samenwerking wel toe. Problemen met bedrijfsopvolging, strengere eisen, technologische complexiteit en personeelsschaarste zetten vooral kleinere bedrijven onder druk. Aansluiting bij een garage-, schade- of ondersteunende formule biedt hun toegang tot onder meer inkoopvoordelen en

professionele ondersteuning, zonder dat zij hun lokale identiteit volledig hoeven op te geven. Tegelijk is de consolidatie bij onderdelendistributeurs al veel verder gevorderd, waardoor schaalvorming ook achter de schermen de verhoudingen in de sector verandert.

Deze publicatie brengt de structurele druk en consolidatie in de verschillende onderdelen van de autobranche samen en onderzoekt welke strategieën toekomstbestendig zijn. Daarbij staan schaal, samenwerking, diversificatie, klantbinding en operationele slagkracht centraal, evenals de kansen en risico's voor ondernemers en investeerders. De analyse is gebaseerd op de Aumacon Dealerholding Top-100, Editie 2026, gegevens over garageformules en gesprekken met branchepartijen en experts. Dank aan alle betrokkenen voor het delen van hun kennis, ervaringen en inzichten.

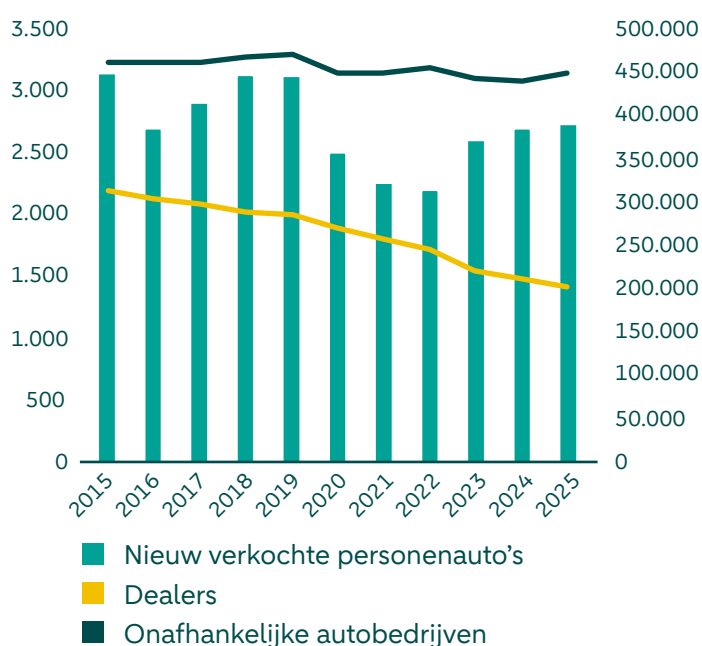
1. Structurele druk op de sector

De Nederlandse autobranche staat onder druk door structureel lagere nieuwverkopen van personenauto's, een stabiliserende occasionmarkt en toenemende concurrentie. Tegelijk veranderen autofabrikanten hun distributiemodellen en verkleinen zij dealernetwerken om meer grip te krijgen op kosten en klantcontact. Elektrificatie vraagt om investeringen in kennis en werkplaatsen, terwijl elektrische auto's minder onderhoud nodig hebben. Ook nieuwe veiligheidstechnologieën verminderen naar verwachting het aantal schades. Deze ontwikkelingen hebben ingrijpende invloed op het verdienmodel van de Nederlandse autobranche.

Druk op nieuwverkopen

Aan de vraagzijde neemt de druk op de sector toe door een structureel laag niveau van de nieuwverkopen en een sterkere concurrentiepositie van Aziatische merken, met name uit China, die met scherpe prijs-kwaliteitverhoudingen marktaandeel winnen en de gevestigde orde verdringen in een markt die qua volume niet groeit. Dat raakt de traditionele fabrikanten en daarmee ook de dealers indien zij niet de juiste modellen en/of merken in hun portefeuille hebben. In Nederland lag het niveau van nieuwverkopen personenauto's in de eerste acht maanden van dit jaar 3,8 procent onder dat van 2025, wat de omzet- en margebasis van dealers verder onder spanning zet. Nieuw verkochte personenauto's worden volgens de Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen (VNA) naar schatting voor 52 procent in Nederland weggezet in de lease. De andere helft wordt verkocht aan de particuliere klant. Deze kiest steeds vaker voor een occasion omdat deze goedkoper is, terwijl de kwaliteit ervan in de loop der jaren sterk is verbeterd. Nederland wordt internationaal al jaren als een occasionland gezien.

Figuur 1: Aantal bedrijven en nieuwe autoverkopen



Bron: RDC, Bovag-leden

Begin 2026 telde Nederland volgens brancheorganisatie Bovag nog circa 1.500 dealervestigingen. Dealers zijn bedrijven die nieuwe merkauto's verkopen, handelen in occasions en doorgaans aan reparatie en onderhoud doen. In de voorgaande grafiek is te zien dat het aantal dealervestigingen daalt, maar dat vanwege de lichte toename in nieuwe autoverkoop sinds 2023 het gemiddelde verkoopvolume per dealer toeneemt. Dit duidt op een efficiënter businessmodel. Het aantal zogeheten universele of onafhankelijke autobedrijven, bedrijven die juist geen nieuwe auto's verkopen, blijft volgens Bovag de afgelopen jaren vrij stabiel. Begin 2026 waren er in Nederland circa 8000 serieuze universele autobedrijven actief. Daarvan zijn 3139 lid van de Bovag. Deze universele autobedrijven richten zich voornamelijk op occasionverkoop, reparatie en onderhoud.

Dalende occasionverkoop

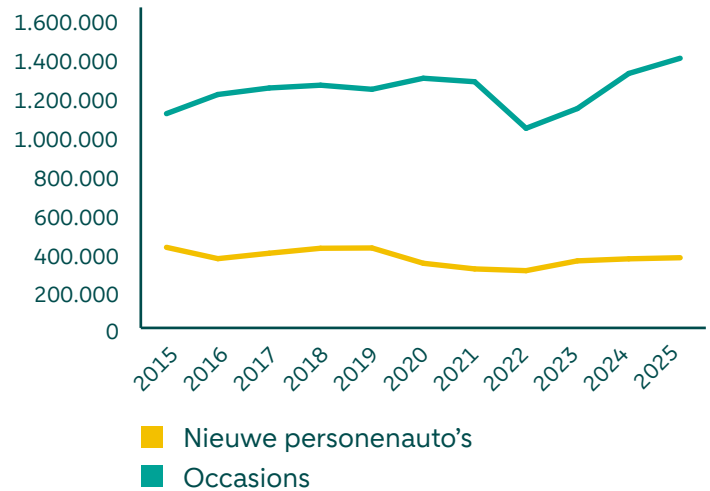
De occasionverkoop lijkt na een aantal jaren van stijging, dit jaar te gaan dalen: tot en met augustus is de zakelijke verkoop aan consumenten met 4,3 procent gedaald ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. Dit komt vooral door het lage consumentenvertrouwen, waardoor consumenten grote aankopen uitstellen, en door de verbeterde kwaliteit en langere levensduur van occasions. Volgens brancheorganisatie Bovag telde Nederland begin 2026 circa 9,8 miljoen geregistreerde personenauto's, met een gemiddelde leeftijd van ruim 12 jaar. Het wagenpark groeit en veroudert, terwijl de verkoop van nieuwe auto's achterblijft bij eerdere jaren. In 2025 werden volgens het RAI Documentatie Centrum (RDC) ruim 388.000 nieuwe personenauto's geregistreerd. Dat is 1,7 procent meer dan een jaar eerder, maar aanzienlijk minder dan de ruim 440.000 verkochte auto's in de topjaren 2018 en 2019.

Marges onder druk

De branche werkt met dunne marges op nieuwe auto's. Een nieuwe auto levert indicatief 5 tot 8 procent brutomarge op, tegenover 10 tot 15 procent bij een occasion. Daar gaan verkoop- en rijklaarkosten, personeels-, huisvestings- en financieringskosten nog vanaf. Uiteindelijk telt het nettorendement, en dat staat volgens Bovag al jaren onder druk: in 2025 bedroeg het gemiddeld slechts 1,16 procent van de omzet.

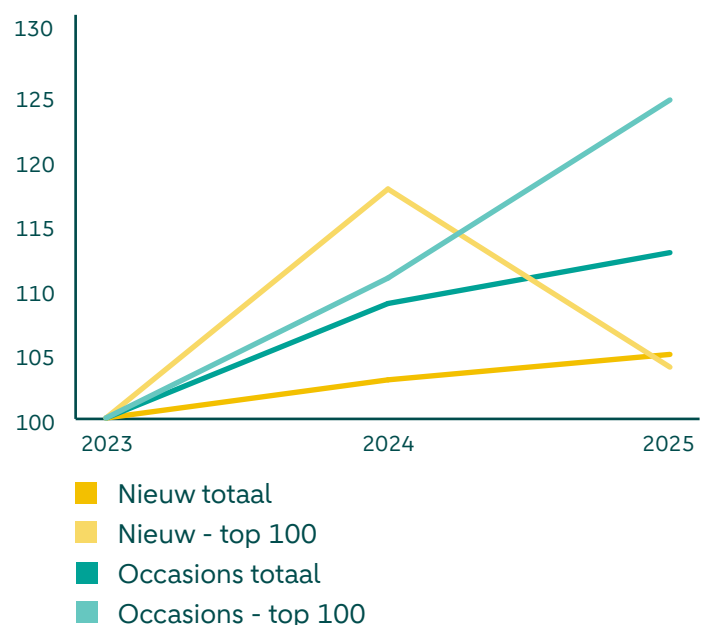
De top 100 verkoopt daarom vanwege hogere marges inmiddels meer occasions dan nieuwe auto's en heeft sinds 2023 sterk op deze markt ingezet. Een analyse van het gemiddelde concernrendement van de volledige top 100 is niet mogelijk, maar Bovag schat het historische gemiddelde op 1 tot 2 procent. Dat rendement biedt weinig ruimte om tegenvallers op te vangen, te investeren of de financiële buffer te versterken.

Figuur 2: Autoverkoop - dealers en universele autobedrijven



Bron: RDC, RAI vereniging bewerking ABN AMRO

Figuur 3: Groei in autoverkoop top 100 ten opzichte van markt nieuw- en occasionverkoop (Index: 2023=100)



Bron: Aumacon Dealerholding Top-100, Editie 2026

Agentuurmodellen in overweging

Autofabrikanten willen via digitalisering en distributiemodellen die op agentuur lijken meer controle krijgen over prijzen, klantgegevens en klantcontact. In een agentuurmodel verkoopt de autofabrikant aan de klant en blijft hij eigenaar van de klantrelatie. De dealer verzorgt de aflevering. Daarvoor ontvangt de dealer een vergoeding, zonder zelf in showrooms en voorraden van nieuwe auto's te hoeven investeren; deze kosten liggen bij de fabrikant. Voorlopig hebben fabrikanten de invoering van het agentuurmodel uitgesteld. Maar dealers zijn gewaarschuwd omdat fabrikanten en merkimporteurs meer directe verkoop- en datakanalen nastreven. Voor dealers wordt het cruciaal om toegang te blijven houden tot klantdata en de klanten om contactmomenten te kunnen realiseren die herhaalomzet en cross-selling mogelijk maken.

Autofabrikanten onderzoeken ook directe verkoop via importeurs, een model dat al wordt toegepast bij de verkoop aan leasemaatschappijen. Hierdoor wordt een uitgebreid netwerk van dealerpunten minder belangrijk en kan de fabrikant de volledige klantreis beheren, van leadopvolging en planning tot servicekwaliteit. In de praktijk blijft een lokaal dealernetwerk echter nog nodig, maar met minder dealers en vestigingen dan voorheen.

Deze netwerkoptimalisatie leidt tot concrete afname van dealercontracten, mede doordat deze contracten iedere twee jaar kunnen worden opgezegd door de fabrikant en importeur. Zo kondigde Honda Nederland eind april dit jaar aan de contracten met drie van de twaalf Nederlandse dealers te beëindigen vanwege tegenvallende verkopen. De betrokken bedrijven gingen verder als erkend reparateur. Dit voorbeeld laat zien dat efficiënte dekking zwaarder weegt dan het hebben van een hoge geografische dichtheid van het dealernetwerk waar in het verleden op werd ingezet.

Elektrificatie brengt uitdagingen met zich mee

Technologische ontwikkelingen verhogen de druk op de Nederlandse autobranche. Elektrificatie vraagt om investeringen in opleidingen en werkplaatsinfrastructuur, terwijl elektrische voertuigen minder onderhoud vereisen. Auto's die rijden op fossiele brandstof bevatten meer bewegende en slijtende onderdelen en hebben bovendien regelmatig een olieverversing nodig. Voorlopig blijft er voldoende onderhoudswerk aan het fossiele wagenpark, maar volgens Bovag zal dit afnemen naarmate het wagenpark verder elektrificeert.

Noorwegen laat zien wat vergaande elektrificatie betekent. Bijna 98 procent van de nieuw verkochte auto's is er elektrisch en ruim 34 procent van het totale wagenpark bestaat uit volledig elektrische voertuigen, aldus de Noorse Wegverkeersfederatie OFV. Bij auto's tot vier jaar oud, een segment waarin dealers sterk vertegenwoordigd zijn, leidt dit al tot 30 procent minder onderhoud en 50 procent minder onderdelenverbruik. Reparaties, schadeherstel en banden zijn hierin niet meegerekend (bron: ICDP).

Dit is relevant voor Nederland: het aandeel volledig elektrische personenauto's in de nieuwverkopten steeg van 34,4 procent in 2025 naar 39,3 procent in de eerste acht maanden van 2026, volgens het RAI Documentatie Centrum (RDC). Halverwege 2026 was volgens de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) 8 procent van het totale wagenpark volledig elektrisch. Met passende fiscale stimulansen en de voortgang van de energietransitie beweegt Nederland geleidelijk in dezelfde richting als Noorwegen. Dat gaat consequenties hebben voor de aftersales en onderdelenverbruik.

Slimme systemen verminderen schadeherstel

Slimme rijhulpsystemen, de zogenaamde Advanced Driver Assistance Systems (ADAS), ondersteunen bestuurders bij veiliger, comfortabeler en efficiënter rijden. Hierdoor neemt het aantal aanrijdingen naar verwachting af. Tegelijk maken deze systemen diagnose, reparatie en schadeherstel complexer en duurder.

Dalende nieuwverkopten, de inzet van fabrikanten om dealers meer te omzeilen en verdere elektrificatie zetten veel dealerorganisaties aan tot consolidatie, het onderwerp van het volgende hoofdstuk.



2. Consolidatie is de dominante strategie voor dealers

Grote Nederlandse dealergroepen winnen terrein en benutten hun schaal voor sterkere onderhandelingen met fabrikanten, investeringen en efficiëntere processen. Door verkoop van nieuwe personenwagens, bestelwagens, lease, onderhoud en schadeherstel te combineren en uit te breiden, spreiden dealers risico's, breiden sommigen uit over de landsgrenzen en versterken zij hun verdienmodel. Uitbreiding geschiedt ook door overnames van andere dealers.

Afhankelijkheid en marktaandelen

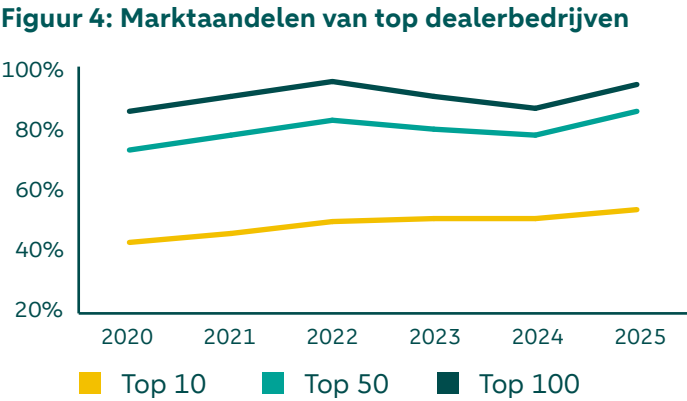
De Nederlandse autobranche bevindt zich door alle genoemde ontwikkelingen uit het voorgaande hoofdstuk in een fase van herstructurering. De autofabrikanten verkleinen hun dealernetwerken en stellen hogere eisen aan schaalgrootte, rendement en merk- en marketingstandaarden. De recente strategische koerswijziging van Stellantis is daar een goed voorbeeld van. Het bedrijf gaat zich focussen op vier van de veertien merken die het momenteel produceert en richt zich daarbij nadrukkelijk op de Verenigde Staten en China. Dit heeft gevolgen voor dealers met een te grote afhankelijkheid van één fabrikant.

Consolidatie is uitgegroeid tot het dominante antwoord op de structurele druk onder dealers. Sinds 2019 hebben in Nederland veel grote en kleine overnames plaatsgevonden, waardoor de marktmacht van grote dealerholdings verder is toegenomen. In 2025 waren

de tien grootste dealers, aangevoerd door Van Mossel, Hedin en Emil Frey, goed voor 51,8 procent van de nieuwverkopen. Deze nieuwverkopen betreffen in de data van Aumacon zowel personenauto's als bestelauto's.

De verkoop van bestelauto's daalde in 2025 met 84 procent, een forse afname die goed te verklaren is. Sinds 1 januari 2025 geldt de Belasting van Personenauto's en Motorrijwielen (BPM) ook voor nieuwe bestelauto's en is de ondernemersvrijstelling bij een nieuwe aankoop komen te vervallen. De belasting is nu gebaseerd op de CO₂-uitstoot; elektrische bestelauto's zijn vrijgesteld. Vooruitlopend op deze wijziging en de invoering van zero-emissiezones registreerden veel ondernemers nog in 2024 een conventionele bestelauto onder de overgangsregeling. De sterke daling in 2025 heeft dus vooral een fiscale en administratieve oorzaak.

In 2025 daalde het gezamenlijke verkoopvolume van de top 100 met circa 12,5 procent, tegenover een krimp van 20 procent in de totale Nederlandse markt voor nieuwe personen- en bestelauto's. Tegelijk bereikten de drie grootste dealergroepen, met samen 25 procent marktaandeel, een recorddominantie. De top 50 en top 100 wisten de marktkrimp relatief beter op te vangen dan de markt en hun gezamenlijke marktaandeel steeg dit jaar respectievelijk naar 84,6 en 94,1 procent van de totale nieuwverkopen.



Bron: Aumacon, bewerking ABN AMRO

Figuur 5: Marktaandelen - top 10 Nederlandse dealerholdings o.b.v. nieuwverkopen

Positie	Holding	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	Van Mossel Automotive Group	10%	12%	13%	12%	10%	12%
2	Emil Frey Nederland	5%	4%	5%	5%	7%	7%
3	Hedin Automotive		4%	4%	6%	6%	6%
4	Dealer Groep Pon	5%	4%	4%	4%	3%	5%
5	Broekhuis Groep	4%	4%	5%	5%	5%	4%
6	Amega	2%	3%	4%	3%	3%	4%
7	Tesla Motors Netherlands			1%	4%	6%	4%
8	Louwman Dealer Group	3%	4%	5%	4%	4%	4%
9	Zeeuw & Zeeuw	2%	3%	3%	3%	3%	4%
10	Van den Udenhout						2%

Bron: Aumacon, bewerking ABN AMRO

Marktleider Van Mossel Automotive Group, Dealer Groep Pon, Amega en Zeeuw & Zeeuw hebben in 2025 marktaandeel gewonnen na de daling van vorig jaar. Nieuwkomer Van den Udenhout opereert zelfstandig, maar staat onder gezamenlijke zeggenschap van Dealer Groep Pon en Verhees Holding en is nauw verbonden met het Pon-netwerk. In 2025 nam het bedrijf de autotak van Tilburg-Bastianen Groep over en verwierf het een belang in PGZ, waarmee het zijn regionale schaal vergrootte.

De data tonen een duidelijke verschuiving naar een markt met enkele dominante dealergroepen. Zij vergroten hun schaal door meerdere merken te voeren, activiteiten zoals lease, occasionverkoop, reparatie en schadeherstel te integreren en nationaal en internationaal uit te breiden. Van Mossel, Emil Frey, Hedin en Dealer Groep Pon volgen deze strategie al.

Schaalvergroting: defensief en offensief
De Aumacon-data bieden onvoldoende informatie voor een rendementsanalyse van de volledige top 100. Daarom baseren we de analyse hieronder op de top 10. Tesla rapporteert als onderdeel van een buitenlandse onderneming alleen de nieuwverkopen. Van Louwman Dealer Group ontbraken in de cijfers van Aumacon de concernomzet en het nettoresultaat, omdat de onderneming de jaarcijfers over 2025 nog niet had gedeponneerd; we hebben deze gegevens aangevuld met externe cijfers.

Figuur 6: Prestaties van de huidige top 10 in 2025

	Aantal nieuwverkopen	Aantal occasionverkopen	Concernomzet x1000	Nettoresultaat x1000	Werkplaats- doorgangen
Van Mossel Automotive Group	50.031	65.549	2.571.641	6.6191	482.486
Emil Frey Nederland	29.200	36.155	1.850.000	16.800	
Hedin Automotive	22.654	25.806	1.424.077	7.687	
Dealer Groep Pon	19.140	20.560	1.431.000		285.000
Broekhuis Groep	17.570	34.205			425.295
Amega	17.206	9.969	863.500	15.300	215.187
Tesla Motors Netherlands	16.703				
Louwman Dealer Group	15.007	40.000	2.494.000*	-435.000*	
Zeeuw & Zeeuw	14.719	14.903	615.000	7.900	201.000
Van den Udenhout	9.315	7.025		3.399	107.885

* cijfers via BKAN. Nieuwverkopen betreft personen- en bestelauto's.

Bron: Aumacon Dealerholding Top-100, Editie 2026

In figuur 6 zijn de nieuw- en occasionverkopen, nettoresultaat en werkplaatsdoorgangen van de top 10 te zien. Binnen deze figuur rapporteert Van Mossel Automotive Group de hoogste volumes en het hoogste nettoresultaat. Niet alle velden van de bedrijven zijn beschikbaar. De onderliggende reden voor schaalvergroting is zowel defensief als offensief.

Defensief gaat het om het borgen van onderhandelingskracht richting autofabrikanten zodat deze niet om partijen als Van Mossel heen kunnen. Maar ook het kunnen dragen van verplichte IT- en merkstandaardinvesteringen van de fabrikanten en het verlagen van te grote afhankelijkheid van één merk, dragen bij tot consolidatie. Hoe groter de dealer, hoe groter de afhankelijkheid voor de fabrikant met betrekking tot nieuwverkopen. Grote dealers streven naar een multi-merk strategie waarbij 10 procent marktaandeel als relevante ondergrens voor een merk wordt genoemd terwijl een concentratie van 10 tot 18 procent per merk in de portefeuille als 'gezond' kan worden beschouwd om de wederzijdse afhankelijkheid te begrenzen. Tegelijk geldt dat merkcombinaties soms door fabrikanten worden beperkt en/of verboden, wat de portfoliostrategie en regionale dekking kan beïnvloeden.

Offensief gaat het om het uitbouwen van regionale dekking, het benutten van inkoopkracht, het professionaliseren van processen en het verbeteren van de absorptieratio. De absorptieratio is een belangrijke pijler bij overnames en het geeft weer in welke mate de vaste bedrijfskosten van een dealerbedrijf gedekt worden door de brutowinst van de aftersales en

magazijnverkoop van onderdelen. Hoe hoger deze ratio, hoe minder een dealer afhankelijk is van de verkoop van nieuwe of gebruikte auto's. Een absorptieratio van 75 tot 90 procent wordt in de branche als robuust gezien. De algemene regel is dat een overname of uitbreiding van een merk of activiteit een aanvulling is op het geografische vlekkenplan en een aanvulling op de reeds gevoerde merken en de gediversifieerde dienstverlening. In de praktijk gaat het vaak om een mix van volume- en premium merken. Behalve de uitstraling en omzetpotentie van een aanvullend nieuw merk is de rol van de nieuwe fabrikant en diens importeur ook belangrijk: is hier goed zaken mee te doen en is deze bereid om mee te denken en samen te werken om het businessmodel samen beter te maken?



Figuur 7: De diversificatie in de dienstverlening van de top 10 in 2025

Handelsnaam	Aantal merken				Aanvullende activiteiten				
	Aantal vestigingen	Dealer-schappen	Erkend reparateur	Agent-schappen	lease	verhuur	occasion-center	schade-herstel	universeel onderhoud
Van Mossel Automotive Group	85	20	8	12	ja	ja	ja	ja	ja
Emil Frey Nederland	69	13	21	14	ja	ja	ja	ja	ja
Hedin Automotive	59	19	17	12	ja	ja	ja	ja	ja
Dealer Groep Pon	39	5	5	0	ja	ja	ja	ja	ja
Broekhuis Groep	51	8	10	8	ja	ja	ja	ja	ja
Amega	28	9	13	9	ja	nee	ja	ja	ja
Tesla Motors Netherlands	13	1	0	0	ja	nee	ja	ja	nee
Louwman Dealer Group	38	14	4	3	ja	ja	ja	ja	ja
Zeeuw & Zeeuw	33	10	6	1	ja	nee	ja	ja	ja
Van den Udenhout	9	6	6	1	ja	ja	ja	ja	ja

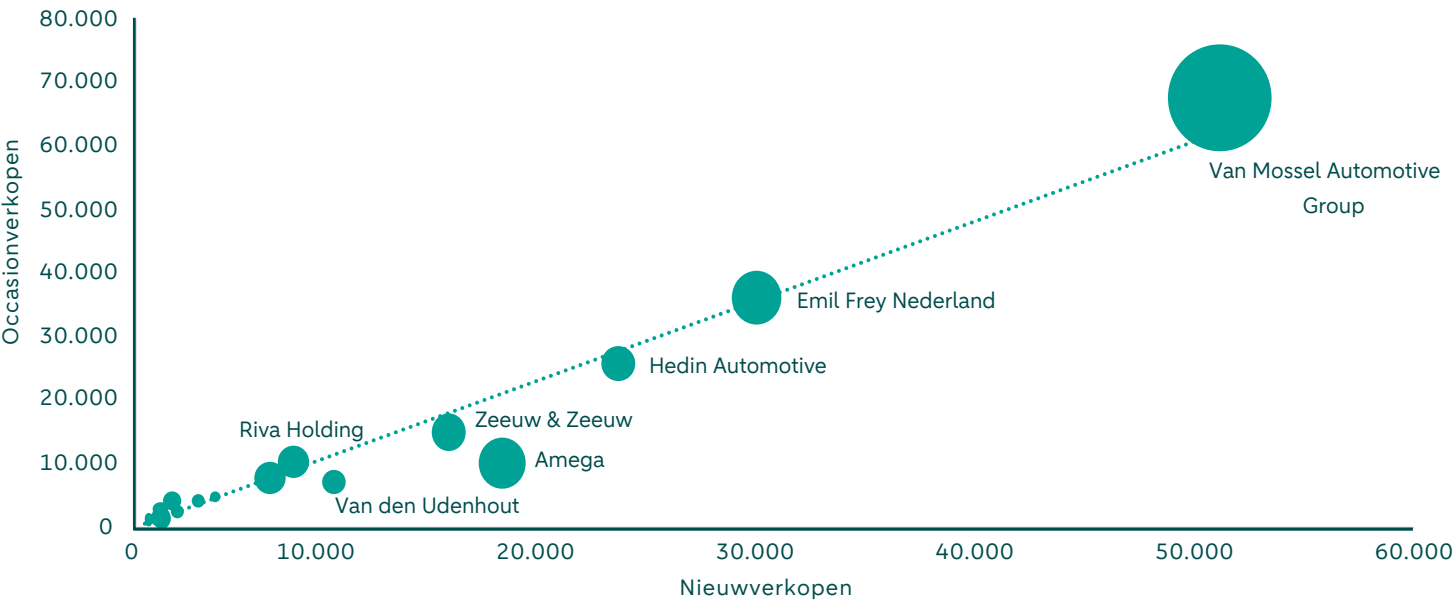
Bron: Aumacon Dealerholding Top-100, Editie 2026

Diversificatie levert op

De top 10 is zeer gediversifieerd. Figuur 7 laat zien dat vrijwel alle top 10 bedrijven meerdere activiteiten combineren. Een enkele groep doet niet aan verhuur en alleen Tesla kiest er voor om geen universeel onderhoud te verrichten, maar wel schadereparaties en inmiddels ook occasions. Op basis van de beschikbare data is een trendanalyse met voorgaande jaren niet mogelijk, maar de diversificatie gaat voort.

Figuur 8 toont het verband tussen de nieuw- en occasionverkoop, gecombineerd met het nettoresultaat. De figuur duidt een relatief constant opgaande lijn en laat bij deze 21 dealers zien dat nieuwverkoop samenhangen met occasionverkoop en andersom. Per tien nieuw verkochte auto's, verkochten deze dealers gemiddeld elf occasions.

Figuur 8: Nieuwverkoop ten opzichte van occasionverkoop
21 dealerholdings met volledige data, formaat bol is nettoresultaat



De dealers zonder bijgevoegde naam in de figuur zijn: Wensink Automotive, Dusseldorp Automotive, Janssen Van Kouwen Automotive, Wealer, Virena Autogroep, AutoKievit, Van Beek Autobedrijven, Mengelers Automotive Limburg, Auto Winters, Dekkerautogroep, Bourguignon, Smeets Autogroep, Hooftman, Automotive-centre Van Nieuwkerk

Bron: Aumacon Dealerholding Top-100 top, Editie 2026

Lease biedt kansen voor remarketing en margerijk onderhoud

Dealers met een eigen leasemaatschappij verkopen auto's na afloop van het leasecontract via hun eigen kanalen aan zakelijke afnemers en particulieren. Dit heet remarketing. Door voertuigen regionaal en zelfs internationaal binnen de groep uit te wisselen, stemmen zij het aanbod (onder andere merken, aandrijftechniek, typen, kleur) en de prijzen beter af op de lokale vraag. Met klantdata en loyaliteitsprogramma's binden zij de particuliere kopers van occasions vervolgens aan hun werkplaatsen voor onderhoud, reparatie en schadeherstel. Zo creëren dealers herhaalomzet en cross-selling, verminderen zij hun afhankelijkheid van nieuwverkoop en verhogen zij het rendement van hun vestigingen.

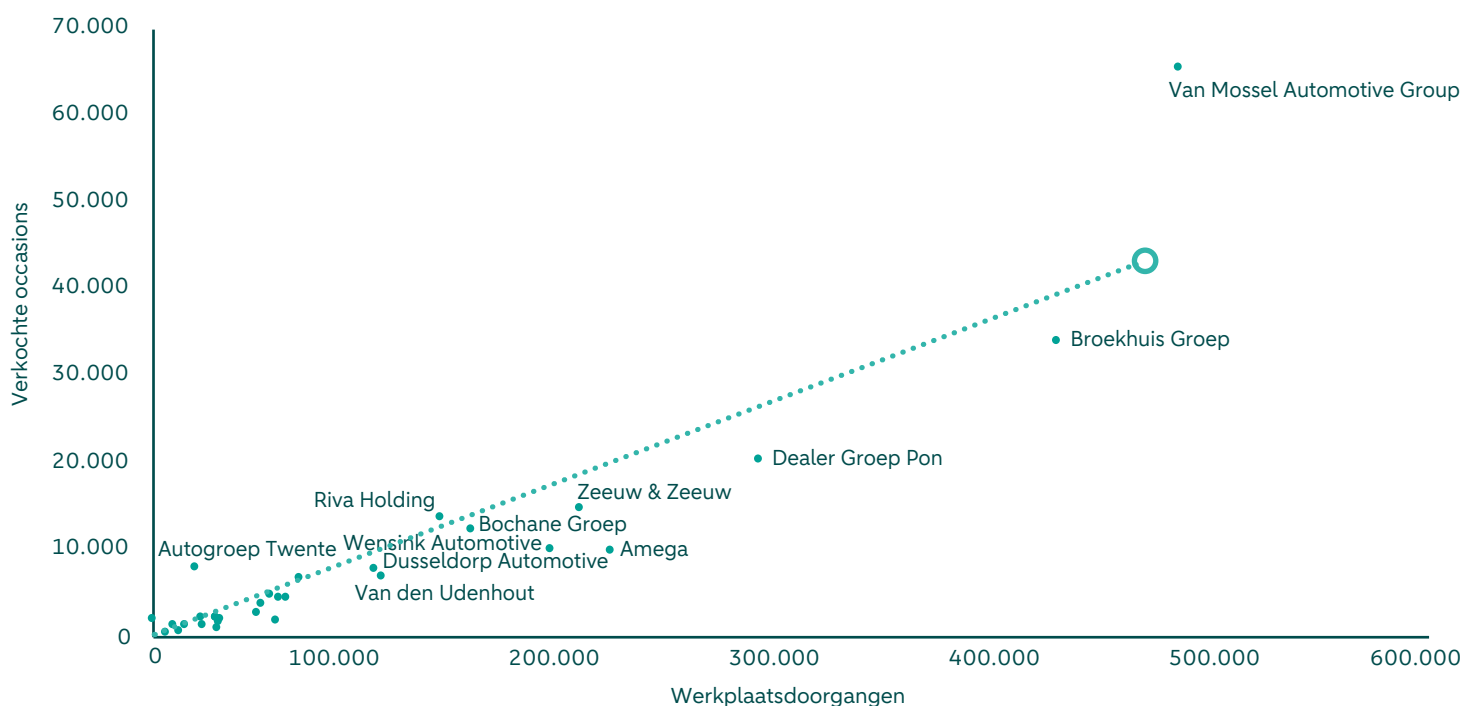
Een eigen leasemaatschappij helpt dealers bovendien marge te behouden. Bij levering van nieuwe voertuigen aan externe leasemaatschappijen gelden scherpe condities en bepaalt de leasemaatschappij waar het relatief winstgevende onderhoud plaatsvindt,

doorgaans bij universele autobedrijven. Door een eigen leasevloot in de eigen werkplaatsen te laten onderhouden, behouden dealers deze marge. Een eigen leasemaatschappij is zeer belangrijk voor de winstgevendheid en financiële veerkracht van de dealergroep.

Van Mossel Automotive Group heeft het plan om Business Lease Poland over te gaan nemen aan het einde van dit jaar. Hiermee heeft het bedrijf een belangrijke stap gezet in de uitbreiding van zijn internationale leaseactiviteiten. De transactie geeft het bedrijf direct toegang tot de Poolse leasemarkt met een portefeuille van ruim vierduizend voertuigen en versterkt de integratie van lease-, dealer- en remarketingactiviteiten in Centraal-Europa.

Figuur 9 toont op basis van gegevens van dertig dealers uit de top 100 het verband tussen occasionverkoop en werkplaatsdoorgangen. Dealers proberen occasionkopers ook aan zich te binden voor reparatie, onderhoud en banden en zetten hier sterk op in.

Figuur 9: Occasionverkoop ten opzichte van werkplaatsdoorgangen - voor 2025, 30 dealerholdings met beschikbare data



Bron: Aumacon Dealerholding Top-100, Editie 2026

Efficiënte personeelsbezetting en cultuur

Door overnames kunnen dealergroepen klantcontact en planning centraliseren, bijvoorbeeld in een centraal businesscentrum dat werkzaam is voor alle vestigingen. Zo verlagen zij de kosten, versterken zij het klantcontact en de conversie, en verbeteren de werkplaatsbezetting en het resultaat. Schaalgrootte wordt een randvoorwaarde om noodzakelijke investeringen te kunnen dragen.

De omzet per medewerker geeft een eerste beeld van de efficiëntie, maar het nettoresultaat per medewerker is een betere maatstaf omdat dit ook de kosten weerspiegelt. Binnen de top 10 realiseert Van Mossel het hoogste nettoresultaat per medewerker, ruim boven het gemiddelde van 9.900 euro bij de twintig dealers met volledige gegevens. Van Beek Autobedrijven en Auto Winters, respectievelijk nummer 52 en 58 in de top 100, presteren opmerkelijk beter qua nettoresultaat per medewerker dankzij hun efficiënte bedrijfsvoering en hoge bezettingsgraad.

De omvang van de verwachte benodigde investeringen speelt mee om een beoogde over te nemen vestiging op het gewenste kwaliteitsniveau van de overnemende partij te krijgen. Bij overnames gaat het uiteindelijk ook om het nieuwe personeel dat uiteindelijk de omzet moet realiseren. De leeftijdsopbouw en technisch kennisniveau van deze medewerkers is in een krappe arbeidsmarkt bij een overname een belangrijk onderdeel van het beoordelingspotentieel.

Minder hard te maken bij een overname is de aanwezige bedrijfscultuur van het over te nemen bedrijf. Dan gaat het om de vraag in hoeverre het bedrijf de potentie heeft om te wennen aan een nieuwe of andere professionele aansturing om efficiencytargets te halen. Cultuurverschillen kunnen in de praktijk bij overnames een grote valkuil zijn met het risico dat cruciale werknemers van het overgenomen bedrijf uiteindelijk vertrekken omdat ze niet kunnen aarden in de nieuwe organisatie. Zonder deze cruciale werknemers kan het lastig worden om de van te voren beoogde synergievoordelen te behalen.

Figuur 10: De prestaties per medewerker

Dealerholding	Werkplaatsdoorgangen per medewerker (aantal)	Omzet per medewerker (in duizend euro's)	Nettoresultaat per medewerker (in duizend euro's)
Van Mossel Automotive Group	134,2	715,5	18,4
Emil Frey Nederland	-	672,2	6,1
Hedin Automotive	-	635,2	3,4
Amega	233,9	938,6	16,6
Zeeuw & Zeeuw	281,1	860,1	11,0
Van den Udenhout*	152,6	772,3	4,8
Riva Holding	144,2	637,9	0,0
Wensink Automotive	165,8	761,9	5,8
Dusseldorp Automotive	148,6	914,3	9,3
Janssen Van Kouwen Automotive	256,3	714,3	2,7
Wealer	-	628,5	2,8
Virena Autogroep	320,7	967,4	10,9
AutoKievit	-	769,2	15,4
Van Beek Autobedrijven	281,9	722,8	29,8
Mengelers Automotive Limburg	228,7	457,8	6,0
Auto Winters	161,3	948,3	35,3
Dekkerautogroep	172,6	391,8	5,3
Smeets Autogroep	209,8	703,8	4,7
Hoofman	-	699,0	6,2
Automotive-centre Van Nieuwkerk	327,1	832,8	2,9
Gemiddelde	218,21	805,70	9,9

Overige overname indicatoren

Dealers gebruiken aanvullende meetwaarden om schaalvoordelen zichtbaar te maken en overnamekandidaten te beoordelen. Belangrijke maatstaven zijn het operationeel resultaat (EBIT) per vestiging en de bijbehorende kostenstructuur. EBIT toont het resultaat uit de kernactiviteiten, vóór rente en belastingen. De Aumacon Editie 2026 bevat deze gegevens echter niet.

Ook de omloopsnelheid van de occasionvoorraad speelt een belangrijke rol. Hoewel specifieke cijfers omtrent omloopsnelheden van occasions per vestiging ontbreken, geven de ontwikkeling van de occasionverkoop en het aantal werkplaatsdoorgangen een goede indicatie van een gezonde bedrijfsvoering.

Ten slotte speelt er ook nog een belangrijke praktische wettelijke en operationele reden: netcongestie. Soms is hierdoor uitbreiden met nieuwe locaties niet mogelijk. Het overnemen van bestaande partijen kan dan uitkomst bieden. Dealers wegen deze indicatoren daarom nadrukkelijk mee bij de beoordeling van mogelijke overnames.



3. De tweede consolidatiegolf bij universele autobedrijven

Universele autobedrijven staan voor dezelfde uitdagingen als dealerholdings, maar kiezen vaak een andere route. Ondanks toenemende investeringen in elektrificatie, slimme rijhulpsystemen (ADAS) en personeel blijft een grote consolidatiegolf uit. Veel ondernemers proberen bedrijfsbeëindiging te voorkomen door voor bedrijfsopvolging te zorgen, samen te werken en/of aansluiting bij een formule te zoeken. Tegelijk zorgen moderne rijhulpsystemen voor minder schades, terwijl de complexiteit en kosten van schadeherstel juist toenemen. Dat dwingt universele garages en schadebedrijven hun verdienmodel opnieuw tegen het licht te houden. Bij distributeurs van onderdelen is de consolidatie al langer gaande.

Uitdagingen bij universelen

De universele autobedrijven en schadeherstelbedrijven hebben vergelijkbare uitdagingen als dealerbedrijven, maar de investerings- en arbeidsmarktcomponent is vaak nog scherper vanwege de kleinere omvang van deze bedrijven. De marktvraag naar onderhoud en reparatie blijft hoog door de omvang en relatief hoge ouderdom van het Nederlandse wagenpark. Universele garagebedrijven doen het onderhoud en reparaties. Voor grote schades wordt uitgeweken naar schadeherstelbedrijven. Verzekeraars hebben hier vaak een sturende rol.

Reparaties aan elektrische voertuigen en ADAS-gerelateerde werkzaamheden vragen om certificeringen, gespecialiseerde apparatuur en continue opleiding, terwijl technici schaars zijn

en loonkosten stijgen. Daarbij verandert ook het schadebeeld door het ADAS-effect: het aantal schades vermindert terwijl de kosten per schade juist toenemen door complexiteit en sensortechnologie in auto's. In de markt wordt geconstateerd dat leasemaatschappijen veel schade niet meer laten repareren vanwege te hoge materiaal- en personeelskosten en een voertuig eerder total-loss laten verklaren. Deze trend is een bedreiging voor het schadebedrijf omdat het tot dalende volumes leidt. Daardoor standaardiseren schadebedrijven hun processen steeds beter om de kosten beheersbaar te houden, iets waar met name leasemaatschappijen sterk op sturen. Dit vergroot het belang van ketenvorming en preferred supplier-posities van professionele reparatie- en schadebedrijven bij hun afnemers. Opschaling maakt het hierbij mogelijk om bezetting te stabiliseren, expertise te bundelen en investeringen over meer

volume uit te smeren en kosten te besparen. De schaal stimuleert tevens 'remanufacturing', het hergebruiken van gebruikte onderdelen wat aansluit bij circulair ondernemen.

Van dealer naar universeel

Het verlies van een merkdealerschap hoeft zoals eerder genoemd, niet automatisch negatief te zijn. Het kan namelijk ook ruimte geven voor een sterker focus op occasions en aftersales, zonder de investeringseisen van het merk en de doorbelaste overheadkosten van het merk of importeur. Dit kan het rendement in de praktijk verbeteren, zeker bij een sterke lokale marktpositie. Ondanks dat er naar schatting zo'n 300 tot 400 ex-dealers de afgelopen jaren universeel zijn geworden, is het aantal universele leden binnen Bovag niet toegenomen (zie ook figuur 2). Deels komt dit doordat deze ex-dealers nog lid zijn van de dealer-afdeling van Bovag en anderzijds omdat een aantal reguliere universele autobedrijven is overgenomen of gestopt.

Consolidatie onder universelen blijft achter

Veel kleinere universele autobedrijven zijn kwetsbaar: ze hebben moeite met bedrijfsopvolging, met het voldoen aan wettelijke- en compliance-eisen en om te investeren in moderne werkplaatscapaciteit om meer geavanceerde voertuigen te kunnen repareren. Dit leidt in de praktijk tot bedrijfssluitingen.

In dit spanningsveld kunnen overnames consolidatie onder universele autobedrijven versnellen. Door kleinere branchegenoten over te nemen, vergroten bedrijven hun schaal en richten zij hun vestigingsnetwerk efficiënter in. Een voorbeeld is de overname in 2023 van het universele autobedrijf Jan van Mourik & Zn door Bochane Groep. Hun schadetak werd ondergebracht bij Boekhorst Autoschade, ook onderdeel van de groep. Dit voorbeeld laat zien dat er wel consolidatie bij universelen plaatsvindt door overnames van regionale en gespecialiseerde spelers. In dit voorbeeld specifiek door een dealergroep.

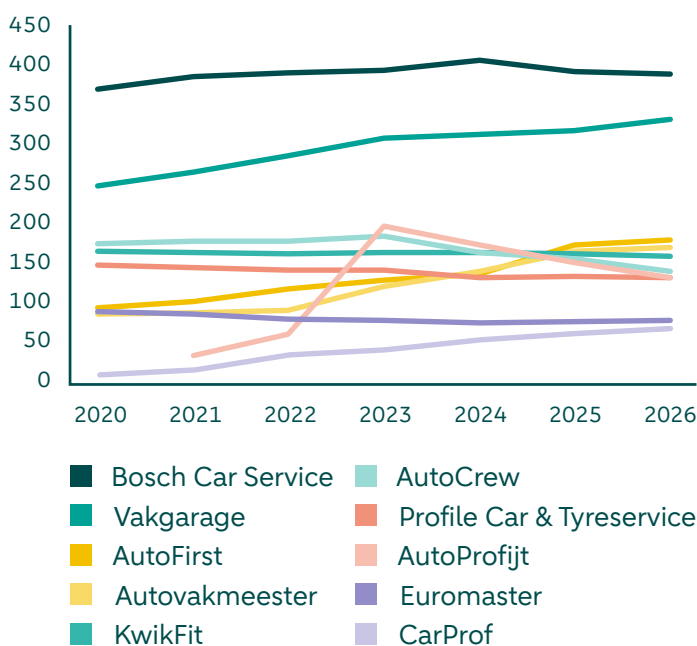
In de praktijk komen overnames die schaalvergroting tot doel hebben echter beperkt van de grond. Veel universele autobedrijven werken sterk lokaal, verkopers vragen vaak hoge huren voor het niet verkochte bedrijfspand en medewerkers staan niet altijd open voor een nieuwe eigenaar. Daardoor blijft de bestaande situatie nog vaak intact. Wel dragen ondernemers hun bedrijf steeds vaker over aan jongere medewerkers. Daarnaast is aansluiting bij een garage- of schadeformule voor universele autobedrijven een aantrekkelijke manier om hun positie te versterken.

Universele en ondersteunende formules

In de praktijk zijn er twee soorten samenwerkingsconcepten waarbij zelfstandige autobedrijven zich kunnen aansluiten. De universele garageformule is voor merkonafhankelijke garages. Zij onderhouden en repareren auto's van allerlei merken en deze formules zijn duidelijk kenbaar voor de consument door een gezamenlijke naam en huisstijl. Een zelfstandige garage presenteert zich zo als onderdeel van een landelijk garagenetwerk. Ze behouden hierbij hun zelfstandigheid maar profiteren van de professionaliteit op het gebied van marketing, werkplaatsinvesteringen, nieuwe technieken en inkoop. Figuur 11 geeft een beeld van de top 10 universele garageformules in Nederland met bekende namen als Bosch Car Service, Vakgarage en Kwikfit.

Daarnaast zijn er ondersteunende garageformules die de nadruk leggen op ondersteuning achter de schermen. Het autobedrijf houdt zijn sterke lokale en eigen identiteit, maar krijgt vanuit de formule bijvoorbeeld toegang tot inkoop van onderdelen, technische informatie, trainingen, diagnoseapparatuur en software. De grootste ondersteunende formule in Nederland is Bosch Workshop Partner met 512 vestigingen in 2026, gevolgd door Champion Garageformule en Lease Service Partner (LSP) met respectievelijk 305 en 244 vestigingen. Achter alle drie de garageformules zit een productleverancier: Bosch (onderdelenfabrikant), Champion (oliefabrikant) en LKQ (onderdelendistributeur). Een middelgrote formule is Eurorepar Car Service en deze formule is eigendom van autofabrikant Stellantis.

Figuur 11: Top 10 universele garageformules





Volgens Aumacon lijken zowel de universele als ondersteunende formules te dalen met het aantal vestigingen. Het aantal universele formulelocaties daalde met 4 procent naar 2188. De ondersteunende formules daalden met 1 procent naar 2274 aangesloten vestigingen. Veel universele formules hebben de focus verlegd naar een hogere kwaliteit van de deelnemers. Niet alle deelnemers kunnen of willen aan die aanvullende eisen blijven voldoen met contractverbrekingen als gevolg.

Schadeherstel

Naast de universele en ondersteunende garageformules kunnen universelen en onafhankelijke schadeherstelbedrijven zich ook nog aansluiten bij landelijk professionele schadeconcepten als ABS Autoherstel of Schadenet. Veel schadeherstelbedrijven behoren inmiddels al bij grote dealerholdings. Voorbeelden zijn Van Mossel Autoschade en het eerder genoemde Boekhorst Autoschade, de schadehersteldivisie van de Bochane Groep. Zij hebben in september 2026 Autoschade Roelofs overgenomen en daarmee de positie van Boekhorst in de Achterhoek en Oost-Nederland versterkt. De vestiging gaat verder als Boekhorst Roelofs Zelhem. Met een dergelijke overname breidt Bochane zijn schadeherstelactiviteiten verder uit en profiteren klanten van de vertrouwde lokale service, ondersteund door de schaalgrootte en expertise van een landelijke organisatie.

Een ander voorbeeld is ABS Den Elzen Groep, lid van ABS Autoherstel, dat per 1 juni 2026 drie schadeherstelvestigingen in Amsterdam en Schagen heeft overgenomen: Met deze uitbreiding versterkt de groep haar positie in Noord-Holland en groeit het netwerk naar dertien vestigingen. De overgenomen bedrijven worden volledig en zorgvuldig geïntegreerd binnen de groep. De overname past binnen de

groeistrategie van ABS Den Elzen Groep, dat sinds 2025 onderdeel is van het Scandinavische Werksta en vanaf 1 juli 2026 verdergaat onder de naam ABS Werksta Autoschade.

Lease en universelen

Veel leasemaatschappijen besteden hun onderhoud van hun lease-wagenpark uit aan, veelal formulegebonden, universele autobedrijven. Door de scherpe onderhandelingen en strikt gestelde voorwaarden, vinden veel universele autobedrijven dit minder aantrekkelijk. Daarbij leveren particuliere werkzaamheden meer rendement op. De garageformule waar de universele autobedrijven bij aangesloten zijn, maakt centraal de vaste afspraken met de leasemaatschappijen en verplicht de autobedrijven tot een wenselijke uitvoering. In de praktijk levert dit spanningen op tussen formules, haar aangesloten leden en leasemaatschappijen.

Sommige universele autobedrijven kiezen juist voor een eigen leasemaatschappij. Zo lanceerde Autobedrijf Wijnne in 2022 Easy Autolease, een private lease-formule voor jonge occasions. Daarmee speelt het bedrijf in op de verschuiving van autobezit naar autogebruik bij consumenten en vermindert het zijn afhankelijkheid van externe leasemaatschappijen, die bepalen waar hun klanten verplicht onderhoud moeten laten uitvoeren. Door de leasecontracten aan de eigen werkplaats te koppelen, tracht Wijnne klanten gedurende de volledige gebruiksduur van de auto aan zich te binden en verzekert het zich van een stabiele stroom aan onderhouds- en servicewerk. Het bedrijf beoogt hier mee meer grip op de klantrelatie, een hoger rendement per voertuig via lease-inkomsten, een betere werkplaatsbezetting en de verkoop van de occasion na afloop van het contract.

Consolidatie bij universele distributeurs

Tot slot nog aandacht voor de universele onderdelendistributeurs waar landelijk en in Europa de afgelopen jaren schaalvergroting heeft plaatsgevonden. Deze distributeurs spelen een rol bij de dealerholdings die een multimerkenbeleid hebben in hun werkplaatsen. In 2013 werd bijvoorbeeld onderdelendistributeur Sator uit Schiedam overgenomen door het Amerikaanse LKQ Inc. dat eerder de Britse onderdelendistributeur European Car Parts (ECP) had overgenomen. Dit was de start voor een consolidatieproces waarbij vele kleinere distributeurs door LKQ zijn ingelijfd. Een paar jaar later heeft de eveneens Amerikaanse distributeur Alliance Automotive Group (AAG), eigendom van Genuine Parts Company (GPC), de Edese grossiersketen PartsPoint overgenomen waar ook Brezan onder viel. Daarna heeft AAG nog andere onafhankelijke grossiers geacquireerd. Het gevolg is dat deze twee partijen de Nederlandse markt tot vandaag domineren.

Echter, er is een derde partij verschenen, het Franse PHE (Parts Holding Europe) dat een dochterbedrijf is van de Belgische dealerholding D'Ieteren Group. De verwachting is dat zij ook gaan uitbreiden met overnames. Gezamenlijk hebben deze drie partijen naar schatting 70 procent van de onderdelendistributie in handen. Daarnaast zijn er nog andere internationale en nationale onderdelendistributeurs in Nederland actief zoals het Duitse WM Automaterialen, het Poolse Inter Cars en Nederlandse spelers als Koskamp, Molco en de grossiers coöperatie AllParts die op hun eigen manier de aftermarket servisen.

Voor onafhankelijke autobedrijven zijn distributeurs een belangrijke ruggengraat. Vaak zijn dit ook partijen zoals LKQ die de regie hebben over de universele werkplaatsconcepten. Hoewel het er op lijkt dat onafhankelijke, universele garages zelf nog niet massaal consolideren, is dat bij hun leveranciers wel gaande.



4. De investeringshypothese

De combinatie van voorspelbare consolidatie effecten en relatief stabiele kasstromen in verkoop, aftersales en aanpalende diensten maakt de autobranche interessant voor zowel strategische kopers als financiële investeerders uit binnen- en buitenland.

De top 3 in Nederland is over de landsgrenzen actief en onder meer Scandinavische partijen zijn actief in overnames van bijvoorbeeld schadebedrijven in Nederland. Het creëren van extra economische waarde volgt vaak vanuit de strategie van ‘aankopen en uitbouwen’, met hefbomen als een efficiënt locatiebeleid, centralisatie van diensten als klantcontact en backoffice, schaalvoordelen in inkoop en onderdelenlogistiek, harmonisatie van IT en verbetering van de werkplaatsbezetting. Maar er bestaat ook de mogelijkheid tot gerichte aanvullende cross-selling tussen verkoop, lease en service en een professioneel personeelsbeleid om talent binnen te halen en kwalitatief goed personeel te behouden. Dit zijn ook belangrijke hefbomen voor betere prestaties.

De aantrekkelijkste kansen liggen veelal in segmenten met een versnipperd speelveld van aanbieders en waar de afhankelijkheid van autofabrikanten lager is, zoals bij schadeherstel, universeel onderhoud, aansluiting bij occasionplatforms als ViaBovag en eigen lease- en andere mobiliteitsdiensten.

Risico's zijn nadrukkelijk operationeel en mens gedreven. Personeelsbehoud en -instroom zijn kritische succesfactoren, waarbij verloop en aanhoudende vergrijzing het integratie- en groeitempo kunnen beperken. Daarnaast kan netcongestie de uitbreiding van nieuwe vestigingen hinderen en toenemende rapportageverplichtingen en de verschuiving van reparaties door elektrificatie, de businesscase beïnvloeden. Een scherpe strategie vraagt daarom om scenario's voor aftersalesvolume, verhogen van de gemiddelde factuurwaarde, de schadefrequentie en om een duidelijke aanpak voor integratie, cultuur en opleiding.

Conclusie

Consolidatie is het structurele antwoord van de Nederlandse autobranche op netwerkverdichting door fabrikanten, structurele lage nieuwverkoop, smalle marges, hogere investeringen, toenemende technologische complexiteit en een aanhoudend personeelstekort. Succesvolle dealerbedrijven combineren schaal met een breed mobiliteitsmodel waarin de verkoop van nieuwe en gebruikte auto's, aftersales, schadeherstel en lease de klantbinding versterken en kasstromen verbeteren. Universele spelers blijven concurrerend door zich lokaal scherp te positioneren, operationeel uit te blinken en tijdig schaal te organiseren via samenwerking door formulevorming, aansluiting bij een platform of door ook overnames te doen. Voor investeerders en strategische kopers liggen de beste kansen bij bedrijven die professionalisering en schaalvergroting combineren met stabiele service-inkomsten, mits zij personeel, integratie en investeringen in technologie actief managen. ABN AMRO ondersteunt hierbij ondernemers uit de sector met financiering, sectorinzichten en strategisch advies over veranderingen in hun bedrijfsmodel.

Colofon

Dit is een uitgave van ABN AMRO.

Auteurs

Henk Hofstede, sectorbanker Retail

contactpersoon

06-53258324

henk.hofstede@nl.abnamro.com



Ward van der Stee, sector analist

ward.van.der.stee@nl.abnamro.com



Eindredactie

Bendert Zevenbergen

Opmaak

Kollerie Reklame-Advies & Promoties

Fotoverantwoording

ABN AMRO beeldbank, Shutterstock.com

Belangrijke bronnen

AUMACON Dealerholding Top-100

AUMACON Garageformule Top-40

CARmonitor Kennisbank

Jos Veldhuisen, hoofdredacteur Aftersalesmagazine

Disclaimer

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie, die op zorgvuldige wijze in onze analyses zijn verwerkt. Noch ABN AMRO, noch functionarissen van de bank kunnen aansprakelijk worden gesteld voor in deze publicatie eventueel aanwezige onjuistheden. De weergegeven opvattingen en prognoses houden niet meer in dan onze eigen visie en kunnen zonder nadere aankondiging worden gewijzigd. Naast een copyright is er sprake van een *right to copy*. Het gebruik van tekstdelen en/of cijfers is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Teksten zijn afgesloten op 28 september 2026.