



NATIONAAL
ZAKENAUTO
ONDERZOEK
2013

WAT WIL DE ZAKELIJKE RIJDER?

EN WAT WIL DE WERKGEVER?

Nationaal Zakenauto Onderzoek 2013

Wat wil de zakelijke rijder en wat wil de werkgever?

Dit rapport is een beknopte selectie van de resultaten en van de achtergronden van het Nationaal Zakenauto Onderzoek 2013. De digitale versie en het bijlagenrapport van dit onderzoek kunt u GRATIS downloaden van de websites www.automobielmanagement.nl, www.rdc.nl of www.vna-lease.nl.

Inhoudelijke toelichting kan worden verkregen bij de onderzoeker Eric Vousten via de redactie van Automobiel Management redactie@automobielmanagement.nl of 0570-504372.

Voor overige informatie en bestellingen kunt u contact opnemen met Automobiel Management | Marieke Kolthof m.kolthof@automobielmanagement.nl of 0570-504349.

Inhoudsopgave

| | | | |
|---|-----------|---|-----------|
| Voorwoord | | Hoofdstuk 3 Samenvatting Berijdersonderzoek | 26 |
| Hoofdstuk 1 Zeven belangrijke conclusies | 8 | 3.1 De auto van de zaak | 27 |
| Hoofdstuk 2 Marktanalyse op basis van data van RDC Centraal Bureau Mobiliteit Informatie | 14 | 3.1.1. Eigendom | 27 |
| 2.1 Marktinformatie met betrekking tot de zakenauto | 15 | 3.1.2 Leeftijd van de zakenauto | 28 |
| 2.2 Verschuivingen tussen segmenten | 17 | 3.1.3 Catalogusprijs | 29 |
| 2.3 Verschuiving naar brandstofsoort/aandrijfvorm | 18 | 3.1.4 Leasebedrag | 29 |
| 2.4 Gemiddelde CO ₂ -footprint van het Nederlandse wagenpark wordt steeds kleiner | 19 | 3.2 Bijtelling | 30 |
| 2.5 Voorkeur voor lage bijtelling | 20 | 3.2.1 De huidige zakenauto | 30 |
| 2.6 Marktaandeel per merk | 23 | 3.2.2 Lage bijtellingscategorie is vaak negatieve keuze | 31 |
| | | 3.2.3 De verwachting over volgend jaar? | 31 |
| | | 3.3 Gebruik auto en behoefte aan mobiliteit | 34 |
| | | 3.3.1 Privégebruik | 34 |
| | | 3.3.2 De privéauto | 36 |
| | | 3.3.3 Jaarkilometrage zakenauto en eventuele privéauto | 37 |
| | | 3.3.4 Gebruik elektrische auto en plug-in hybride en laadgedrag | 38 |

| | | | | | |
|-------|---|----|--------|--|----|
| 3.4 | Alternatieve mobiliteitsvormen en mobiliteitsbudget | 39 | 3.9 | Loyaliteit en attractiviteit | 58 |
| 3.4.1 | Alternatieve mobiliteitsvormen | 39 | 3.9.1 | Loyaliteit ten opzichte van het merk | 58 |
| 3.4.2 | Mobiliteitsbudget | 41 | 3.9.2 | Loyaliteit ten opzichte van bijtellingscategorie | 59 |
| | | | 3.9.3 | Attractiviteit automerken | 60 |
| 3.5 | Beleid werkgever en autoregeling | 45 | 3.10 | Persoonlijke kenmerken van de zakelijke rijder | 61 |
| 3.5.1 | Beleid werkgever en autoregeling | 45 | 3.10.1 | Geslacht | 61 |
| 3.5.2 | Maatregelen op het gebied van bereikbaarheid/ mobiliteit | 46 | 3.10.2 | Leeftijdsopbouw | 61 |
| 3.5.3 | De autoregeling | 47 | 3.10.3 | Gezinssamenstelling | 62 |
| 3.5.4 | Informatie over brandstofverbruik | 48 | 3.10.4 | Werknemer, zelfstandige of werkgever/DGA | 62 |
| 3.5.5 | Stellingen over de werkgever | 49 | 3.10.5 | Bruto jaarinkomen | 63 |
| 3.5.6 | Werkgever en invloed | 50 | 3.10.6 | Werkgebied | 64 |
| | | | 3.10.7 | Achtergrond werkgever | 65 |
| 3.6 | Invoedsfactoren op de keuze voor de zakenauto | 51 | | | |
| 3.7 | Stellingen autokeuze en zakelijke mobiliteit | 53 | | | |
| 3.8 | De volgende zakenauto | 56 | | | |
| 3.8.1 | Bijtellingscategorie volgende zakenauto | 56 | | | |
| 3.8.2 | Indicatie tijdsduur keuzeprocess | 57 | | | |

| | | | |
|--|-----------|-----------------------------------|------------|
| Hoofdstuk 4 Samenvatting Bedrijvenonderzoek | 68 | Hoofdstuk 5 Verantwoording | 96 |
| 4.1. Wagenpark | 69 | 5.1 Achtergrond | 97 |
| 4.1.1 Samenstelling wagenpark | 69 | 5.2 Verantwoording | 98 |
| 4.1.2 Personenauto's en bestelauto's | 70 | 5.3 Opzet rapportage | 99 |
| 4.1.3 Leaseconstructie | 72 | | |
| 4.2 Beleid werkgever | 73 | Colofon | 100 |
| 4.2.1 Profilering als 'groen' | 73 | | |
| 4.2.2 Maatregelen in het kader van milieubesparing | 74 | | |
| 4.2.3 Sturing zuinig rijden | 74 | | |
| 4.2.3 Brandstofverbruik en bewustwording | 78 | | |
| 4.3 Stellingen berijder en mobiliteit | 79 | | |
| 4.4 Autoregeling | 80 | | |
| 4.5 Verwachting over terbeschikkingstelling zakenauto en autokeuze | 90 | | |
| 4.6 Verwachting m.b.t. alternatieve mobiliteitsvormen | 91 | | |
| 4.7 Achtergrondinformatie bedrijf en functie respondenten | 93 | | |

Voorwoord

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek (NZO) 2013 is het resultaat van een samenwerking tussen Automobiel Management (AM), RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Informatie en de Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen (VNA). De doelstelling is het uitvoeren van kwalitatief hoogstaand, betrouwbaar en actueel onderzoek op het gebied van de zakenauto en het aan de autobranche presenteren van onderbouwde en relevante conclusies met toegevoegde waarde. Sinds het begin van de samenwerking in 2009 waren de resultaten steeds nieuwswaardig voor omroepen en landelijke dag- en opiniebladen. En dat zijn ze nu opnieuw.

Het NZO telt een aantal vaste onderwerpen en gaat uit van drie basisgedachten. Allereerst is de vraag hoe belangrijk emotie (nog) is bij de keuze voor de zakenauto. Verder zoeken we naar

de invloed van het fiscale bijtellingsbeleid op de keuze van de zakenauto. En verder vragen we ons af wat de rol is van de relatie tussen werkgever en werknemer, dus wat is de invloed van de autoregeling op het keuzeproces van de zakenauto. De vaste aanpak zorgt voor continuïteit. Maar bovendien kunnen we met de grote hoeveelheid data die wij met het onderzoek verwerven trends in beeld brengen die marketeers in de autobranche een schat aan informatie bieden. Sommige geconstateerde trends zullen niet altijd voor iedereen verrassend zijn, maar het onderzoek staft vermoede trends met cijfers. Dat fiscale maatregelen van de overheid grote invloed hebben en dat de merkenloyaliteit blijft afbrokkelen, verrast misschien evenmin. Maar het NZO 2013 brengt dan ook in kaart welke merken zich daar zorgen over zouden moeten maken. Voor de editie 2013 ligt de nadruk op de crossing tussen wat de

zakenautoberijder eigenlijk wil en wat hij van zijn werkgever mag. Welke keuzes maakt de berijder en wat zijn daarbij de overwegingen. En, wat doet de werkgever op het gebied van de autoregeling en wat valt daar in de nabije toekomst te verwachten?

Dit vijfde Nationaal Zakenauto Onderzoek onderscheidt trends, levert bevestiging en opent de ogen. De samenwerking tussen AM Automobiel Management als belangrijke nieuwsbrenger voor de autobranche en het professionele RDC heeft in korte tijd een instituut opgeleverd waarvan de markt profiteert. Dit jaar is de Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen VNA toegetreden als partner in het onderzoek, wat gezorgd heeft voor verbreding van de thematiek en expertise in de zakelijke mobiliteit. Door toetreden van de VNA zal het NZO

ook in discussies met politiek Den Haag een rol kunnen gaan spelen. Bovendien is door het toetreden van VNA het aantal respondenten op het onderzoek ten opzichte van vorig jaar verdubbeld tot boven de vierduizend.

AM, RDC en VNA zijn ervan overtuigd een solide rapport te hebben vervaardigd dat probleemgebieden aanwijst maar ook handvatten biedt voor oplossingen. Opnieuw is de inhoud nieuwswaardig, zeker gezien de enorme populariteit van de auto in het algemeen en de bijzondere positie van de zakenauto in de Nederlandse samenleving.

Gerrit Schipper

Algemeen directeur

RDC Group BV

Peter Brouwer

Hoofdredacteur AM

Renate Hemerik

Directeur VNA

Hoofdstuk 1

Zeven belangrijke conclusies

1. Merkloyaliteit daalt nóg verder

Het is een maatschappelijk fenomeen dat consumenten minder loyaal zijn geworden aan een merk of een leverancier. Voor automerken geldt dit eveneens. Was een loyaliteit van zestig tot zeventig procent in de jaren tachtig en negentig heel gewoon, tegenwoordig wordt dat niveau nog maar net aangestipt door de best scorende automerken. In het NZO was vorig al een sterke daling zichtbaar bij de merkloyaliteit, dit jaar heeft de daling doorgezet. BMW en Volvo scoren met zestig procent de hoogste posities. BMW is gedaald ten opzichte van vorig jaar (maar staat nog steeds op nummer één) en Volvo is een paar procentpunten gestegen. De meeste merken hebben een (behoorlijk) lagere loyaliteitscore dan vorig jaar. De zakelijke rijder voelt zich blijkaar steeds minder verbonden aan een merk. Dat heeft niet alleen te maken met het bovengenoemde maatschappelijke fenomeen maar dat komt vooral door de sterk sturende werking van de fiscale bijtellingsregeling, waardoor een groot deel van de markt zich dán weer op het ene, dán weer op het andere model stort.

2. Attractiviteitsindex NZO blijkt betrouwbare voorspeller marktaandeelontwikkeling automerken

Twee jaar geleden is de attractiviteitsindex geïntroduceerd. Die index geeft aan hoe aantrekkelijk, oftewel hoe attractief de zakelijke rijder bepaalde merken vindt. De meting is een



momentopname, het geeft inzicht in de merkvoorkeur op dít moment; toekomstige, nu nog onbekende modelintroductions en/of grote marketingcampagnes kunnen de werkelijke merkvoorkeur uiteraard beïnvloeden. Desondanks blijkt de attractiviteitsindex van het NZO al twee jaar nauwkeurig de richting van de marktaandeelontwikkeling te voorspellen. In het NZO 2013 hebben Mitsubishi, Volvo, Mercedes-Benz, BMW, Alfa Romeo en Audi een hoge attractiviteitsindex. Deze merken kunnen het komende jaar rekenen op een groeiende belangstelling. Skoda en Lexus scoren stabiel. Merken als Hyundai, Kia, Renault, Opel,

Peugeot, Honda, Nissan en Seat hebben juist een lage attractiviteitsindex en een lager marktaandeel is voor deze merken te verwachten, tenzij ze modellen introduceren of activiteiten ontplooiën om hun aantrekkelijkheid te vergroten.

3. Geld maakt gelukkig

Berijders zijn niet bereid hun gedrag te veranderen, tenzij ... er een financieel voordeel tegenover staat. Blijkbaar is geld een machtig middel. Het duidelijkste bewijs dat sturing op zakelijke mobiliteit werkt, wordt in dit geval geleverd door de overheid: het instrument fiscale bijtelling blijkt een groot effect te hebben op het keuzegedrag. Maar ook werkgevers die berijders actief stimuleren (kosten)bewuster om te gaan met hun mobiliteit én daar een beloning tegenover zetten, geven aan dat deze aanpak werkt. En er is potentie. Uit het NZO blijkt dat er nog veel te weinig wordt gebruikgemaakt van simpele maar effectieve instrumenten (de helft van de bedrijven geeft nog steeds geen inzicht in het brandstofverbruik..!) Bovendien 'voelen' veel zakelijke rijders geen urgentie om te besparen op mobiliteitskosten en/of milieubelasting. In het algemeen geldt: hoe groter het bedrijf, hoe actiever de sturing van de zakelijke rijder maar dit neemt niet weg dat op dit gebied ook bij de grootste bedrijven veel mogelijkheden liggen ter verbetering. Dus werkgevers: maak bewust en bespaar! Stuur door te belonen,

of het nu gaat om autokeuze of zuinig/milieubewust rijden want de keuzes voor mobiliteit zijn sterk financieel gedreven.

4. Zakelijke rijders én werkgevers terughoudend over het mobiliteitsbudget

In het algemeen is er terughoudendheid over het mobiliteitsbudget te bespeuren. Zowel berijders als werkgevers twijfelen aan het nut ervan. Beide groepen vragen zich af of de individuele mobiliteit op deze wijze efficiënter en/of tegen lagere kosten kan worden ingericht. Zo'n dertig procent van de berijders overweegt serieus te kiezen voor een mobiliteitsbudget. Een groot deel van hen haakt af als duidelijk wordt dat een mobiliteitsbudget (risico-) verantwoordelijkheid en vaak ook een eigen investering met zich meebrengt. Werkgevers die het mobiliteitsbudget niet zien zitten, noemen drie belangrijke argumenten om het mobiliteitsbudget voorlopig niet hoog op de agenda te zetten. Dat zijn:

- De werkzaamheden of de locatie(s) van de werkzaamheden vereisen een (specifieke) auto, geen enkele andere vervoersvorm is een alternatief.
- Invoering van een mobiliteitsbudget betekent verantwoordelijkheid overdragen aan de medewerkers en dat resulteert in vermindering van grip (op mobiliteit, representativiteit, veiligheid, efficiency, etc.).

- Invoering leidt tot extra belasting voor de organisatie door meer administratieve rompslomp.

Het meest positief tegenover een mobiliteitsbudget staan de grote bedrijven met een actief mobiliteitsbeleid. Het zijn bedrijven die uit strategische overwegingen hebben gekozen voor een transitie van 'de autoregeling' naar 'mobiliteitsregeling' en het mobiliteitsbudget al aanbieden of willen gaan aanbieden als alternatief voor de reguliere zakenauto (het zogenoemde cafetariamodel). De berijders die het meest positief staan tegenover het mobiliteitsbudget verwachten gemak, vrijheid en de mogelijkheid om onder aan de streep geld over te houden. Er zijn geen significante afwijkingen gevonden tussen verschillende leeftijdsgroepen. Wel bij inkomensklassen: de relatief grootste voorkeur voor het mobiliteitsbudget komt uit de laagste inkomensklasse enerzijds (minder dan dertigduizend euro per jaar) en de hoogste inkomensklassen anderzijds (vanaf tachtigduizend euro per jaar). Een andere groep potentiële geïnteresseerden is vooral op zoek naar mogelijkheden om de eigen (fiscale) kosten te beperken. Veel van hen rijden nu in een zakenauto in de 0%-bijtellingsklasse of rijden niet privé met hun zakenauto - en betalen dus ook geen bijtelling. Hun inkomen ligt hoger dan gemiddeld. Voor hen geeft de calculator de doorslag.

5. De zakenauto wordt nog steeds gezien als een belangrijke secundaire arbeidsvoorwaarde

Werknemers koppelen in het onderzoek in sterke mate terug dat ze de zakenauto een belangrijke secundaire arbeidsvoorwaarde vinden. De zakenauto wordt bovendien beschouwd als 'mijn' auto en er is maar geringe bereidheid de auto te delen met anderen. Werkgevers vinden de zakenauto ook nog steeds een belangrijke secundaire arbeidsvoorwaarde maar zij zijn daarin minder stellig dan werknemers.

6. Verdere versobering autoregelingen verwacht

Veel autoregelingen zijn in het afgelopen jaar aangepast. In de meeste gevallen betreft het een aanscherping. Voorbeelden: beperking van merken/modellenkeuze, beperking van privé-kilometergebruik of verhoging van de eigen bijdrage. In maar een gering aantal gevallen is de autoregeling versoepeld; dan is er vaak sprake van uitbreiding van de autokeuze (met bijvoorbeeld hybrides of de 0%-categorie) of uitbreiding van de mobiliteitskeuze (bijvoorbeeld invoering persoonlijk mobiliteitsbudget). Werkgevers verwachten ook het komende jaar aanpassingen in de autoregeling door te voeren. Kostenbesparing is daarbij een belangrijk criterium. Vooral de grote bedrijven hebben een duidelijk beeld bij hoe ze dat gaan aanpakken:

- Minder medewerkers zullen een auto ter beschikking krijgen
- Het totale aantal zakenauto's zal verminderen
- Het maandbudget zal lager worden, waardoor er kleinere en goedkopere auto's gekozen gaan worden

7. De trend zet door: het aantal calculerende automobilisten neemt verder toe en steeds meer zakelijke rijders zijn bereid daarvoor emotie en/of merkbeleving in te leveren.

Als het gaat om de invloedsfactoren op de keuze voor de zakenauto zijn er ten opzichte van 2012 een paar belangrijke verschillen te constateren: 'milieu', 'fiscale bijtellingsklasse' en 'beleid van mijn bedrijf (c.q. de autoregeling)' zijn in belang toegenomen. De factor 'reputatie/status van merk of model' is in belang afgenomen. De andere factoren die betrekking hebben op de auto zélf, zijn vrijwel gelijk gebleven. Het lijkt gerechtvaardigd te concluderen dat de sturende maatregelen van de overheid enerzijds (fiscale bijtelling) en de werkgever anderzijds (autoregeling) hebben geleid tot ander keuzegedrag van de zakelijke rijder. Met dien verstande dat deze niet wil inleveren op eigenschappen van de auto (design, wegligging, luxe, veiligheid) maar wél (een beetje...) op de reputatie/status van een merk of model.



Hoofdstuk 2

Marktanalyse op basis van data van RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Informatie

In dit hoofdstuk worden de trends in de automarkt voor zakelijk gebruikte personenauto's ten aanzien van wagenpark, nieuwverkopen en milieukeurmerken behandeld. Hiervoor is gebruik gemaakt van AutoConnect Dashboard - een geïntegreerd platform met databases en functionaliteit voor het analyseren van statistische automotive data.

2.1 Marktinformatie met betrekking tot de zakenauto

Voor de analyse van de markt en de zakelijke markt in het bijzonder, is gebruikgemaakt van het online marktinformatie en analysesysteem AutoConnect Dashboard van RDC. Alle data hebben betrekking op de registraties van personenauto's per jaar tot en met 08/2013 YTD.

Voor de analyses van de zakelijke markt zijn de volgende segmenten (naar soort eigenaar) geclusterd:

- Klein zakelijk
- Fleetowner
- Leasemaatschappij
- Lease RTL
- Rental

De zakelijke markt is niet eenduidig vast te stellen op basis van registraties naar soort eigenaar. Dit heeft enige toelichting:

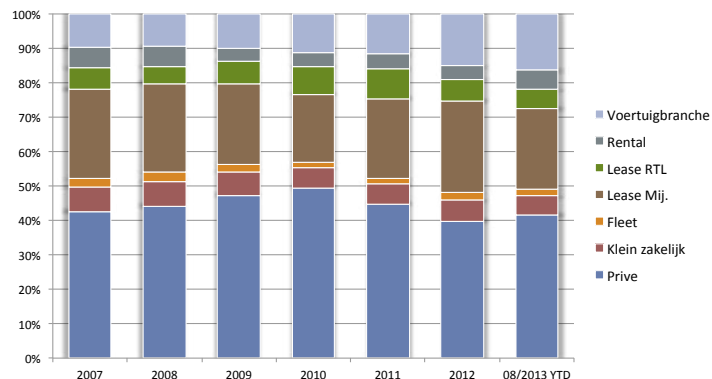
- De segmenten klein zakelijk, fleetowner, leasemaatschappij en rental bestaan volledig uit auto's met een zakelijke bestemming.
- Het RTL-register (Registratie Tenaamstelling Leasemaatschappij) stelt leasemaatschappijen in staat voertuigen in het kentekenregister van de Dienst voor het Wegverkeer op naam van de lessee of zijn of haar berijders te registreren, terwijl de leasemaatschappij een aantal kentekenhouderverplichtingen die normaal onderdeel zijn van de leaseovereenkomst op zich kan nemen. In het verleden is het RTL-register ook gebruikt voor registratie van gefinancierde auto's van particulieren. In 2012 is het register opgeschoond en geven de

RTL-registraties een getrouwer beeld van zakelijk geregistreerde auto's.

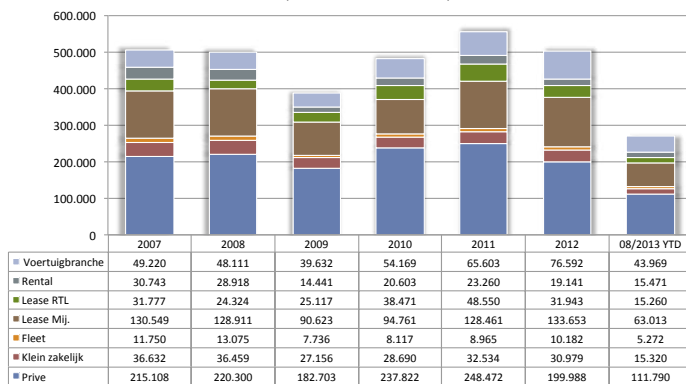
- Het aantal zelfstandigen/zzp'ers is inmiddels aanzienlijk. Velen van hen hebben een zakelijke auto. Deze auto's zijn niet als zodanig te herkennen in de statistiek omdat auto's van eenmanszaken automatisch worden geregistreerd onder privé.
- Daarnaast is er nog een groep zakelijke rijders met een privé-auto waarvan het zakelijk gebruik wordt gedeclareerd.
- Kortom: registraties volgens de definitie van een zakelijke auto zijn niet volledig uit de statistiek te herleiden. Met inachtneming van bovenstaande nuanceringen geeft clustering van de vijf segmenten (klein zakelijk, fleetowner, leasemaatschappij, lease RTL en rental) het meest zuivere beeld.

Registraties door leasemaatschappijen maken verreweg het grootste deel uit van de zakelijke markt (68% per 08/2013 YTD).

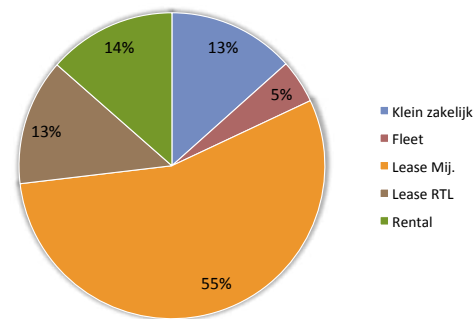
Totaalmarkt personenauto's naar soort eigenaar
(marktaandeel per segment)



Totaalmarkt personenauto's naar soort eigenaar
(absolute aantallen)



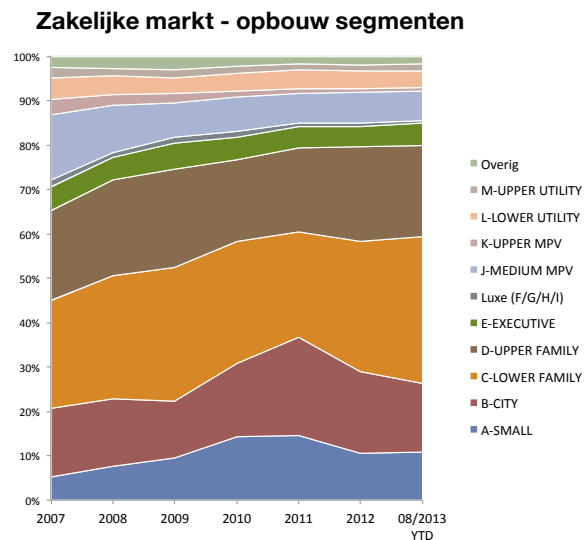
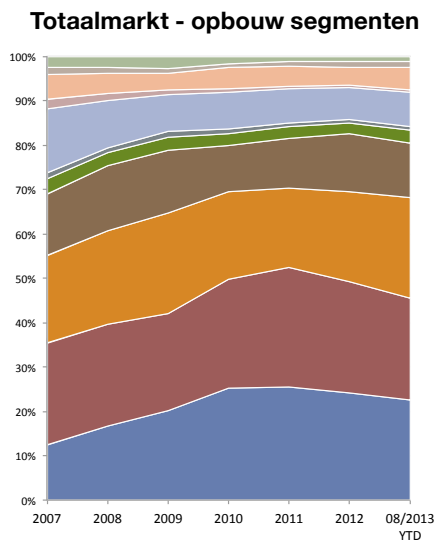
Zakelijke markt - registraties naar soort eigenaar
(per 08/2013 YTD)



2.2 Verschuiving tussen segmenten

Er is al een aantal jaren een verschuiving naar lagere segmenten zichtbaar. De toename van de lagere (A, B en C) segmenten was in nog sterkere mate zichtbaar bij de zakelijke markt. Natuurlijk heeft de crisis bijgedragen aan de wens of noodzaak over te stappen op een kleinere auto. Maar ook het aanbod fiscaal aantrekkelijke modellen enerzijds en het vergrote (premium)aanbod anderzijds in de kleinere segmenten, heeft het gemakkelijker gemaakt over te stappen. Vorig jaar kon al geconstateerd worden dat de Nederlandse personenauto-

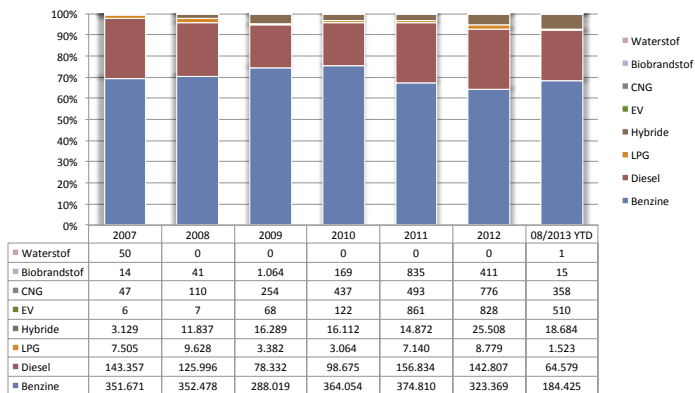
markt over het hoogtepunt van downsizing heen is, dat het C-segment in omvang toeneemt en dat er zelfs (weer) ruimte lijkt te zijn voor aanmerkelijk grotere en luxueuzere auto's uit met name het D- en E-segment. In 2012 en 2013 zijn veel fiscaal aantrekkelijke (14% bijtelling) modellen geïntroduceerd in het C-segment. Mede hierdoor is de sterke groei van het C-segment in 2013 te verklaren - en deze gaat vooral ten koste van het B-segment.



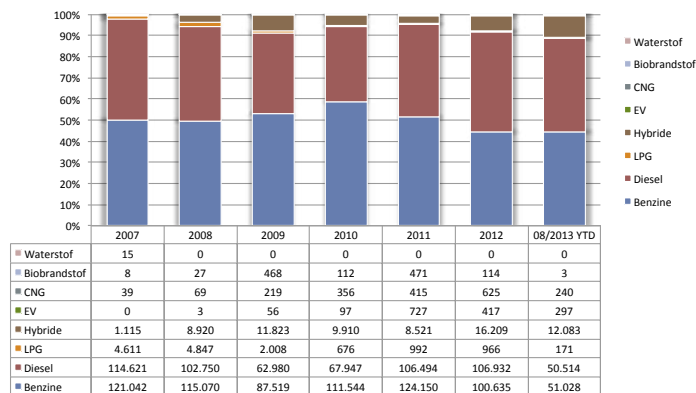
2.3 Verschuiving naar brandstofsoort/aandrijfvorm

De verschuiving van benzine en diesel naar alternatieve brandstoffen c.q. aandrijvingsvormen: het heeft lang geduurd maar in 2012 is het aandeel alternatieven inmiddels opgelopen tot 7,2% (totaalmarkt) respectievelijk 8,1% (zakelijke markt). Tot en met augustus van dit jaar is het aandeel alternatieven in de zakelijke markt zelfs gestegen naar 11,2% (t.o.v. 7,8% van de totaalmarkt). Het overgrote deel ervan (95%) betreft hybride aangedreven auto's, 3% is volledig elektrisch en 2% rijdt op aardgas. Met de goedgevulde orderportefeuilles van een aantal merken in het achterhoofd, is de verwachting dat het aandeel hybrides in de tweede helft van 2013 nog aanzienlijk verder zal toenemen.

Totaalmarkt - brandstofsoort



Zakelijke markt - brandstofsoort



2.4 De gemiddelde CO₂-footprint van het Nederlandse wagenpark wordt kleiner

Milieubewustzijn in de samenleving, technologische ontwikkelingen en fiscale stimuleringsmaatregelen leiden overduidelijk tot een toenemende vraag naar zuinige en schone auto's. De gemiddelde uitstoot van alle in Nederland verkochte personenauto's is gedaald van 136 gram/km in 2010 naar 114 gram/km per 08/2013 YTD. Voor zakelijke auto's zijn deze waarden respectievelijk 139 gram/km en 112 gram/km. De gemiddelde uitstoot van alle verkochte zakelijke auto's is daarmee op een lager niveau gekomen dan de gemiddelde uitstoot van de totaalmarkt. Ondanks de keuze voor grotere auto's uit hogere segmenten kiest het zakelijke segment voor relatief zuinige auto's. In 2007 was de gemiddelde CO₂-uitstoot van de verkochte auto's in het zakelijk segment nog meer dan 169 gram/km. In iets meer dan vijf jaar tijd is de gemiddelde CO₂-uitstoot dus met bijna 35% gedaald.

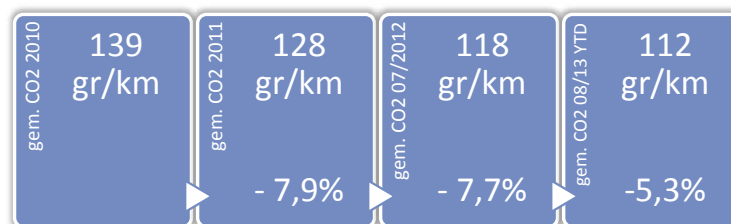
Afname CO₂-uitstoot zet door

(basis: alle verkochte personenauto's)



Afname CO₂-uitstoot zet door - het zakelijk segment

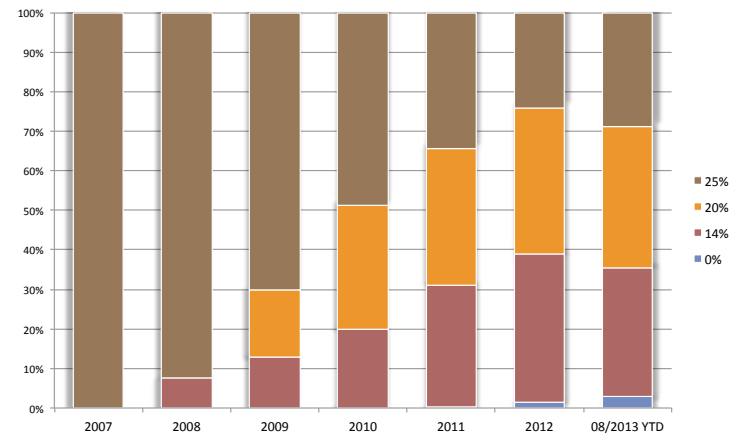
(basis: alle verkochte personenauto's in zakelijk segment)



2.5 Voorkeur voor lage bijtelling

De afgelopen jaren is het aandeel zuinige en zeer zuinige auto's (resp. 20%- en 14%-bijtellingsklasse) sterk toegenomen. In 2012 was 76% van alle geregistreerde personenauto's in het zakelijke segment een zuinige auto met een bijbehorende lage bijtellingsklasse. Door aanpassing van de CO2-grenzen is het aanbod modellen in de gunstige bijtellingsklassen (tijdelijk) verkleind. Bovendien is in veel gevallen de vervanging van zakelijke auto's vervroegd naar 2012 om nog in aanmerking te komen voor gunstige bijtelling. Beide effecten leiden tot een kentering in 2013: de sterke stijging van de gunstige bijtellingscategorieën is afgenomen. Het aandeel van de 25%-bijtellingscategorie is zelfs weer toegenomen ten opzichte van 2012. Desalniettemin is het aandeel van de 0%-bijtellingscategorie duidelijk zichtbaar geworden in de registraties; en door uitlevering van grote aantallen plug-in hybride (bijvoorbeeld de Mitsubishi Outlander) zal deze tegen het einde van het jaar 2013 zelfs substantieel zijn.

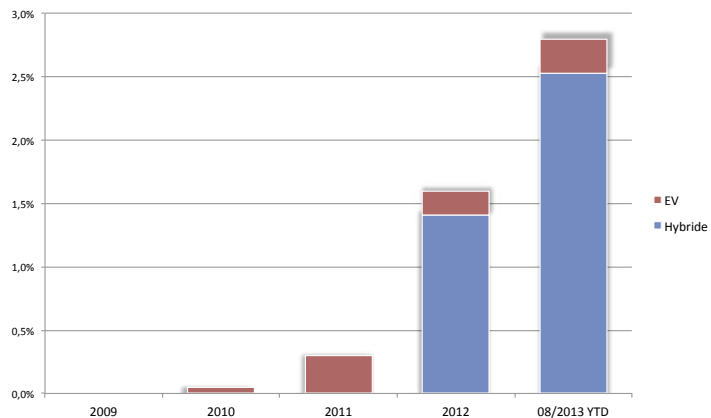
Zakelijke markt - nieuwverkopten naar bijtellingsklasse



Onderstaand per bijtellingsklasse een uitsplitsing naar brandstofsoort/
aandrijfvorm:

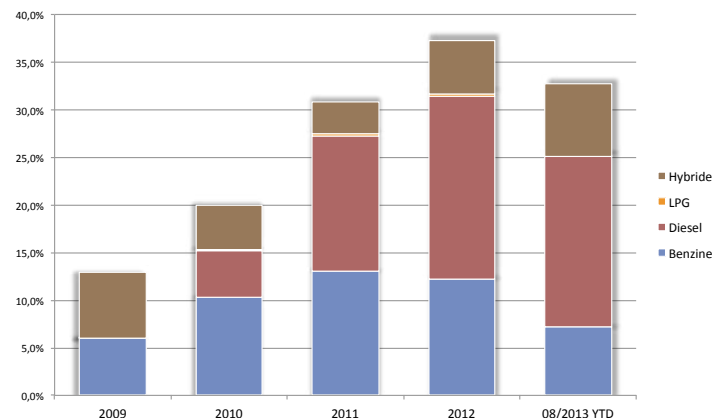
Zakelijke markt - bijtellingsklasse 0%

Uitsplitsing naar brandstofsoort



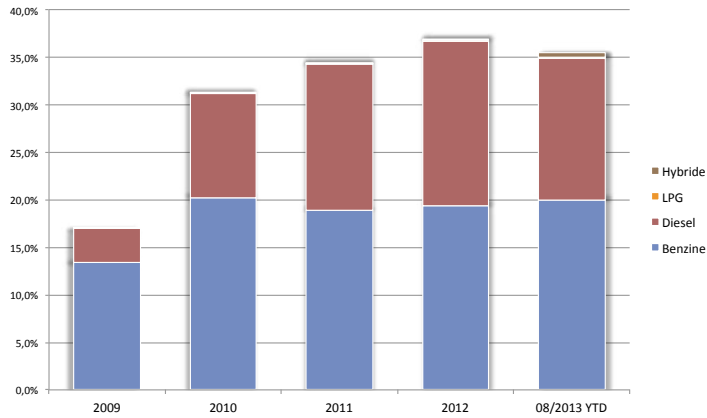
Zakelijke markt - bijtellingsklasse 14%

Uitsplitsing naar brandstofsoort



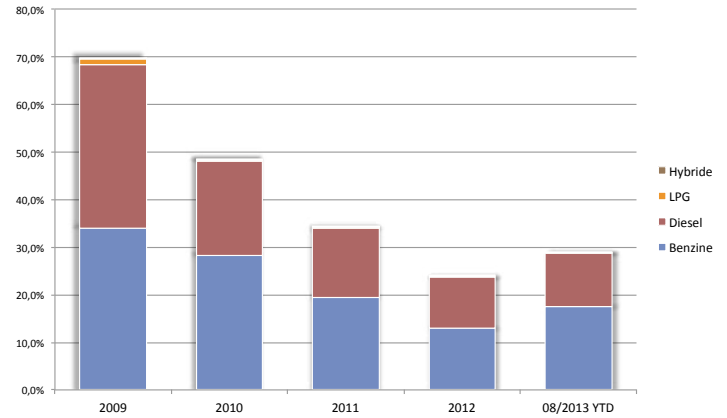
Zakelijke markt - bijtellingsklasse 20%

Uitsplitsing naar brandstofsoort



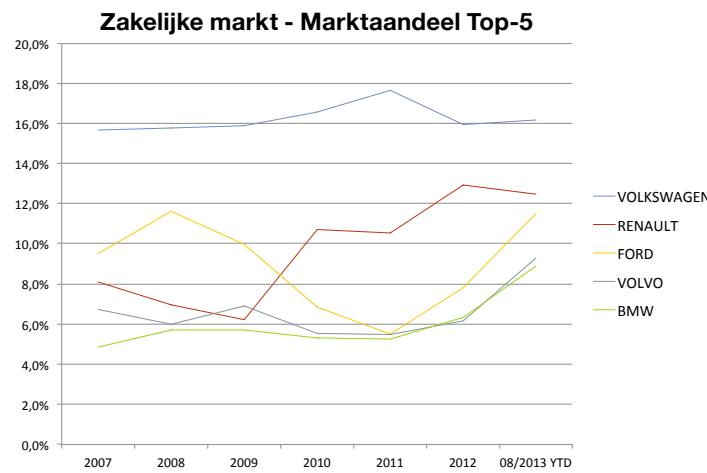
Zakelijke markt - bijtellingsklasse 25%

Uitsplitsing naar brandstofsoort



2.6 Marktaandeelontwikkeling per merk

In het segment toppresterders binnen de zakelijke markt, hebben zich het afgelopen jaar nogal wat verschuivingen voorgedaan. Volkswagen is de stabiele factor want al jaren de nummer één in het zakelijke segment. BMW heeft de groei die in 2011 is ingezet kunnen continueren door nieuwe modelintroducties en een assortiment auto's in een gunstige bijtellingsklasse. Renault heeft sterk geprofiteerd van de enorme aantrekkingskracht van de Mégane op de zakelijke rijder. Niet alleen in 2012, maar door tijdige aanpassing van de CO2-emissie ook in 2013. Verder doet Renault in het B-segment goede zaken met de nieuwe Clio. Opvallend is dat Peugeot en Audi (maar net) uit de marktaandeel-topvijf zijn verdrongen door Ford en Volvo. Ford heeft een aantal jaren niet de juiste motorisering (lees: de juiste bijtellingsklasse) kunnen aanbieden. Met de komst van de moderne EcoBoost-motoren breken betere tijden aan voor Ford - in de zakelijke markt is alweer een marktaandeel boven de 10% gerealiseerd. Ook Volvo doet het goed met de V40 en S60/V60. Aantrekkelijke modellen voor de zakelijke markt in combinatie met gunstige bijtelling. Dat blijkt telkens het recept voor succes.



Hiernaast een overzicht met de twintig belangrijkste merken in het zakelijke segment (gesorteerd op marktaandeel per 08/2013 YTD). Met kleuren is aangegeven welke merken een stijgend marktaandeel laten zien en welke een dalend.

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 08/2013 YTD |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------------|
| 1 VOLKSWAGEN | 15,7% | 15,8% | 15,9% | 16,6% | 17,6% | 16,0% | 16,2% |
| 2 RENAULT | 8,1% | 6,9% | 6,2% | 10,7% | 10,5% | 12,9% | 12,5% |
| 3 FORD | 9,5% | 11,6% | 10,0% | 6,8% | 5,5% | 7,8% | 11,5% |
| 4 VOLVO | 6,7% | 6,0% | 6,9% | 5,5% | 5,5% | 6,2% | 9,3% |
| 5 BMW | 4,8% | 5,7% | 5,7% | 5,3% | 5,3% | 6,3% | 8,9% |
| 6 AUDI | 5,9% | 6,7% | 8,3% | 7,4% | 6,4% | 7,2% | 8,3% |
| 7 PEUGEOT | 8,2% | 9,5% | 6,0% | 7,4% | 8,5% | 8,8% | 7,9% |
| 8 TOYOTA | 6,4% | 6,9% | 9,4% | 8,2% | 5,7% | 5,1% | 6,1% |
| 9 OPEL | 13,2% | 8,9% | 7,4% | 8,1% | 7,3% | 7,2% | 6,0% |
| 10 MERCEDES | 3,7% | 3,6% | 3,7% | 3,9% | 2,8% | 3,1% | 4,6% |
| 11 KIA | 2,1% | 1,6% | 1,0% | 1,8% | 2,2% | 2,8% | 4,5% |
| 12 CITROEN | 4,6% | 5,3% | 5,3% | 4,0% | 4,9% | 4,4% | 4,4% |
| 13 SKODA | 2,8% | 2,6% | 3,2% | 4,5% | 5,1% | 4,5% | 2,5% |
| 14 FIAT | 2,8% | 3,9% | 3,5% | 5,6% | 4,9% | 2,5% | 2,2% |
| 15 SEAT | 3,9% | 3,6% | 3,1% | 3,0% | 4,7% | 3,3% | 2,1% |
| 16 HYUNDAI | 2,6% | 2,3% | 1,4% | 1,8% | 2,1% | 2,6% | 1,9% |
| 17 NISSAN | 1,4% | 1,5% | 2,2% | 2,4% | 1,9% | 1,2% | 1,4% |
| 18 MAZDA | 1,2% | 1,3% | 1,0% | 0,7% | 0,4% | 0,9% | 1,3% |
| 19 MINI | 0,7% | 1,0% | 1,0% | 0,8% | 0,9% | 1,1% | 1,0% |
| 20 LEXUS | 0,5% | 0,3% | 0,2% | 0,2% | 1,0% | 1,6% | 0,8% |

- stijgende tendens
- neutrale ontwikkeling
- dalende tendens



Hoofdstuk 3

Samenvatting Berijdersonderzoek

Dit hoofdstuk is een samenvatting van het berijdersonderzoek van het NZO 2013. Het geeft inzicht in de zakenauto en zijn berijder en de wijze waarop de berijder omgaat met mobiliteitsvraagstukken en autokeuze. Aan het onderzoek is door ruim 4.400 berijders in Nederland deelgenomen.

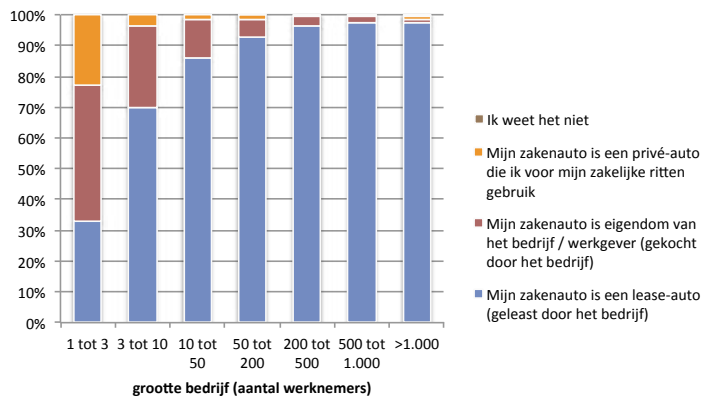
3.1 De auto van de zaak

3.1.1 Eigendom

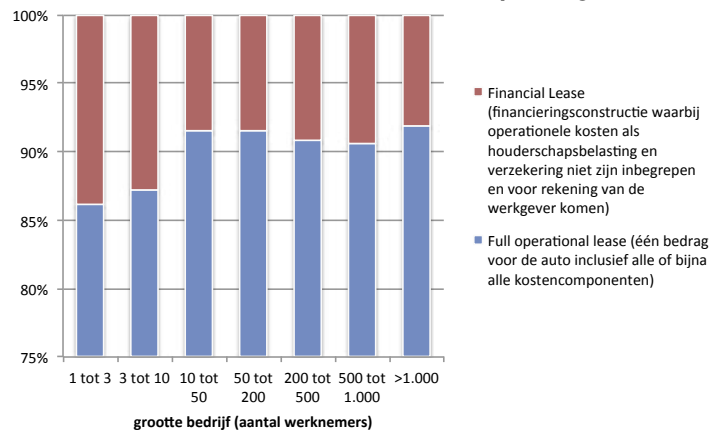
Het merendeel van de zakenauto's is geleast (ruim 90%) terwijl 7% eigendom is van het bedrijf en in 2% van de gevallen betreft het een privé-auto die voor zakelijke ritten wordt gebruikt. Het aandeel 'eigendom van het bedrijf' is in de bijtellingscategorieën 'geen bijtelling' en '0% bijtelling' relatief het hoogst. Deze categorieën zijn vooral populair bij de kleine bedrijven. Voor de 0%-bijtellingauto's dragen de subsidiemogelijkheden (kleinschaligheids-investeringsaftrek en milieu-investeringsaftrek) daar in belangrijke mate aan bij. Naarmate bedrijven groter worden (i.c. naarmate het aantal medewerkers toeneemt), wordt het aandeel lease steeds hoger.

Van de geleaste auto's valt ruim 90% onder de noemer 'full operational lease'. Het aandeel financial lease is bij kleine bedrijven licht hoger dan gemiddeld.

Welke omschrijving past het best bij uw zakenauto?



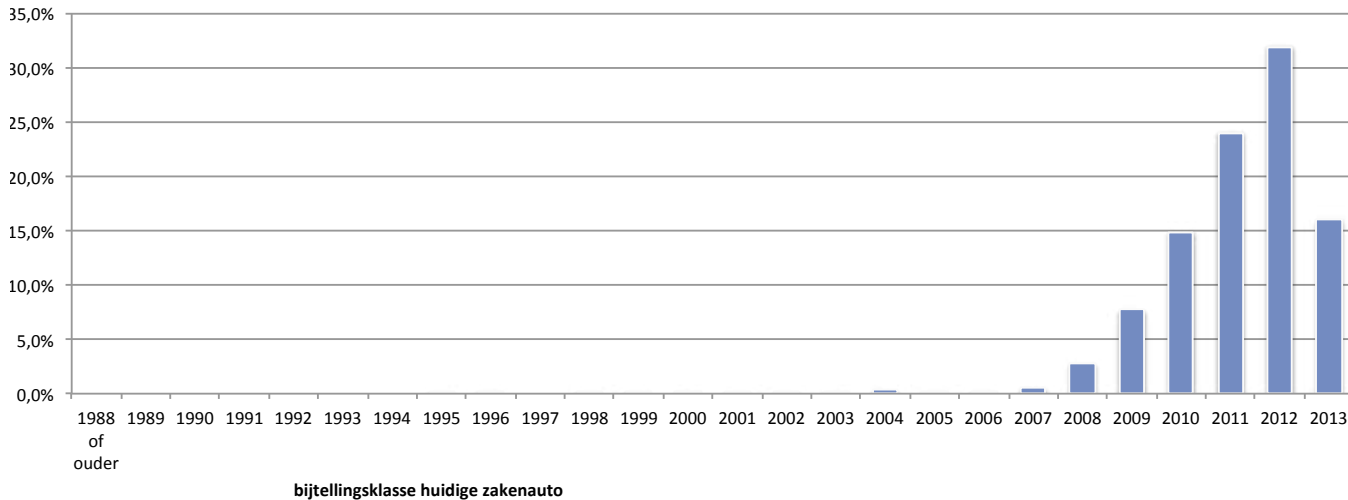
Welke leaseconstructie is van toepassing?



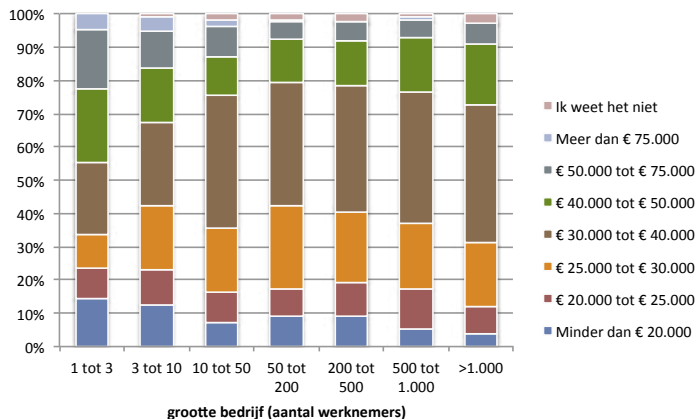
3.1.2 Leeftijd van de zakenauto

De zakenauto is gemiddeld tweeënhalf jaar oud. De gemiddelde leeftijd in de 0%-bijtellingscategorie is het laagst (gemiddeld bouwjaar 2012). De gemiddelde leeftijd van de zakenauto bij de grote(re) bedrijven is lager dan bij de kleine bedrijven.

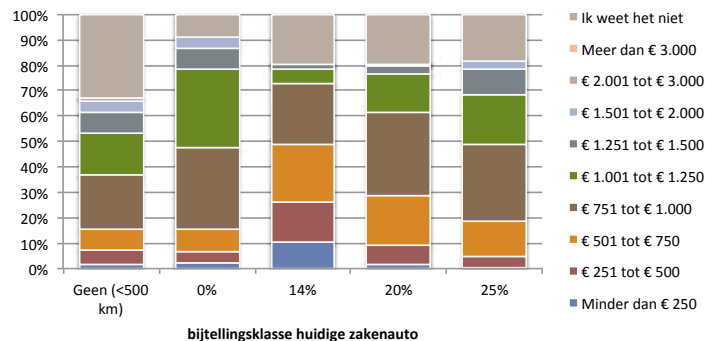
Van welk bouwjaar is de zakenauto?



Wat is de nieuwwaarde (consumentenprijs) van uw zakenauto?



Wat is het (norm) leasebedrag (incl. brandstofkosten) per maand voor uw lease-auto?



3.1.3 Catalogusprijs

De gemiddelde (opgegeven) consumentenprijs van alle zakenauto's is 34.500 euro. Auto's uit de 0%-bijtellingscategorie hebben gemiddeld de hoogste consumentenprijs. De gemiddelde consumentenprijs is bij kleine(re) bedrijven tot tien medewerkers aanmerkelijk hoger dan gemiddeld. Naar alle waarschijnlijkheid heeft dat een directe relatie met het relatief grote aantal directeuren/dga's in deze respondentengroep.

3.1.4 Leasebedrag

Het gemiddelde leasebedrag (incl. brandstofkosten) van een operationeel leasecontract is 820 euro per maand. Zo'n 20% van de respondenten weet niet wat het leasebedrag is wat bij zijn/haar zakenauto hoort. De 14%-bijtellingscategorie heeft met gemiddeld 637 euro het laagste leasebedrag per maand, de 0%-bijtellingscategorie met gemiddeld 981 euro het hoogste leasebedrag per maand.

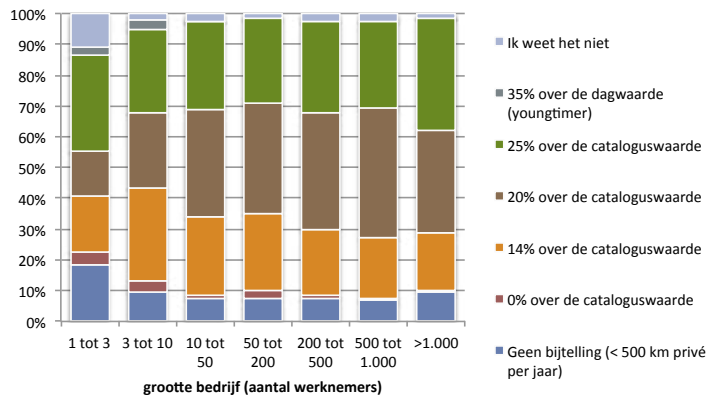
3.2 Bijtelling

3.2.1 De huidige zakenauto

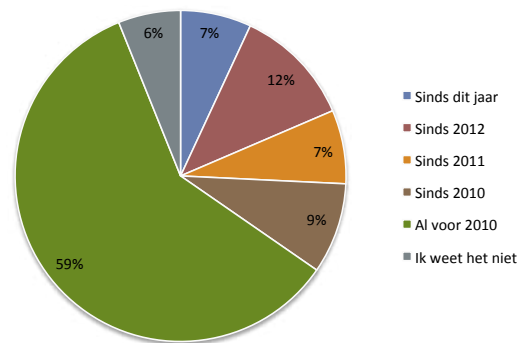
Van de respondentengroep rijdt 58% een zuinige of zeer zuinige auto (0%- , 14%- of 20%- bijtellingscategorie) en 31% maakt gebruik van een auto uit de 25%-bijtellingscategorie. Van de respondenten houdt 9% de auto buiten de bijtelling, heeft een 'verklaring geen privé-gebruik' en rijdt dus minder dan 500 kilometer privé met deze

zakenauto. Zes van de tien van hen doen dit overigens al meer dan drie jaar - 40% is de afgelopen drie jaar begonnen de zakenauto niet meer voor privé-doeleinden te gebruiken. Minder dan 1% van de zakelijke rijders heeft een youngtimer van minimaal 15 jaar oud waarvoor een bijtelling geldt van 35% over de economische waarde. In de rest van de rapportage wordt deze groep buiten beschouwing gelaten.

In welke fiscale bijtellingscategorie valt uw zakenauto in 2013?



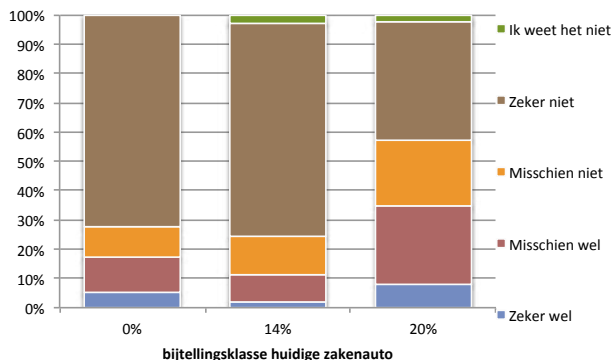
Vanaf welk jaar rijdt u niet (meer) privé met uw zakenauto?
(basis: categorie 'geen bijtelling')



3.2.2 Lage bijtellingscategorie is vaak negatieve keuze

Dat de fiscale bijtelling een effectief instrument is voor de overheid om gedrag te sturen, blijkt wel uit de volgende gegevens. Van de zakelijke rijders die voor een zuinige tot zeer zuinige auto (resp. 0%, 14% en 20% bijtelling) gekozen hebben, zou een groot deel zeker tot een andere keuze gekomen zijn als hun auto in de 25%-bijtellings-

Zou u uw zakenauto ook gekozen hebben als deze in de bijtellingscategorie van 25% zou vallen? (Basis: 0%/14%/20%)

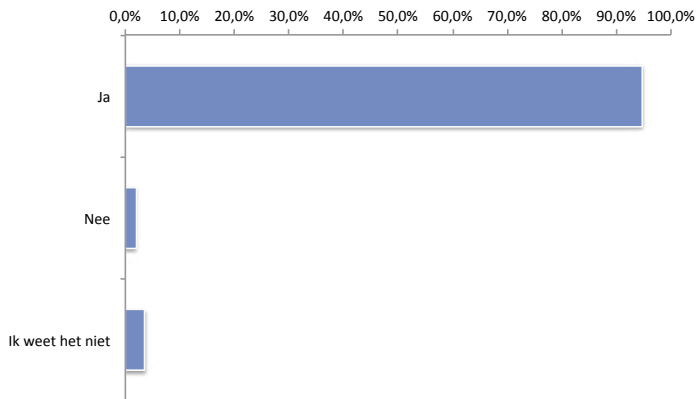


categorie zou vallen. Vooral in de 0%- en 14%-bijtellingscategorieën is sprake van een negatieve keuze: meer dan 70% zou de huidige auto zeker niet hebben gekozen. Het aandeel dat zeker wel voor de huidige auto zou hebben gekozen, is in alle categorieën slechts enkele procenten.

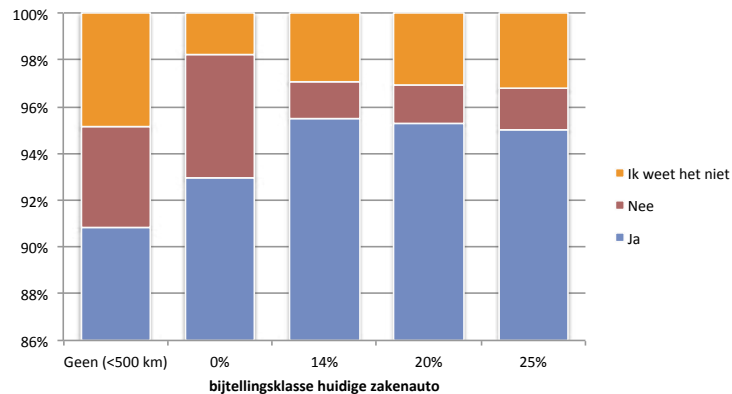
3.2.3 De verwachting over volgend jaar?

- De overgrote meerderheid van 95% van de respondenten verwacht ook volgend jaar een zakenauto ter beschikking te hebben. Het aandeel dat aangeeft volgend jaar geen zakenauto meer te hebben, is relatief het grootst bij de kleine bedrijven.
- De respondenten die aangeven dat ze volgend jaar niet meer een zakenauto rijden (5%) geven als redenen daarvoor op (in volgorde van belangrijkheid):
 - o Mijn werkgever stelt mij geen zakenauto meer ter beschikking
 - o Ik ga van baan veranderen en daar hoort geen zakenauto bij
 - o Ik ben niet bereid fiscale bijtelling te betalen en kies er zelf voor om geen zakenauto meer te gebruiken
 - o Ik ga met pensioen

Verwacht u volgend jaar (2014) nog steeds met een zakenauto te rijden?



Verwacht u volgend jaar (2014) nog steeds met een zakenauto te rijden?

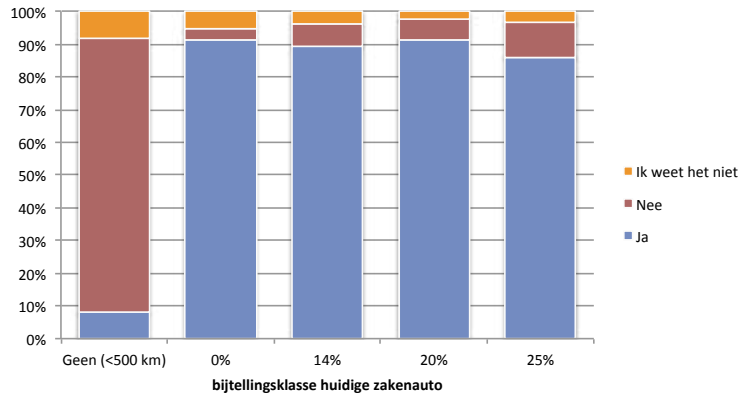


Verder verwachten de meeste zakelijke rijders dat zij hun zakenauto volgend jaar ook privé gaan gebruiken.

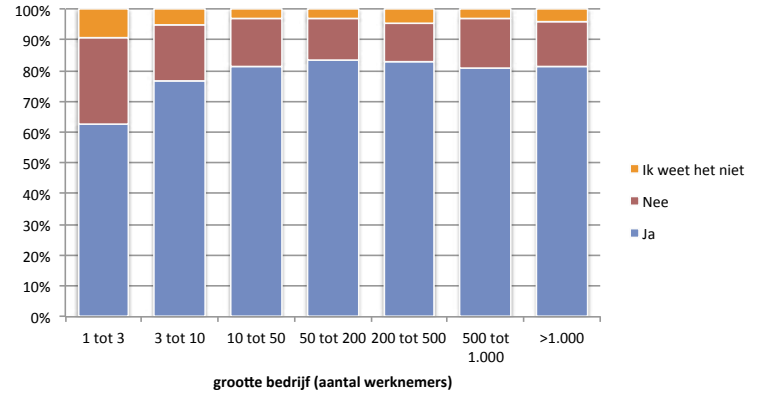
- 15% is van plan de zakenauto volgend jaar niet privé te gebruiken
- Van alle berijders gebruikt nu 9% de zakenauto niet privé. Het grootste deel van deze groep (83%) gaat daar volgend jaar mee door terwijl 8% ervoor kiest wel privé te gaan rijden (en dus weer bijtelling

te betalen). Overigens wordt juist door deze categorie vaak gekozen voor een auto uit de 0%-bijtellingscategorie - dan is het perspectief wél privé rijden en (nog steeds) geen bijtelling betalen.

Gaat u volgend jaar (in 2014) uw huidige zakenauto privé gebruiken (>500 km per jaar)?



Gaat u volgend jaar (in 2014) uw huidige zakenauto privé gebruiken (>500 km per jaar)?

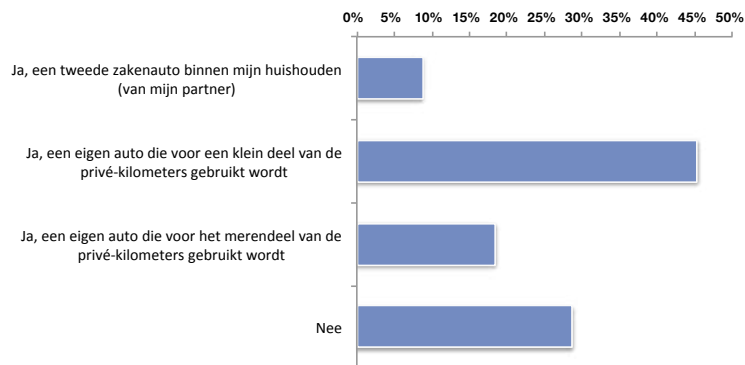


3.3 Gebruik auto en behoefte aan mobiliteit

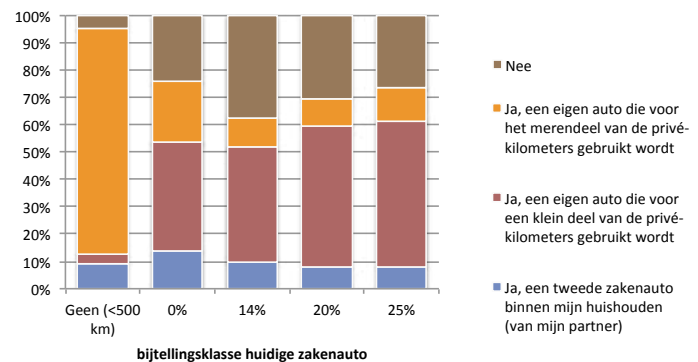
3.3.1 Privégebruik

Bijna 70% van de respondenten heeft, naast de zakenauto, een andere auto in het huishouden beschikbaar voor privéritten. Indien de zakelijke auto buiten de bijtelling wordt gehouden (niet privé wordt gebruikt), is in vrijwel alle gevallen een andere auto aanwezig.

Is er nog een andere auto in uw huishouden die u voor privéritten gebruikt? (meerdere antwoorden mogelijk)

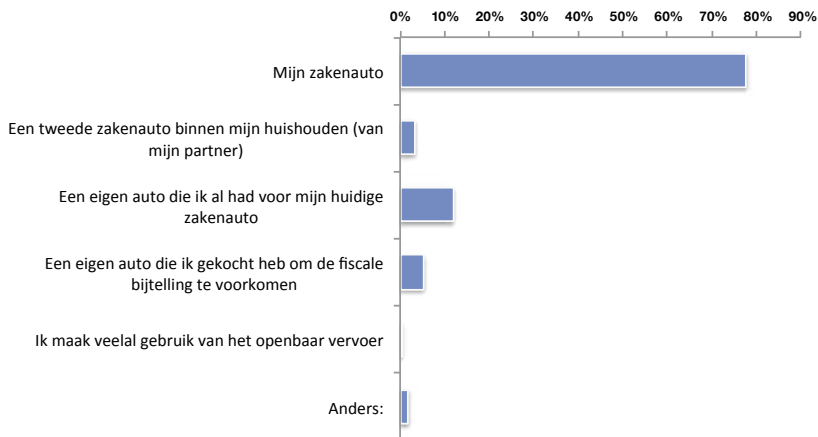


Is er nog een andere auto in uw huishouden die u voor privéritten gebruikt? (meerdere antwoorden mogelijk)

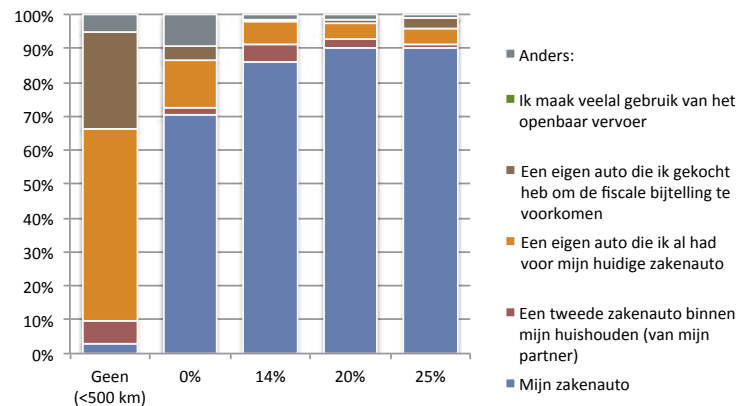


In de meeste gevallen wordt de zakenauto ingezet voor privékilometers. Van de bestuurders die niet privé rijden met hun zakenauto, heeft een aanzienlijk deel (28%) een privéauto gekocht louter om de bijtelling te voorkomen.

Welk vervoersmiddel gebruikt u voor de meeste privékilometers?



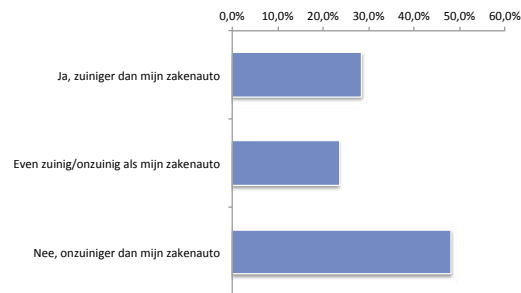
Welk vervoersmiddel gebruikt u voor de meeste privékilometers?



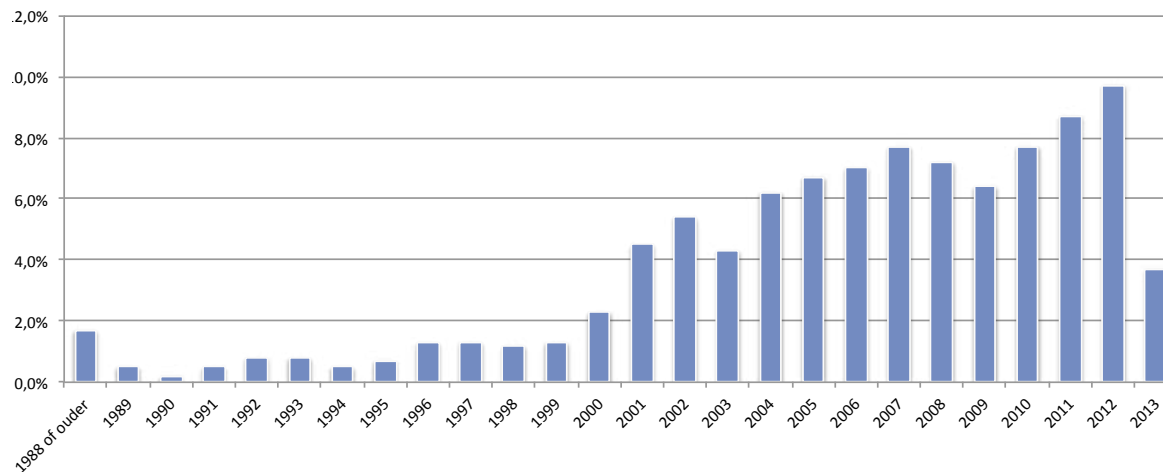
3.3.2 De privé-auto

De privé-auto, indien aanwezig, is aanmerkelijk ouder dan de zakenauto, namelijk gemiddeld acht jaar oud (bouwjaar 2005). In de helft van de gevallen is de privé-auto onzuiniger dan de zakenauto.

Is uw privéauto ZUINIGER dan uw zakenauto? (verbruikt deze in de praktijk minder brandstof per km)



Van welk bouwjaar is uw privéauto?



3.3.3 Jaarkilometrage zakenauto en eventuele privéauto

In totaal wordt gemiddeld 37.700 kilometer per jaar afgelegd met de zakenauto. Met auto's uit de bijtellingscategorieën 'geen bijtelling' en '0%' worden minder kilometers afgelegd. Net als vorig jaar rijdt 89% van de zakelijke rijders maximaal 15.000 kilometer per jaar privé met de zakenauto.

Als verder wordt ingezoomd op het totale privégebruik (met de zakenauto én de eventuele andere privéauto), wordt zichtbaar dat er slechts kleine verschillen zijn tussen de verschillende bijtellingscategorieën. Het maken van privékilometers hangt blijkbaar af van de persoonlijke mobiliteitsbehoefte en niet van de 'bijtelling die men betaalt'. Die conclusie kon bij het NZO 2012 ook worden getrokken, het beeld is dus consistent.

| | alle respondenten | Bijtellingsklasse huidige auto | | | | | |
|---|-------------------|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | Geen (<500 km privé) | 0% | 14% | 20% | 25% | 35% |
| Kilometers per jaar TOTAAL met zakenauto (1) | 37.712 | 32.147 | 32.807 | 37.152 | 40.627 | 37.471 | 19.417 |
| Kilometers per jaar WOON-WERK met zakenauto (2) | 17.057 | 14.940 | 16.399 | 18.366 | 17.853 | 16.053 | 5.191 |
| Kilometers per jaar PRIVÉ met zakenauto (3) | 8.597 | 609 | 7.375 | 9.188 | 9.473 | 9.601 | 7.688 |
| Kilometers per jaar PRIVÉ met andere auto dan zakenauto (4) | 4.831 | 10.761 | 4.399 | 3.908 | 4.309 | 4.359 | 6.333 |
| Kilometers per jaar totaal PRIVÉ (3+4)* | 13.428 | 11.370 | 11.774 | 13.096 | 13.782 | 13.960 | 14.021 |

*berekende waarde

3.3.4 Gebruik elektrische auto en plug-in hybride en laadgedrag

Het is een actuele discussie: Is de (plug-in) hybride wel zo zuinig?

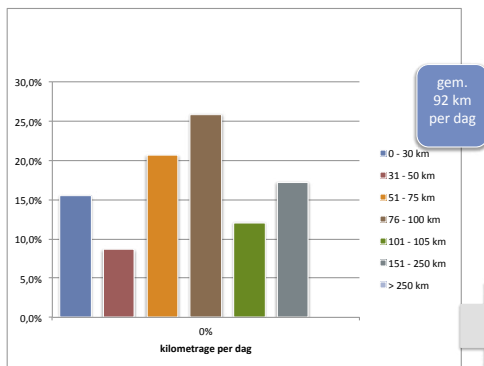
Hoeveel kilometer wordt er per dag gereden? En in hoeverre maakt de berijder van een plug-in hybride eigenlijk gebruik van het stopcontact?

In de 0%-bijtellingscategorie vallen zowel volledig elektrische als plug-in hybride auto's.

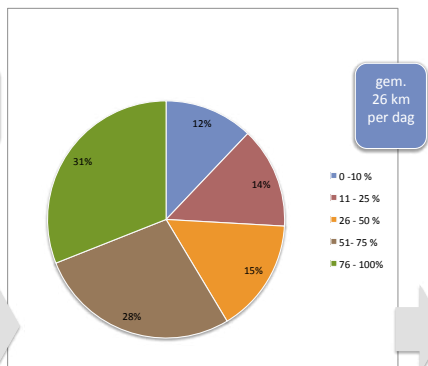
Uit de gegevens van de deelnemers aan het onderzoek blijkt dat slechts een enkeling een volledig elektrisch auto rijdt en dat 95% een plug-in hybride heeft. Gemiddeld rijden zij 92 kilometer per dag, 26

kilometer daarvan is volledig elektrisch. In zo'n 60% van de gevallen wordt minimaal eenmaal per dag op het huisadres en/of op het werkadres geladen. Van andere oplaadpunten wordt nauwelijks gebruikgemaakt. Grosso modo laadt slechts tweederde van de respondenten elke dag. De andere eenderde laadt niet of is niet in staat te laden (omdat er geen of slechte beschikbaarheid is van laadmogelijkheden).

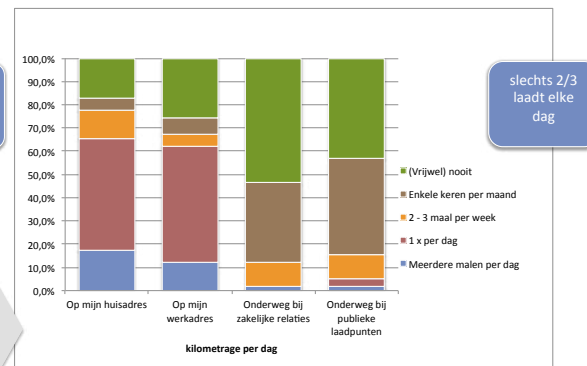
Hoeveel kilometer rijdt u gemiddeld per dag?



En welk aandeel is daarvan volledig elektrisch?



Waar en hoe vaak laadt u op?



3.4 Alternatieve mobiliteitsvormen en mobiliteitsbudget

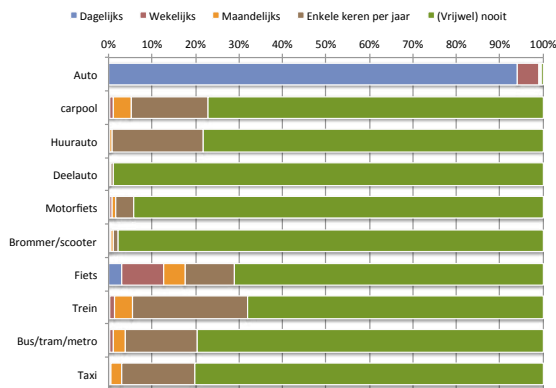
3.4.1. Alternatieve mobiliteitsvormen

- Voor zakelijk verkeer is de auto verreweg het belangrijkste vervoermiddel: 94% gebruikt de zakenauto dagelijks.
- Van andere vervoersvormen dan de auto wordt nauwelijks gebruik gemaakt, dit geldt eigenlijk zonder uitzondering voor alle bijtellingsklassen. Bij de kleinste bedrijven wordt gemiddeld genomen vaker gebruikgemaakt van de fiets. In zo'n 20% van de gevallen maakt men 'enkele keren per jaar' gebruik van het openbaar vervoer; in de laagste bijtellingsklassen gebeurt dat relatief het vaakst. Hier kunnen verschillende redenen aan ten grondslag liggen

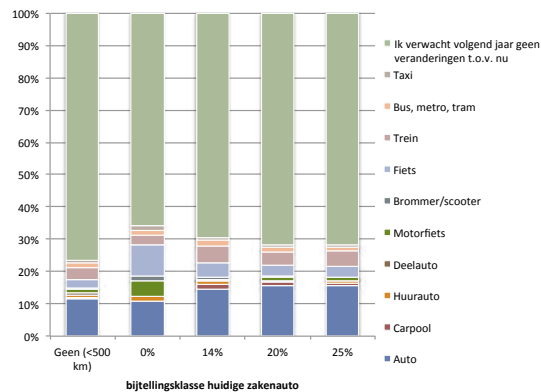
zoals: representativiteit, actieradius, meer uitgebreide mobiliteitsregelingen.

- Indien respondenten gevraagd wordt één jaar vooruit te kijken en in te schatten van welke vormen van zakelijk vervoer men méér gebruik zal gaan maken, wordt door bijna 80% geantwoord dat de huidige situatie niet zal veranderen. 17% verwacht méér gebruik te gaan maken van de zakenauto. De fiets en de trein worden in beperkte mate genoemd (beide 5%). Vergeleken met het NZO 2012 een zeer consistent beeld.

In welke mate maakt u gebruik van de volgende vormen van vervoer voor zakelijke doeleinden?
(incl. woon-werkverkeer)



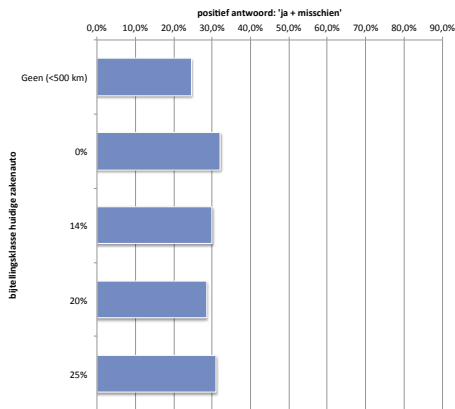
Van welke vormen van vervoer gaat u volgend jaar naar alle waarschijnlijkheid meer gebruik maken (dan nu) voor zakelijke doeleinden?



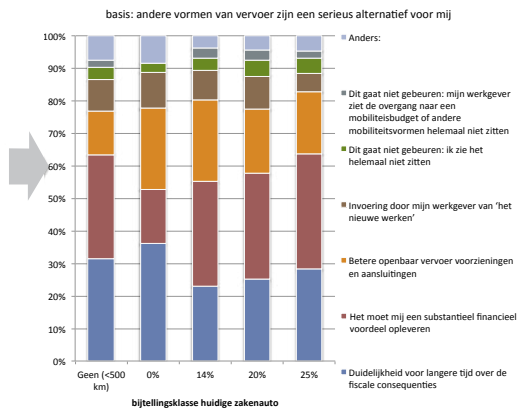
- Andere vormen van vervoer (en dan eventueel gecombineerd met een kleinere, goedkopere zakenauto) zijn voor 30% een serieus alternatief. Voordat de zakelijke rijder overstapt op andere vormen van vervoer moet aan een aantal randvoorwaarden worden voldaan. De belangrijkste zijn: het moet een substantieel voordeel

opleveren, voor langere tijd moet duidelijkheid bestaan over de fiscale consequenties en de openbaarvervoervoorzieningen en -aansluitingen moeten verbeteren. Indien overstappen op andere vervoersvormen een financieel voordeel oplevert, is 60% van alle respondenten bereid hierover serieus na te denken.

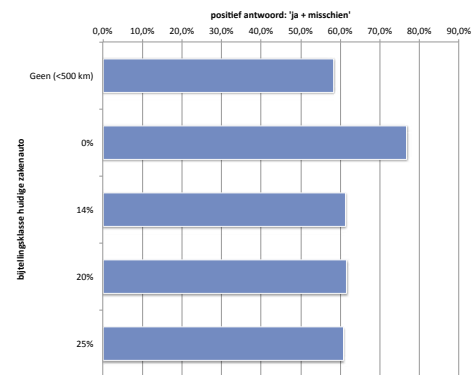
Zijn andere vormen van vervoer (eventueel gecombineerd met een kleinere, goedkopere zakenauto) een serieus alternatief voor u?



Aan welke randvoorwaarden moet in ieder geval worden voldaan voordat u overweegt over te stappen op andere vormen van vervoer?



Bent u wel bereid serieus na te denken over andere vormen van vervoer (eventueel gecombineerd met een kleinere, goedkopere zakenauto) indien het u financieel voordeel zou opleveren?



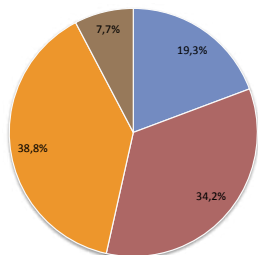
3.4.2 Mobiliteitsbudget

In het onderzoek is de volgende vraag gesteld: 'Zou u geïnteresseerd zijn in een mobiliteitsbudget? U krijgt dan een budget van uw werkgever ter beschikking dat u naar eigen inzicht mag gebruiken voor mobiliteit. Alle zakelijke ritten kunt u volledig ten laste brengen van uw mobiliteitsbudget. Het bedrag dat u overhoudt van uw mobiliteitsbudget wordt bruto aan u uitgekeerd. U betaalt daar dus inkomstenbelasting over.'

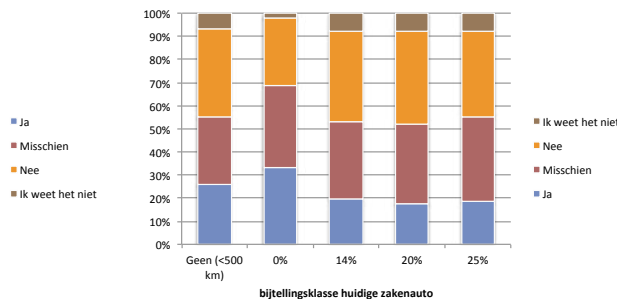
Na een korte uitleg over het principe van het mobiliteitsbudget, staat iets meer dan de helft (54%) er positief tegenover (20% is geïnteres-

seerd, 34% is misschien geïnteresseerd). 39% wijst het mobiliteitsbudget af en 7% weet het niet. Opvallend is dat er weinig verschillen te constateren zijn tussen de verschillende bedrijfsgrootten. Respondenten die nu een zakenauto hebben in de 0%-bijtellingsklasse staan duidelijk positiever tegenover het principe van het mobiliteitsbudget. In mindere mate geldt hetzelfde voor de respondenten die hun zakenauto buiten de bijtelling houden. Het is niet uit de onderzoeksresultaten te herleiden, maar het is aannemelijk dat 'besparen' (op fiscale bijtelling) en 'verdienen' (op het resterende mobiliteitsbudget) voor deze twee groepen zakelijke rijders erg belangrijk zijn.

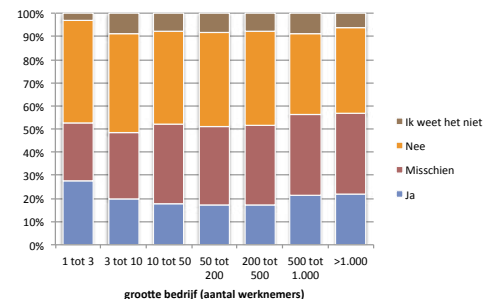
Zou u geïnteresseerd zijn in een mobiliteitsbudget? U krijgt dan...



Zou u geïnteresseerd zijn in een mobiliteitsbudget? U krijgt dan...



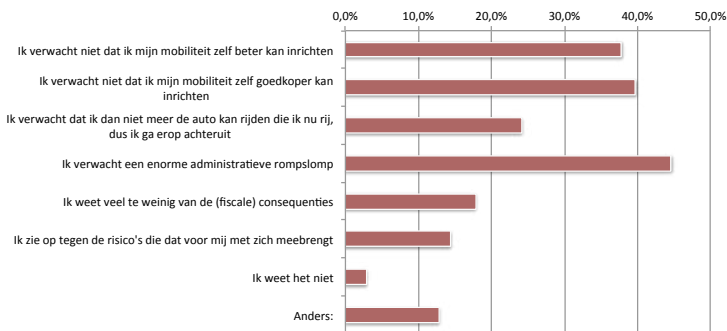
Zou u geïnteresseerd zijn in een mobiliteitsbudget? U krijgt dan...



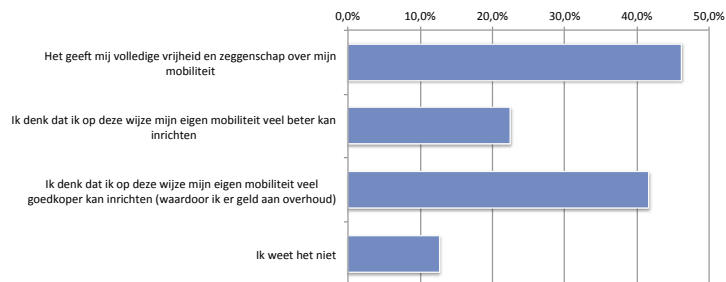
- 39% van de respondenten is bij voorbaat niet geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget. Men verwacht zelf niet in staat te zijn de eigen mobiliteit beter en/of goedkoper in te richten. Bovendien worden meer lasten dan lusten verwacht: administratieve rompslomp, versoering van de autokeuze en meer risico's voor eigen rekening. Andere argumenten die genoemd worden: het werk en/of de woonplaats vereisen een auto, het is geen optie als ik zelf een auto moet kopen, ik heb geen vertrouwen in consistentie van het fiscale overheidsbeleid.

- De groep die in principe wél enthousiast is over het mobiliteitsbudget, waardeert vooral de vrijheid en eigen verantwoordelijkheid die horen bij het zelf inrichten van de mobiliteitsbehoefte. Een grote groep gaat er bovendien vanuit dat de eigen mobiliteitsbehoefte beter en goedkoper kan worden ingevuld.

Waarom bent u niet geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget? (meerdere antwoorden mogelijk)



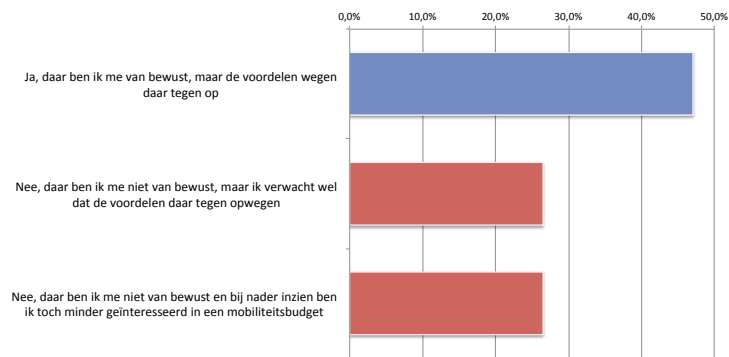
Waarom bent u (misschien) wel geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget? (meerdere antwoorden mogelijk)



Aan de respondenten die in principe openstaan voor een mobiliteitsbudget is een aantal vragen gesteld over mogelijke consequenties van de invoering van een mobiliteitsbudget.

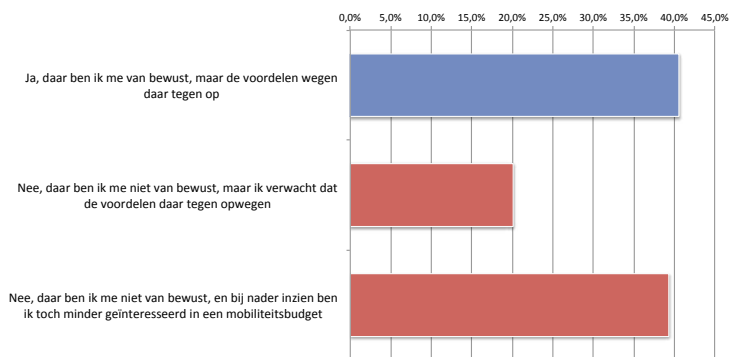
- Bijna de helft realiseert zich dat een mobiliteitsbudget waarschijnlijk betekent dat de zakenauto kleiner en/of goedkoper zal worden.
- Een kwart is zich daar niet van bewust maar verwacht nog steeds dat de voordelen van het mobiliteitsbudget daar tegen opwegen.
- Nog een kwart is zich daar niet van bewust maar bij deze groep slaat het positivisme om in terughoudendheid. Bij nader inzien is men toch minder geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget.

Bent u zich van het volgende bewust?
Als ik kies voor een mobiliteitsbudget zal ik waarschijnlijk in een kleinere en/of goedkopere zakenauto moeten gaan rijden.



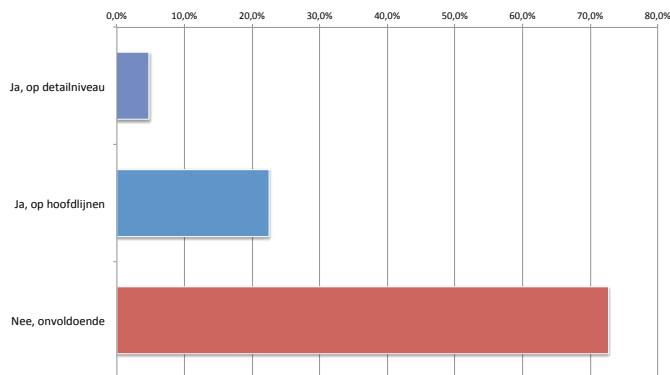
- Afhankelijk van de invulling van een mobiliteitsbudget kan de berijder verantwoordelijk worden voor (onderhouds)kosten en risico's als schade. Het budget verschuift maar de verantwoordelijkheid ook. Op de vraag of men zich daarvan bewust is, antwoordt 40% met 'ja' (maar de voordelen wegen daar tegen op), 20% met 'nee' (maar de voordelen wegen daar tegen op). 39% is zich er niet van bewust en is bij nader inzien toch minder geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget.

Bent u zich van het volgende bewust?
Als ik kies voor een mobiliteitsbudget ben ik zelf verantwoordelijk voor (onderhouds)kosten en risico's als schade



Het merendeel van de respondenten (73%) geeft aan dat ze (veel) te weinig inzicht hebben in de fiscale consequenties van een mobiliteitsbudget. 23% denkt op hoofdlijnen te kunnen meepraten en 5% geeft aan op detailniveau kennis te hebben van de materie. Kleine bedrijven (vaak ondernemers) geven relatief het vaakst aan op hoofdlijnen inzicht te hebben in de fiscale consequenties.

Hebt u goed inzicht in de fiscale consequenties van een mobiliteitsbudget?



Als belangrijkste randvoorwaarden voor het accepteren van een mobiliteitsbudget zijn de volgende antwoorden te clusteren:

1. Het moet mij financieel / fiscaal voordeel opleveren
2. Er moet voldoende budget beschikbaar zijn ('het moet minimaal kostendekkend zijn', 'moet voldoende zijn om mij minimaal hetzelfde comfortniveau te garanderen')
3. Het moet mij de vrijheid en flexibiliteit bieden waardoor ik onafhankelijk mijn mobiliteit kan inrichten
4. De regels moeten duidelijk en transparant zijn; geen addertjes onder het gras of sigaren uit eigen doos
5. Gemak; het budget en de operationele afwikkeling moeten mij ten dienste staan en geen extra werk opleveren

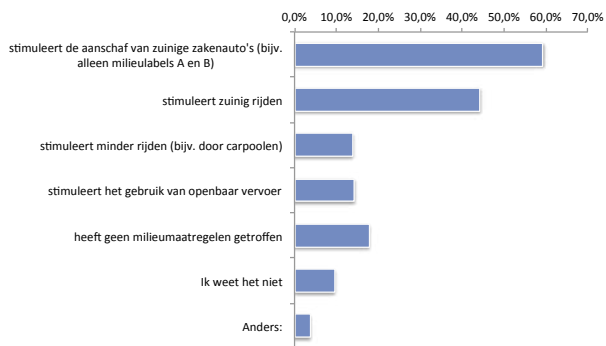
3.5 Beleid werkgever en autoregeling

3.5.1 Maatregelen op het gebied van milieubesparing

- Werkgevers hebben steeds vaker actief beleid om milieubesparing te realiseren. Vorig jaar had 70% op enige wijze maatregelen getroffen, dit jaar is dat aandeel toegenomen naar 80%.
- Het stimuleren van de aanschaf van zuinige auto's (59%) en zuiniger rijden (44%) zijn de belangrijkste maatregelen.
- Verder worden onder 'anders' genoemd: thuiswerken, verplichten bepaalde brandstof te tanken, fietsplan.
- In het algemeen geldt: hoe kleiner het bedrijf, hoe minder vaak er milieumaatregelen zijn getroffen.

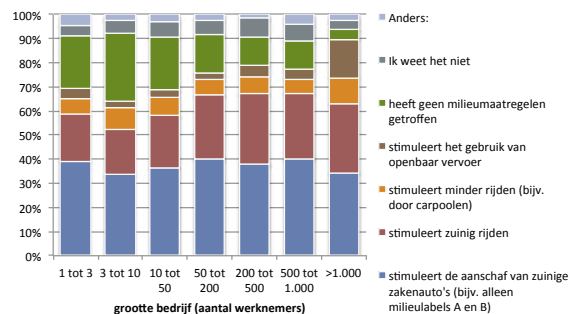
Welke maatregelen heeft uw werkgever getroffen als het gaat om milieubesparing? Mijn werkgever:

(meerdere antwoorden mogelijk)



Welke maatregelen heeft uw werkgever getroffen als het gaat om milieubesparing? Mijn werkgever:

(meerdere antwoorden mogelijk)

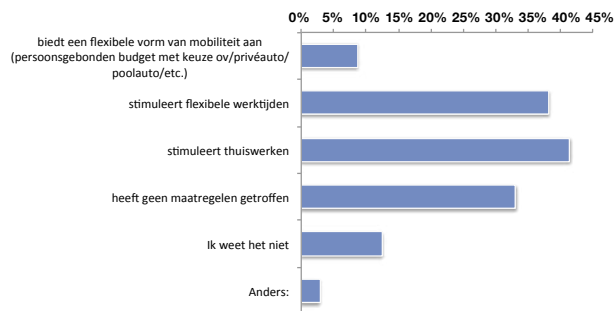


3.5.2 Maatregelen op het gebied van bereikbaarheid/mobiliteit

- 33% van de werkgevers heeft géén maatregelen getroffen om de bereikbaarheid en mobiliteit te verbeteren. Vorig jaar was deze score 36%.
- Vooral de mogelijkheid tot thuiswerken (van 23% in 2012 naar 41% in 2013) en het stimuleren van flexibele werktijden (van 21% in 2012 naar 38% in 2013) zijn sterk toegenomen.
- Ook hier geldt dat de allergrootste bedrijven, gemiddeld genomen, de meeste maatregelen hebben getroffen.

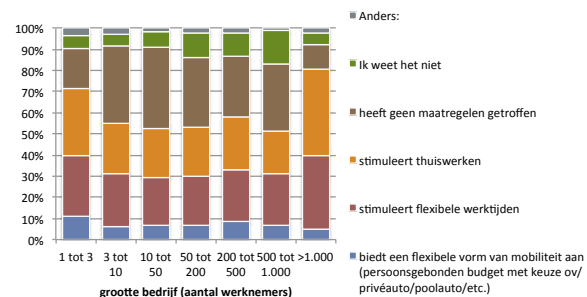
Welke maatregelen heeft uw werkgever/onderneming getroffen als het gaat om bereikbaarheid/mobiliteit?

Mijn werkgever: (meerdere antwoorden mogelijk)



Welke maatregelen heeft uw werkgever/onderneming getroffen als het gaat om bereikbaarheid/mobiliteit?

Mijn werkgever: (meerdere antwoorden mogelijk)



3.5.3 De autoregeling

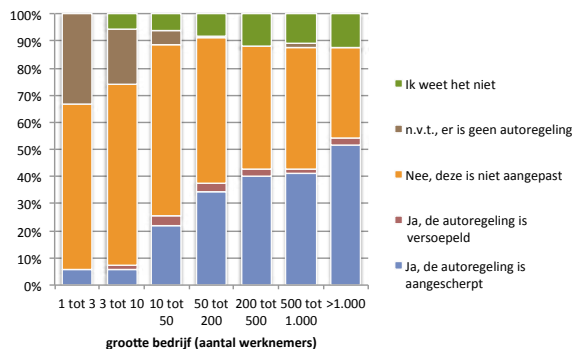
Weinig onderwerpen in een bedrijf waar zoveel over gesproken wordt als de zakenauto en de regelgeving daaromtrent, zeker als er veranderingen worden doorgevoerd.

- 41% van de respondenten geeft aan dat de autoregeling het afgelopen jaar is aangepast. Dat is meer dan in 2012, toen was de score 30%.
- In vrijwel alle gevallen betekent de aanpassing een aanscherping c.q. een versoepeling van de regeling: het beperken van de keuze, het minder vaak ter beschikking stellen van een zakenauto, het

verlagen van budget en vergoedingen en het verhogen van doorbelastingen.

- In de resultaten wordt ook zichtbaar dat bij de kleine bedrijven zo'n 30% geen autoregeling heeft.
- Indien er sprake is van een versoepeling van de autoregeling, heeft dat in de meeste gevallen betrekking op een uitbreiding van de autokeuze (met bijvoorbeeld hybride of de 0% categorie) of een uitbreiding van de mobiliteitskeuze (bijvoorbeeld invoering persoonlijk mobiliteitsbudget)

Is de autoregeling binnen uw bedrijf het afgelopen jaar aangepast?



Aanscherping:

1. Beperking keuze
2. Bij minder functies auto ter beschikking
3. Verlaging budget
4. Lagere vergoedingen / hogere doorbelastingen

Versoepeling:

1. Uitbreiding autokeuze (met bijv. 0% bijtellingscategorie)
2. Uitbreiding mobiliteitskeuze (met bijv. mobiliteitsbudget)

Beperking op kilometers privé-gebruik:

- Net als vorig jaar blijkt uit de terugkoppeling van de respondenten dat in een van de drie autoregelingen bepalingen zijn opgenomen om voor privégebruik een maximum te stellen.
- In de meeste gevallen ligt het maximum voor privékilometers op 10.000 of 15.000 km per jaar.
- Tweederde van de bedrijven heeft dus géén kilometerbeperking voor privégebruik. Dit geldt vooral voor de kleinste bedrijven (maar die hebben dan ook vaak geen autoregeling).

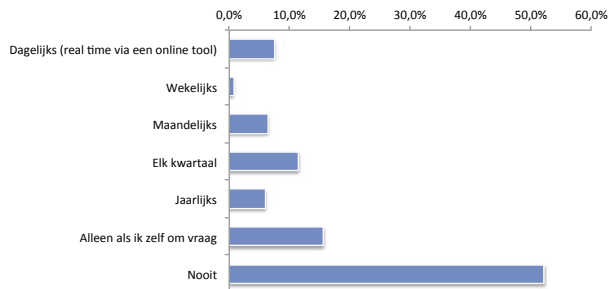
3.5.4 Informatie over brandstofverbruik

In de vorige NZO-edities is al vaker geconstateerd dat zakelijke

rijders te weinig door hun werkgever worden geïnformeerd over het door hun gerealiseerde brandstofverbruik. In 2013 zijn de bevindingen als volgt:

- Meer dan 50% van de bestuurders van een zakenauto wordt nooit geïnformeerd over het werkelijk gerealiseerde brandstofverbruik.
- 16% krijgt alleen inzage als men er zelf om vraagt
- De resterende 34% wordt regelmatig op de hoogte gebracht van het (eigen) brandstofverbruik; bij de allergrootste bedrijven is dit percentage iets hoger, namelijk 48%.
- Al met al een teleurstellend beeld, zeker als we bedenken dat voor kostenbewustzijn een (beperkte) gedragsverandering nodig is. En gedragsverandering begint bij inzicht.

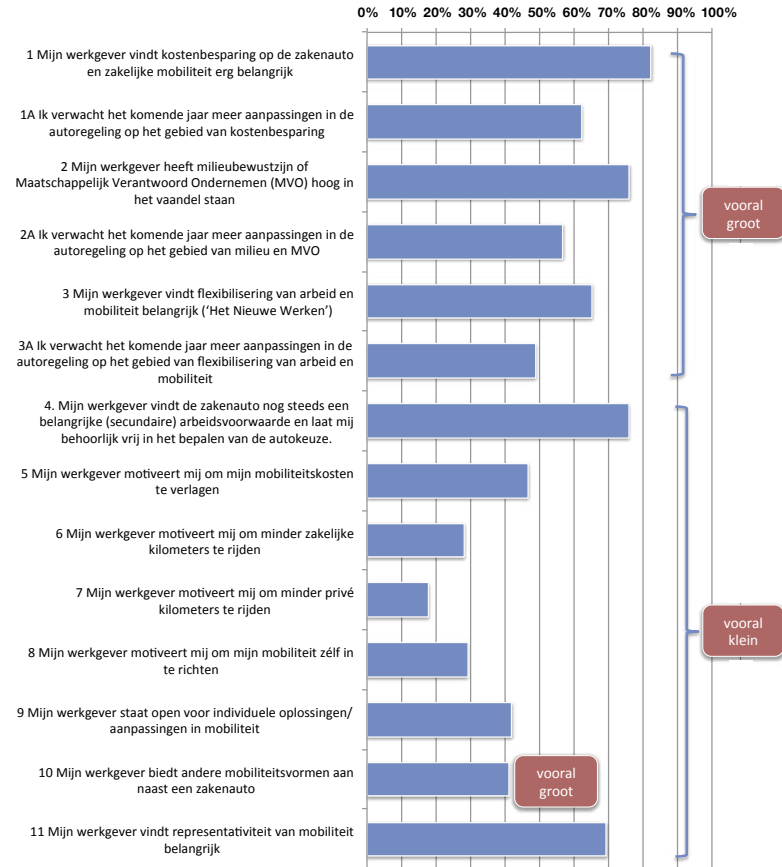
Hoe vaak wordt u door uw werkgever geïnformeerd over het werkelijk door u gerealiseerde brandstofverbruik?



Geef voor onderstaande stellingen aan wat voor uw werkgever het meest van toepassing is.

3.5.5 Stellingen over de werkgever

- Op veel stellingen over de werkgever wordt hoog gescoord (een hoge score betekent een sterke bevestiging).
- Kostenbesparing op de zakenauto en op zakelijke mobiliteit is een belangrijk issue voor werkgevers; de respondenten verwachten het komende jaar meer aanpassingen in de autoregeling op dat gebied.
- Weliswaar iets minder belangrijk, maar meer dan de helft van de respondenten verwacht dat het toegenomen milieubewustzijn, de wens tot maatschappelijk verantwoord ondernemen en de gewenste flexibilisering van arbeid en mobiliteit, ook zullen leiden tot aanpassingen in de autoregeling
- Bovenstaande conclusies hebben vooral betrekking op grote bedrijven
- Ondanks alle beperkingen, geeft bijna 80% van de zakelijke rijders aan dat de werkgever de zakenauto nog steeds ziet als een belangrijke (secundaire) arbeidsvoorwaarde en dat men behoorlijk vrij wordt gelaten in de autokeuze
- Ook representativiteit van mobiliteit wordt belangrijk gevonden
- Het motiveren van werknemers om kosten te verlagen, minder kilometers te rijden of mobiliteit zelf in te richten, scoort relatief laag.



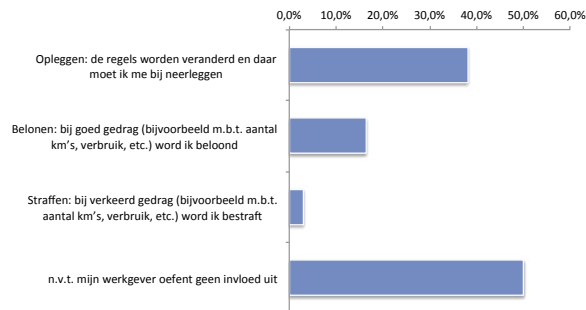
3.5.6 Werkgever en invloed

Een werkgever kan op verschillende manieren invloed uitoefenen op de mobiliteit(skosten) van de zakelijke rijder. De berijders koppelen daarover het volgende terug aan het NZO:

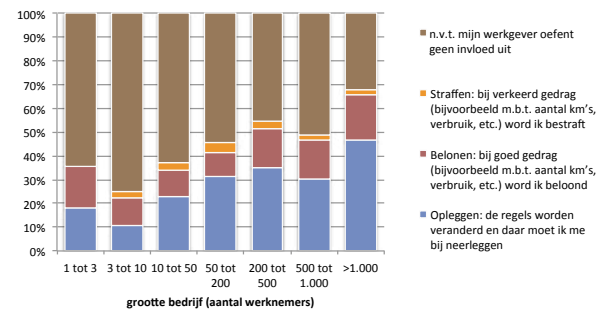
- In de meeste gevallen (38%) worden de regels eenzijdig veranderd en moet de berijder zich erbij neerleggen
- Het instrument 'belonen' wordt door 16% van de werkgevers ingezet

- En 'straffen' door 3% van de werkgevers
- 50% van de werkgevers oefent helemaal geen invloed uit op de mobiliteit(skosten), althans, zo voelen de zakelijke rijders dat
- Duidelijk zichtbaar is de toename van invloed naarmate het bedrijf groter wordt

Hoe zou u de wijze waarop uw werkgever invloed probeert uit te oefenen op uw mobiliteit(skosten), het beste kunnen omschrijven (meerdere antwoorden mogelijk):



Hoe zou u de wijze waarop uw werkgever invloed probeert uit te oefenen op uw mobiliteit(skosten), het beste kunnen omschrijven (meerdere antwoorden mogelijk):



3.6 Invloedsfactoren op de keuze voor de zakenauto

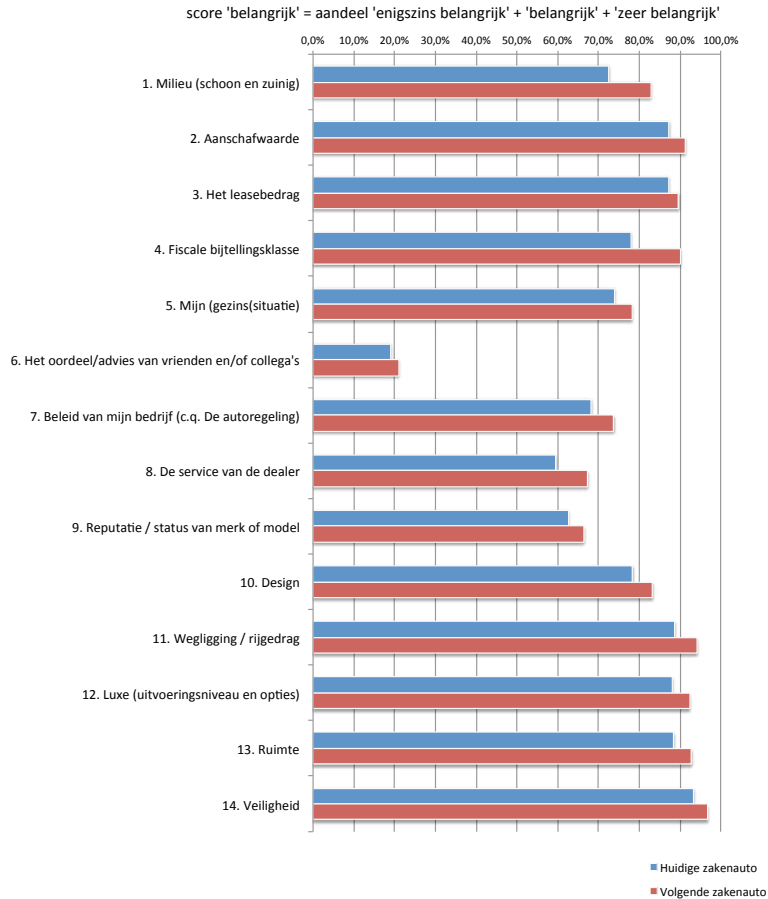
Voor veertien aspecten (invloedsfactoren) is gevraagd hoe belangrijk ze zijn bij de keuze van de zakenauto. Dat is gevraagd met betrekking tot de keuze voor de huidige zakenauto en ook met betrekking tot de volgende zakenauto (ervan uitgaande dat de respondent op dit moment voor de keuze zou staan). Negen van de veertien invloedsfactoren zijn ook vorig jaar gebruikt, vijf zijn er dit jaar nieuw toegevoegd.

- Als men nu voor de keuze zou staan om een volgende zakenauto aan te schaffen / te leasen, worden alle invloedsfactoren belangrijker gevonden dan ze destijds waren voor de aanschaf van de huidige zakenauto. Dit fenomeen is elk jaar op dezelfde manier zichtbaar.
- Van de rationele factoren is aanschafwaarde en leasebedrag (nieuwe vraag) erg belangrijk
- Milieu en fiscale bijtellingsklasse zijn belangrijk en hun belang neemt bij de keuze voor de volgende auto het sterkst van alle factoren toe.
- Het oordeel van vrienden en/of collega's wordt als relatief onbelangrijk beoordeeld.
- Daarentegen speelt het beleid van de werkgever een steeds belangrijker (sturende) rol. In het NZO 2012 is voorspeld dat het belang van de werkgever zou toenemen.
- Ten opzichte van 2012 is een paar belangrijke verschillen te constateren: Milieu, fiscale bijtellingsklasse en beleid van mijn

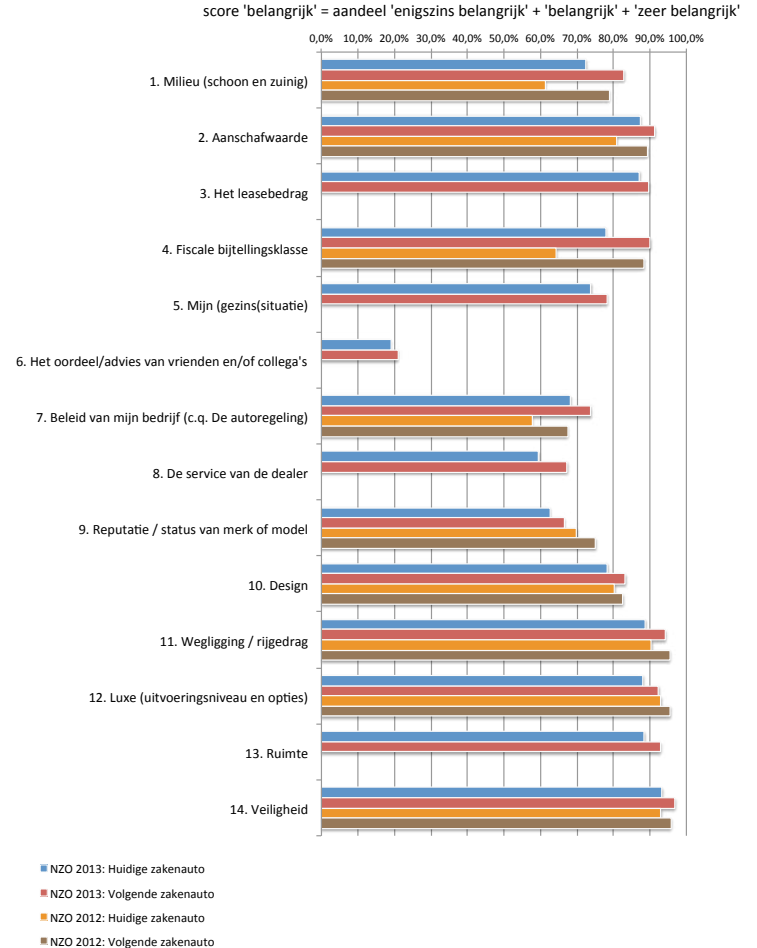
bedrijf (c.q. de autoregeling) zijn in belang toegenomen. De factor reputatie/status van merk of model is in belang afgenomen. De andere factoren die betrekking hebben op de auto zélf, zijn vrijwel gelijk gebleven. Het lijkt gerechtvaardigd te concluderen dat de sturende maatregelen van de overheid enerzijds (fiscale bijtelling) en de werkgever anderzijds (autoregeling) hebben geleid tot ander keuzegedrag van de zakelijke rijder, met dien verstande dat de rijder niet wil inleveren op eigenschappen van de auto (design, wegligging, luxe, veiligheid) maar wél (althans een beetje...) op de reputatie/status van een merk of model.

- Meer interessante uitsplitsingen naar bijtellingsklasse, grootte bedrijf, leeftijd en inkomen zijn te vinden in het uitgebreide bijlagenrapport.

Invloedsfactoren huidige zakenauto - volgende zakenauto NZO 2013



Invloedsfactoren huidige zakenauto - volgende zakenauto NZO 2013 vs. NZO 2012



3.7 Stellingen autokeuze en zakelijke mobiliteit

Acht stellingen kunnen vergeleken worden met het uitgevoerde onderzoek in 2011 en 2012. Zes stellingen zijn dit jaar toegevoegd.

Stelling 1 t/m 8:

- Opvallend is dat voor vrijwel alle stellingen de verandering van de score van 2012 ten opzichte van 2011, zich in dezelfde richting doorzet in 2013. De keuze voor de volgende auto wordt rationeler gemaakt, er wordt bewust voor een lagere bijtellingscategorie gekozen en het belang van 'emotie' wordt lager ingeschat dan voorgaande jaren.
- In 2013 verwachten iets minder respondenten dat hun volgende auto kleiner is en een lagere aanschafwaarde heeft.
- 60% is bereid om zuiniger en/of minder te rijden als de werkgever daar een beloning tegenover zet (stabiel ten opzichte van voorgaande jaren). Vooral bij bestuurders die werkzaam zijn bij grote(re) bedrijven is de bereidheid het hoogst.

Stelling 9 t/m 14:

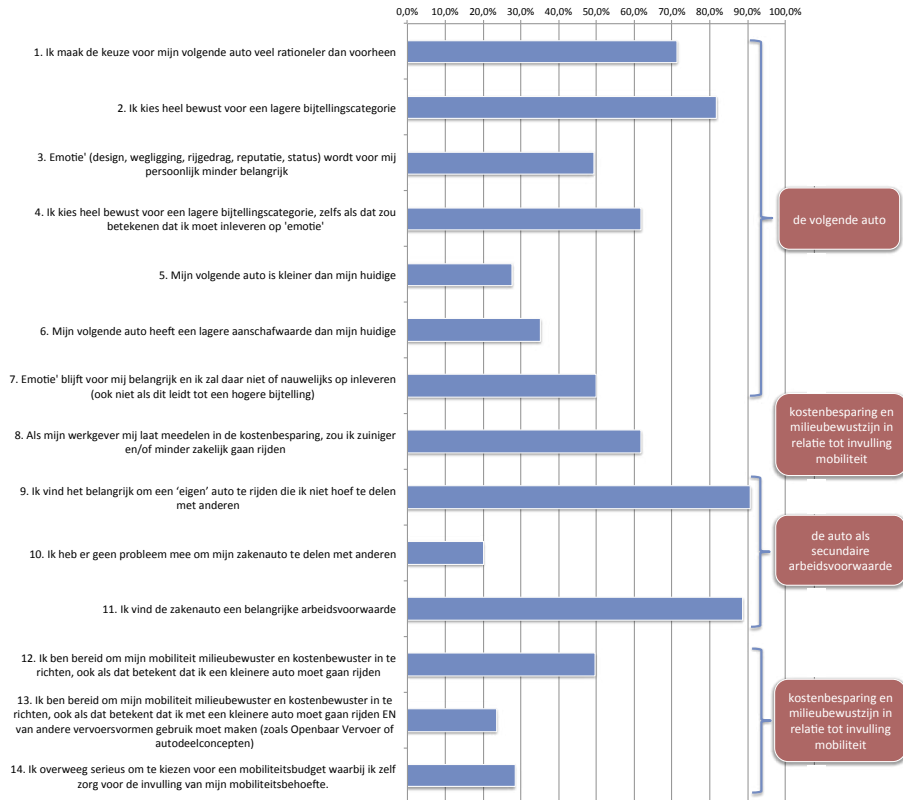
- Drie stellingen worden het meest krachtig beantwoord:
 - o Ik vind het belangrijk om een 'eigen' auto te rijden die ik niet hoeft te delen met anderen (92% mee eens)
 - o Ik heb er geen probleem mee om mijn zakenauto te delen met anderen (20% mee eens / 80% mee oneens)
 - o Ik vind de zakenauto een belangrijke arbeidsvoorwaarde (88%

me eens)

- Ongeveer de helft van de respondenten is bereid de mobiliteit milieubewuster en kostenbewuster in te richten, ook als dat betekent dat er met een kleinere auto gereden moet worden.
- Als er met een kleinere auto gereden moet worden in combinatie met andere vervoersvormen, is daartoe nog maar 23% bereid.
- 28% overweegt serieus te kiezen voor een mobiliteitsbudget

In hoeverre zijn de volgende stellingen op u van toepassing?

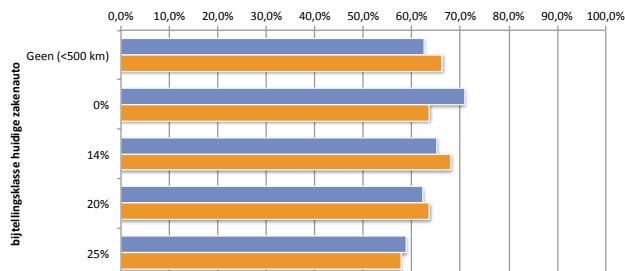
Positief antwoord: 'enigszins + helemaal mee eens'



De stellingen met betrekking tot kostenbesparing en milieubewustzijn wat verder uitgewerkt:

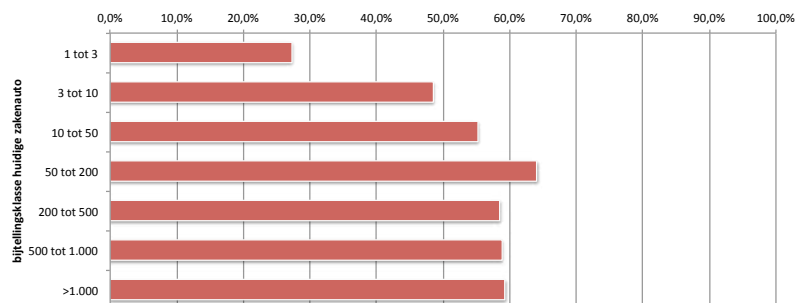
Als mijn werkgever mij laat meedelen in de kostenbesparing, zou ik zuiniger en/of minder zakelijk gaan rijden

Positief antwoord: 'enigszins + helemaal mee eens'



Als mijn werkgever mij laat meedelen in de kostenbesparing, zou ik zuiniger en/of minder zakelijk gaan rijden

Positief antwoord: 'enigszins + helemaal mee eens'



3.8 De volgende zakenauto

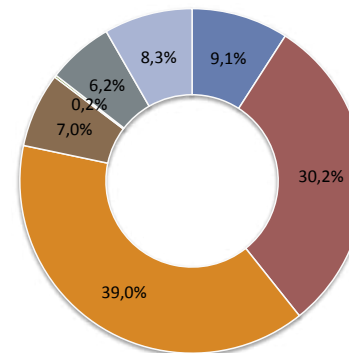
De respondenten hebben een redelijk duidelijk beeld van de auto die ze zouden kiezen als de vervangingsvraag op zeer korte termijn (morgen..) opportuun zou zijn: 84% kan voorkeursmerk en -model noemen. Slechts 16% weet het niet. Top 5-merken: Volkswagen, Audi, BMW, Ford en Renault.

3.8.1 Bijtellingscategorie volgende zakenauto

- Zakenauto's met een lage bijtelling blijven onverminderd populair. De respondenten hebben niet alleen aangegeven welk merk en model ze (morgen) zouden kiezen, maar ook in welke bijtellingscategorie de gekozen uitvoering valt.
- Het blijkt dat de zakelijke rijder behoorlijk goed op de hoogte is van de juiste bijtellingscategorie die bij een bepaalde merk/model combinatie hoort of kan horen.
- Op basis van de huidige kennis en de huidige situatie kiest 78% voor een zuinige of zeer zuinige auto (resp. 9% voor 0% - 7% bijtelling [voor 2014 exacte bijtellingspercentage niet bekend], 30% voor 14% bijtelling en 39% voor 20% bijtelling).
- Slechts 7% kiest voor een auto met 25% bijtelling. Overigens kan bij deze categorie naar alle waarschijnlijkheid een groot deel van de groep die het niet uit maakt omdat geen privékilometers gereden worden en dus ook geen bijtelling wordt betaald, opgeteld worden.

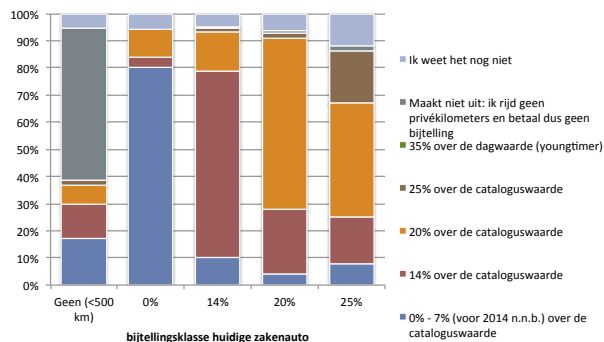
- De youngtimer als aantrekkelijk zakelijk vervoermiddel lijkt duidelijk uit de gratie: nog maar 0,2% zou hier voor kiezen.
- Ruim 8% weet het nog niet.

Voor welke bijtellingscategorie zou u dan kiezen?

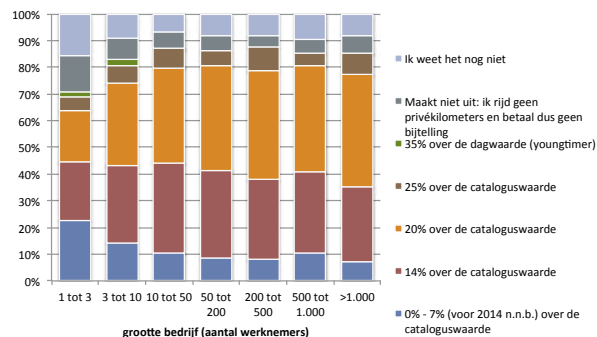


- 0% - 7% (voor 2014 n.n.b.) over de cataloguswaarde (een elektrische auto of een zeer zuinige hybride auto met een CO2-uitstoot <50gr/km; bijvoorbeeld een Nissan Leaf of een Opel Ampera)
- 14% over de cataloguswaarde (een zeer zuinige auto zoals een Toyota Prius of een VW Golf BlueMotion)
- 20% over de cataloguswaarde (een zuinige auto)
- 25% over de cataloguswaarde
- 35% over de dagwaarde (ik kies een zgn. youngtimer van minimaal 15 jaar oud)
- Maakt niet uit: ik rijd geen privékilometers en betaal dus geen bijtelling
- Ik weet het nog niet

Voor welke bijtellingscategorie zou u dan kiezen?



Voor welke bijtellingscategorie zou u dan kiezen?

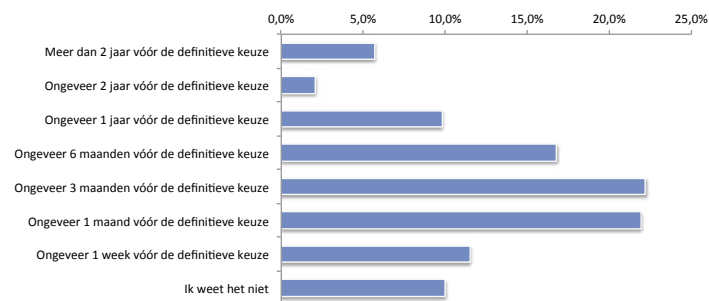


3.8.2 Indicatie tijdsduur keuzeproces

Opvallend is dat een groot deel van de zakelijke rijders geruime tijd vóórdat de definitieve keuze gemaakt moet worden, al een duidelijk beeld heeft van de te kiezen auto.

- Een derde maakt zijn/haar keuze een maand tot een week voorafgaand aan het definitieve keuzemoment
- Voor 22% is dit ongeveer 3 maanden
- Voor 17% is dit ongeveer 6 maanden
- En voor 18% zelfs langer dan 1 jaar
- 10% weet het niet

Stel: u maakt de definitieve keuze voor een volgende zakenauto. Wanneer had u eigenlijk al besloten welk merk/model het zou gaan worden?



3.9 Loyaliteit en attractiviteit

Loyaliteit en attractiviteit zijn belangrijke begrippen. Omdat ze aangeven welke voorkeurspositie in de doelgroep is opgebouwd en, naar de toekomst kijkend, welke marktpositie realistisch is en welke inspanningen nodig zijn om de gewenste marktpositie te realiseren. Door de gebruikte methodiek in combinatie met de grootte en de samenstelling van de respondentengroep levert het NZO inmiddels een betrouwbare indicatie voor de toekomstige marktposities.

3.9.1 Loyaliteit ten opzichte van het merk

Ten opzichte van het NZO 2012 moeten vrijwel alle merken flink inleveren op de loyaliteitsscore. De premium merken hebben hoge posities. Opvallend is de relatief hoge loyaliteit bij Alfa Romeo. En de sterke daling voor Lexus. Werk aan de winkel voor veel (volume) merken: Een loyaliteit van 35% betekent dat er 65% nieuwe klanten gezocht moeten worden om minimaal het verkoopvolume gelijk te houden. En dat betekent veel inspanningen (lees: investeringen).

Mijn volgende auto heeft hetzelfde merk als mijn huidige auto

| | NZO 2013 | NZO 2012 | index |
|-----------------|----------|----------|-------|
| 1 BMW | 60,4% | 68,8% | 88 |
| 2 Volvo | 59,7% | 55,5% | 108 |
| 3 Mercedes-Benz | 51,1% | 51,7% | 99 |
| 4 Audi | 46,5% | 52,3% | 89 |
| 5 Alfa Romeo | 45,1% | 37,9% | 119 |
| 6 Toyota | 42,2% | 45,0% | 94 |
| 7 Skoda | 42,1% | 47,4% | 89 |
| 8 Mitsubishi | 40,0% | - | - |
| 9 Volkswagen | 37,4% | 40,8% | 92 |
| 10 Citroën | 36,4% | 35,4% | 103 |
| 11 Ford | 36,4% | 42,2% | 86 |
| 12 Lexus | 34,8% | 55,0% | 63 |
| 13 Mazda | 32,0% | 40,9% | 78 |
| 14 Renault | 31,7% | 42,2% | 75 |
| 15 Opel | 24,8% | 37,4% | 66 |
| 16 Hyundai | 24,1% | 31,8% | 76 |
| 17 Fiat | 21,1% | - | - |
| 18 Peugeot | 20,2% | 42,2% | 48 |
| 19 Honda | 17,9% | - | - |
| 20 Nissan | 16,7% | 35,3% | 47 |

3.9.2 Loyaliteit ten opzichte van de bijtellingscategorie

In onderstaande tabel is zichtbaar hoe de voorkeur voor bijtellingsklassen uitwerkt op de verschillende segmenten. De lage bijtellingscategorieën zijn erg populair. Bijvoorbeeld: 69% van de zakelijke rijders met een auto in de 14%-bijtellingsklasse zal opnieuw voor een 14% auto kiezen, 10% gaat voor een elektrische auto of plug-in hybride en 15% voor een iets minder zuinige auto in de 20%-bijtellingsklasse. Van de huidige berijders van een 25% bijtellingsauto, zal nog maar 19% voor dezelfde bijtellingscategorie kiezen. 68% echter 'zwich't' voor de lagere bijtelling. Er is dus een sterke groei te

verwachten voor de gunstige bijtellingscategorieën. De verschuiving naar lagere bijtellingscategorieën is nog sterker zichtbaar dan in 2012.

Het blijkt dat de respondenten goed op de hoogte zijn van het model-lenaanbod per bijtellingscategorie, weliswaar op basis van de huidige CO2-grenzen. Ook hier is sprake van een momentopname; of de gewenste match tussen model en bijtellingsklasse ook beschikbaar is op moment van vervanging is onzeker. Feit is dat er nog steeds een sterke voorkeur is voor lage bijtellingauto's.

| | | In welke fiscale bijtellingscategorie valt uw zakenauto in 2013? | | | | | | Totaal | Te verwachten ontwikkeling |
|--|--|--|-----|-----|-----|-----|-----|--------|----------------------------------|
| | | Geen (<500 km privé) | 0% | 14% | 20% | 25% | 35% | | |
| Als u nu uw volgende zakenauto mag kiezen, in welke bijtellingscategorie valt deze dan? | 0% - 7% (voor 2014 n.n.b.) elektrisch of plug-in hybride | 17% | 80% | 10% | 4% | 8% | 22% | 9% | +++ |
| | 14% zeer zuinige auto | 13% | 4% | 69% | 24% | 18% | 11% | 30% | ++ |
| | 20% zuinige auto | 7% | 10% | 15% | 63% | 42% | 0% | 39% | + |
| | 25% | 2% | 0% | 1% | 2% | 19% | 0% | 7% | -- |
| | 35% zgn. youngtimer | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 44% | 0% | - |
| | Maakt niet uit: ik rijd geen privé- kilometers en betaal dus geen bijtelling | 56% | 0% | 1% | 1% | 2% | 0% | 6% | - |
| | Ik weet het nog niet | 5% | 6% | 5% | 6% | 12% | 22% | 8% | |
| Totaal | | 9% | 1% | 22% | 34% | 31% | 0% | | |

3.9.3 Attractiviteit automerken

Twee jaar geleden is de attractiviteitsindex geïntroduceerd. De attractiviteitsindex geeft aan hoe aantrekkelijk, oftewel hoe attractief de zakelijke rijder bepaalde merken vindt. De meting is een momentopname, het geeft inzicht in de merkvoorkeur op dít moment; toekomstige, nu nog onbekende modelintroducties en/of grote marketingcampagnes kunnen de werkelijke merkvoorkeur uiteraard beïnvloeden. Desondanks blijkt de attractiviteitsindex van het NZO al twee jaar nauwkeurig de richting van de marktaandeelontwikkeling te voorspellen.

In het NZO 2013 hebben Mitsubishi, Volvo, Mercedes-Benz, BMW, Alfa Romeo en Audi een hoge attractiviteitsindex. Deze merken kunnen in de komende periode rekenen op een groeiende belangstelling. Skoda en Lexus scoren stabiel. Merken als Hyundai, Kia, Renault, Opel, Peugeot, Honda, Nissan en Seat hebben juist een lage attractiviteitsindex. Een lager marktaandeel is te verwachten, tenzij deze merken modellen introduceren of activiteiten ontplooiën om hun aantrekkelijkheid te vergroten!

| | Het merk van mijn huidige zakenauto is: | Het merk van mijn volgende zakenauto is: | Attractiviteitsindex | |
|---------------|---|--|----------------------|---|
| Mitsubishi | 0,6% | 2,2% | 378 | + |
| Volvo | 6,5% | 9,7% | 149 | + |
| Mercedes-Benz | 2,1% | 3,1% | 149 | + |
| BMW | 5,7% | 8,5% | 148 | + |
| Alfa Romeo | 1,2% | 1,5% | 130 | + |
| Audi | 8,3% | 9,9% | 118 | + |
| Skoda | 4,6% | 4,7% | 103 | o |
| Lexus | 1,1% | 1,0% | 98 | o |
| Mazda | 1,2% | 1,0% | 87 | - |
| Citroën | 3,8% | 3,2% | 84 | - |
| Toyota | 5,7% | 4,4% | 78 | - |
| Volkswagen | 14,7% | 10,6% | 72 | - |
| Ford | 8,1% | 5,5% | 68 | - |
| Hyundai | 1,4% | 0,9% | 65 | - |
| Kia | 0,9% | 0,6% | 65 | - |
| Renault | 8,7% | 5,0% | 57 | - |
| Opel | 7,0% | 3,4% | 48 | - |
| Fiat | 0,9% | 0,4% | 40 | - |
| Peugeot | 10,5% | 4,0% | 38 | - |
| Honda | 1,3% | 0,4% | 32 | - |
| Nissan | 1,0% | 0,3% | 31 | - |
| Seat | 3,0% | 0,8% | 27 | - |

- hoge attractiviteitsindex: in combinatie met huidige merkpositie stijgend marktaandeel te verwachten
- neutrale ontwikkeling
- lage attractiviteitsindex: in combinatie met huidige merkpositie dalend marktaandeel te verwachten

3.10 Persoonlijke kenmerken van de zakelijke rijder

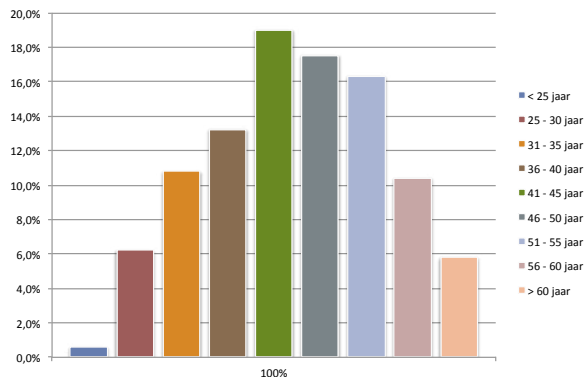
3.10.1 Geslacht

- 90% van de respondenten is man.
- Het aandeel vrouwen (10%) is verdubbeld ten opzichte van het onderzoek vorig jaar.
- Het aandeel vrouwen is relatief hoog in de 14%-bijtellingscategorie (en ook in de categorie die niet weet in welke bijtellingscategorie de huidige zakenauto valt).

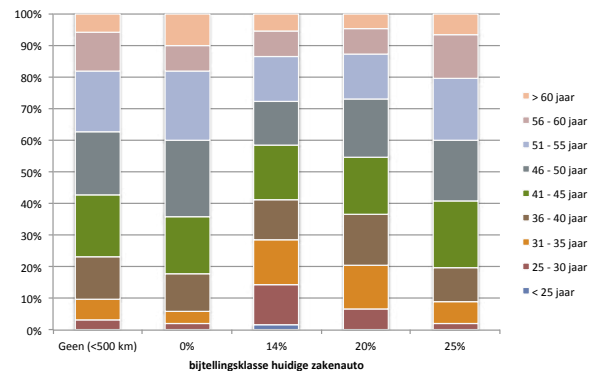
3.10.2 Leeftijdsofbouw

- De leeftijdsopbouw van de respondentengroep is mooi 'normaal' verdeeld.
- De berijders van een zakenauto uit de 14%- of 20%-bijtellingscategorie zijn relatief wat jonger
- De berijders uit de 'geen bijtelling'-, 0%- en 25%-bijtellingscategorie zijn relatief wat ouder

Tot welke leeftijdscategorie behoort u?



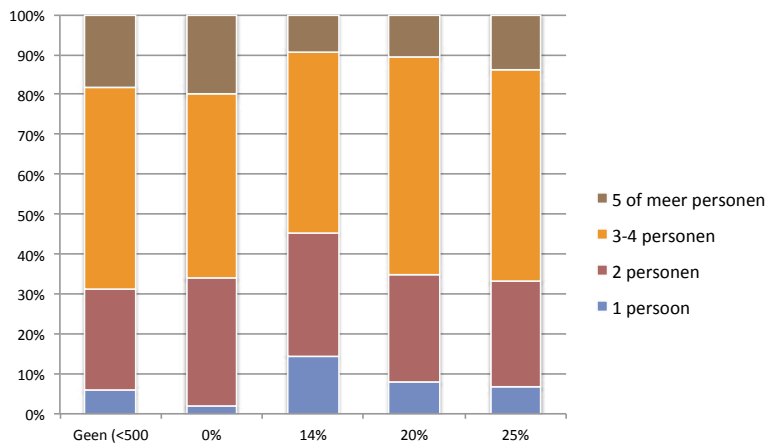
Tot welke leeftijdscategorie behoort u?



3.10.3 Gezinsamenstelling

- Ongeveer tweederde van de respondenten heeft een gezin met meer dan 3 personen
- Eenderde is alleenstaand of woont samen met één andere gezinslid
- Gezinnen zijn het minst vertegenwoordigd bij de berijders van een 14% auto
- Verder is er nauwelijks verschil in de gezinsamenstelling tussen de overige bijtellingsklassen
- Een zeer vergelijkbaar beeld met het NZO 2012

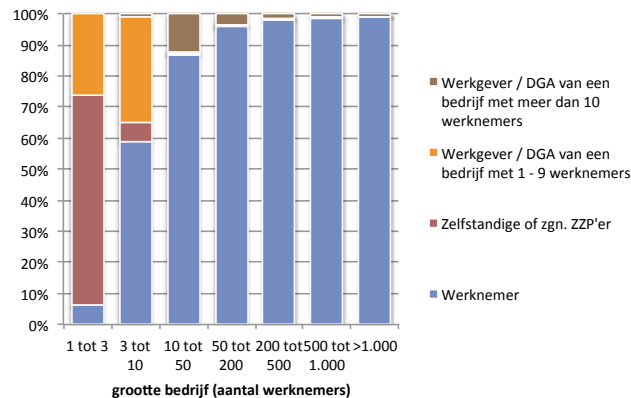
Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden?



3.10.4 Werknemer, zelfstandige of werkgever/DGA

Om beter de samenstelling van de respondent(groepen) in beeld te krijgen en antwoorden beter te kunnen duiden, is de vraag “Bent u werknemer, zelfstandige of werkgever/DGA?” toegevoegd aan het NZO 2013. 92% van de respondenten is werknemer, zij werken vooral bij de grotere bedrijven (en hebben een lease-auto). De respondenten van de kleinste bedrijven zijn vooral werkgever/DGA of zelfstandige (en hebben vaker een auto in eigendom). De bijtellingsklassen ‘geen bijtelling’ en ‘0%’ kent verhoudingsgewijs de meeste ondernemers.

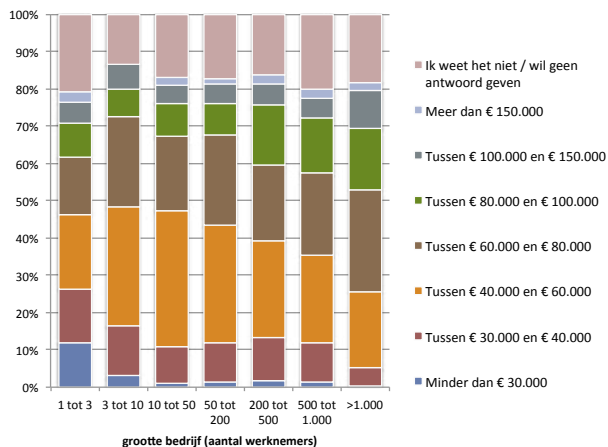
Bent u werknemer, zelfstandige of werkgever/DGA:



3.10.5 Bruto jaarinkomen

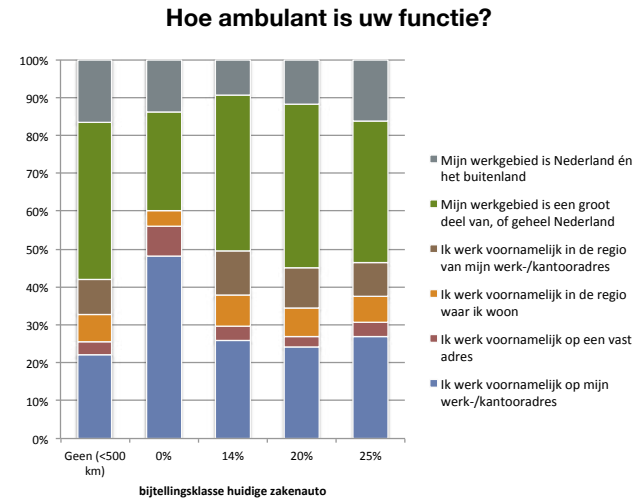
- Het gemiddelde bruto jaarinkomen van alle respondenten is (afgerond) € 67.000
- De hoogste inkomens zijn in de bijtellingsklassen 'geen bijtelling', '0%' en '25%'
- Opvallend is dat naarmate de bedrijfsgrootte toeneemt, het gemiddelde jaarinkomen stijgt

Wat is uw bruto jaarinkomen?



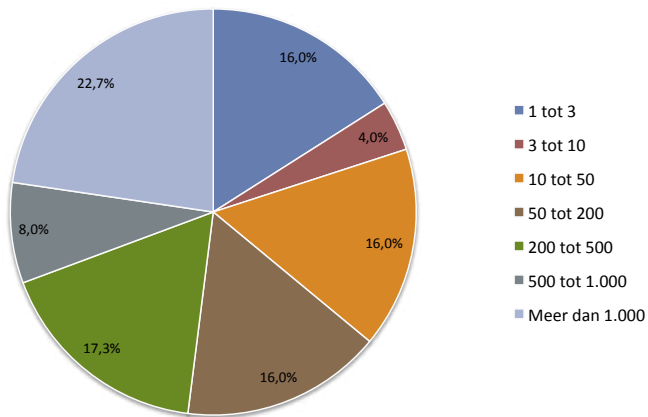
3.10.6 Werkgebied

- Een kwart van de zakelijke rijders werkt voornamelijk op een vast adres
- Voor meer dan de helft is het werkgebied een groot deel van Nederland of zelfs het buitenland
- Berijders van een 0%-auto hebben gemiddeld genomen een kleiner werkgebied dan berijders van de overige bijtellingsklassen. Dit wijkt overigens af van het beeld in het NZO 2012. Maar er is een duidelijke relatie met het geringere jaarkilometrage van deze categorie (32.147 km/jaar versus 37.712 km/jaar gemiddeld).

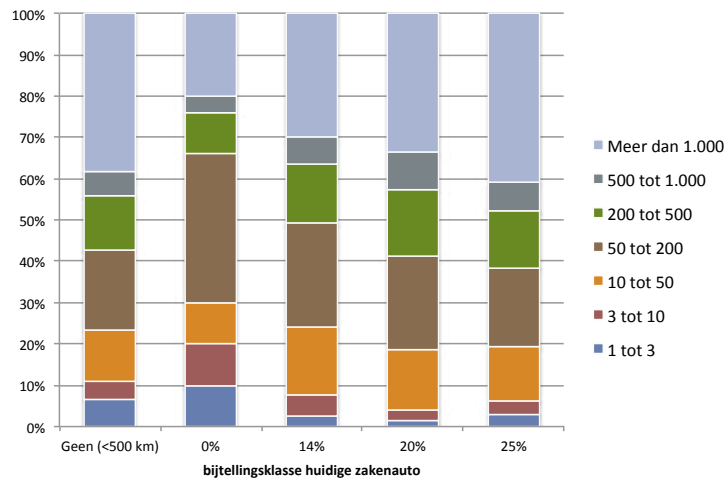


3.10.7 Achtergrond werkgever

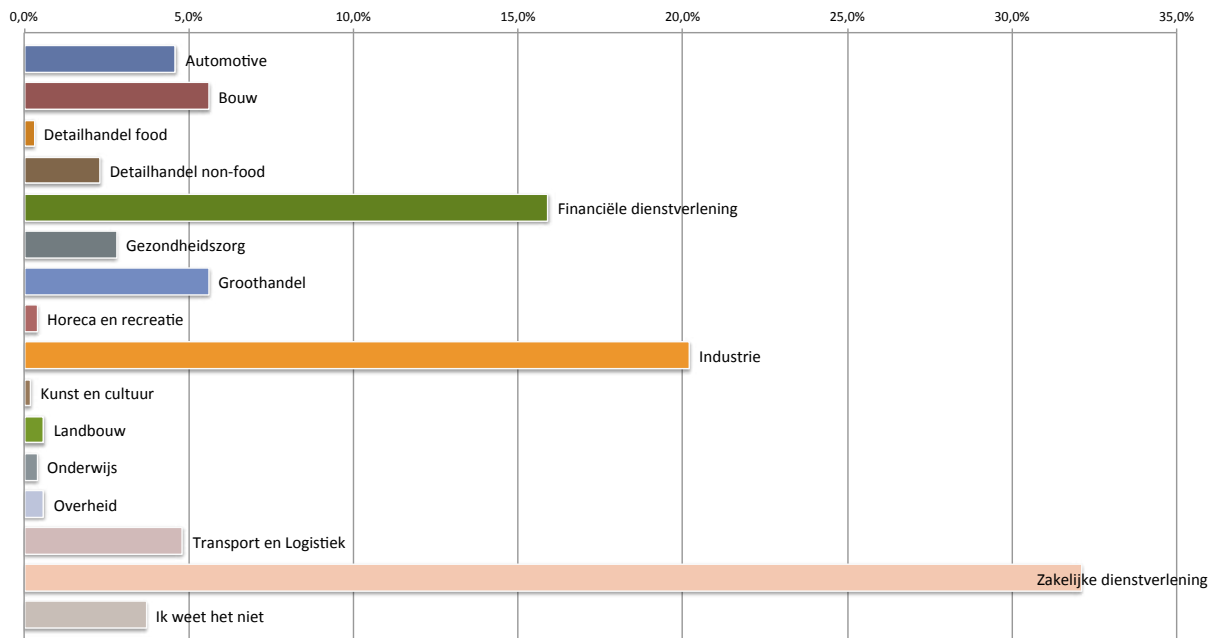
Hoeveel mensen zijn werkzaam bij uw werkgever/ onderneming



Hoeveel mensen zijn werkzaam bij uw werkgever/ onderneming



Tot welke branche behoort uw bedrijf/het bedrijf waarvoor werkzaam bent?





Hoofdstuk 4

Samenvatting Bedrijvenonderzoek

Dit hoofdstuk is een samenvatting van het bedrijvenonderzoek van het NZO 2013. Bedrijven of werkgevers spelen een belangrijke rol bij zakelijke mobiliteit. Niet alleen omdat ze (meestal) de rekening betalen maar ook omdat ze sturing geven aan de keuzes die de zakelijke rijder maakt op het gebied van mobiliteit en het gedrag dat daaruit voortvloeit. Meer dan vijfhonderd respondenten, allen verantwoordelijk voor het wagenpark, hebben deelgenomen aan het onderzoek.

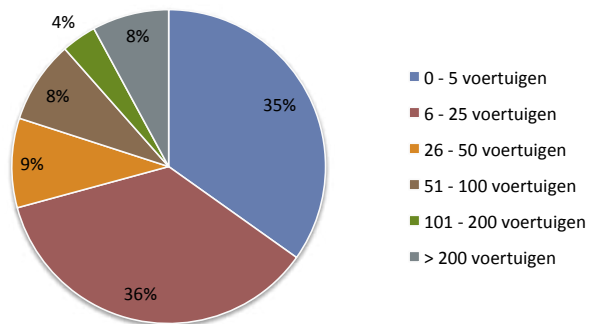
4.1 Wagenpark

4.1.1 Samenstelling wagenpark

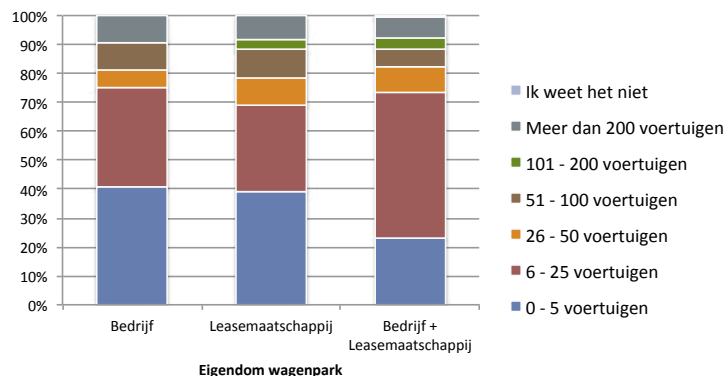
- Het aantal respondenten voor het NZO Bedrijvenonderzoek 2013 is hoog: 532 voor het wagenpark verantwoordelijke functionarissen hebben deelgenomen. Het merendeel vertegenwoordigt de kleine wagenparken (0 - 5 voertuigen en 6 - 25 voertuigen).
- Lease is sterk vertegenwoordigd: 65% heeft het wagenpark geheel ondergebracht bij een leasemaatschappij, 27% gedeeltelijk.

- Er zijn voldoende deelnemers per categorie om een uitsplitsing te kunnen maken naar wagenparkgrootte. Deze uitsplitsing wordt in de rapportage consequent doorgevoerd, net als de uitsplitsing naar eigendom wagenpark (indien dit relevante informatie oplevert).

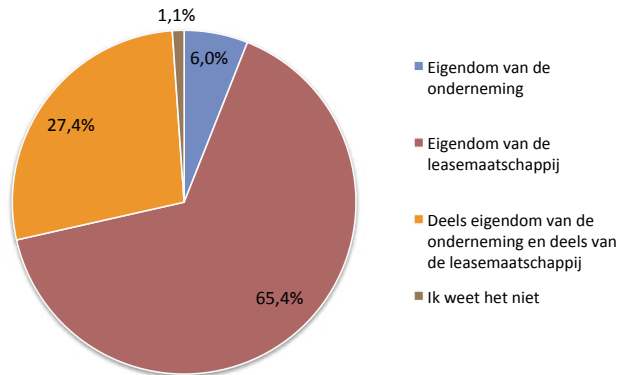
Wat is de omvang van uw wagenpark personenauto's en bestelwagens?



Wat is de omvang van uw wagenpark personenauto's en bestelwagens?



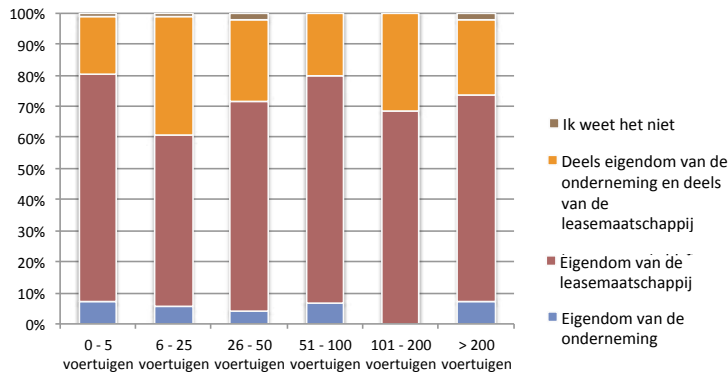
Het wagenpark van uw onderneming is:



4.1.2 Personenauto's en bestelauto's

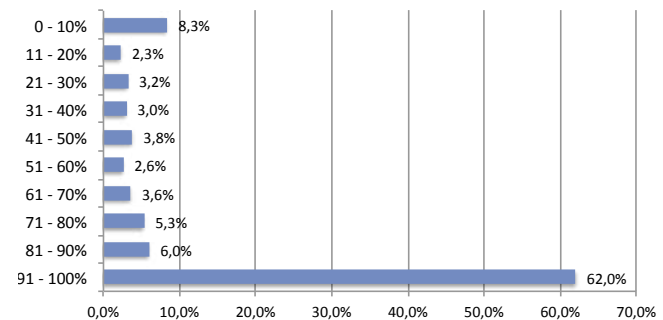
- De wagenparken bestaan in de meeste gevallen voornamelijk uit personenauto's.
- Bij tweederde van de wagenparken is het aandeel personenauto's meer dan 80%.
- Bij 10% van de wagenparken is het aandeel personenauto's slechts maximaal 20% (de rest is dus bestelauto's).
- De wagenparken met overwegend personenauto's zijn vaker bij een leasemaatschappij ondergebracht, wagenparken met bestelauto's zijn relatief vaker bedrijfseigendom.

Het wagenpark van uw onderneming is:



Kunt u het aandeel personenauto's aangeven als percentage van het totale wagenpark

(personenauto's en bestelauto's)

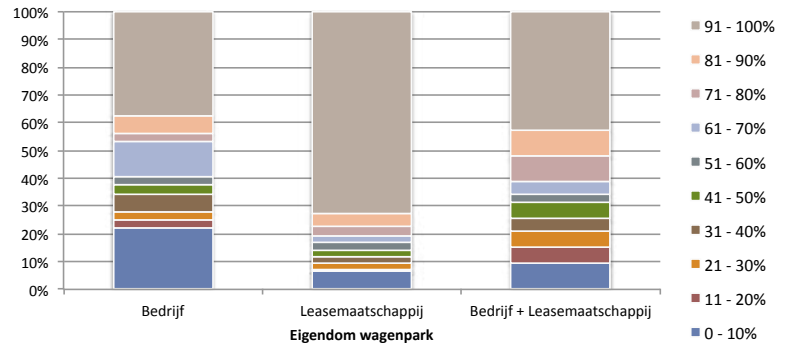
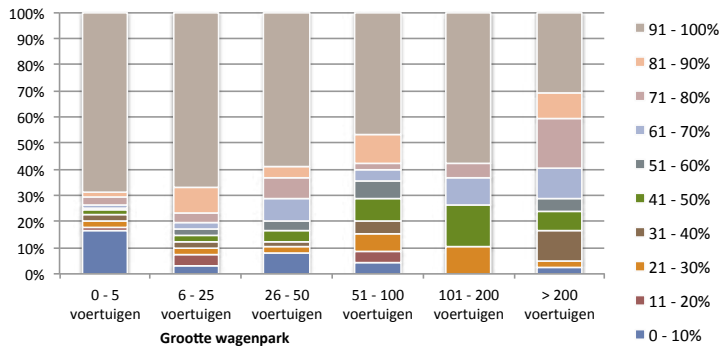


Grootte wagenpark



Kunt u het aandeel personenauto's aangeven als percentage van het totale wagenpark (personenauto's en bestelauto's)

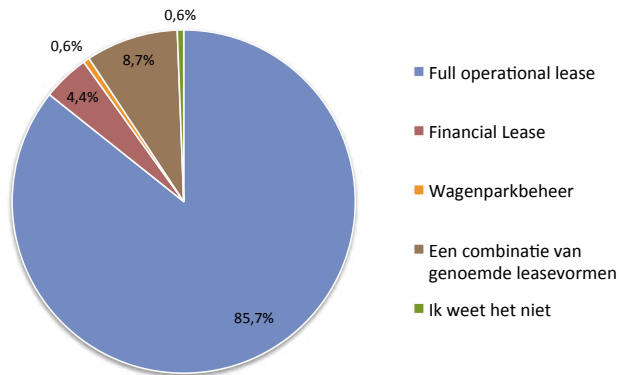
Kunt u het aandeel personenauto's aangeven als percentage van het totale wagenpark (personenauto's en bestelauto's)



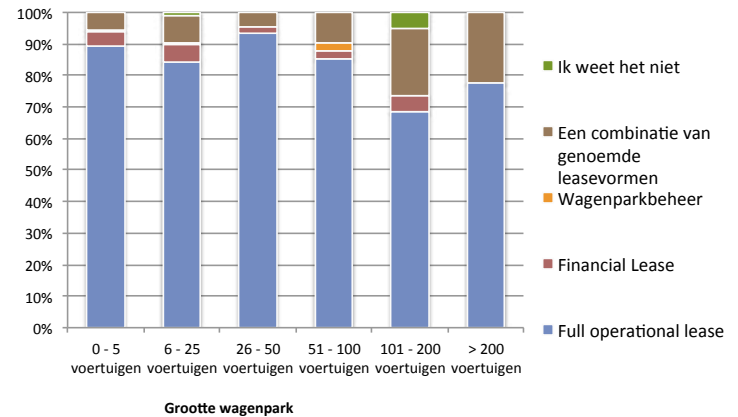
4.1.3 Leaseconstructie

- Full operational lease is de meest voorkomende leasevorm.
- Vooral bij grotere wagenparken komen vaker combinaties van leasevormen voor.
- Wagenparkbeheer (outsourcing operationeel wagenparkbeheer) wordt relatief weinig teruggekoppeld.

Welke leaseconstructie is van toepassing?



Welke leaseconstructie is van toepassing?



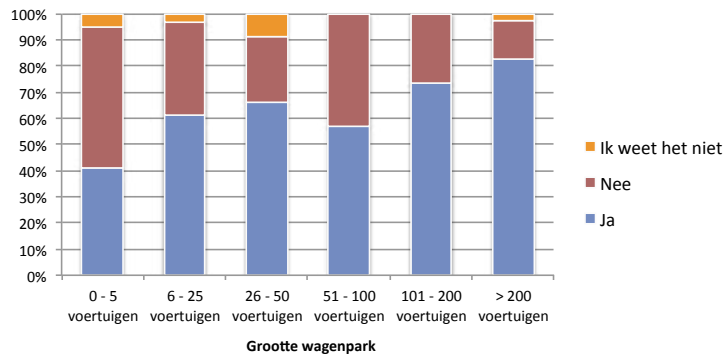
4.2 Beleid werkgever

4.2.1 Profilering als 'groen'

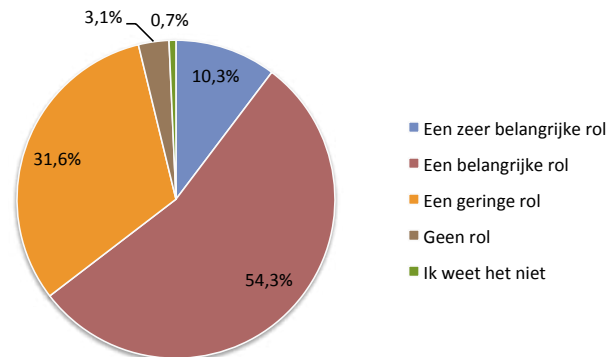
56% van de bedrijven profileert zich als 'groen'. Naarmate de wagenparkgrootte (lees: bedrijfsgrootte) toeneemt, neemt het belang van maatschappelijk verantwoord ondernemen ook toe.

Het wagenpark speelt in deze 'groene' profilering een belangrijke rol. Overigens wordt deze rol minder belangrijk gevonden dan in voorgaande edities van het NZO.

Profileert uw onderneming zich als 'groen' en/of is maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) een belangrijk thema voor uw bedrijf?



Welke rol speelt het wagenpark in deze 'groene' profilering ?

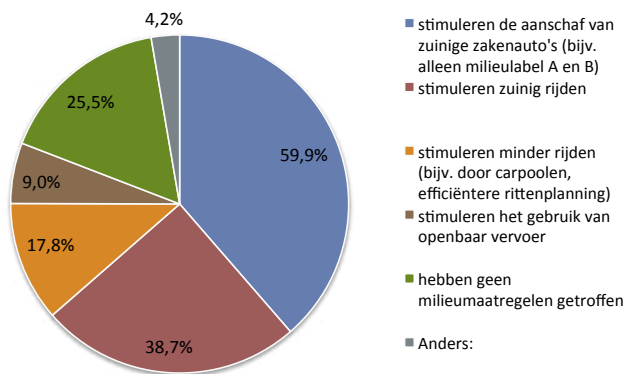


4.2.2 Maatregelen in het kader van milieubesparing

- 74% van de bedrijven heeft op de een of andere wijze maatregelen getroffen om het milieu te ontlasten: met name het stimuleren van de aanschaf van zuinige zakenauto's en het stimuleren van zuinig rijden worden genoemd.
- Minder rijden (bijvoorbeeld door carpoolen, efficiëntere rittenplanning) wordt door 18% van de bedrijven gestimuleerd.
- 26% van de respondenten geeft aan dat hun bedrijf geen milieu-maatregelen heeft getroffen.

Welke maatregelen heeft u als werkgever getroffen als het gaat om milieubesparing?

(meerder antwoorden mogelijk) Wij:

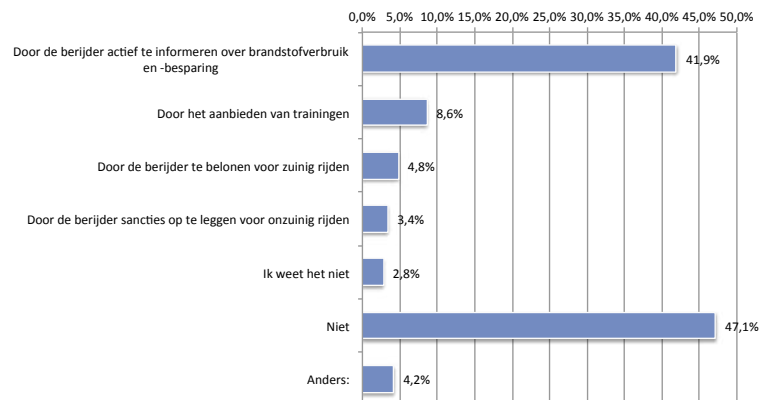


Sturing zuinig rijden

- Slechts 53% van de bedrijven stuurt actief op zuinig rijden.
- Naarmate de wagenparkomvang toeneemt worden er meer instrumenten ingezet om de berijder te stimuleren tot een zuinigere rijstijl.
- Meest genoemde instrumenten zijn: de berijder actief informeren over brandstofverbruik en –besparing (42%) en trainingen (9%)

Hoe stuurt uw organisatie op zuinig rijden?

(meerdere antwoorden mogelijk)



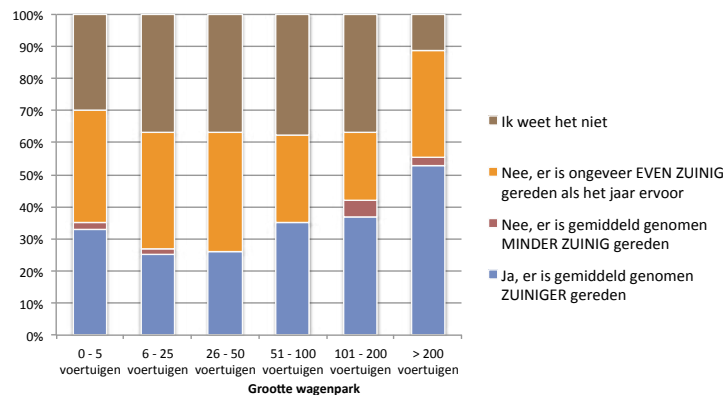
Zuiniger rijden – het afgelopen jaar

- Een derde deel van de respondenten geeft aan dat er in het afgelopen jaar zuiniger is gereden.
Een derde deel verwacht dat er in het afgelopen jaar even zuinig/onzuinig is gereden.
Een heel gering percentage geeft aan dat er onzuiniger is gereden.
Meer dan 30% weet het niet.
- Van de wagenparken waar het afgelopen jaar zuiniger is gereden, verwacht zo'n 25% van de respondenten dat de besparing tussen

0 en 5% ligt en 50% van de respondenten verwacht een besparing tussen 5 en 10%.

- Actief beleid om zuinige auto's te stimuleren, wordt als allerbelangrijkste reden aangevoerd voor het afgenomen brandstofverbruik. Maar ook het stimuleren van zuiniger rijden (eventueel in combinatie met interne wedstrijden waar prijzen tegenover staan) en het stimuleren van het nieuwe werken / thuiswerken hebben hieraan bijgedragen.

Heeft de zakelijke berijder, gemiddeld genomen, het afgelopen jaar zuiniger gereden (minder brandstof verbruikt) dan het jaar daarvoor?

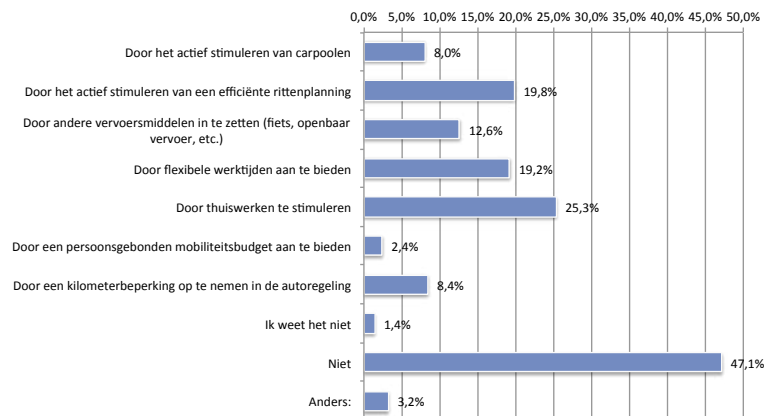


Sturing minder rijden

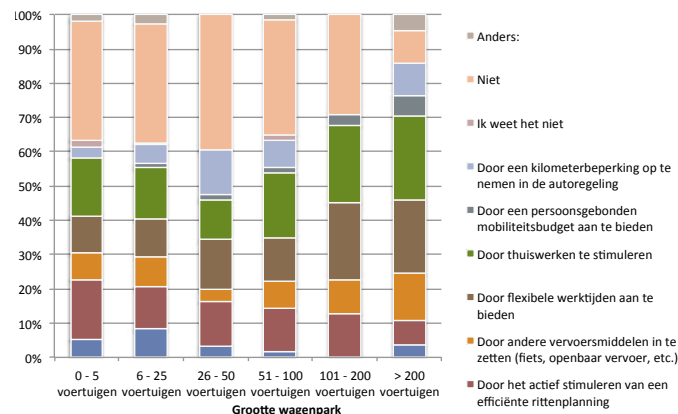
Als het gaat om het stimuleren van 'minder rijden', wordt hetzelfde beeld zichtbaar als bij 'zuiniger rijden':

- Gemiddeld ontplooit 47% geen activiteiten op dit gebied.
- De grootste bedrijven zijn weliswaar het actiefst, maar ook daar is een aanzienlijk deel niet actief op dit gebied.

Hoe stuurt uw organisatie op minder rijden?
(meerdere antwoorden mogelijk)



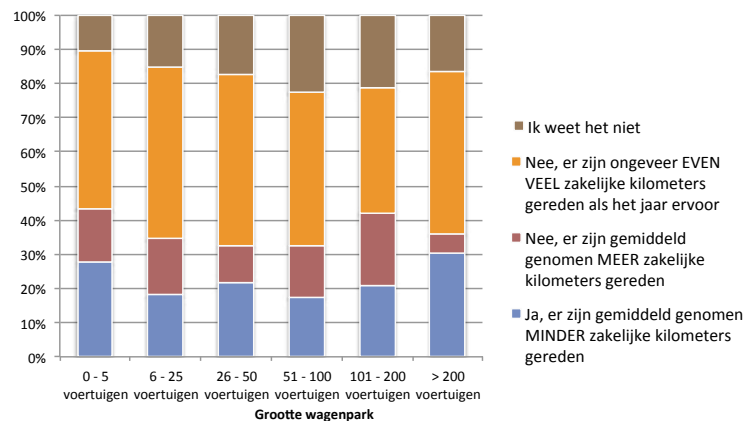
Hoe stuurt uw organisatie op minder rijden?
(meerdere antwoorden mogelijk)



Minder rijden – het afgelopen jaar

- De helft van de respondenten gaat ervan uit dat de zakelijke rijder, gemiddeld genomen, het afgelopen jaar ongeveer even veel kilometers heeft gereden als het jaar ervoor.
Bij 23% zijn er gemiddeld genomen meer kilometers gereden
In 15% van de gevallen is er minder gereden
Nog eens 15% weet het niet

Heeft de zakelijke berijder, gemiddeld genomen, het afgelopen jaar minder zakelijke kilometers gereden dan het jaar daarvoor?

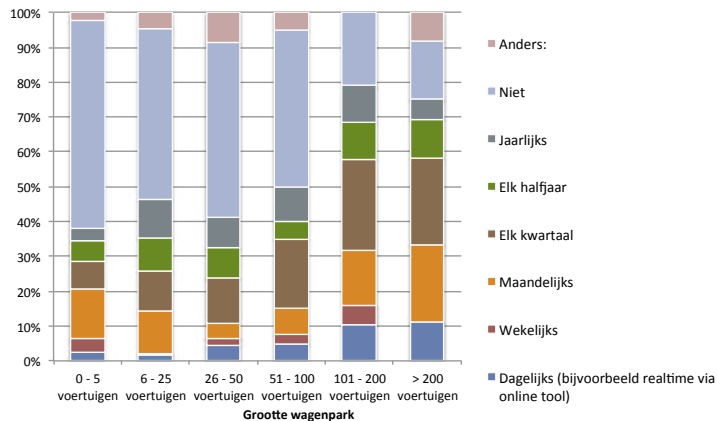


- Als er een verschil is tussen het aantal zakelijke gereden kilometers dit jaar ten opzichte van vorig jaar, ligt dat tussen de 5 en 10%. Dit geldt voor zowel de respondenten die inschatten dat er minder gereden is dan vorig jaar als de respondenten die aangeven dat er meer is gereden.
- De belangrijkste reden voor meer kilometers is de groei van de bedrijfsactiviteiten.
- Minder werk door de crisis, invoering van het nieuwe werken en een efficiëntere planning zijn de belangrijkste redenen voor het realiseren van minder kilometers.

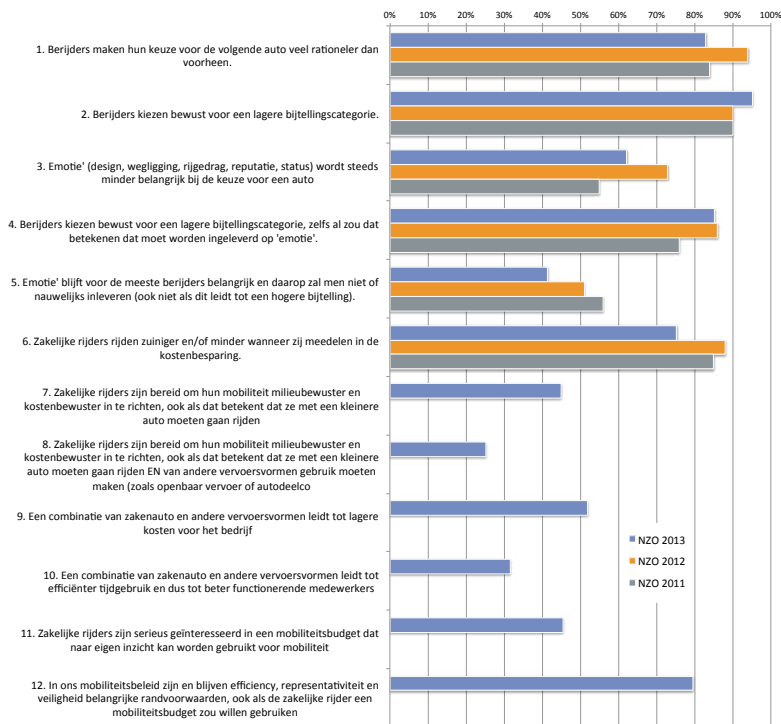
4.2.3 Brandstofverbruik en bewustwording

- De helft van de deelnemende bedrijven informeert de berijders over het gerealiseerde brandstofverbruik. Dit varieert van dagelijks tot eenmaal per jaar. De andere helft informeert de berijders in het geheel niet over het gerealiseerde brandstofverbruik.
- Bij de grote wagenparken (>100 voertuigen) is de informatievoorziening stukken beter geregeld, maar toch komt ook bij 20% van deze bedrijven de informatie niet bij de berijder terecht.
- Een gemiste kans voor bewustwording en daadwerkelijke besparing.

Hoe vaak informeert u uw berijders over het door hen gerealiseerde brandstofverbruik en/of de CO2-uitstoot?



Geef aan in hoeverre u het met de onderstaande stellingen eens bent. In het algemeen geldt:



4.3 Stellingen berijder en mobiliteit

Zie grafiek op pagina 78. De volgende stellingen hebben vooral betrekking op de zakelijke rijder. Hoe kijkt het bedrijf naar werknemers met een zakenauto? Zes stellingen kunnen worden vergeleken met het uitgevoerde onderzoek in 2011 en 2012. Zes andere stellingen zijn dit jaar toegevoegd.

Stellingen 1 t/m 6:

- De scores zijn min of meer vergelijkbaar met de voorgaande jaren.
- De respondenten geven aan dat bijtellingscategorie (nog steeds) heel belangrijk is en dat het belang van emotie voor de autokeuze (stellingen 3 en 5) licht afneemt.
- Men lijkt minder positief over de bereidheid van berijders om zuiniger en/of minder te rijden wanneer zij meedelen in de kostenbesparing.

Stellingen 7 t/m 12:

- De respondenten zijn niet positief over de bereidheid van zakelijke rijders om hun mobiliteit milieubewuster en kostenbewuster in te richten als dat zou betekenen dat ze met een kleinere auto moeten gaan rijden (stelling 7).
- De beoordeling van deze bereidheid wordt zelfs negatief als de berijder niet alleen een kleinere auto moet rijden maar ook gebruik moet maken van andere vervoersvormen (stelling 8).
- De minderheid van de respondenten is het eens met de stelling dat

een combinatie van zakenauto en andere vervoersvormen leidt tot lagere kosten voor het bedrijf (stelling 9).

- Er worden vraagtekens gezet bij de interesse van zakelijke rijders in een mobiliteitsbudget (stelling 11).
- Belangrijk blijven traditionele randvoorwaarden voor mobiliteit (efficiency, representativiteit, veiligheid) .

4.4 De autoregeling

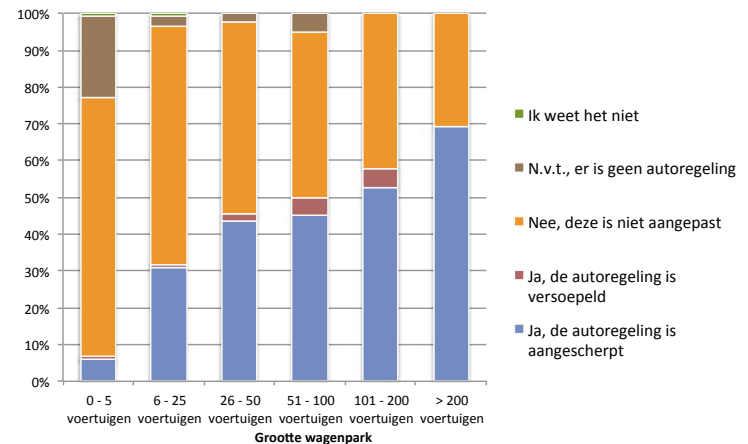
De zakenauto is en blijft een belangrijke secundaire arbeidsvoorwaarde. Maar wie zit aan het stuur? Wie bepaalt de randvoorwaarden? Voor zowel de werkgever als de berijder is een belangrijke rol weggelegd. Echter, onder andere door de economische ontwikkeling, de zoektocht naar kostenbesparing en de verslechterde situatie op de arbeidsmarkt kan in het algemeen gesteld worden dat de invloed van de werknemer de laatste jaren is afgenomen en de positie van de werkgever juist in belang is toegenomen. In de autoregeling worden afspraken tussen werkgever en werknemer vastgelegd. In deze paragraaf staat centraal wat de status is van de autoregeling en welke dynamiek te verwachten is.

Autoregeling aangepast?

- In 30% van de gevallen is de autoregeling het afgelopen jaar aangepast.
- Naarmate het wagenpark / de bedrijfsgrootte toeneemt, is de autoregeling vaker aan veranderingen onderhevig geweest.
- Bij de grootste bedrijven is zelfs bij 70% de autoregeling aangepast.
- In de meeste gevallen is de autoregeling overigens aangescherpt.
- Aanpassing van de autoregeling heeft in de meeste gevallen een sterke financiële en/of kostenbesparende achtergrond. In vrijwel alle gevallen leidt de aanscherping van de regeling tot een beperking voor de berijder (in keuze of mogelijkheden), tot meer controle c.q. naleving van de regeling en (vaak) tot een hogere doorbelas-

ting. Uitbreiding van de regeling met bijvoorbeeld een bonus/malus regeling of het invoeren van elektrisch rijden, wordt in slechts enkele gevallen genoemd.

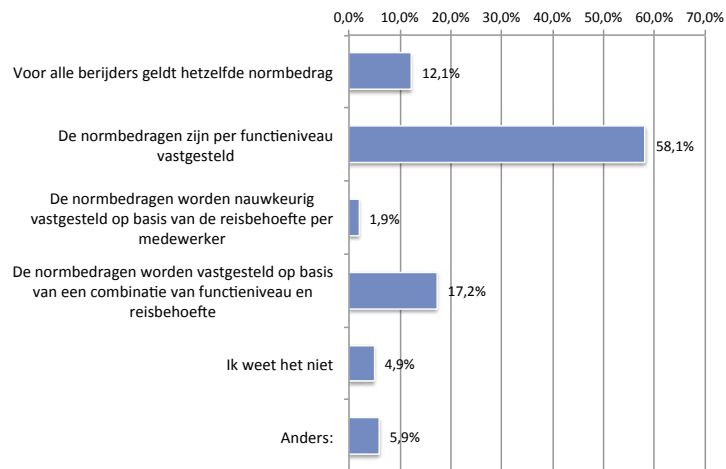
Is de autoregeling binnen uw bedrijf het afgelopen jaar aangepast?



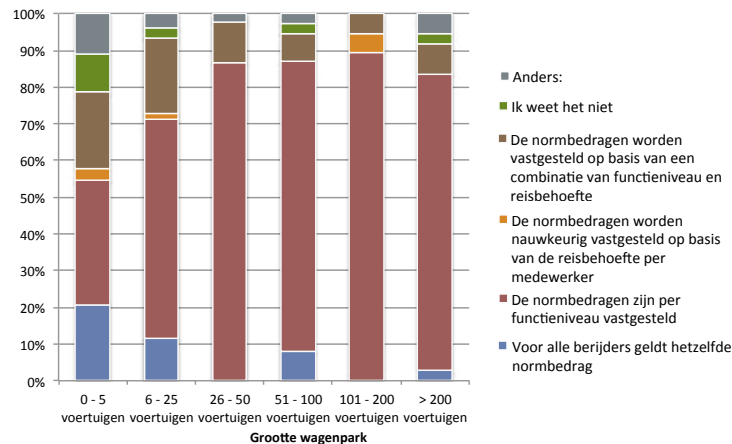
Vaststelling normbedragen

- In de autoregeling zijn in de meeste gevallen normbedragen vastgesteld per functieniveau
- Bij het vaststellen van normbedragen wordt meestal niet rekening gehouden met de individuele reisbehoefte.

Hoe zijn normbedragen voor autokeuze/mobiliteit vastgesteld?



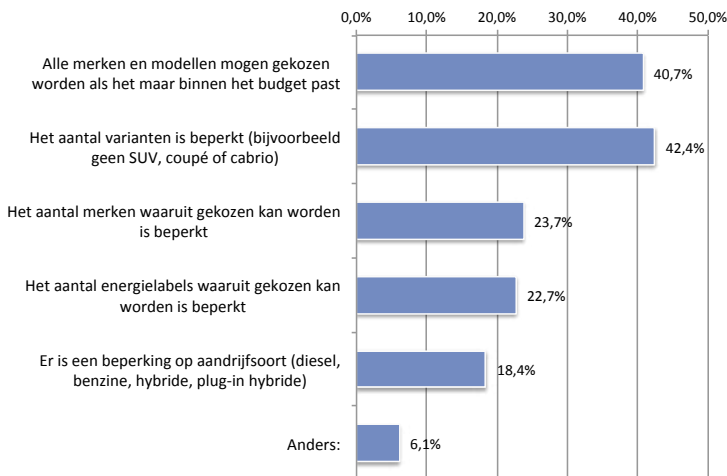
Hoe zijn normbedragen voor autokeuze/mobiliteit vastgesteld?



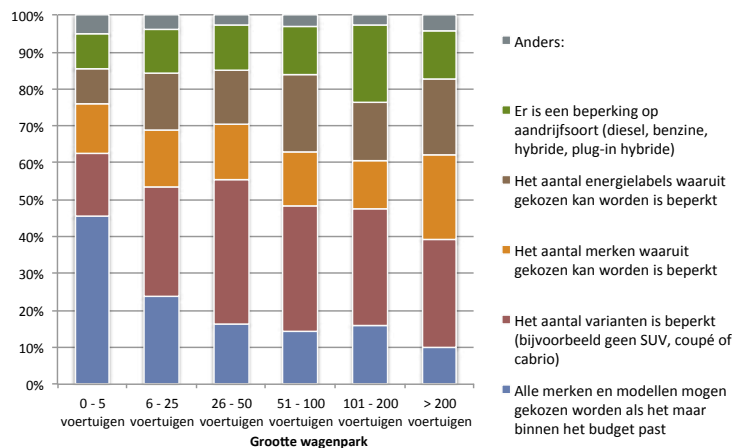
Beperking autokeuze

- 59% van de bedrijven legt beperkingen op met betrekking tot de autokeuze. Het kan daarbij gaan om het uitsluiten van bepaalde varianten (bijvoorbeeld geen SUV of coupé), bepaalde merken of aandrijfsorten (bijvoorbeeld diesel, hybride of plug-in hybride).
- Hoe groter het bedrijf, hoe meer beperkingen.

**Is er een beperking voor autokeuze?
(meerdere antwoorden mogelijk)**



**Is er een beperking voor autokeuze?
(meerdere antwoorden mogelijk)**

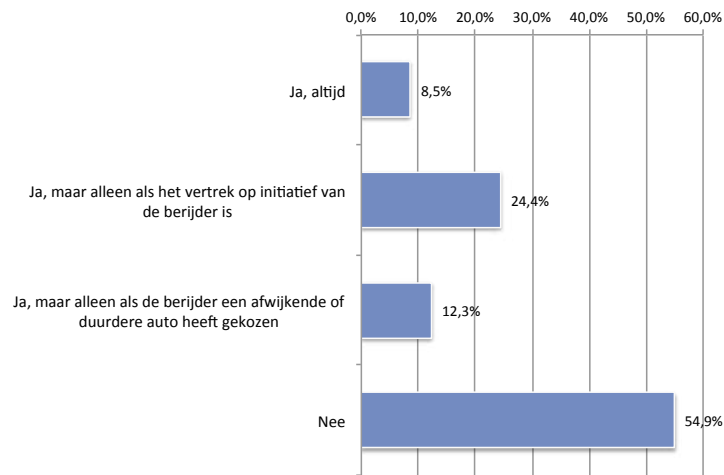


Afkoopregeling bij uitdiensttreding

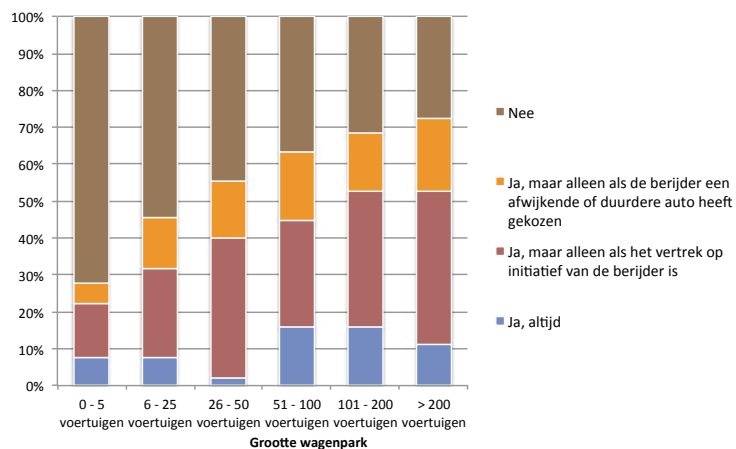
- Bijna de helft van de bedrijven hanteert een afkoopregeling van de zakenauto bij uitdiensttreding.
- Ook hier geldt: hoe groter het bedrijf, hoe vaker een afkoopregeling.

- 9% rekent altijd af.
- 25% alleen als het vertrek op initiatief van de berijder is (bij grote bedrijven circa 40%).
- 12% alleen als de berijder een afwijkende of duurdere auto gekozen heeft (bij grote bedrijven tot 20%).

Is er sprake van een afkoopregeling voor de zakenauto bij uitdiensttreding?



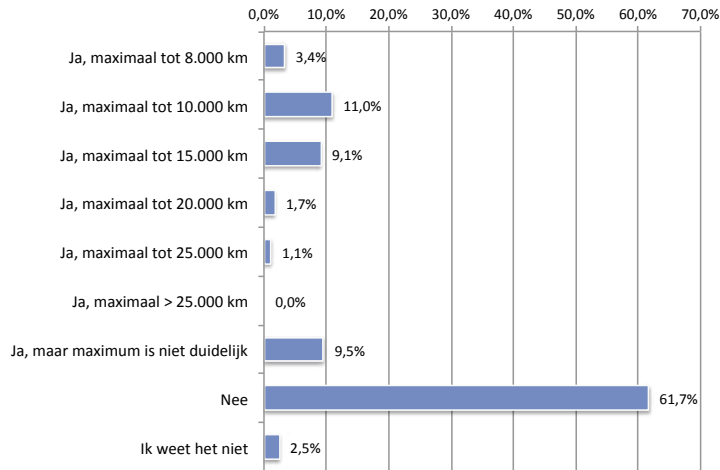
Is er sprake van een afkoopregeling voor de zakenauto bij uitdiensttreding?



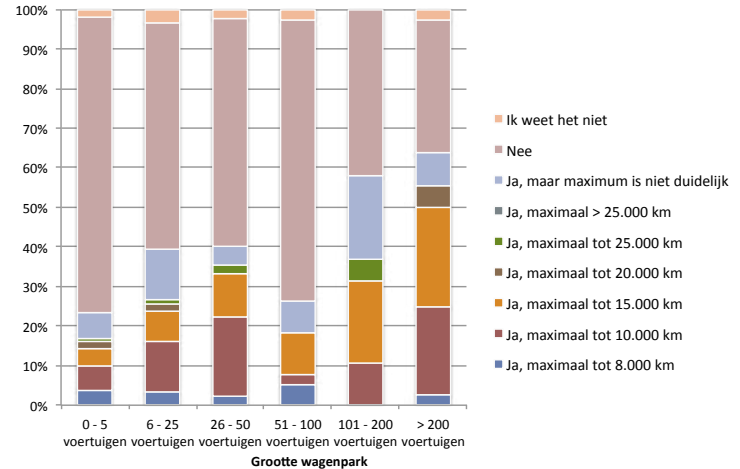
Beperking privékilometers

- Privégebruik wordt relatief weinig beperkt door de werkgever (gemiddeld 35%).
- Wel vaker door grote bedrijven (50 – 60%).
- Indien er een beperking is, ligt deze meestal op 10.000 – 15.000 kilometer per jaar.

Is er een beperking op kilometers voor privégebruik?



Is er een beperking op kilometers voor privégebruik?

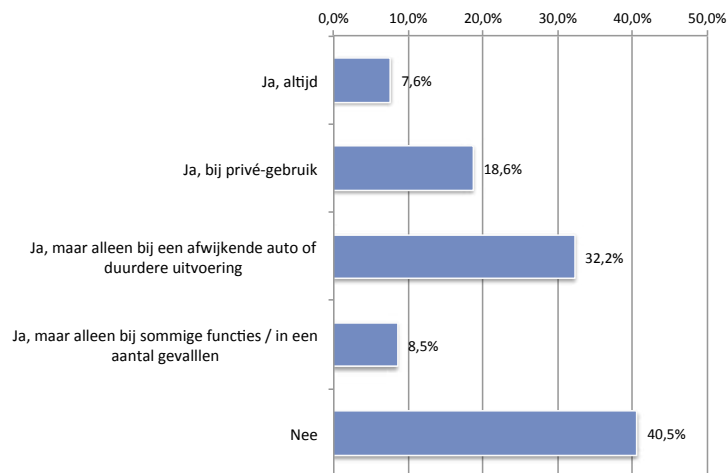


Eigen bijdrage

- Bij 60% van de bedrijven moet de berijder een eigen bijdrage betalen voor het privégebruik van de zakenauto.
- In de meeste gevallen alleen bij een afwijkende auto of duurdere uitvoering.
- Gotere wagenparken, vaker eigen bijdrage.

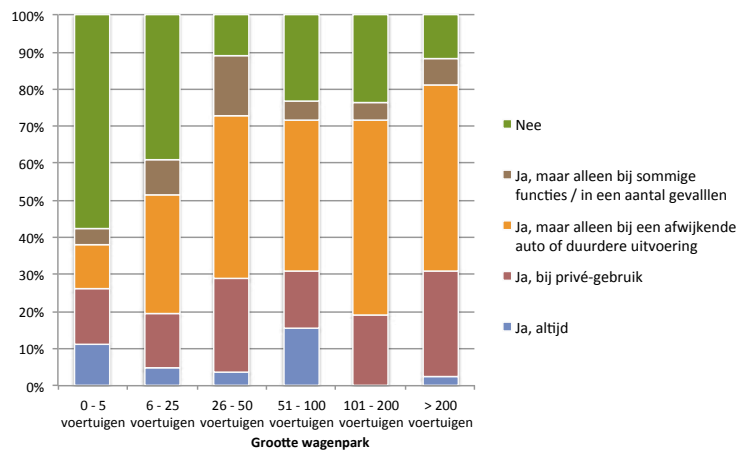
Geldt er een eigen bijdrage voor de berijder?

(meerdere antwoorden mogelijk)



Geldt er een eigen bijdrage voor de berijder?

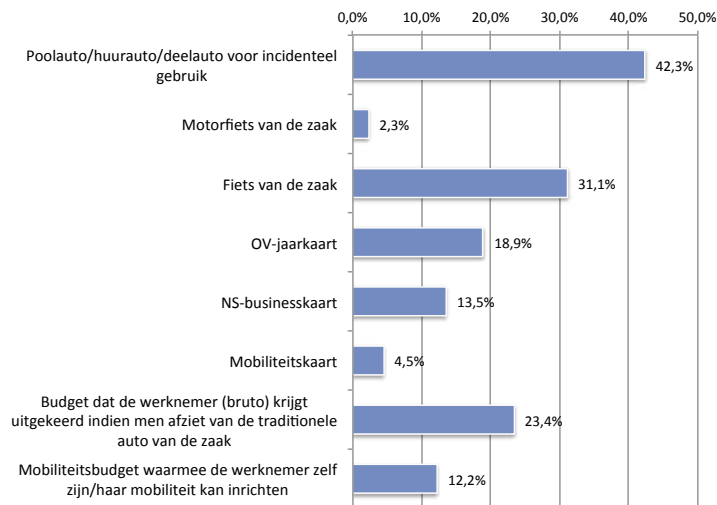
(meerdere antwoorden mogelijk)



Alternatieven voor de zakenauto?

- Ongeveer tweederde van de bedrijven biedt de medewerkers met een auto van de zaak desgewenst een alternatief aan.
- Poolauto/huurauto (42%), openbaar vervoer (32%), fiets van de zaak (31%) worden het vaakst aangegeven.
- Opvallend is dat in 23%(!) van de gevallen een budget (vergoeding)

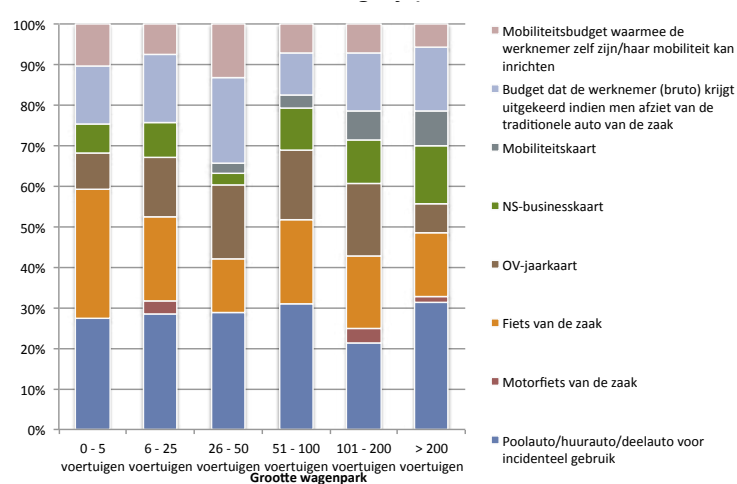
Wij bieden zakelijke rijders nu al de volgende vormen van zakelijk vervoer aan als alternatief voor de huidige auto van de zaak (meerdere antwoorden mogelijk):



wordt uitgekeerd indien wordt afgezien van de zakenauto.

- En bij 12% van de bedrijven wordt een mobiliteitsbudget aangeboden.
- Er zijn geen grote verschillen te constateren tussen de verschillende categorieën wagenparkgrootte.

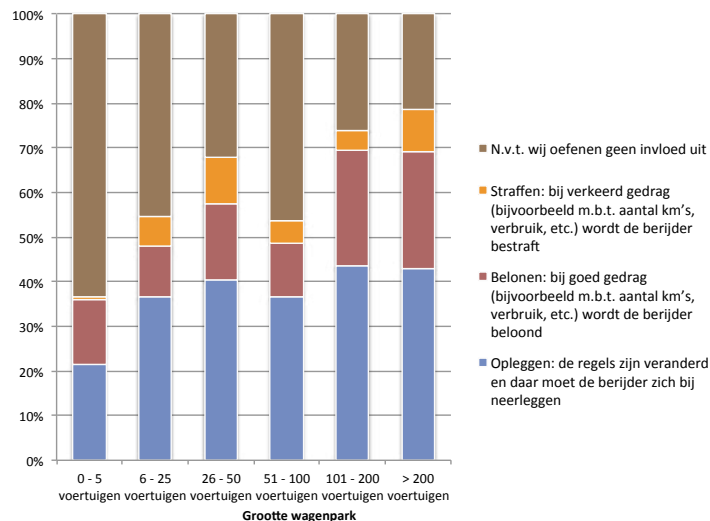
Wij bieden zakelijke rijders nu al de volgende vormen van zakelijk vervoer aan als alternatief voor de huidige auto van de zaak (meerdere antwoorden mogelijk):



Gedragsverandering bewerkstelligen

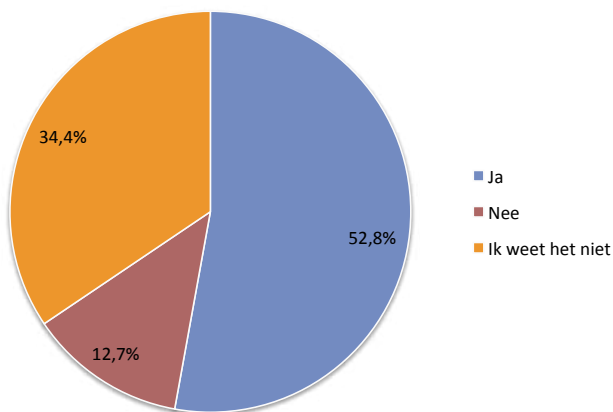
- De helft van de bedrijven oefent geen invloed uit / probeert geen invloed uit te oefenen op het gedrag van bestuurders m.b.t. mobiliteit(skosten).
- Indien wél invloed wordt uitgeoefend, is dat vaak door regels te veranderen en (eenzijdig) op te leggen of door te belonen bij goed gedrag.
- Grote(re) bedrijven zijn sterker sturend richting bestuurders.

**Gedragsveranderingen kunnen op verschillende manieren worden bewerkstelligd. De meest gebruikte vormen zijn: opleggen (doen wat er gezegd of zoals is bepaald), belonen (van goed gedrag) en straffen (van verkeerd gedrag).
Hoe zou u de wijze waarop...**

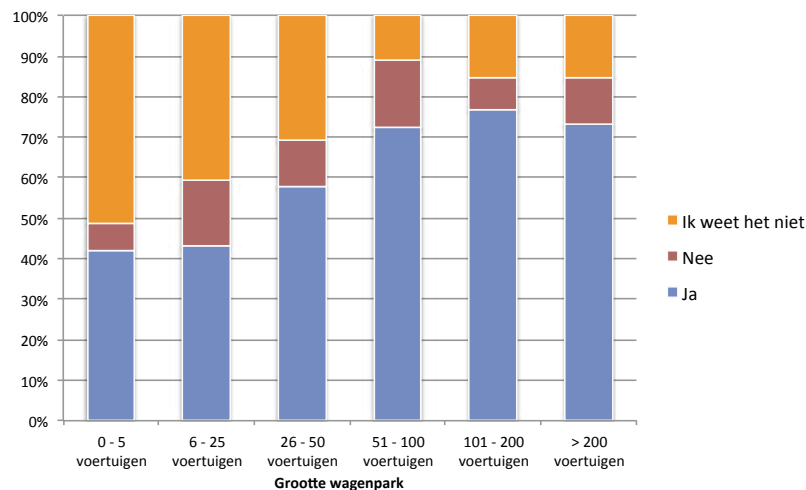


- Meer dan de helft van de respondenten geeft aan dat de maatregelen die zijn ingezet om het gedrag van berijders te beïnvloeden, meetbaar leiden tot lagere kosten en/of hogere opbrengsten.
 - 13% geeft aan dat de maatregelen geen effect hebben gehad.
 - 35% weet het niet.
- Bovenstaande percentages zijn nauwelijks afwijkend voor bedrijven die op verschillende manieren invloed uitoefenen op de berijder. Opvallend is alleen dat van de bedrijven die straffen, bijna een kwart aangeeft dat dit niet werkt.

Leidt dit meetbaar tot lagere kosten/hogere opbrengsten?



Leidt dit meetbaar tot lagere kosten/hogere opbrengsten?

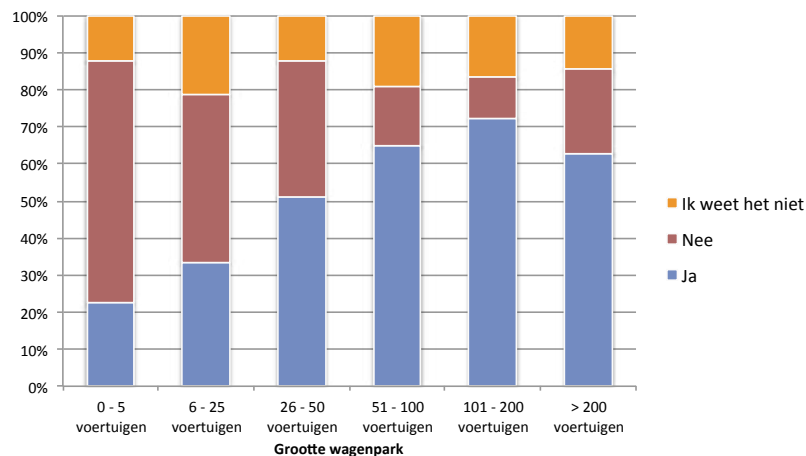


Verwachte aanpassingen op de autoregeling

- De meeste kleine bedrijven verwachten niet dat de autoregeling het komende jaar wordt aangepast (als ze al een regeling hebben..).
- Naarmate de bedrijfsgrootte toeneemt wordt er gevoelig van uitgegaan dat er aanpassingen zullen worden doorgevoerd in de autoregeling.
- Als belangrijkste aanpassingen worden genoemd:
 - o Meer zuinige auto's / aanpassing CO2 norm
 - o Verlaging leasebudget / norm leasebedrag
 - o Verhoging doorbelastingen en/of privébijdrage
 - o Beperking privékilometers
 - o Invoering mobiliteitsoplossingen / persoonlijk mobiliteitsbudget
- Kostenbesparing op mobiliteit is voor elke bedrijfsmvang een belangrijk issue; voornamelijk bij de grotere bedrijven worden er in het komende jaar op dit gebied aanpassingen in de autoregeling verwacht (bij 80 – 90% van de grootste bedrijven).
- Milieubewustzijn of MVO is belangrijk en zal naar verwachting ook leiden tot een herijking van de autoregeling (bij de grootste bedrijven zelfs in 80% van de gevallen).
- Flexibilisering van arbeid en mobiliteit is weliswaar belangrijk, maar staat lager op de interne agenda.
- Het actualiseren van de autoregeling ('uniformiteit; allerlei uitzonderingen uit het verleden rechttrekken') wordt relatief vaak als reden genoemd voor aanpassingen.

- Het invoeren van een mobiliteitsbudget wordt op dit moment niet als een prioriteit gezien, 22% overweegt enigszins serieus of serieus invoering. De grootste bedrijven zijn het meest positief over mogelijke invoering.
- Het invoeren van een deelautoconcept wordt gemiddeld door slechts 18% enigszins serieus of serieus overwogen.

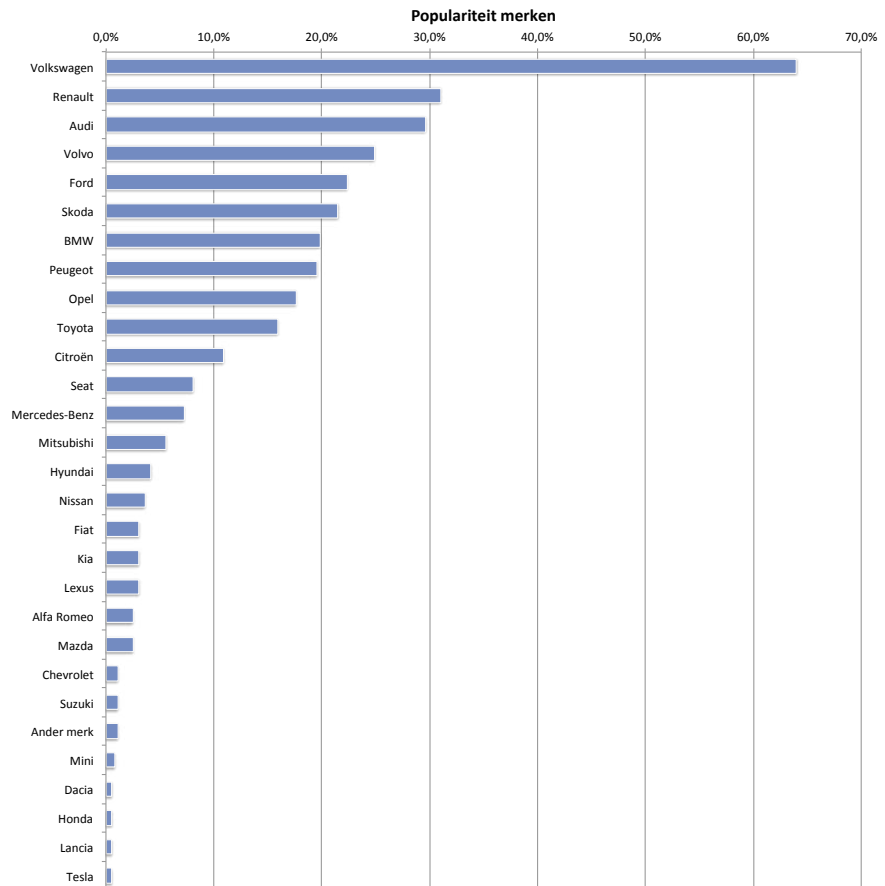
Verwacht u dat de autoregeling van uw bedrijf in de nabije toekomst (het komende jaar) wordt aangepast?



4.5 Verwachting over terbeschikkingstelling zakenauto en autokeuze

- Opvallend is dat de verwachtingen van alle respondenten bij elkaar opgeteld m.b.t. de autokeuze van medewerkers voor de komende 1-2 jaar een zeer neutraal beeld oplevert: net zoveel mensen zijn het met de stellingen eens als oneens.
- Met name de grote wagenparken / bedrijven geven wel een duidelijke mening. Zo wordt bij grote bedrijven de verwachting uitgesproken dat (voor details zie bijlagenrapport):
 - o Minder medewerkers een auto ter beschikking krijgen
 - o Het totale aantal zakenauto's zal verminderen
 - o Het maandbudget lager zal worden, waardoor er kleinere en goedkopere auto's gekozen gaan worden
- Alle respondenten geven wel zeer duidelijk aan dat er een sterke focus op bijtellingscategorieën blijft bestaan

Aan de respondenten is gevraagd voor welke (maximaal 5 te noemen) merken de zakelijke rijders in het bedrijf de komende 1-2 jaar vooral zullen kiezen, zie grafiek hiernaast. De scores zijn een indicatie voor de te verwachten populariteit van bepaalde merken. Ze hebben geen directe relatie met het marktaandeel maar zijn wel richtinggevend.

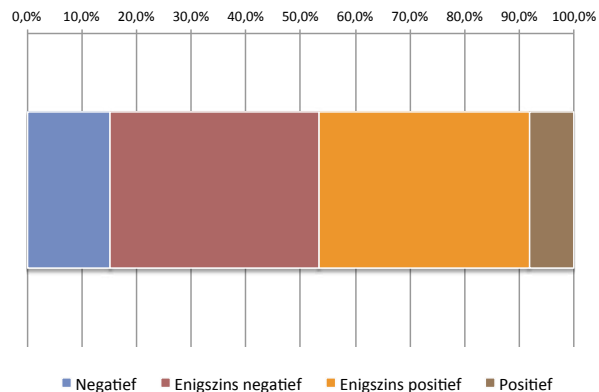


4.6 Verwachting m.b.t. alternatieve mobiliteitsvormen

Over het onderwerp 'andere mobiliteitsvormen en/of mobiliteitsbudget' hebben veel respondenten (allemaal professionals) geen duidelijke mening. Een klein deel is uitgesproken negatief, een nog kleiner deel is positief en de grote middenmoot is enigszins negatief danwel enigszins positief.

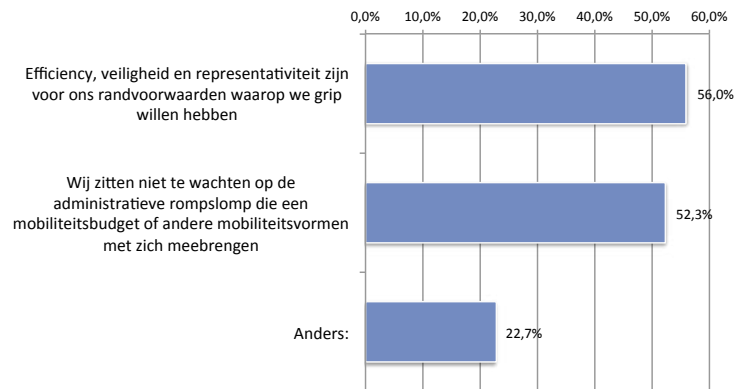
Opgemerkt moet worden dat de grootste bedrijven aanmerkelijk vaker positief tegenover dit onderwerp staan: 30% staat positief tegenover de overgang naar andere mobiliteitsvormen (dan de zakenauto) en/of een mobiliteitsbudget.

Hoe staat u als bedrijf tegenover de overgang naar andere mobiliteitsvormen (dan de zakenauto) en/of een mobiliteitsbudget?



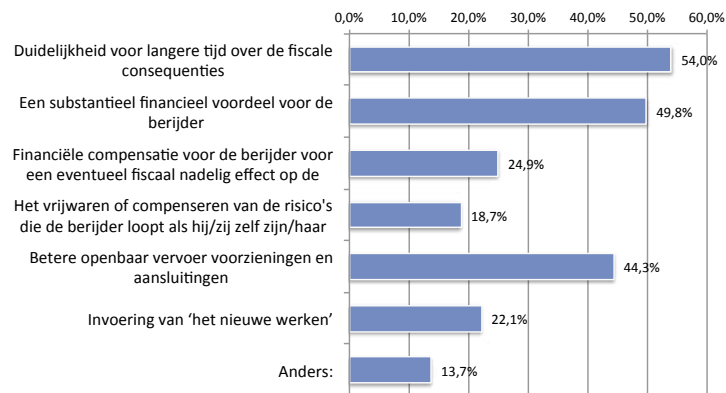
- Belangrijkste redenen om (enigszins) negatief te staan tegenover de overgang naar een mobiliteitsbudget of andere mobiliteitsvormen:
 - o Men wil grip houden op zaken als efficiency, veiligheid en representativiteit
 - o Men gaat ervan uit dat invoering veel (administratieve) rompslomp met zich meebrengt; daar zit men niet op te wachten.

Waarom staat u (enigszins) negatief tegenover de overgang naar een mobiliteitsbudget of andere mobiliteitsvormen?
(meerdere antwoorden mogelijk)



- De randvoorwaarden die door de respondenten belangrijk worden gevonden, wijken nauwelijks af van het rijtje dat door de berijders is gemaakt:
 - o Er moet voor langere tijd duidelijkheid zijn over de fiscale consequenties
 - o Het moet een substantieel financieel voordeel voor de berijder opleveren
 - o De openbaarvervoervoorzieningen en -aansluitingen moeten verbeteren

Aan welke randvoorwaarden moet volgens u worden voldaan voordat werknemers in uw bedrijf in grote(re) getalen overstappen op andere vervoersvormen dan de zakenauto...?

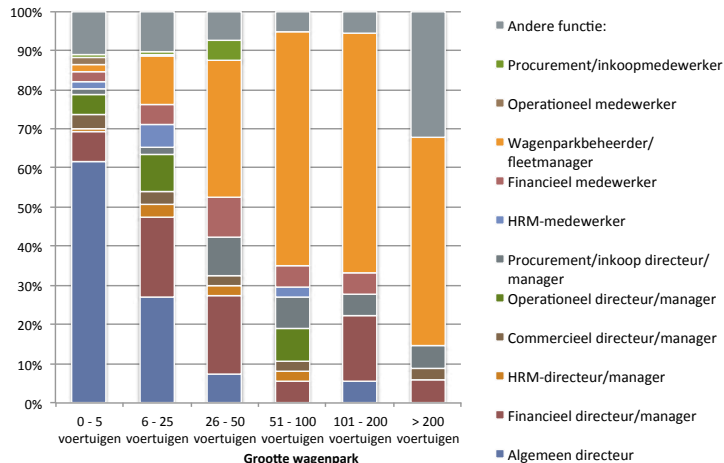


4.7 Achtergrondinformatie bedrijf en functie respondenten

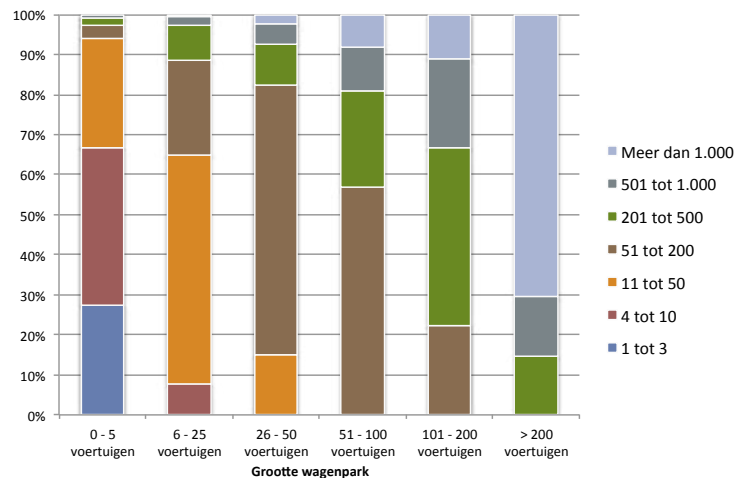
Functie respondenten

- Van kleine bedrijven heeft vooral de algemeen directeur gerespondeerd.
- Bij de grotere bedrijven zijn het vooral de financieel directeur/manager en (met name) de wagenparkbeheerder/fleetmanager die de vragenlijst hebben ingevuld.

Wat is uw functie?



Hoeveel mensen zijn er werkzaam voor uw bedrijf?



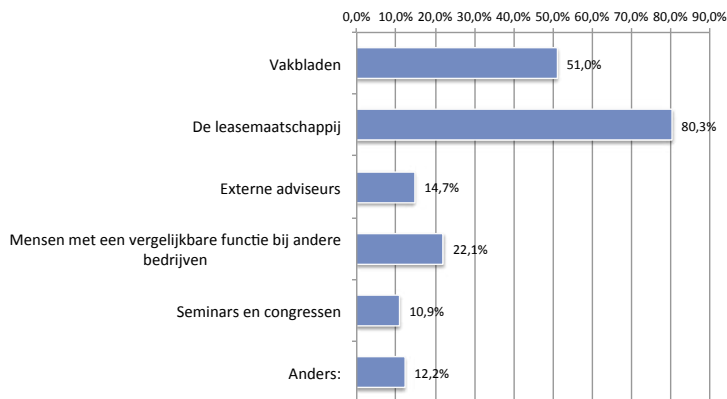
Belangrijke informatiebronnen op het gebied van wagenpark-beheer

- De leasemaatschappij wordt gezien als de belangrijkste informatiebron voor de verantwoordelijke voor het wagenpark.
- Vakbladen zijn ook een belangrijk medium om op de hoogte te blijven.
- Bij de grootste wagenparken is het beheer professioneel ingericht

en zijn de benodigde resources ingevuld. Ook hier speelt de leasemaatschappij een belangrijke rol, maar in de antwoorden is duidelijk te zien dat de grootste bedrijven meer activiteiten ontplooiën om zelfstandig de benodigde kennis te vergaren en dus minder op de leasemaatschappij leunen.

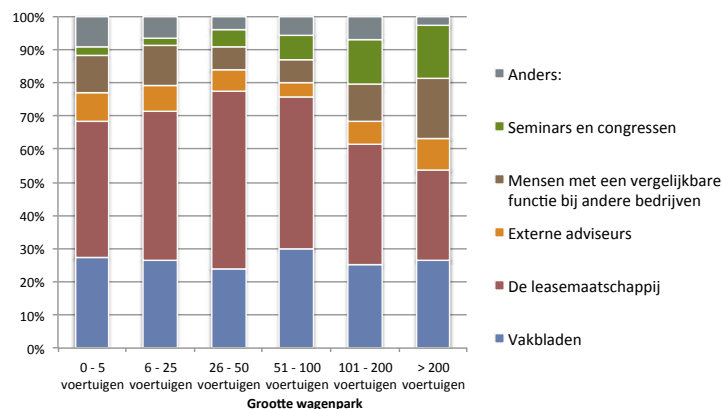
Wat zijn uw belangrijkste informatiebronnen op het gebied van mobiliteit en de zakenauto?

(meerdere antwoorden mogelijk)



Wat zijn uw belangrijkste informatiebronnen op het gebied van mobiliteit en de zakenauto?

(meerdere antwoorden mogelijk)



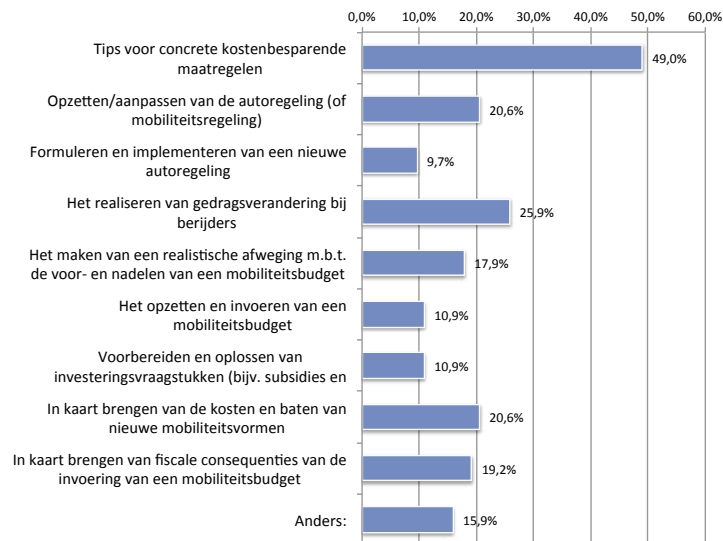
Behoeftte aan ondersteuning

- De respondenten zijn vooral geïnteresseerd in concrete tips & trics. Het gaat vooral om tips voor kostenbesparende maatregelen, duidelijkheid verschaffen bij investeringsvraagstukken.
- Maar ook in het maken van beleid voor de toekomst en het onderbouwen daarvan; het opzetten/aanpassen van regelingen, het

opzetten en invoeren van een mobiliteitsbudget inclusief de financiële consequenties.

- Het realiseren van gedragsverandering is eveneens een onderwerp waarin ondersteuning gewenst is.

Op welke gebieden heeft u de meeste behoefte aan ondersteuning? (meerdere antwoorden mogelijk)



Hoofdstuk 5

Verantwoording

5.1 Achtergrond

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek 2013 is inmiddels de vijfde editie van een jaarlijks onderzoek naar de zakenauto. De doelstelling is het uitvoeren van kwalitatief hoogstaand, betrouwbaar en actueel onderzoek op het gebied van de zakenauto. Bovendien wil het NZO onderbouwde en relevante conclusies met toegevoegde waarde presenteren aan de autobranche. Continuïteit van het onderzoek en de onderzoeksresultaten staat centraal, maar elk jaar wordt een specifiek thema nader uitgelicht.

In 2012 was het thema de zakelijke rijder zélf. Voor de editie 2013 is het thema ‘willen en mogen’. De zakelijke rijder heeft wensen en behoeften, maar die heeft de werkgever ook. Sterker nog, het lijkt er op dat de werkgever steeds vaker de touwtjes strakker in handen wil houden. Oftewel: wat wil de zakelijke rijder en wat mág de zakelijke rijder? Welke keuzes worden gemaakt, nu en in de toekomst, op het gebied van de zakenauto en andere mobiliteitsaspecten?

Onderzoeksvragen Nationaal Zakenauto Onderzoek 2013:

- Welke factoren zijn van invloed op de keuze voor een zakenauto?
- Hoe belangrijk is ‘emotie’ (nog) bij de keuze voor een zakenauto?
- Welke rol speelt de fiscale bijtellingsklasse in het keuzeprocess?
- In hoeverre zijn andere en/of flexibele mobiliteitsvormen een serieus alternatief?
- Hoe belangrijk is de ‘eigen’ auto?
- Hoe zal de autokeuze zich ontwikkelen?

- Wat is de rol van de werkgever?
- Welke afwegingen maken werkgever en werknemer op het gebied van (auto)mobiliteit? En wat zijn de gevolgen daarvan?
- Hoe loyaal zijn zakelijke rijders ten opzichte van hun merk, ten opzichte van het segment waarin ze rijden en ten opzichte van de bijtellingscategorie?
- Hoe aantrekkelijk worden merken/modellen door zakelijke rijders gevonden? Behoudt de NZO-attractiviteitsindex zijn voorspellende waarde?
- Welke ontwikkeling is zichtbaar met betrekking tot de belangrijkste conclusies uit het NZO 2012?

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek is tot stand gekomen door een samenwerking tussen Automobiel Management, RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Informatie en Vereniging van Nederlandse Lease-maatschappijen (VNA). Het onderzoek en de analyse zijn uitgevoerd door Eric Vousten, principal researcher VMS | Research, Intelligence & Strategy.

5.2 Verantwoording

Er zijn twee onderzoeken uitgevoerd:

1. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2013 – BEDRIJVEN
2. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2013 – BERIJDERS

Beide onderzoeken hebben plaatsgevonden door middel van een internetenquête in de periode juli - augustus 2013. Indien een emailadres voorhanden was, zijn naar zakelijke berijders en vertegenwoordigers van bedrijven die tot de doelgroep behoren gepersonaliseerde uitnodigingen verstuurd om deel te nemen aan het onderzoek. Verder zijn er anonieme hyperlinks geplaatst in relevante email-nieuwsberichten en websites.

Response

Bedrijvenonderzoek

| | |
|--|-----|
| Aantal respondenten: | 533 |
| Aantal volledig ingevulde vragenlijsten: | 400 |

Berijdersonderzoek

| | |
|--|-------|
| Aantal respondenten: | 4.408 |
| Aantal volledig ingevulde vragenlijsten: | 3.553 |

De deelnemende bedrijven vertegenwoordigen een mooie dwarsdoorsnede van Nederlandse bedrijven met een wagenpark. Alle

wagenparken zijn (naar omvang wagenpark) goed vertegenwoordigd. De response is ruim voldoende om betrouwbare resultaten te genereren. Indien statistisch verantwoord, is nader ingezoomd op gedetailleerde resultaten.

De response op het berijdersonderzoek is met ruim vierduizend deelnemers zeer tevredenstellend. De betrouwbaarheid van de resultaten is hoog en het biedt mogelijkheden om diepgaande analyses te maken. Het aandeel leaserijders is met 91 procent relatief hoog. Dankzij de hoge response en de voldoende hoge aantallen rijders met een zakenauto die eigendom is van het bedrijf, kunnen desondanks resultaten goed geïnterpreteerd worden en indien nodig verbijzonderd worden.

5.3 Opzet rapportage

De rapportage is in vijf delen opgesplitst:

1. Belangrijkste conclusies
2. Marktanalyse op basis van data van RDC | Centraal Bureau
Mobiliteit Informatie
3. Samenvatting Berijdersonderzoek
4. Samenvatting Bedrijvenonderzoek
5. Verantwoording van het onderzoek

Uitgebreide onderzoeksresultaten en gedetailleerde analyses zijn terug te vinden in het bijlagenrapport. Het bijlagenrapport NZO 2013 is te downloaden op de websites:

| | |
|-----------------------|--|
| Automobiel Management | www.automobielmanagement.nl |
| RDC | www.rdc.nl |
| VNA | www.vna-lease.nl |

Colofon

Datum

Deventer, september 2013

NZO 2013 is een onderzoek van

- AM Automobiel Management – Deventer
- RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Informatie – Amsterdam
- VNA Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen - Bunnik

Research & analyse

VMS | Research, Intelligence & Strategy - IJsselstein

Eric Vousten – principal researcher

Redactie

Automobiel Management – Deventer

Vormgeving / opmaak

De Opmaakredactie – Wehl

Druk

Drukkerij Roelofs – Enschede

NATIONAAL
ZAKENAUTO
ONDERZOEK
2013

WAT WIL DE ZAKELIJKE RIJDER?

EN WAT WIL DE WERKGEVER?

AM Automobiel
Management

RDC

Centraal Bureau
Mobiliteit Informatie

VNA
vereniging van nederlandse
autoleasemaatschappijen