

accountenz,
breda



Automotive Nieuwsbrief

Bavel, juni 2018

Interessante trends en ontwikkelingen in uw branche? In samenwerking met onze kennispartners willen wij u hiervan graag op de hoogte houden.

Wat leest u in deze branchenieuwsbrief?

1. De actuele branchecijfers : automotive trekt zich op aan stijging autokosten
2. Interview: Tjalda Dijkstra van KIA Motors Nederland over bedrijfsovername
3. Tips voor u

Heeft u vragen ?

Wij informeren en adviseren u graag over deze en andere gebieden. Dus heeft u naar aanleiding van deze special vragen: neem gerust contact met ons op. Vraag naar één van onze relatiebeheerders op het nummer 0161-431599.

U treft u ook meer informatie aan op onze website: www.accountenzbreda.nl

Met vriendelijke groet,

accountenz, breda

Marcel Aarts
vennoot

Hoewel bij de samenstelling van deze uitgave de uiterste zorg is nagestreefd, wordt geen aansprakelijkheid aanvaard voor onvolledigheden of onjuistheden. Vanwege het brede en algemene karakter van de nieuwsbrief, is deze niet bedoeld om alle informatie te verschaffen die noodzakelijk is voor het nemen van financiële beslissingen. Dit is een uitgave van de SRA waarbij ons kantoor is aangesloten. Verschijningsdatum: juni 2018.

Automotive trekt zich op aan stijging autoverkopen

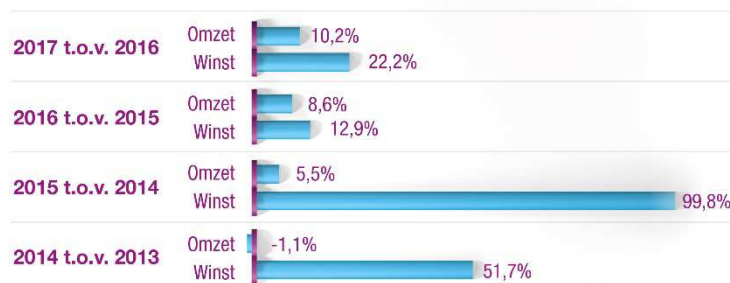
Bovengemiddelde groei van zowel omzet als winst



De automotive heeft een zeer goed jaar achter de rug en deed het op veel vlakken beter dan het mkb als geheel. De omzetontwikkeling trok in 2017 opnieuw aan tot 10% (versus bijna 9% in 2016, 5,5% in 2015 en -1,1% in 2014). Maar liefst 70% van de autobedrijven zag de omzet toenemen of stabiliseren en dat was een forse verbetering ten opzichte van 2016 (53%). Ook de winst groeide met ruim 22%. Daarmee presteerde de automotive duidelijk beter dan in 2016 (13%) en stegen zij uit boven de gemiddelde winstgroei van het totale mkb (15,5%). Dit blijkt uit het nieuwe SRA-rapport 'Branches in Zicht 2018, de harde cijfers van Nederlandse ondernemingen'.



Automotive



Sterke winstontwikkeling garages

Net als in het voorgaande jaar waren de verschillen binnen de autobranche groot. De verkoop van nieuwe personenauto's is in 2017 opgekrabbeld en dat is terug te zien in de cijfers voor de handel (garages). In dit segment groeide de winst voor belasting bovengemiddeld sterk. De verkoop van occasions nam licht toe ten opzichte van het toch al hoge niveau van 2016. Dit was voordelig voor de handel in auto-onderdelen en accessoires. Ondernemers die zich richtten op gespecialiseerde reparaties hadden het gemiddeld gezien moeilijker.

Kosten onder controle

De toename van de bedrijfskosten (5%) was in de autobranche minder sterk dan voor het totale mkb. Vooral de personeelskosten lieten met +5% een relatief geringe stijging zien, tegen 8% voor het mkb. In 2016 stegen deze lasten nog met 11%. De verkoopkosten, onder meer voor promotie en showrooms, zijn juist relatief sterk gestegen, maar de toename was minder groot dan in 2016. Het eigen vermogen nam net als een jaar eerder met ruim 15% toe. Tegelijkertijd liepen de langlopende en de kortlopende schulden weer op, terwijl in 2016 nog een daling uit de bus kwam.

Nieuwe initiatieven

Ondanks de goede cijfers blijft het in de autobranche lastig navigeren, want ingrijpende structurele veranderingen, zoals technologische ontwikkelingen en de komst van nieuwe marktpartijen, zetten de bedrijfsmodellen en marges onder druk. Een ander punt van aandacht is het tekort aan vaklieden. Autobedrijven zullen moeten innoveren, bijvoorbeeld wat betreft samenwerking en klantenbinding.

Het SRA-rapport 'Branchen in Zicht 2018; de harde cijfers van Nederlandse ondernemingen', bevat de belangrijkste financiële kengetallen van het mkb. Het zijn unieke cijfers, gebaseerd op een grootschalige cijferanalyse uit de SRA-Benchmarkdatabase, genaamd 'Branche in Zicht'.

INTERVIEW

Kritische punten bij overname autobedrijf

“Bij veel autobedrijven speelt een gebrek aan inzicht. Dan kun je niet beslissen of je wel of niet doorgaat met je bedrijf. Maar als ondernemer moet je wel verder, want stilstand is achteruitgang.”



Tialda Dijkstra is bij KIA Motors Nederland mede verantwoordelijk voor netwerk development. Zelf zegt ze niet veel te hebben met auto's, maar juist wel met de autobusiness. “Na mijn studie bedrijfseconomie heb ik veel rollen gehad, van administratief medewerker tot financieel controller.” Zes jaar geleden trad ze in dienst bij KIA Motors. Aanvankelijk als manager business management om op basis van financiële cijfers de performance bij dealers te verbeteren, maar uiteindelijk werd ze medeverantwoordelijk voor de ontwikkeling van het dealernetwerk in bredere zin. “Eén van de uitgangspunten daarbij is hoe een merk en een importeur denken over het dealerlandschap in de toekomst.”

Sanering in de branche

Volgens Dijkstra hebben kleinere partijen in de branche het steeds lastiger. Ze spreekt over de huidige (deels natuurlijke) sanering in de branche in het algemeen: “Er worden steeds meer eisen gesteld en de verdiensten staan onder druk. Volgens branchevereniging Bovag is het rendement van autobedrijven 0,8%. Dat komt onder andere doordat veel bedrijven in dezelfde vijver vissen. Er zijn ook veel veranderingen gaande. Niet alleen in automotive, maar ook bij mobiliteit als een breder vraagstuk. De vraag van de consument wordt anders,

denk aan elektrificatie en zelfrijdende auto's. Dat gaat veel sneller dan je denkt. En bij de autobedrijven zie we steeds meer harde franchise. De partijen die geld stoppen in een merk, moeten ook de kans krijgen om geld te verdienen. Ik zie deze groep steeds selecter worden.”

Netwerk en contractstructuren

Autobedrijven zijn in te delen in drie verschillende typen:

1. Standalone dealer, die de verkoop en onderhoud verricht voor één merk.
2. Multimerkdealers, die verkoop en onderhoud doen voor meerdere merken.
3. Een erkend reparateur, die alleen service verleent en eveneens een direct contract heeft met de importeur.

Volgens Dijkstra zijn merkgebonden dealerbedrijven cruciaal anders dan universele bedrijven. “De contractstructuur is altijd gebaseerd op de sales van een verzorgingsgebied, niet op de service. Dat is vanwege Europese richtlijnen. Bovendien is er altijd rechtstreeks contact tussen de importeur en het dealer- of tweedelijns netwerk: subdealers die gecontracteerd zijn onder een hoofddealer. In deze opzet is er altijd sprake van een driepartijen-overeenkomst. Het komt steeds vaker voor dat een hoofddealer meerdere regio's heeft, of één contract met meerdere outlets, waarbij meerdere contracten afgesloten zijn. Overigens wordt een dealercontract niet automatisch meegenomen bij een bedrijfsovername.”

Overname

Voor een bedrijfsoverdracht bestaan verschillende redenen. “Er is bijvoorbeeld geen toekomstbestendige managementstructuur. Of opvolging ontbreekt, er is sprake van een slecht rendement of zelfs een dreigend faillissement. Ook kan de strategie van de importeur veranderen, of neemt een dealer zelf het initiatief om te verkopen.” Wanneer zowel de dealer als de importeur zijn wensen bij een overname kenbaar heeft gemaakt, kan er gezamenlijk gekeken worden naar de mogelijkheden voor verkoop of een fusie. In de praktijk ziet Dijkstra vooral activa/passiva-overnames en minder aandelentransacties.

Verkoopdossier in zeven stappen

Voor het opbouwen van een dossier voor verkoop gaat ze uit van een zevental stappen met daarbij een aantal kritische punten. Allereerst moet het balansdossier op orde zijn. “Vaak zie je dat er veel op voorraad ligt, maar we komen nog steeds bedrijven tegen die niet werken met een subadministratie. De uren die besteed zijn aan het opknappen van gebruikte auto's zouden bijvoorbeeld ook op de balans geactiveerd moeten zijn, net als een controle op de voorziening btw in het kader van de margeregeling.”

Opbrengsten en kosten

Voor de P&L-analyse (profit & loss) is het nodig om bijvoorbeeld een margeanalyse te maken van de diverse profitcenters. “Het gaat dan om de marge op nieuwe en gebruikte auto's, de marge op onderdelen en de marge van de werkplaats. Daarnaast kijk je naar directe afdelingskosten, de overheadkosten en structuurkosten. Bij voorkeur maak je die analyse over meer dan één jaar, zodat je een trend ziet. En benchmarken met eigen merkdealers of branche levert ook veel inzicht. Bijna ieder merk levert deze gegevens wel aan zijn dealers.” Dijkstra ziet dat goodwill niet of nauwelijks betaald wordt. En als het wel betaald wordt, is het voor het overnemen van het klantenbestand van het rijdend wagenpark. “Maar wanneer het rendement laag is of er weinig potentie in het bedrijf zit, is er over het algemeen weinig interesse om over te nemen.”

KPI's opstellen

Bij het opstellen van KPI's voor de sales van het rayon gaat het bijvoorbeeld om de rayongrootte, de concurrentie in het gebied, de pump in/pump out en rijafstanden tussen locaties. De meeste importeurs hebben speciale abonnementen bij bedrijven die dit soort data kunnen aanleveren. Bij de aftersales wegen vooral het rijdend wagenpark en de potentie voor uitbreiding en de rijafstanden mee. "Het is ook van belang om de inhoud van een dealercontract te kennen. Bijvoorbeeld of het merk met het bedrijf mee verkocht kan worden, maar ook wat de voorwaarden van het merk zijn, bijvoorbeeld de uitstraling van het pand, eisen ten aanzien van DMS-systemen en natuurlijk het toekomstige verdienmodel. Tevens is het handig om te weten wat de jaarlijkse doelstellingen van een importeur zijn."

Als laatste heb je als kopende partij volgens de wet de verplichting om al het personeel over te nemen. Dat gebeurt op basis van de geldende arbeidsvoorwaarden. Inventariseer dan ook wie met pensioen gaat, of er sprake is van langdurig zieke werknemers enzovoort.

Sturen op cijfers

Veel ondernemers zijn niet kundig genoeg om te sturen op cijfers, ervaart Dijkstra. In tegenstelling tot een merkdealer heeft een universeel autobedrijf vaak geen dealerbegeleiding. "Daar hebben ze hulp bij nodig. En omdat er al een vertrouwensrelatie met accountants is, kunnen zij die rol oppakken." Maar ze waarschuwt dat specifieke branchekennis daarbij nodig is. "Op basis van eerder genoemde KPI's kunnen adviseurs een belangrijke rol hebben bij de onderhandelingen. Het gaat om financieel inzicht en het rendement van een bedrijf." Dijkstra geeft aan vanuit haar huidige functie geen adviseursrol te hebben bij de overname voor één van beide partijen, maar wil ervoor zorgen dat er evenwicht is tussen beide partijen. "Uiteindelijk is iedereen erbij gebaat dat een overname zo transparant mogelijk verloopt."

Met dank aan: Tialda Dijkstra van KIA Motors Nederland en de SRA-Branche-expertgroep Automotive

TIPS VOOR U



TIP 1: Vererven of schenken bedrijf, wat is het fiscale voordeel?

Als de pensioendatum in zicht is, komt het moment om uw bedrijf over te dragen. Misschien hebt u voldoende voor uw oude dag opzij kunnen leggen en denkt u erover uw bedrijf aan een van uw kinderen te schenken. In dat geval heeft de verkrijger, bijvoorbeeld uw kind, recht op een belangrijk fiscaal voordeel.

Bedrijfsoverdrachtsregeling (BOR)

Dit belangrijke fiscale voordeel staat bekend als de bedrijfsoverdrachtsregeling, kortweg BOR. De faciliteit betekent dat de verkrijger, onder voorwaarden, bij schenking van uw bedrijf geen schenkbelasting hoeft te betalen tot een bedrijfswaarde van € 1.079.987. Is de waarde van uw bedrijf hoger, dan is over het meerdere 83% vrijgesteld. Voor zover de verkrijging niet is vrijgesteld, kan de verkrijger – onder voorwaarden – tien jaar uitstel van betaling van de verschuldigde schenkbelasting krijgen. Er is dan wel rente verschuldigd.

Let op!

De bedrijfsoverdrachtsregeling is ook van toepassing als een bedrijf via vererving wordt verkregen.

Voorwaarden

De belangrijkste voorwaarde voor de faciliteit is dat het verkregen bedrijf ten minste vijf jaar wordt voortgezet. Bij verkrijging van een bv moet de verkrijger de aandelen minstens vijf jaar in bezit houden. Het bedrijf moet wel worden voortgezet, maar dit hoeft de verkrijger dus niet zelf te doen.

Voorwaarden schenker en overledene

Bij schenking van een bedrijf geldt voor de faciliteit verder als voorwaarde dat de schenker het bedrijf in de vijf voorafgaande jaren in bezit moet hebben gehad. Is het bedrijf verkregen door vererving, dan moet de overledene ten minste één jaar voorafgaand aan het overlijden eigenaar van het bedrijf zijn geweest.

TIP 2: Auto van de zaak na bedrijfsoverdracht

De meeste ondernemers beschikken over een auto van de zaak. Als u stopt met uw bedrijf, heeft dit ook gevolgen voor uw auto van de zaak.

Overbrengen naar privé

Als u de auto niet samen met de andere bedrijfsmiddelen overdraagt, gaat deze over naar privé. De waarde van uw auto valt dan in de winst, waarover u belasting moet betalen. Er is namelijk sprake van een privé-onttrekking.

Werkelijke waarde

De privé-onttrekking wordt gesteld op de werkelijke waarde. Deze zult u zo goed mogelijk moeten schatten. Wijkt de waarde af van de boekwaarde, dan maakt u boekwinst of -verlies. Een boekwinst komt ten goede aan de winst, een boekverlies komt hierop in mindering.

Ook voor de bv

Heeft u een bv, dan kunt u als werknemer van de bv de auto van de zaak overnemen. De opbrengst valt dan in de winst. Is die groter dan de boekwaarde, dan maakt de bv belaste boekwinst. Bij een lagere opbrengst is er sprake van een aftrekbaar boekverlies.

Let op!

Vanaf het moment dat u de auto in privé overneemt, komen ook alle facturen voor uw privérekening. Vanaf hetzelfde moment bent u echter wel verlost van de fiscale bijtelling.

Wat met de btw?

Voor de btw is van belang of uw bedrijf de auto meer dan vijf jaar geleden heeft aangeschaft. De btw op de auto mag namelijk ineens van de af te dragen btw worden afgetrokken, maar de btw op de auto wordt wel vijf jaar gevolgd. Is de auto bijvoorbeeld pas drie jaar oud, dan moet de btw over de resterende twee jaar alsnog worden terugbetaald. Die laatste twee jaren is de auto namelijk niet meer bij de bv in gebruik.

Btw in rekening brengen?

Bij verkoop van de auto aan de nieuwe eigenaar (ondernemer dan wel dga) moet ook weer btw in rekening worden gebracht. Deze is voor u als ex-ondernemer uiteraard niet aftrekbaar.

Hoewel bij de samenstelling van deze uitgave de uiterste zorg is nagestreefd, wordt geen aansprakelijkheid aanvaard voor onvolledigheden of onjuistheden. Vanwege het brede en algemene karakter van de nieuwsbrief, is deze niet bedoeld om alle informatie te verschaffen die noodzakelijk is voor het nemen van financiële beslissingen. Dit is een uitgave van de SRA waarbij ons kantoor is aangesloten. Verschijningsdatum: juni 2018.