



NATIONAAL
ZAKENAUTO
ONDERZOEK
2018

ZAKENAUTO IN NEDERLAND

DATA - ANALYSES - TRENDS

NATIONAAL ZAKENAUTO ONDERZOEK 2018
DATA - ANALYSES - TRENDS

De digitale versie van dit rapport is te downloaden van de website www.automobielmanagement.nl/NZO. Inhoudelijk toelichting kan worden verkregen bij de onderzoeker Eric Vousten via ericvousten@vms-insight.nl. Voor overige informatie en bestellingen van dit boekje kunt u contact opnemen met Automobiel Management: i.jolij@mybusinessmedia.nl.

Inhoud

Voorwoord	5	3.1.1 Kenmerken huidige zakenauto	22
		3.1.2 Net Promoter Score (aanbeveling)	24
Hoofdstuk 1 Belangrijkste conclusies	6	3.1.3 Invloedsfactoren op de keuze van de zakenauto	26
		3.1.4 De volgende zakenauto	28
Hoofdstuk 2 Marktanalyse op basis van AutoMotive Dashboard	12	3.1.5 Rangorde automerken op basis van Loyaliteit	32
2.1 De totale markt en de zakelijke markt	14	3.1.6 Rangorde automerken op basis van de Attractiviteitsindex	34
2.2 De zakelijke markt - een aantal kenmerken	15	3.1.7 Imago: associaties merken	36
2.3 De zakelijk markt - merkposities	16	3.2 Inrichting mobiliteit	39
2.4 De zakelijk markt - merkposities door de jaren heen	17	3.2.1 Behoeftte aan verandering	40
2.5 De zakelijk markt - modelposities door de jaren heen	18	3.2.2 Stellingen over de werkgever	42
2.6 Ontwikkeling Full EV	19	3.2.3 Beperkingen autokeuze	44
		3.2.4 Alternatieven en concrete gebruiksententies	45
Hoofdstuk 3 Onderzoekresultaten	20	3.2.5 Kenmerken van de groep 'triple yes'	48
3.1 Huidige en volgende zakenauto	21	3.2.6 Behoeftte aan verandering	50

3.2.7	Visie op mobiliteit	51	3.7.1	Kenmerken van de zakelijke rijder	81
3.2.7.1	Stellingen over mobiliteit	51	3.7.2	Zes profielen van zakelijke rijders - ontwikkeling t.o.v. 2017	86
3.2.7.2	Criteria die het mobiliteitsbeleid bepalen	52	3.7.3	Kenmerken van de onderzochte bedrijven	94
3.2.8	Verwachte veranderingen	54			
3.2.9	Alternatieven en concrete gebruiksintenties	57	Hoofdstuk 4 Verantwoording		98
3.2.10	Bereikbaarheid en oplossingen	58			
3.2.11	Actieve rol verduurzaming	59	Colofon		102
3.3	Mobiliteitsbudget	66			
3.3.1	Gebruik en interesse mobiliteitsbudget berijders	66			
3.3.2	Gebruik en interesse mobiliteitsbudget bedrijven	69			
3.4	Verkeersveiligheid	70			
3.5	Poolauto's	75			
3.6	Verwachte ontwikkeling samenstelling wagenpark naar aandrijfsoort	77			
3.7	Achtergrond en profilering	81			

Voorwoord

Voor u ligt de inmiddels tiende uitgave van Het Nationaal Zakenauto Onderzoek. Dit onderzoek is tot stand gekomen in samenwerking met de drie partners: Automobiel Management, RDC en de Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen. Het onderzoek is ook dit jaar uitgevoerd door Eric Vousten van VMS | Insight in Vianen.

Jarenlang heeft het fiscale regime van de overheid een meer dan gemiddelde invloed op de Nederlandse automobielbranche gehad. Inmiddels is er een zekere nivellering toegepast die onze branche weer nieuwe mogelijkheden biedt. Ook de aantrekkende economie laat zien dat de wensen van de zakelijke rijder veranderen. Daarnaast hebben de ruim achthonderd onderzochte bedrijven een eigen agenda en zetten de ingeslagen weg van sharing en andere mobiliteitsalternatieven door. De meeste zakelijke rijders lijken nog niet open te staan voor de alternatieven en zijn tevreden met een auto voor de deur. De clusteranalyse van de zakelijke rijder naar zes profielen laat echter zien dat er tussen deze zakelijke rijders wel degelijk opvallende verschillen zitten.

Een nieuw aspect in het onderzoek is de toepassing van ADAS in de auto en het gebruik ervan. Duidelijk is dat de zakelijke rijder niet altijd gediend is van deze systemen. Zo wordt de lane departure door bijna de

helft van de onderzochte automobilisten uitgezet. De overgangsfase naar autonoom rijden waarin we nu zitten vraagt blijkbaar van de huidige generatie de nodige gedragsaanpassingen.

Ook dit jaar zitten er nog veel meer data in die u ongetwijfeld tot onderbouwde inzichten kunnen brengen. Mocht u nog dieper in de materie willen duiken, dan kunt u contact opnemen met onderzoeker Eric Vousten.

Namens de samenstellers,
Peter Brouwer,
hoofdredacteur AM

René Stolp,
manager product development RDC Group

Renate Hemerik,
directeur VNA



Peter Brouwer



Renate Hemerik



René Stolp



Onderzoeker Eric Vousten

Hoofdstuk 1

CONCLUSIES NZO 2018



1. De volgende auto: laagste bijtelling of geen bijtelling

Loyaliteit & attractiviteit

De gemiddelde loyaliteit van alle merken tezamen is toegenomen naar 44% (2017: 38%). Na een jarenlange daling van de loyaliteit, vooral

Attractiviteit
sterke relatie met
EV-aanbod

als gevolg van de sterk aanzuigende werking van merken met bijtellingsvriendelijke modellen/uitvoeringen, is nu weer sprake van

(gemiddeld!) een stijging. Bij de attractiviteit van merken zijn een paar interessante verschuivingen zichtbaar. Hoewel de attractiviteit is gedaald ten opzichte van vorig jaar, staat Tesla nog steeds bovenaan. Opvallend is dat alle andere merken met een interessant Full EV (volledig elektrisch aangedreven auto) aanbod in meer of mindere mate stijgen (Hyundai, Kia, Nissan) of hun hoge positie behouden (Jaguar). Ook de attractiviteit van de premium merken Audi, BMW en Volvo stijgt; van deze merken is algemeen bekend dat ze op relatief korte termijn volledig elektrische auto's gaan introduceren.

Lage bijtelling blijft een belangrijk criterium

Er zijn twee bewegingen zichtbaar:

1. *Kiezen voor een volledig elektrische auto met*

4% bijtelling. Zakelijke rijders verwachten een sterke afname van diesel (van 51% huidige auto naar 29% volgende auto), een verschuiving naar benzine en een sterke toename van volledig elektrisch (van 2% huidige auto naar 17% volgende auto). Vooral bestuurders van een hybride en plug-in hybride zijn van plan om volledig elektrisch te kiezen (resp. 21% en 40%).

2. *De zakenauto niet privé gebruiken.* 20% verwacht volgend jaar de zakenauto buiten de bijtelling te houden. Dat is veel hoger dan de gebruikelijke verwachting en lijkt een direct gevolg te zijn van het relatief grote aandeel bestuurders die van een lage bijtellingsauto overstappen naar een auto met een hogere (22%) bijtelling. De hogere bijtelling is blijkbaar een te hoge prijs is voor privégenot. Deze groep heeft afwijkende kenmerken en maakt andere overwegingen bij de keuze voor de volgende auto en/of de toekomstige zakelijke mobiliteit.

2. De helft van de zakelijke rijders schakelt ADAS-systemen wel eens of altijd uit

Verkeersveiligheid is een actueel onderwerp. In het Nationaal Zakenauto Onderzoek 2018 wordt daaraan uitgebreid aandacht besteed. 70% van de zakelijke rijders rijdt regelmatig te hard, een derde geeft aan dat het lastig is

om de smartphone te negeren en 88% vindt zichzelf een veiligere weggebruiker dan gemiddeld.

Auto's beschikken steeds vaker over hulpmiddelen om zo comfortabel en veilig mogelijk aan het verkeer deel te nemen. Deze rijtaakondersteunende systemen of ADAS (advanced driver assistance systems) worden meer en meer standaard ingebouwd of zijn als optie verkrijgbaar. Van de ADAS-systemen zijn cruise control en live navigatie het meest aanwezig (resp. 96% en 78%), het vaakst gebruikt en het meest gewenst bij een volgende aankoop.

De werking van sommige systemen is niet te beïnvloeden door de bestuurder (emergency brake bijvoorbeeld is altijd geactiveerd). Andere systemen wel, die kan de bestuurder zelf aan/ uitzetten. Het blijkt dat bijna 50% van de respondenten lane departure warning en lane keeping aid wel eens of altijd uitzet. Overigens stelt 13% van de bedrijven eisen aan de aanwezigheid van bepaalde ADAS. Vooral de aanwezigheid van (adaptive) cruise control, live-navigatie en emergency brake worden dan verplicht gesteld.

70%
rijdt regelmatig
te hard

3. Gebruiksintentie alternatieve vervoersvormen stijgt

Openbaar vervoer is voor de grootste groep zakelijke rijders nauwelijks een alternatief: 84% wijst het af, zelfs als de reistijd vergelijkbaar is. Eén op de acht geeft dan wel de voorkeur aan OV. Bereikbaarheid is daarvoor een belangrijke voorwaarde. De groep die aangeeft dat woning, werk en zakenrelaties (redelijk) makkelijk bereikbaar zijn met het OV, heeft een duidelijk

84%
wijst OV af

afwijkend profiel en staat significant positiever tegenover alternatieven en elektrisch rijden.

Overigens betreft het relatief vaak ZZP'ers en DGA's. In het algemeen geldt dat alternatieve vervoersvormen nog niet heel populair zijn, maar dat de gebruiksintentie wel toeneemt. Vooral poolauto, fiets en e-bike gaan naar verwachting meer gebruikt worden voor zakelijke ritten.

4. Invoering mobiliteitsbudget nog steeds hoog op de agenda van bedrijven

Veel bedrijven zijn van plan om een mobiliteitsbudget aan te bieden. 20% verwacht dit de komende drie jaar te doen (was in

2017: 15%) en denkt dat dan 25% van alle zakelijke rijders in het bedrijf er gebruik van zal maken. Redenen om het mobiliteitsbudget aan te bieden zijn veel minder vaak dan voorheen 'lagere mobiliteitskosten' en 'duurzaam en verantwoord ondernemen' en veel vaker 'voldoen aan de wens van medewerkers naar meer flexibiliteit'. De groep rijders die daadwerkelijk geïnteresseerd is in een mobiliteitsbudget is klein. De concrete gebruiksintentie van zakelijke rijders om over te stappen naar een mobiliteitsbudget is 4%. Gelijk aan 2016, maar minder dan in 2017 (6%).

4%
berijders wil overstappen

5. Trendbreuk: de auto als arbeidsvoorwaarde is minder belangrijk dan een afgewogen mobiliteitsaanbod

Voor de eerste keer in de historie van het Nationaal Zakenauto Onderzoek blijkt dat werkgevers de auto als arbeidsvoorwaarde minder belangrijk vinden dan een afgewogen mobiliteitsaanbod met veel individuele keuzemogelijkheden. De auto zal volgens de verantwoordelijken voor het mobiliteitsbeleid weliswaar een bijzonder belangrijke rol blijven

vervullen, maar dat neemt niet weg dat méér flexibiliteit kunnen bieden aan medewerkers en het invoeren van een mobiliteitsbudget de belangrijkste aandachtspunten voor de nabije toekomst zijn.

Meer
**individuele
keuze**

6. Minder vaak afname aantal zakenauto's verwacht

34% van de bedrijven verwacht dat het totaal aantal zakenauto's in het bedrijf zal afnemen. Dat is een lager percentage dan vorig jaar (42%). Vier op de tien bedrijven die een afname van het totaal aantal zakenauto's voorspellen, gaan ervan uit dat de totale mobiliteitsbehoefte afneemt en er minder auto's nodig zijn. Beter benutten van het overblijvende wagenpark,

Een derde
verwacht
**minder
zakenauto's**

inzet van poolauto's of inzet van andere vervoersvormen wordt door nog eens 40% aangedragen als andere manieren om in de

totale mobiliteitsbehoefte te voorzien. 20% geeft aan dat medewerkers zelf vervoer gaan regelen of gebruik kunnen maken van een

mobiliteitsbudget. Vooral de kleinste en de grootste bedrijven verwachten een afname van de mobiliteitsbehoefte door het werk anders in te richten, bijvoorbeeld door vaker thuiswerken en vergaderen op afstand. Grote bedrijven zetten relatief vaak het mobiliteitsbudget in.

7. Verwachte samenstelling fleet naar aandrijfsort

Bedrijven zijn behoorlijk positief over volledig elektrische aandrijving en verwachten een snelle acceptatie en een hoge bereidwilligheid om over te stappen. Men verwacht ook een relatief snelle introductie en adaptatie van waterstof/FCEV. Deze snelle opkomst van Full EV gaat in eerste instantie vooral ten

EV
verdringt diesel

koste van diesel, in een later stadium ook van benzine. Beschikbaarheid van voldoende merken/modellen/uitvoeringen

en stimulering door de overheid zijn belangrijke randvoorwaarden. De verwachtingen resulteren in de volgende kerncijfers van het wagenpark personenauto's: in 2021 is 22% van alle zakenauto's een Full EV (BEV [Battery Electric Vehicle] of FCEV), in 2025 is 45% van alle

zakenauto's een Full EV. 58% van alle auto's heeft dan een vorm van elektrische aandrijving.

8. Actieve rol bij verduurzaming zegt veel over toekomstbeeld van bedrijven

25% vindt dat het eigen bedrijf een uitermate actieve rol speelt in verduurzaming. Bij de grootste bedrijven (>1.000 medewerkers) is dit 58%. Verduurzaming van mobiliteit gebeurt met allerlei activiteiten, vooral door te sturen op autokeuze (52%). Verduurzaming mag echter géén geld

Vooraf sturen op
autokeuze

kosten, zo is de overheersende mening. Bij 23% (33% bij grote bedrijven) mag verduurzaming wél geld kosten en/of is zelfs gebudgetteerd. Het reduceren van de CO₂-uitstoot is voor een derde van alle bedrijven een belangrijk onderdeel van het beleid. Vooral grote bedrijven hanteren een maximale CO₂-uitstoot en hebben doelstellingen voor een emissievrije toekomst. Het blijkt dat actuele thema's als elektrificatie, aanbieden van verschillende vervoersvormen en aandacht voor verkeersveiligheid sterk samenhangen met bedrijfs grootte en met de wijze waarop bedrijven omgaan met verduurzaming (wel/niet actieve rol).



Hoofdstuk 2

MARKTANALYSE OP BASIS VAN AUTOMOTIVE DASHBOARD

In dit hoofdstuk worden de trends voor zakelijke auto's behandeld. Hiervoor is gebruik gemaakt van AutoMotive Dashboard van RDC - een platform voor het analyseren van automotive data. In dit deel presenteren we een aantal wetenswaardigheden met betrekking tot de zakenauto.

Alle data hebben betrekking op geregistreerde personenauto's tot en met 08/2018.

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. De registraties zijn gebaseerd op wettelijke verplichtingen en niet het commercieel gebruik. Dit behoeft enige toelichting:

- De segmenten klein zakelijk, fleetowner, leasemaatschappij en rental bestaan niet volledig uit auto's met een zakelijke bestemming. In sommige gevallen zijn privéleaseauto's geregistreerd op naam van een leasemaatschappij.
- Het RTL-register (Registratie Tenaamstelling Leasemaat-

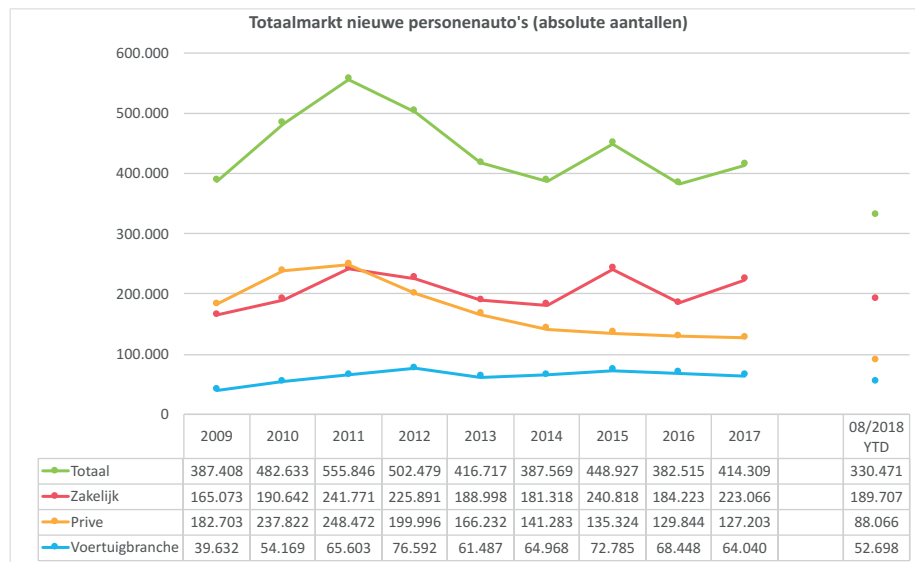
schappij) stelt leasemaatschappijen in staat om voertuigen te registreren in het RDW-kentekenregister op naam van de lessee of haar berijders, terwijl de leasemaatschappij een aantal kentekenhouderverplichtingen op zich kan nemen. De lessee kan zakelijk zijn of particulier (bij privélease).

- 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.

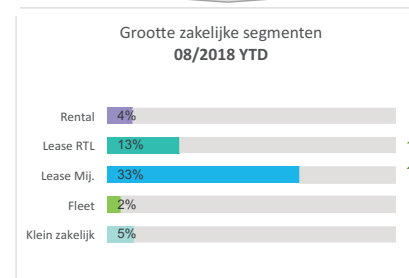
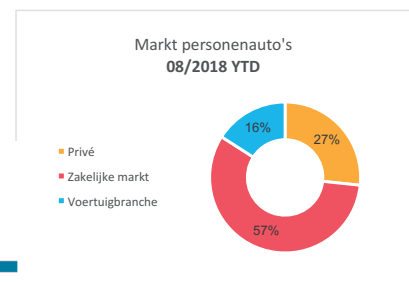
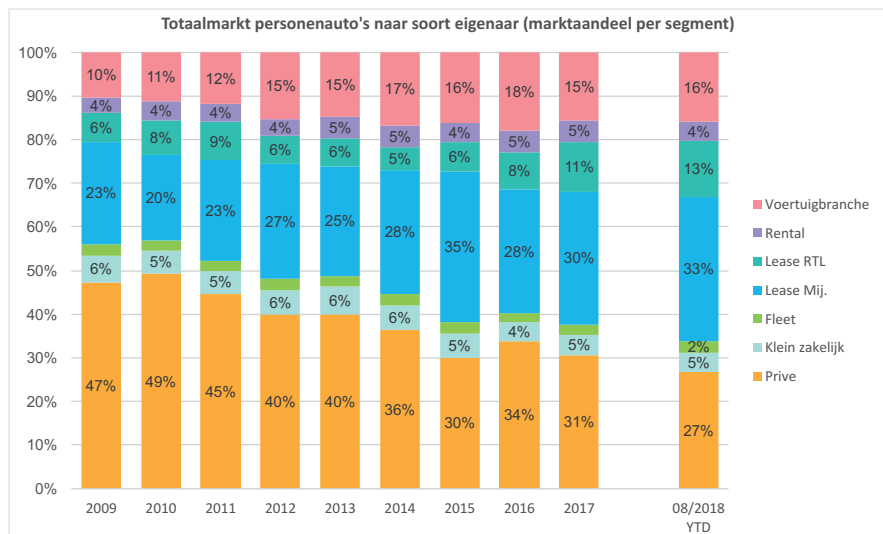
- Daarnaast is er nog een groep zakelijke rijders met een privé-auto waarvan het zakelijk gebruik wordt gedeclareerd.

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.

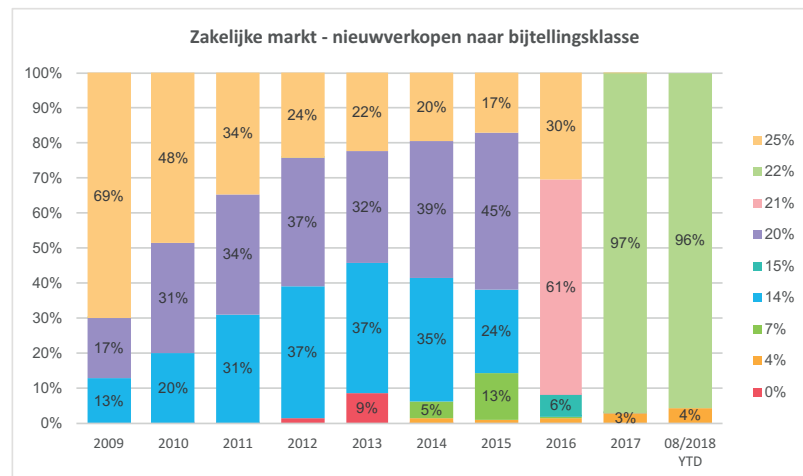
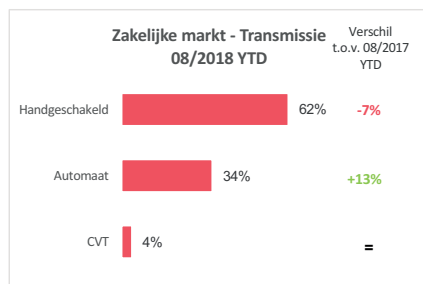
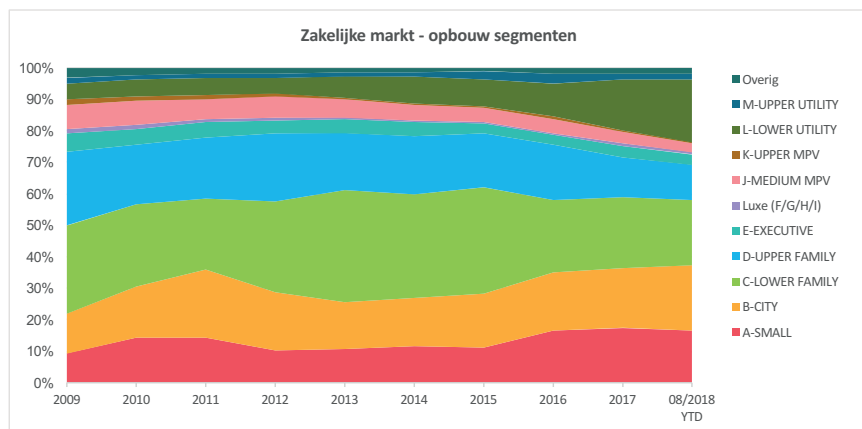
2.1 De totale markt en de zakelijke markt



- De totaalmarkt nieuwe personenauto's heeft in 2017 een omvang bereikt van bijna 415.000 eenheden, een toename van ruim 8% ten opzichte van het voorgaande jaar. Het aandeel zakelijke personenauto's neemt in belang toe. Tot en met 08/2018 is het aandeel zakelijk 57% ten opzichte van 53% een jaar eerder.
- Het toegenomen aantal privéleaseregistraties is een belangrijke oorzaak voor de stijging van de segmenten Lease Mij. en Lease RTL. Het aandeel privé is in de loop der jaren gedaald van 47% in 2009 naar 27% per 08/2018.



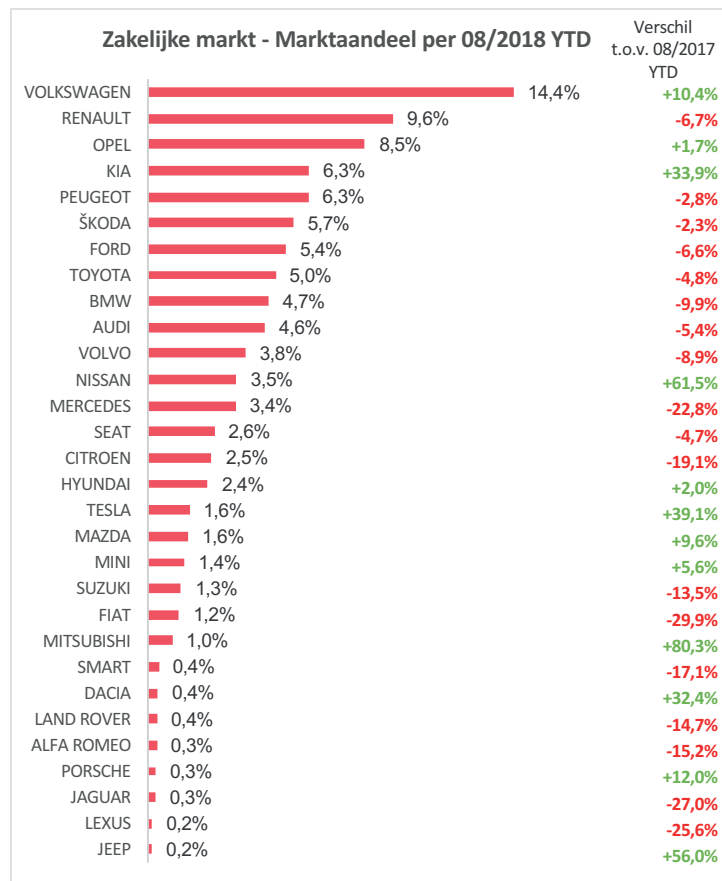
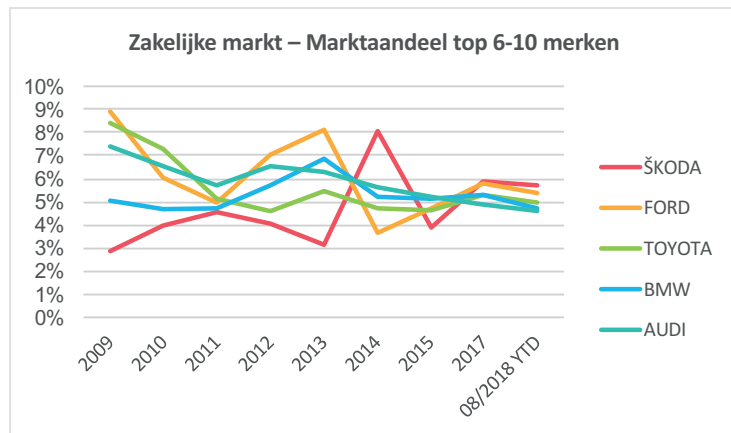
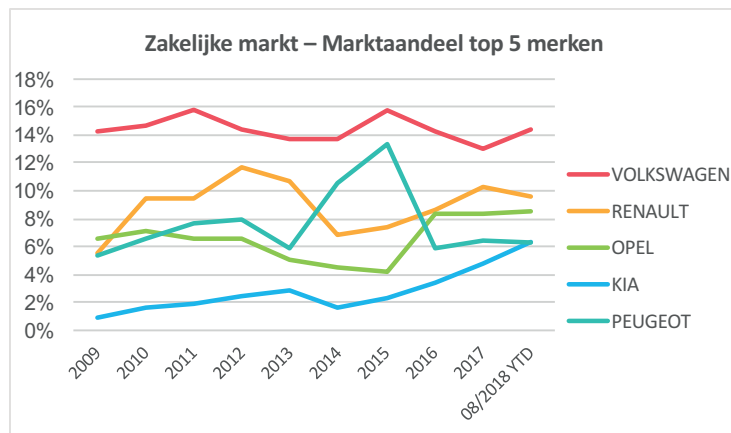
2.2 De zakelijke markt - een aantal kenmerken



- Het A-, B- en C-segment zijn samen, per 08/2018, verantwoordelijk voor 58% van de zakelijke markt.
- Het C-segment is al jaren het grootste segment in de zakelijke markt. Maar het aandeel krimpt ten gunste van het B-segment en het L-segment. Tot en met 08/2018 zijn het B- en C- én L-segment op enkele auto's na even groot.
- Het aandeel auto's met automatische transmissie is 34%; dat is 5%-punten hoger dan in 2017.

- De verkopen van diesel zijn met 26% afgenomen ten opzichte van 2017. Benzine neemt toe met 5%, hybride met 43% en de registraties van Full EV zijn meer dan verdubbeld.
- Logische consequentie is dat het aandeel zakelijke auto's met 4% bijtelling ook ongeveer is verdubbeld naar 4% van alle nieuwverkochte zakelijke auto's. Dit impliceert tevens dat 96% in de 22%-bijtellingsklasse valt.

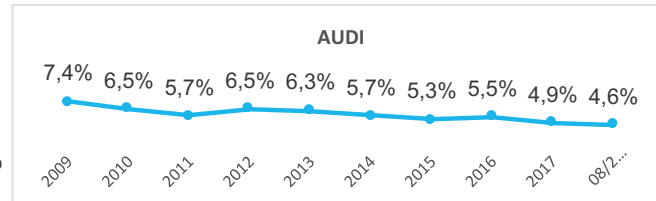
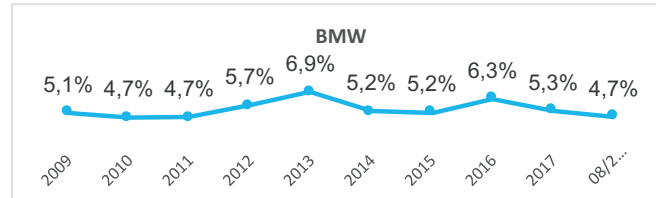
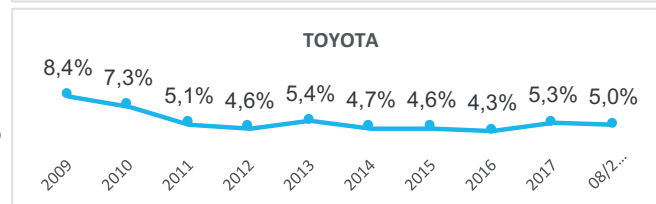
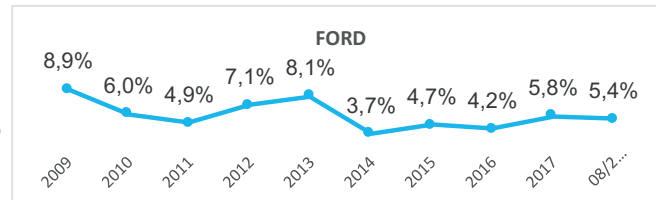
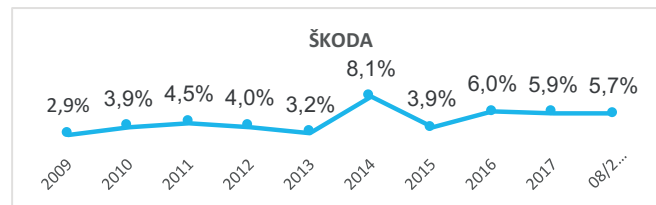
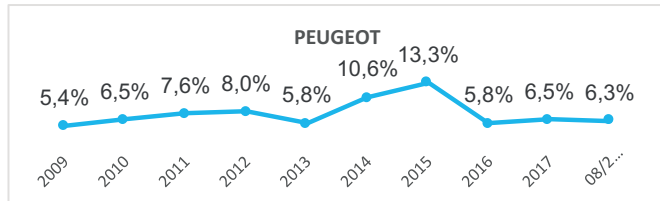
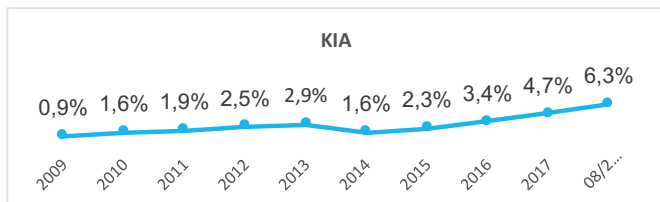
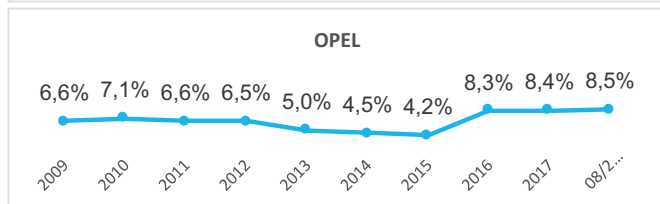
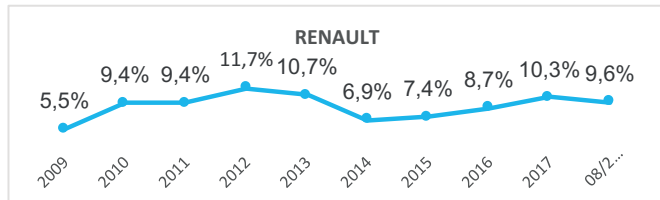
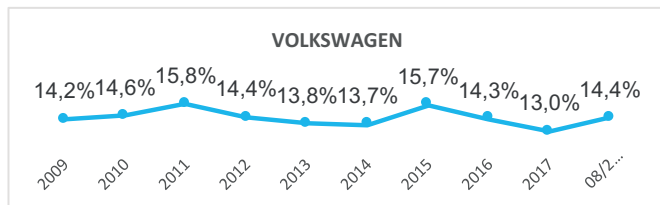
2.3 De zakelijke markt - merkposities



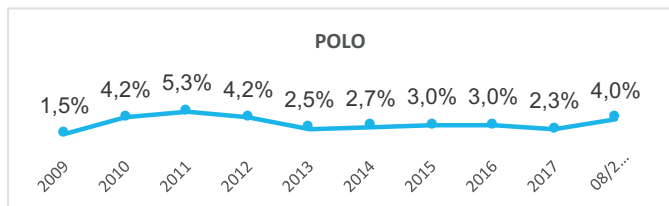
- Het marktaandeel van de nummer 1 van de zakelijke markt, Volkswagen, stijgt tot boven de 14%. Renault volgt met een marktaandeel net onder de 10%. Opel en Peugeot ontwikkelen zich stabiel. Kia verrast met een continue stijging van het marktaandeel tot ruim 6% tot en met 08/2018; van plaats 10 in 2017 naar plaats 4 dit jaar.

- Volkswagen is met drie modellen vertegenwoordigd in de modellen Top-5 van de zakelijke markt tot en met 08/2018. De Top-5 bestaat achtereenvolgens uit: Polo, Clio, UP!, Golf en Astra. Samen zijn ze goed voor 15,7% van alle zakelijke registraties.

2.4 De zakelijke markt - merkposities door de jaren heen

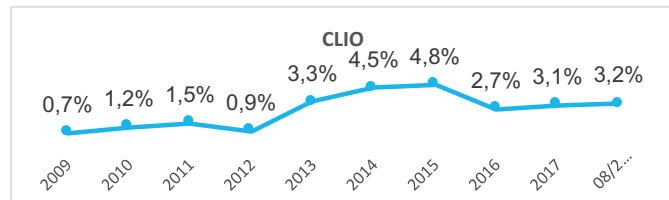
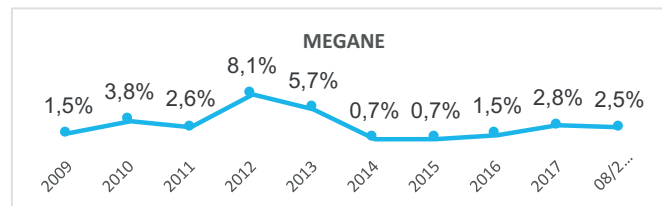


2.5 De zakelijke markt - modelposities door de jaren heen



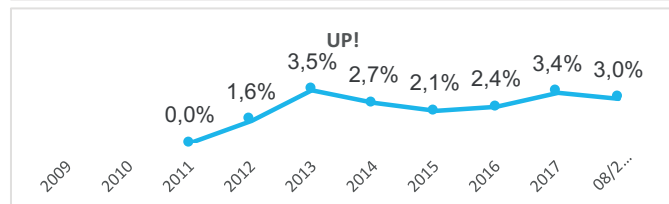
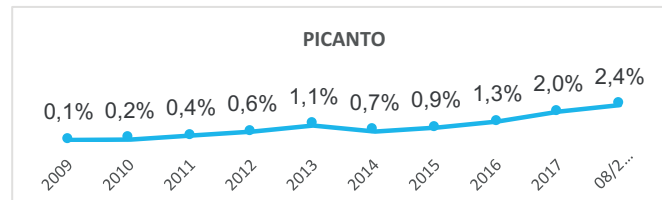
1. 
Volkswagen Polo
MA 08/2018 YTD: 4,0%

6. 
Renault Megane
MA 08/2018 YTD: 2,5%



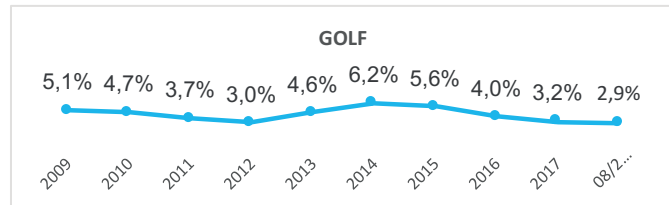
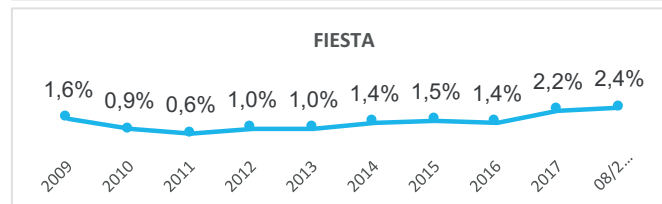
2. 
Renault Clio
MA 08/2018 YTD: 3,2%

7. 
KIA Picanto
MA 08/2018 YTD: 2,4%



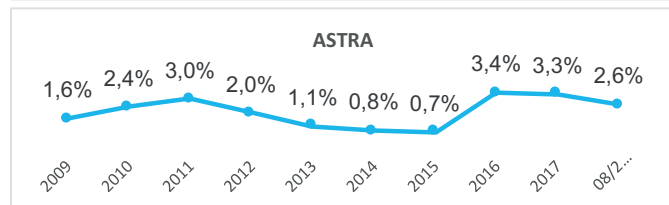
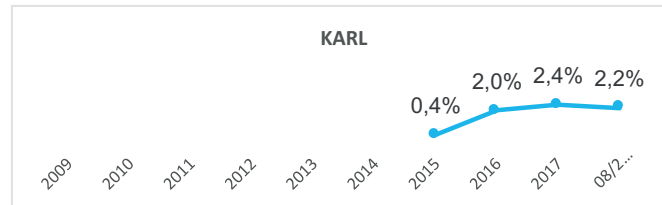
3. 
Volkswagen UP!
MA 08/2018 YTD: 3,0%

8. 
Ford Fiesta
MA 08/2018 YTD: 2,4%



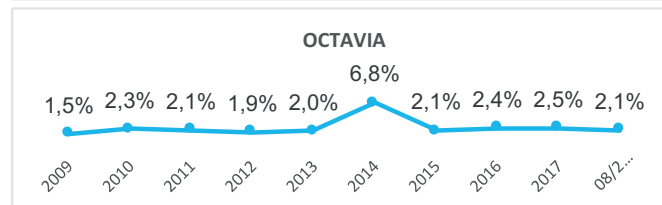
4. 
Volkswagen Golf
MA 08/2018 YTD: 2,9%

9. 
Opel Karl
MA 08/2018 YTD: 2,2%

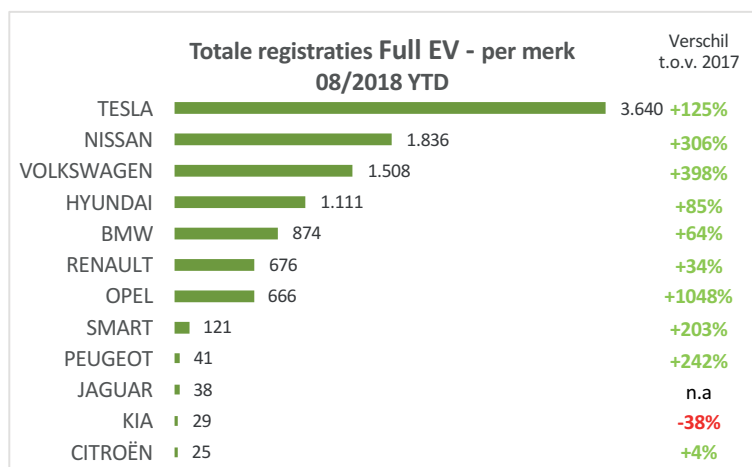
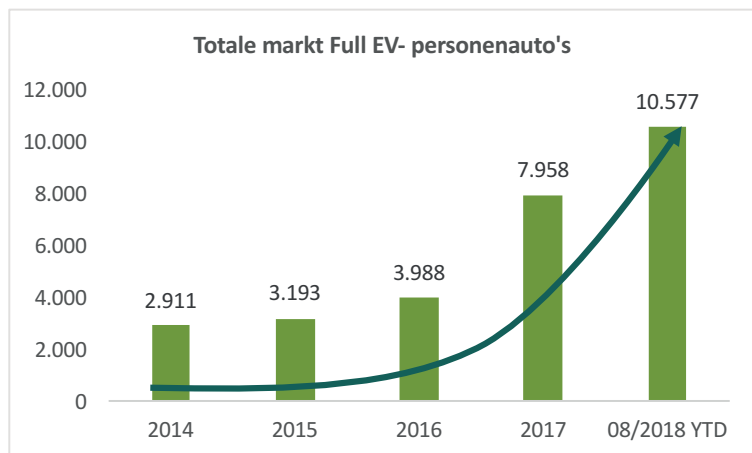


5. 
Opel Astra
MA 08/2018 YTD: 2,6%

10. 
Škoda Octavia
MA 08/2018 YTD: 2,1%



2.6 Ontwikkeling Full EV



- De markt voor volledig elektrische auto's is (nu nog) een zakelijke aangelegenheid. De registraties die volgens de hier gehanteerde definitie niet tot de zakelijke markt behoren (zo'n 20% van het totaal), zijn registraties door eenmanszaken (die in de statistiek onder 'privé' terechtkomen) en dealer-demo's. Dat is de reden dat we ervoor gekozen hebben om bij het geven van verdiepende inzichten over de Full EV markt, uit te gaan van de totale markt.

- Het aantal geregistreerde volledig elektrisch aangedreven personenauto's was tot en met juni net zo hoog als in het gehele jaar 2017. Tot en met augustus zijn er meer dan 10.500 Full EV's geregistreerd, een plus van 149% ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar.

- Tesla is marktleider met meer dan 3.600 geregistreerde auto's tot en met augustus. Nissan en Volkswagen scoren goed met hun Leaf en Golf-e. De registratieaantallen van beide modellen gaan een paar keer over de kop vergeleken met de registratieaantallen vorig jaar. Hyundai groeit met 85% weliswaar stevig, maar de beperkte beschikbaarheid van de Kona electric zet een rem op de enorme potentie van het model voor de zakelijke markt. Nestors BMW (i3) en Renault (Zoe) groeien vergeleken met de runners-up maar in beperkte mate. Jaguar komt met de eerste 38 I-Pace demo's in de statistiek. De uiteindelijke beschikbaarheid bepaalt het aantal mogelijke registraties in 2018, maar een plek in de top-3 lijkt realistisch voor deze auto.

	Aantal registraties Full EV (personenauto's)	Vershil t.o.v. 2017
08/2018:	1.591	+ 159%
08/2018 YTD:	10.577	+ 149%

Hoofdstuk 3

Onderzoeksresultaten

Dit hoofdstuk bevat de belangrijkste resultaten van het berijdersonderzoek en het bedrijvenonderzoek van het NZO 2018. Het berijdersonderzoek geeft inzicht in de zakenauto en zijn berijder en de wijze waarop de berijder omgaat met mobiliteitsvraagstukken en autokeuze. Aan het onderzoek is door bijna 5.500 respondenten deelgenomen. Het bedrijvenonderzoek is uitgevoerd onder bijna 900 respondenten die allemaal verantwoordelijk of mede-verantwoordelijk zijn voor het wagenpark en/of het mobiliteitsbeleid.

De resultaten van beide onderzoeken zijn per onderwerp geclusterd. Om goed onderscheid te kunnen maken tussen berijders en bedrijven is per onderwerp (paragraaf) duidelijk aangegeven op welke doelgroep deze betrekking heeft: berijders, bedrijven of berijders én bedrijven. Bovendien is bij elke grafiek of tabel een kenmerk 'berijders' of 'bedrijven' toegevoegd.

3.1 Huidige en volgende zakenauto



Een vast element in het NZO is de autokeuze. Om voorkeuren goed te kunnen meten zijn vragen gesteld over de huidige auto en over de volgende auto. Hieruit kunnen veel zaken worden afgeleid zoals merk- en modelvoorkeur, voorkeur voor brandstofsoort/aandrijfsoort en bijtellingsklasse.

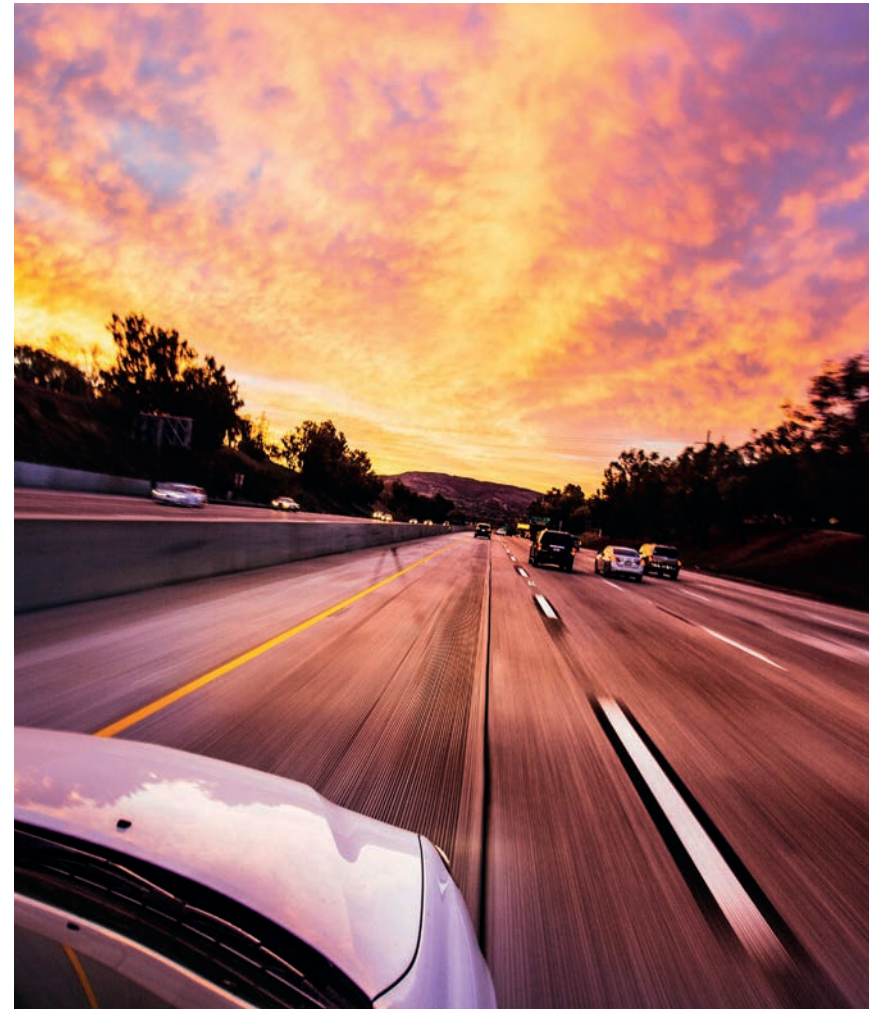
Ook dit jaar is traditiegetrouw het marktsentiment in kaart gebracht.

Loyaliteit en attractiviteit zijn daarbij belangrijke begrippen. Hiermee wordt de voorkeurspositie van automerken binnen de zakelijke doelgroep aangegeven, welke marktpositie realistisch is en welke inspanningen nodig zijn om de gewenste marktpositie te behalen. Door de gebruikte methodiek in combinatie met de grootte en de samenstelling van de respondentengroep levert het NZO inmiddels een betrouwbare indicatie op voor de toekomstige marktposities binnen de zakelijke markt.

De resterende looptijd van het leasecontract (of de resterende gebruiksduur bij een auto in eigendom) is ook vastgelegd. Hierdoor ontstaan mogelijkheden om te analyseren of berijders die binnenkort toe zijn aan vervanging van hun auto, andere keuzes verwachten te maken dan de rest van de respondentengroep.

Verder is de tevredenheid van merken gemeten en uitgedrukt in de NPS (Net Promoter Score, of aanbeveling). Ook wordt het belang van 19 aspecten (invloedsfactoren) op de keuze van de zakenauto in beeld gebracht.

Waar relevant worden resultaten vergeleken met eerdere metingen.



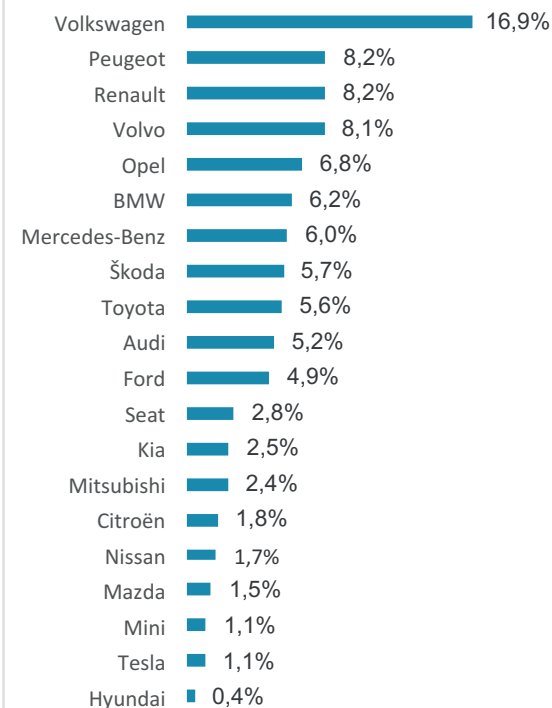
3.1.1 Kenmerken huidige zakenauto



1. De merkaandelen binnen de onderzochte populatie komen in grote lijnen goed overeen met de merkposities in het zakelijke wagenpark. De merken top-4 is exact gelijk aan 2017.
2. 80% heeft een auto die is uitgerust met (alleen) een traditionele verbrandingsmotor, net als vorig jaar. Maar het aandeel diesel is gedaald van 58% naar 51%. 2% rijdt volledig elektrisch (t.o.v. 1% in 2017) en 11% heeft een plug-in hybride (gelijk aan 2017).
3. De gemiddelde leeftijd is vrijwel gelijk aan vorig jaar (2,1 ten opzichte van 2,0 jaar) en de cataloguswaarde is licht gestegen (gemiddeld + € 1.400).
4. In 88% van de gevallen is de auto geleast.
5. Vorig jaar had 70% van de respondenten een auto met een gunstige bijtelling (alle bijtellingsklassen behalve 22% en 25%). Dat is nu ongeveer 50%. Vooral de bijtellingsklasse 14% is sterk afgenomen; veel van deze auto's zijn inmiddels vervangen.
6. Bijna de helft (46%) van de respondenten heeft nog meer dan 24 maanden te gaan voordat de auto vervangen wordt, 24% vervangt binnen 12 tot 24 maanden en bij 29% staat vervanging de komende 12 maanden op de rol.

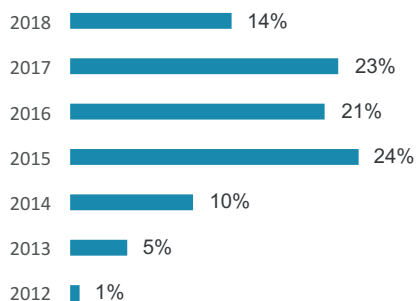
Merken top 4 is exact gelijk aan 2017

In welk merk auto rijdt u?



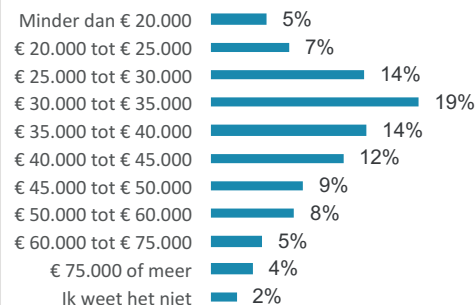
Gem. leeftijd van de zakenauto is 2,1 jaar

Bouwjaar huidige zakenauto



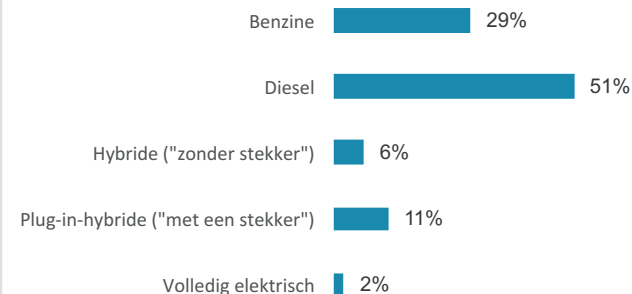
Gem. cat. waarde is: €38.500,- (+ €1.400,- t.o.v. 2017)

Wat is de nieuwwaarde van uw huidige zakenauto?



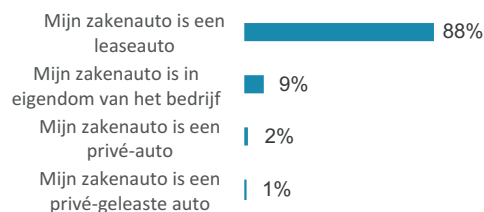
Diesel neemt af, in 2017 nog 58% (en benzine neemt toe)

Brandstofcategorie/aandrijving



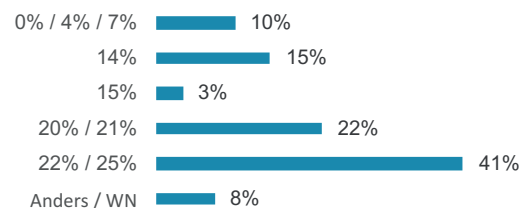
88% is een leaseauto

Eigendom zakenauto



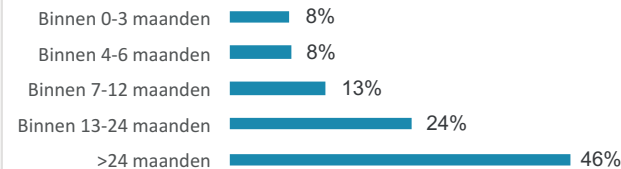
Sterke afname in 14% bijtelling (24% in 2017)

Bijtellingspercentage



29% moet binnen 12 maanden nieuwe keuze maken

Wanneer loopt het leasecontract / de gebruikstermijn voor uw zakenauto af?



3.1.2 Net Promoter Score (aanbeveling)

De **Net Promoter ScoreSM** (NPS[®]) is een eenvoudig maar krachtig instrument om met één enkele vraag klantentevredenheid te meten.

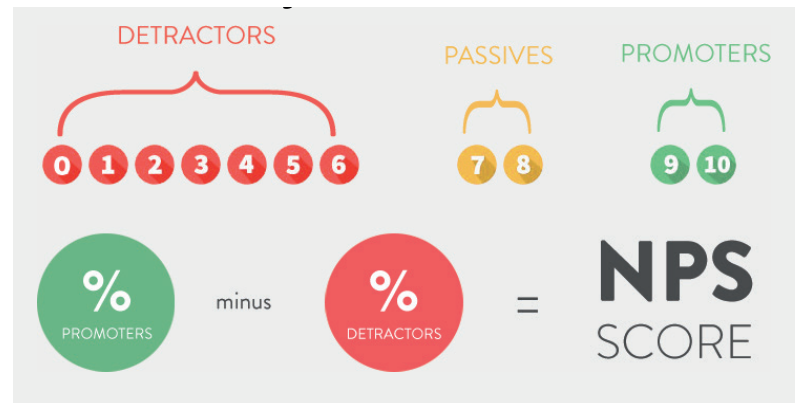
De NPS peilt bij de respondent in welke mate hij/zij in dit geval de zakenauto zou aanbevelen. Concreet wordt aan de respondent de volgende **vraag** gesteld: In welke mate zou u uw huidige zakenauto aanbevelen aan vrienden/familie/collega's? Hierop kan een antwoord gegeven worden op een **11-puntenschaal**, van 0 (zeer onwaarschijnlijk) tot 10 (zeer waarschijnlijk).

Berekening van de Net Promoter Score

Naargelang de score die gegeven wordt op de Net Promoter-vraag onderscheidt men **3 categorieën** van mensen:

- *Promoters: respondenten die een score van 9 of 10 gegeven hebben*
- *Passief Tevredenen: respondenten die een score van 7 of 8 gegeven hebben*
- *Criticasters: respondenten die een score van 0 tot 6 gegeven hebben*

De Net Promoter Score wordt berekend als het verschil tussen het percentage Promoters en Criticasters. De NPS zelf wordt niet uitgedrukt als een percentage maar als een absoluut getal, dat zich ergens tussen -100 en +100 situeert. Als je bijvoorbeeld 25% promoters hebt, 55% Passief Tevredenen en 20% Criticasters, dan bedraagt de NPS +5. Een **positieve NPS** (>0) wordt meestal als goed beschouwd.



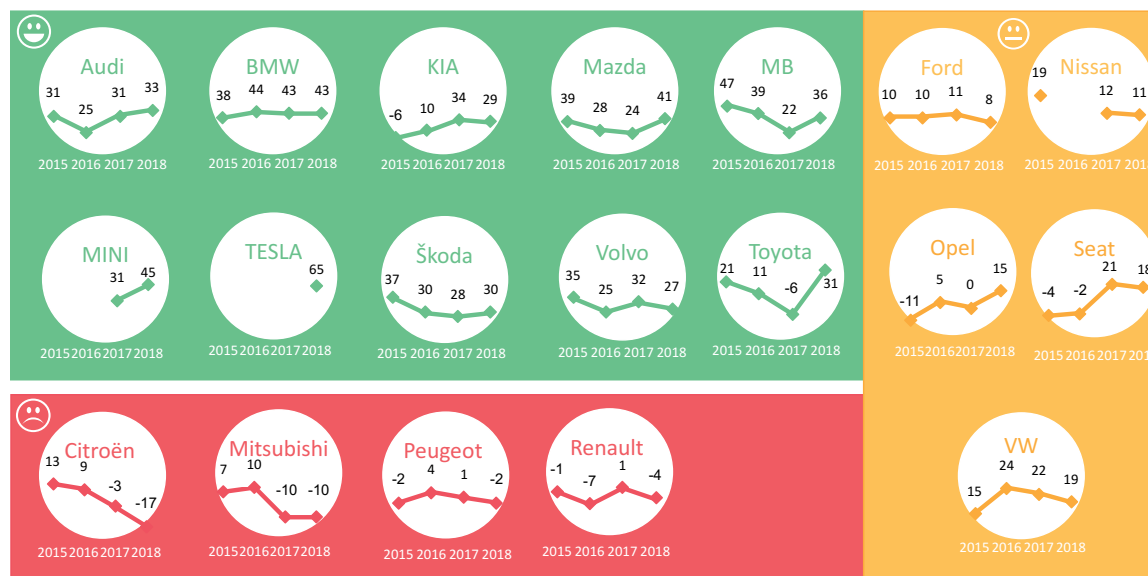
NPS door de jaren heen





1. Jaar op jaar meten we de Net Promoter Score. De stijgende lijn die we de afgelopen jaren hebben waargenomen, zet door. De NPS komt dit jaar op +20 (vorig jaar +17). Beter, maar nog steeds vrij laag in vergelijking met bedrijven als Coolblue (+66) en Apple (+89).
2. Per bijtellingsklasse zijn grote verschillen zichtbaar: in de 15% en 25% bijtellingsklasse is de aanbeveling het hoogst, in de 14% bijtellingsklasse het laagst. Dat was vorig jaar ook zo.
3. De NPS voor volledig elektrische auto's is erg hoog (+49). Maar door de relatief lage aanbeveling van de plug-in hybride rijders van het eerste uur (die in de bijtellingscategorie vallen van 0 en 7%) scoort de 0/4/7% bijtellingscategorie met +16 onder het gemiddelde. Berijders van een recentere plug-in uit de 15% bijtellingscategorie zijn aanmerkelijk positiever gestemd met een NPS van +33.
4. Ontwikkelingen per merk: BMW, Škoda en Volvo ontvangen een stabiele en hoge waardering; MINI, Toyota, Mazda, Mercedes-Benz en Opel stijgen sterk; de NPS voor Citroën daalt sterk.

Bijtellingsklasse:	0%/4%/7%	14%	15%	20%/21%	22%/25%	Merkenbeperking:	NPS
NPS 2018	16	6	33	14	31	JA	+17
NPS 2017	13	5	34	16	29	NEE	+23



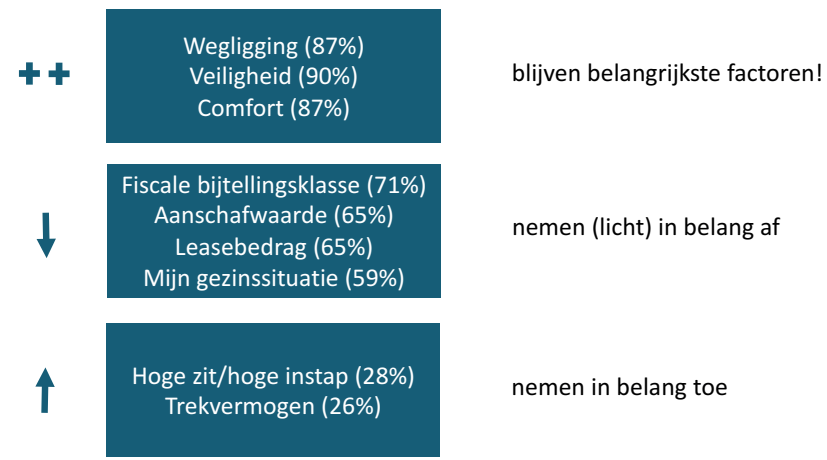
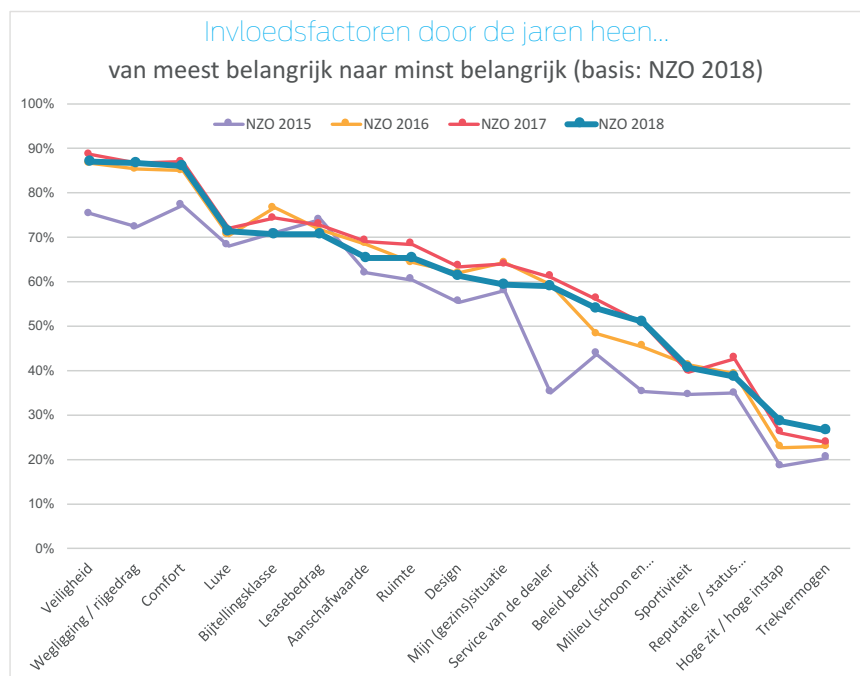
3.1.3 Invloedsfactoren op de keuze van de zakenauto

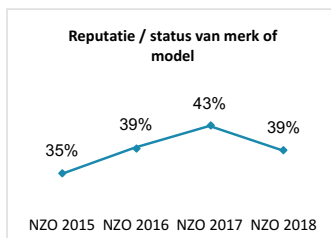
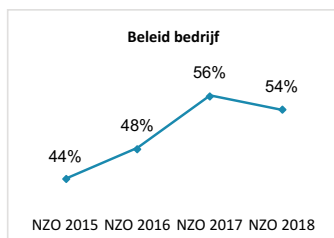
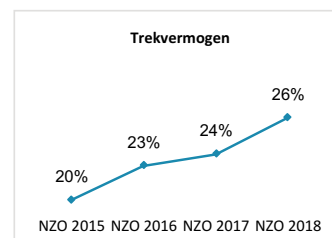
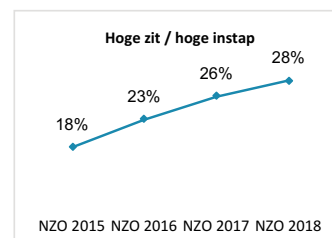
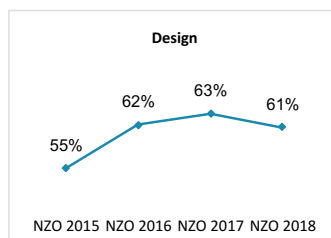
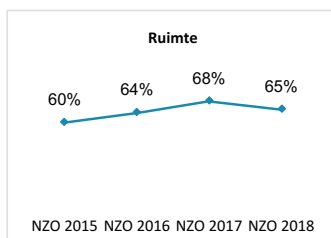
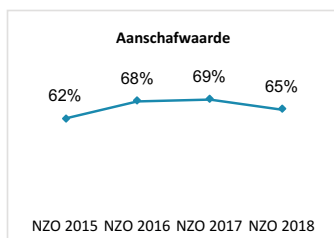
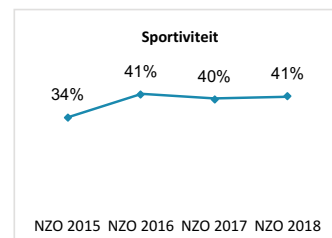
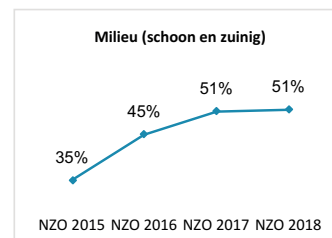
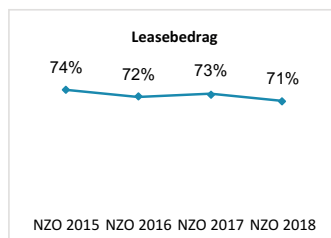
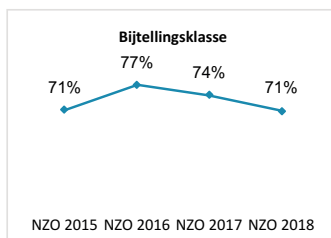
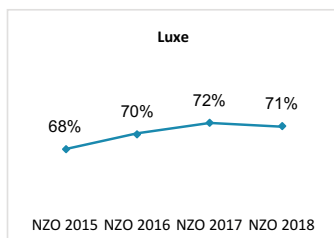
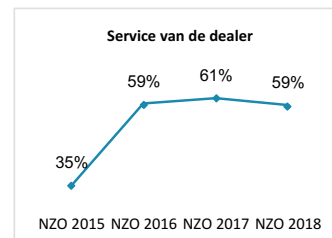
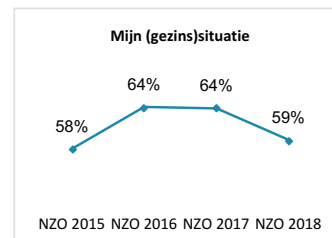
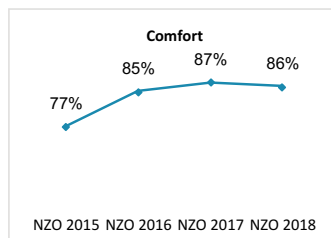
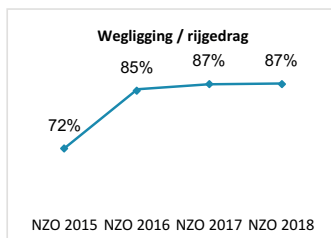
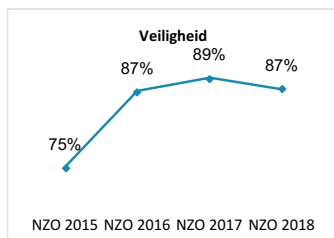


Bijtelling speelt al jaren een cruciale rol in het keuzeproces van zakelijke rijders. In de meting van 2016 werd echter een duidelijke trendbreuk geconstateerd. In dat jaar werden andere invloedsfactoren belangrijker zoals veiligheid, comfort, wegligging, design/

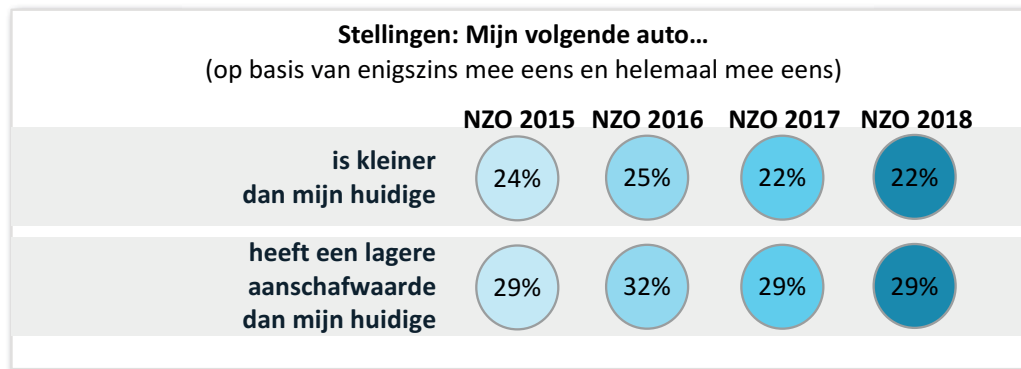
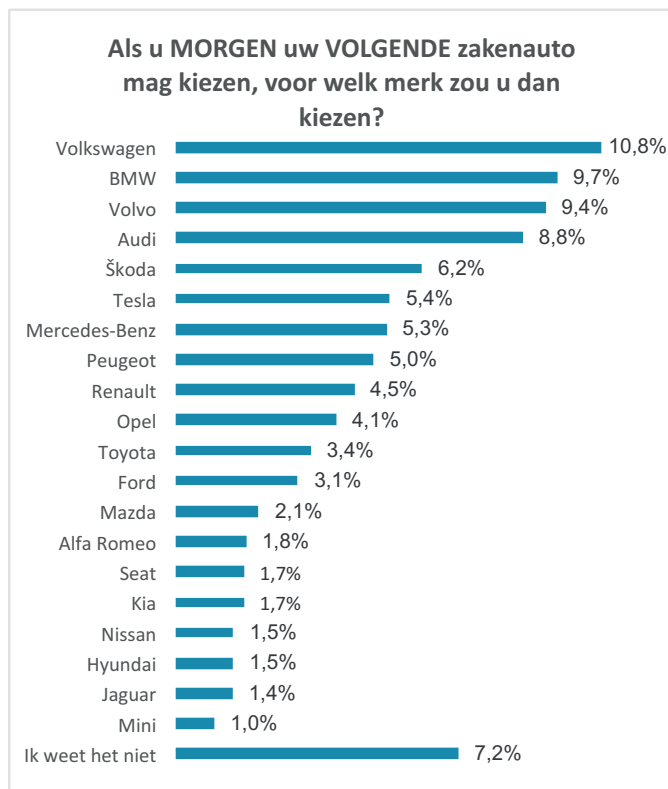
reputatie en service van de dealer. Dat beeld is voor 2017 hetzelfde. Er is in dat jaar één opvallende mutatie: de toename van de invloedsfactor 'beleid van mijn bedrijf / organisatie'. In 2018 is de volgende verschuiving zichtbaar: fiscale

bijtellingsklasse, aanschafwaarde, leasebedrag en mijn gezinssituatie nemen (licht) in belang af; hoge zit/hoge instap en trekvermogen nemen in belang toe. Wegligging, veiligheid en comfort blijven de belangrijkste factoren.





3.1.4 De volgende zakenauto



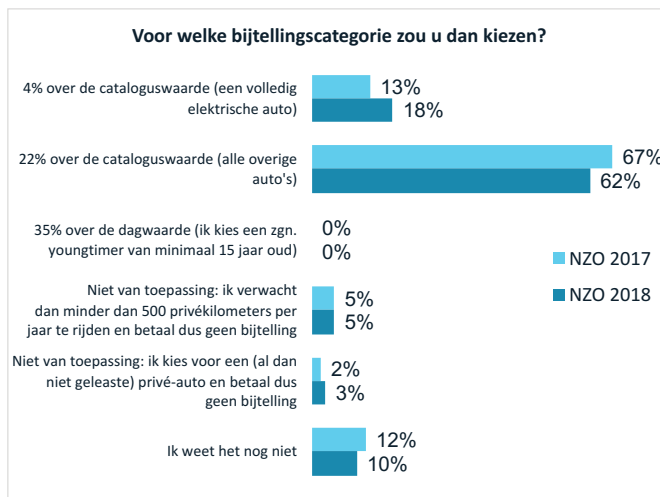
1. Van de respondenten kan 93% het merk en model noemen van de volgende auto. Dat is hoog. 7% weet (nog) niet voor welk merk te kiezen, ten opzichte van 13% vorig jaar. Wellicht zorgt de vereenvoudigde bijtelling voor meer duidelijkheid en/of minder keuzestress. Ook de toegenomen bekendheid rondom voor- en nadelen van verschillende aandrijfsoorten kan hierbij een verduidelijkende rol spelen.
2. Zakelijke rijders zijn en blijven positief over hun volgende autokeuze. De overgrote meerderheid verwacht niet dat de volgende auto kleiner en/of goedkoper zal zijn de huidige auto.



Van bijtelling huidige auto naar bijtelling volgende auto

1. Wie nu een auto met lage bijtelling rijdt kiest hier de volgende keer waarschijnlijk ook voor. In totaal kiest 18% van alle rijders voor een auto met een bijtelling van 4%. In 2017 was dit 13%. Vooral de berijders van een lage bijtellingsauto (0%, 4% of 7%) zijn geïnteresseerd in opnieuw lage bijtelling. Meer dan de helft kiest voor 4% bijtelling.

2. De groep die nu een auto rijdt in de bijtellingscategorie 22%/25% zal weliswaar in de meeste gevallen opnieuw voor de hoogste (22%-) bijtellingscategorie kiezen, maar dat aandeel loopt licht terug van 79% in 2017 naar 76% nu.



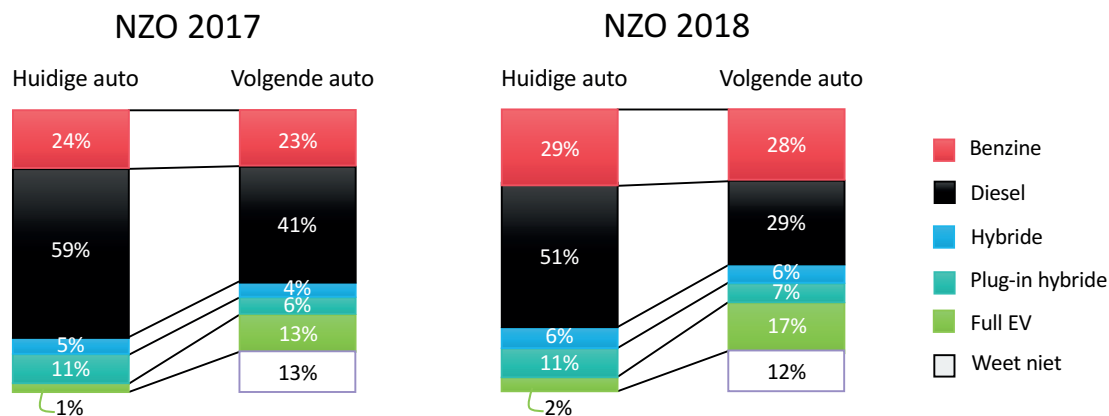
Bijtelling huidige auto	Bijtelling volgende auto	NZO 2018	NZO 2017
0%/4%/7%	4%	57%	45%
	22%	35%	38%
	? Weet het nog niet	8%	17%
14%	4%	19%	12%
	22%	72%	74%
	? Weet het nog niet	9%	13%
15%	4%	30%	22%
	22%	56%	56%
	? Weet het nog niet	15%	23%
20%/21%	4%	11%	7%
	22%	80%	83%
	? Weet het nog niet	9%	10%
22%/25%	4%	14%	11%
	22%	76%	79%
	? Weet het nog niet	10%	10%



Van brandstof/aandrijfsoort huidige auto naar brandstof/aandrijfsoort volgende auto

- De sterk afnemende interesse in diesel is duidelijk en progressief zichtbaar: van 51% huidige auto naar 29% volgende auto. Vorig jaar waren deze percentages respectievelijk: van 58% huidige auto naar 41% volgende auto.
- Benzine blijft ongeveer gelijk.
- Volledig elektrisch neemt sterk toe van 2% huidige auto naar 17% volgende auto.
- Berijders van een hybride en plug-in hybride hebben een hoge intentie om voor volledig elektrisch te gaan kiezen (resp. 21% en 40%).
- Berijders van een Full EV zijn trouw aan hun keuze: maar liefst 90% zal opnieuw voor deze aandrijfsoort kiezen.
- De allerbelangrijkste redenen om te kiezen voor een bepaalde brandstof/aandrijfsoort zijn in volgorde van belangrijkheid:
 1. Financieel – goedkoper (vooral bij keuze benzine)
 2. Financieel – lage bijtelling (vooral bij keuze elektrisch)
 3. Verplicht vanuit werkgever (vooral bij keuze voor diesel)
 4. Milieuvriendelijkheid (vooral bij keuze voor elektrisch)
 5. Rijdt prettig (vooral bij keuze voor benzine)

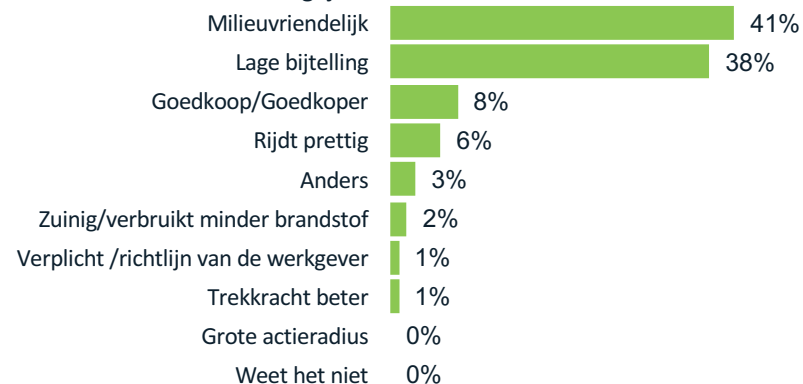
Brandstof/aandrijfsoort huidige zakenauto en verwachte keuze bij volgende auto Totaal van... naar...



Wat is de allerbelangrijkste reden om voor BENZINE te kiezen?



Wat is de allerbelangrijkste reden om voor ELEKTRISCH te kiezen?



Wat is de allerbelangrijkste reden om voor DIESEL te kiezen?



3.1.5 Rangorde automerken op basis van Loyaliteit



- De gemiddelde loyaliteit van alle merken tezamen is toegenomen naar 44% (2017: 38%). Na een jarenlange daling van de loyaliteit, vooral als gevolg van de sterk aanzuigende werking van merken met bijtellingsvriendelijke modellen/uitvoeringen, is nu weer sprake van (gemiddeld!) een stijging. De verwachting is dat de komende jaren het aanbieden van volledig elektrische voertuigen een soortgelijk effect op de loyaliteit zal hebben, ervan uitgaande dat voorlopig (nog) niet alle merken een Full EV aanbod hebben en fiscale stimulering door lage bijtelling blijft bestaan.
- Veel merken kunnen zich verheugen in een stijgende loyaliteit. Lexus, Nissan en Citroën hebben te maken met een dalende loyaliteit.

Loyaliteit: Mijn volgende zakenauto heeft hetzelfde merk als mijn huidige zakenauto

	#	NZO 2016	#	NZO 2017	#	NZO 2018	
Tesla	1	80%	1	71%	1	79%	→
BMW	2	69%	2	68%	2	75%	↑
Jaguar	-		-		3	72%	
Mini	-		4	58%	4	71%	↑
Alfa Romeo	4	63%	3	63%	5	63%	→
Mercedes-Benz	3	67%	11	41%	6	55%	↑
Audi	6	51%	8	47%	7	54%	↑
Volvo	5	52%	6	50%	8	52%	→
Škoda	7	48%	7	48%	9	49%	→
Toyota	9	44%	16	32%	10	48%	↑
Mazda	10	37%	12	39%	11	46%	↑
Hyundai	19	18%	5	50%	12	45%	→
KIA	12	35%	9	44%	13	42%	→
Opel	14	28%	17	32%	14	41%	↑
Volkswagen	11	37%	14	33%	15	40%	↑
Peugeot	20	18%	21	21%	16	34%	↑
Ford	13	33%	18	30%	17	33%	→
Seat	17	22%	19	28%	18	33%	↑
Renault	15	25%	15	33%	19	33%	→
Lexus	21	17%	10	42%	20	31%	↓
Nissan	8	46%	13	35%	21	29%	↓
Citroën	18	21%	20	23%	22	15%	↓
Mitsubishi	16	23%	22	8%	23	12%	→



55

0000

Regatta

Ferrari FXX-K

Alfa Romeo

stop cafe

0000

0000

3.1.6 Rangorde automerken op basis van de Attractiviteitsindex



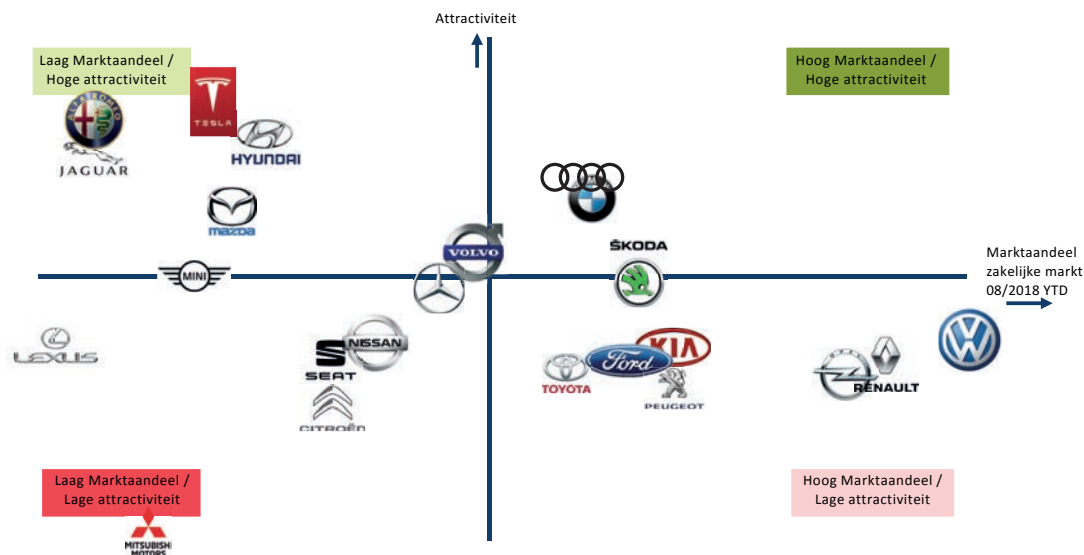
- De attractiviteit is een indicator voor de mate waarin een merk interessant wordt gevonden. Het is het percentage zakelijke rijders dat voor een merk gaat kiezen ten opzichte van de huidige groep zakelijke rijders van dat merk. Een attractiviteitsindex van 100 betekent daarmee dat er evenveel rijders voor dit merk zouden kiezen als dat er nu in rondrijden. Een index van 150 betekent dat er 50% meer rijders voor dit merk zouden kiezen dan nu. Er zijn vele factoren die het marktaandeel uiteindelijk bepalen maar op basis van het huidige marktsentiment kan gesteld worden dat bij een hoge attractiviteitsindex, er meer interesse in het merk is en dus een stijgend marktaandeel valt te verwachten. Het omgekeerde geldt ook: bij een lage attractiviteitsindex is de interesse laag en staat (bij gelijkblijvende omstandigheden) de merkpositie onder druk.

- Er zijn een paar interessante verschuivingen bij de attractiviteit van merken. Hoewel de attractiviteit is gedaald ten opzichte van vorig jaar, staat Tesla nog steeds bovenaan. Opvallend is dat alle andere merken met een interessant Full EV aanbod in meer of mindere mate stijgen (Hyundai, Kia,

Nissan) of hun hoge positie behouden (Jaguar). De attractiviteit van de premium merken Audi, BMW en Volvo stijgt; van deze merken is algemeen bekend dat ze op relatief korte termijn volledig elektrische auto's gaan introduceren. Dat doet Mercedes-Benz ook, maar dat merk wordt geconfronteerd met een lichte daling van de attractiviteit.

- De attractiviteit van volumemerken ligt traditioneel op een wat lager niveau. Stijgers in deze league zijn Ford, Seat, Volkswagen, Toyota en Peugeot.

Attractiviteitsindex betrouwbare voorspeller



Attractiviteitsindex							
	#	NZO 2016	#	NZO 2017	#	NZO 2018	
Tesla	1	1330	1	1615	1	534	++
Alfa Romeo	2	369	2	494	2	459	++
Jaguar	3	250	3	380	3	331	++
Hyundai	15	55	4	190	4	302	++
Audi	7	116	7	104	5	162	++
BMW	6	136	5	130	6	157	++
Mazda	9	87	6	105	7	148	+
Volvo	8	103	8	102	8	115	+
Škoda	11	75	11	85	9	104	o
Mini	10	81	10	98	10	98	o
Mercedes-Benz	4	149	9	102	11	89	o
Lexus	20	40	13	66	12	78	-
Nissan	5	146	15	58	13	77	-
Kia	19	43	14	58	14	73	-
Ford	15	58	20	52	15	66	-
Seat	17	46	16	57	16	65	-
Volkswagen	12	73	17	56	17	64	-
Toyota	14	60	18	54	18	64	-
Opel	18	44	12	67	19	60	-
Peugeot	23	28	22	34	20	60	-
Renault	13	60	19	53	21	56	-
Citroën	21	39	21	41	22	48	-
Mitsubishi	22	36	23	10	23	10	-

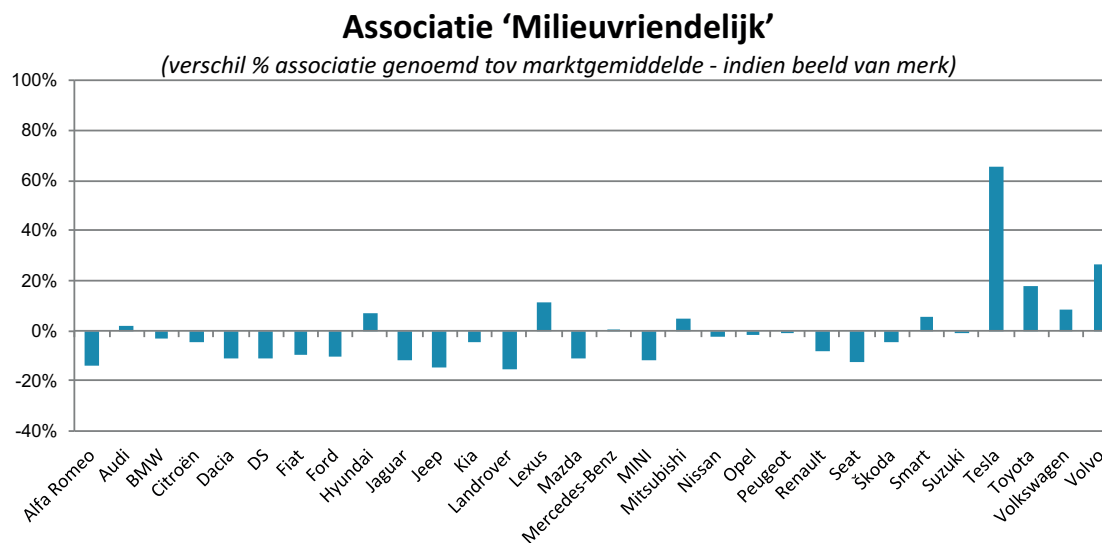
- Hoge attractiviteitsindex: in combinatie met huidige merkpositie stijgend marktaandeel te verwachten
- Neutrale ontwikkeling
- Lage attractiviteitsindex: in combinatie met huidige merkpositie dalend marktaandeel te verwachten

Op verzoek van gebruikers van de NZO-rapportage is dit jaar informatie toegevoegd over het imago van automerken. Meer specifiek: over de associaties die merken oproepen bij zakelijke rijders. Aan de respondenten is een roulerende set automerken gepresenteerd met het verzoek aan te geven welke eigenschappen bij deze merken horen. Op deze wijze ontstaat een duidelijk beeld over merken: welke associaties roept een merk op en hoe krachtig zijn die ten opzichte van andere merken? Stroken deze associaties met het beeld dat het merk wil uitstralen? Hebben respondenten überhaupt een duidelijk beeld bij een merk? In totaal zijn 14 associaties voor 30 merken in kaart gebracht. De associaties 'milieuvriendelijk', 'veiligheid' en 'innovatief' zijn onderstaand uitgewerkt. Rapportage van andere associaties, relaties tussen merken of crossings met bepaalde (doel)groepinformatie zijn op verzoek te verkrijgen.



1. Associatie 'milieuvriendelijk'

De merken Tesla en Volvo worden sterk geassocieerd met milieuvriendelijkheid. Toyota, Lexus, Volkswagen, Hyundai, smart en Mitsubishi ook, maar in mindere mate.



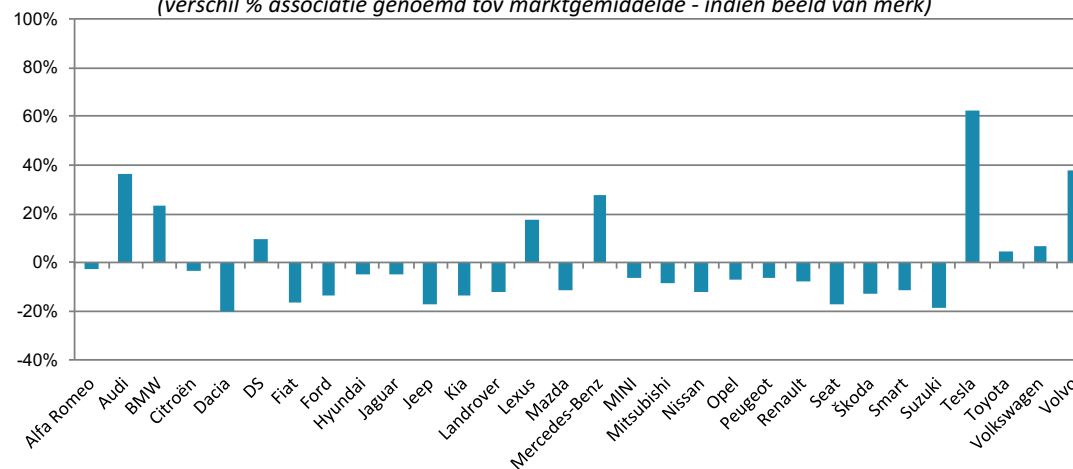


2. Associatie 'veiligheid'

Volvo, Audi, BMW, Mercedes-Benz en Volkswagen worden sterk geassocieerd met veiligheid.

Associatie 'Innovatief'

(verschil % associatie genoemd tov marktgemiddelde - indien beeld van merk)

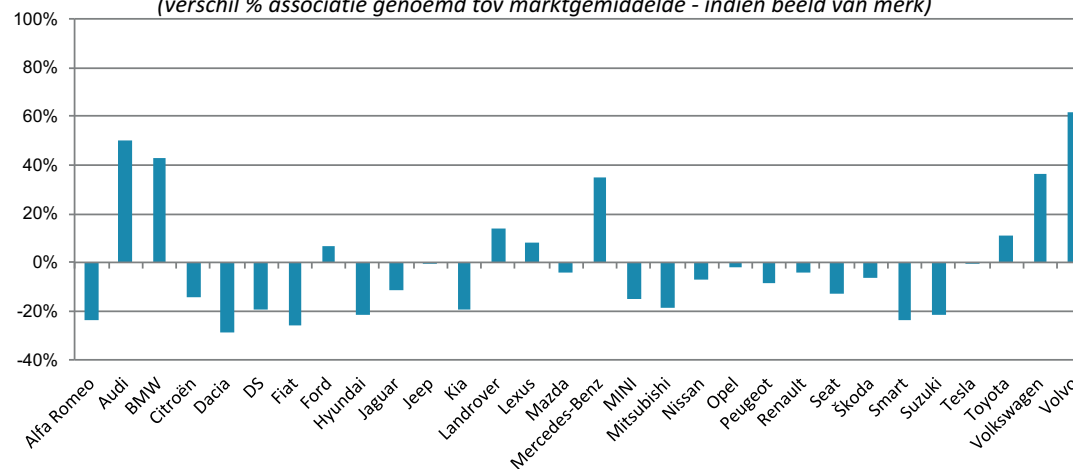


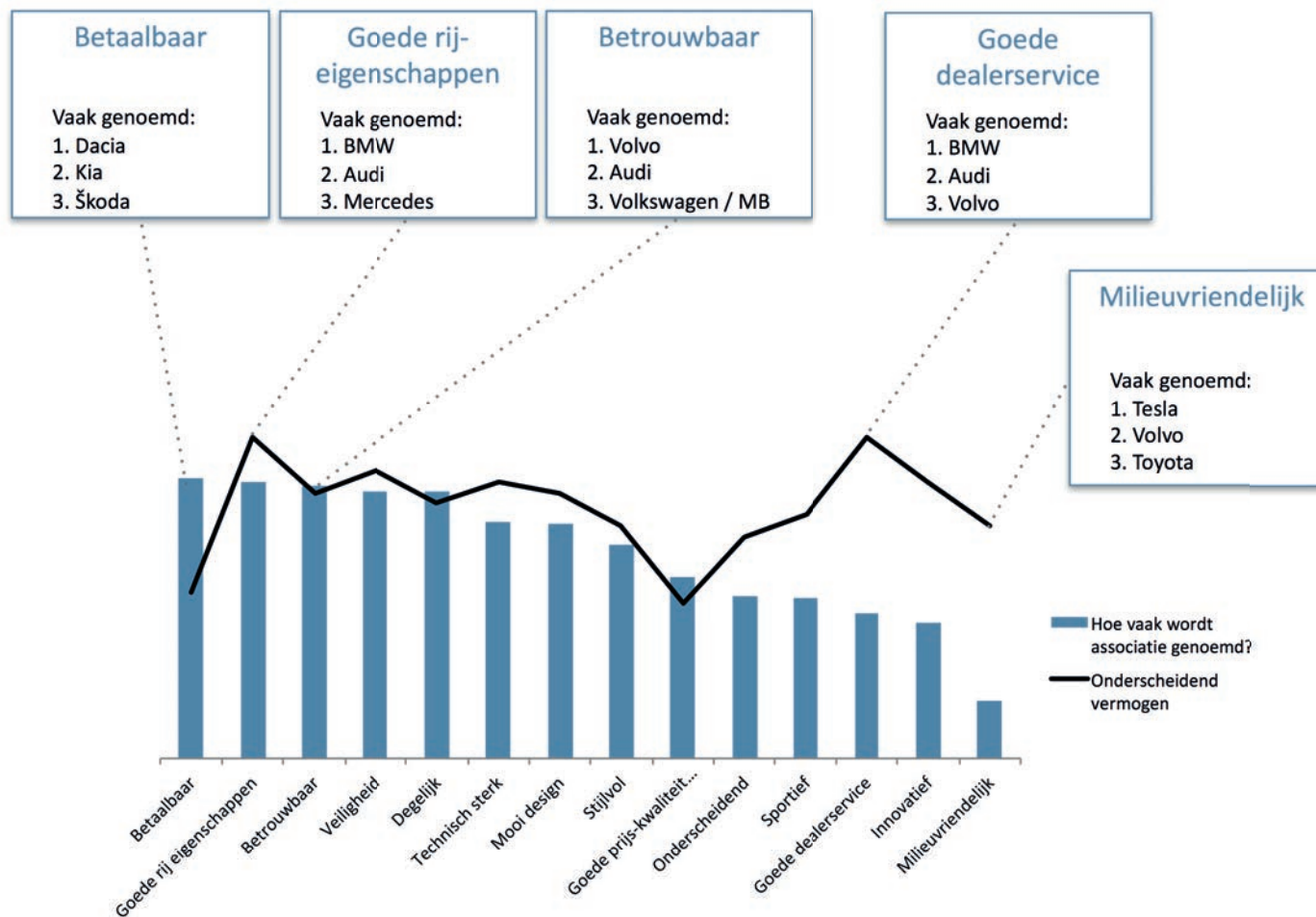
3. Associatie 'innovatief'

Innovatief wordt vooral in verband gebracht met Tesla, Volvo, Audi, Mercedes-Benz, BMW en Lexus.

Associatie 'Veiligheid'

(verschil % associatie genoemd tov marktgemiddelde - indien beeld van merk)

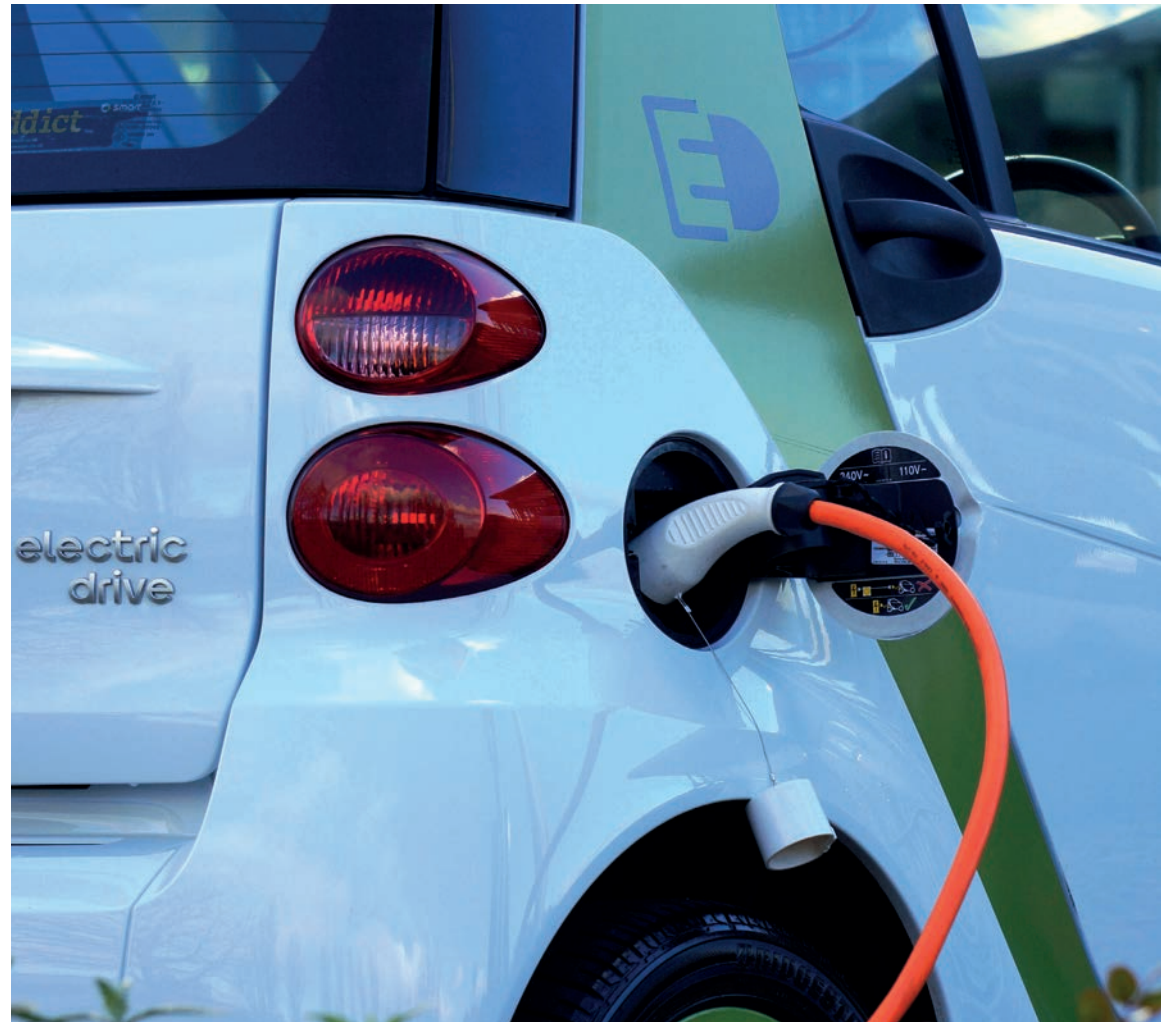




3.2 Inrichting mobiliteit



Mobiliteit is een belangrijk onderdeel van het bestaan. Gemak, geluk, gedrag en gewenning zijn er nauw mee verbonden. Niet verwonderlijk dat veranderen vaak veel moeite kost. In deze paragraaf brengen we de uitgevraagde onderwerpen over de inrichting van mobiliteit samen. Van berijders: welke behoefte aan verandering is er, hoe zien zij de rol van hun werkgever, welke alternatieven voor de auto worden gebruikt of overwogen, wat zijn concrete gebruiksententies. En van bedrijven: welke behoefte hebben zij, wat is hun visie op mobiliteit, welke veranderingen worden voorzien, wat zijn concrete gebruiksententies.

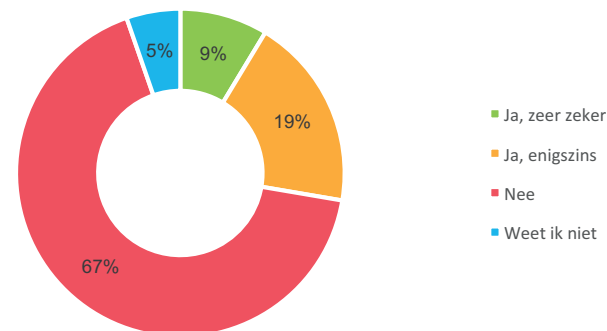


3.2.1 Behoeftte aan verandering

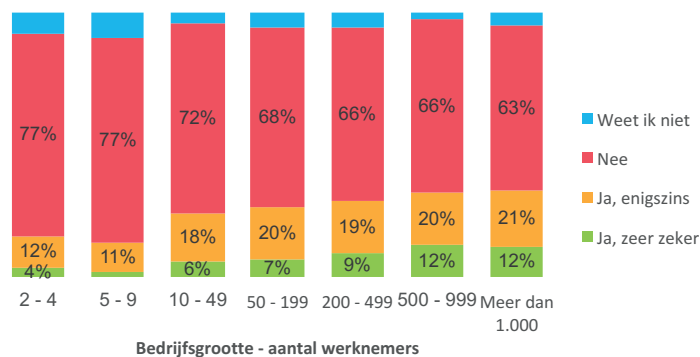


- Het grootste deel van de berijders is tevreden over de huidige invulling van zijn/haar zakelijke mobiliteit.
- 28% wil veranderen. Als belangrijkste verandering wordt genoemd méér keuzevrijheid met betrekking tot de auto. Andere belangrijke wensen zijn: elektrisch mogen rijden, lagere eigen bijdrage, méér flexibiliteit met betrekking tot vervoersvormen en vaker thuis kunnen werken.
- De wens tot veranderen is het grootst bij werknemers van grotere bedrijven. De behoefte aan meer keuzevrijheid met betrekking tot de auto lijkt recht evenredig te zijn met de grootte van het bedrijf waar men werkt. Berijders van een lage bijtellingsauto hebben vooral een hoge interesse in meer flexibiliteit.

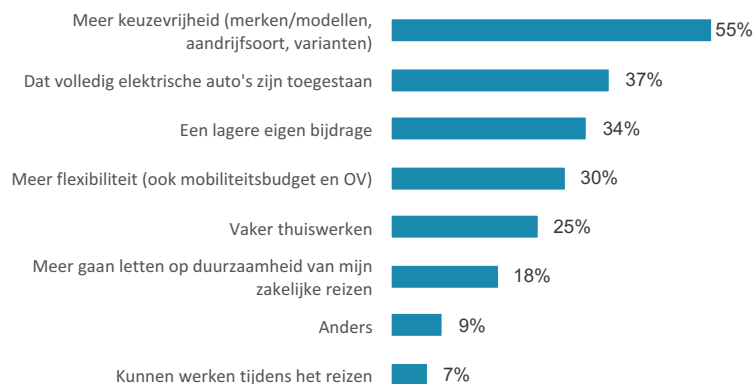
Hebt u de behoefte om de wijze waarop uw zakelijke mobiliteit momenteel is ingericht, te veranderen?



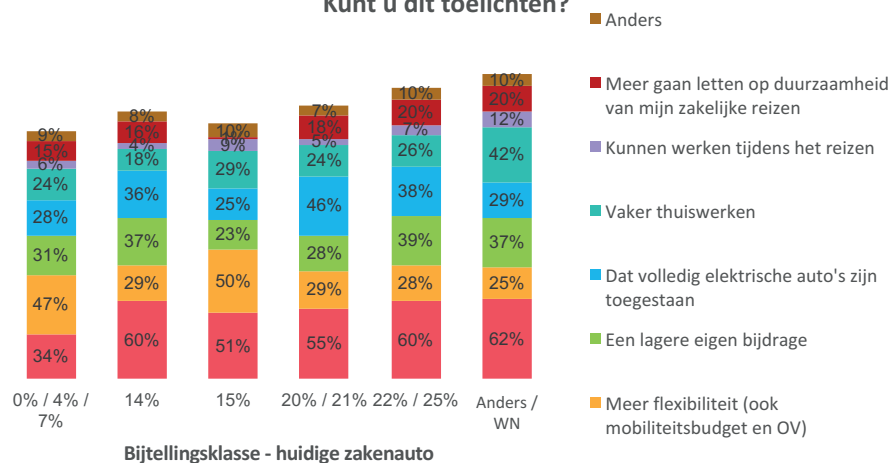
Hebt u de behoefte om de wijze waarop uw zakelijke mobiliteit momenteel is ingericht, te veranderen?



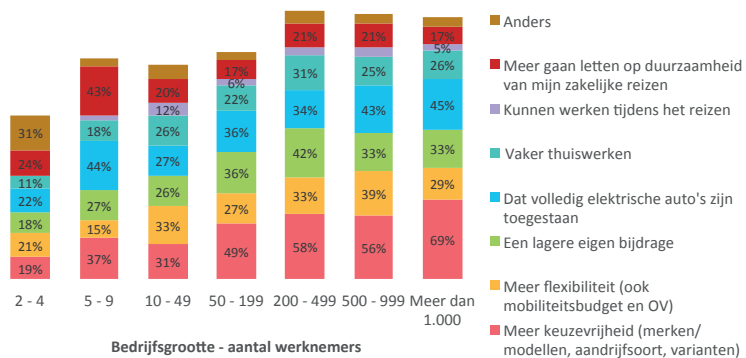
U wenst inrichting zakelijke mobiliteit te veranderen? Kunt u dit toelichten?



U wenst de inrichting van uw zakelijke mobiliteit te veranderen. Kunt u dit toelichten?



U wenst de inrichting van uw zakelijke mobiliteit te veranderen? Kunt u dit toelichten?



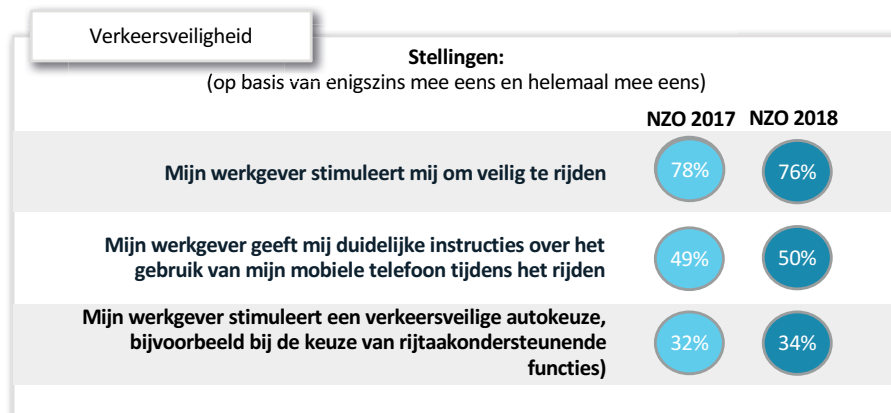
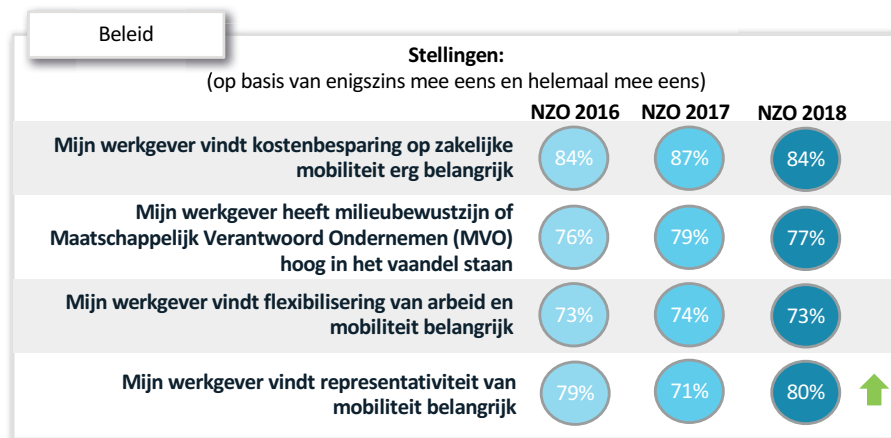
3.2.2 Stellingen over de werkgever

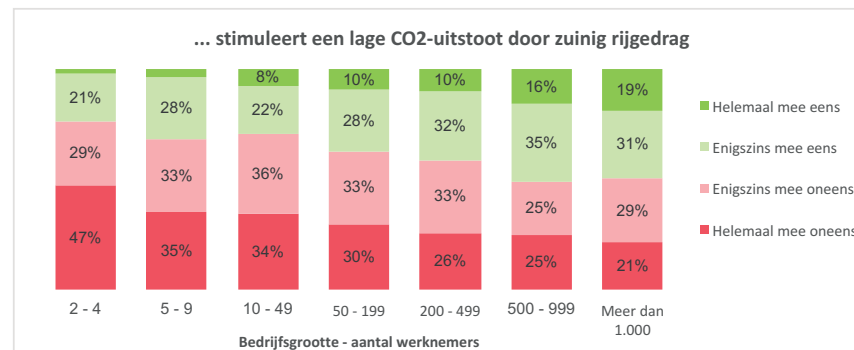
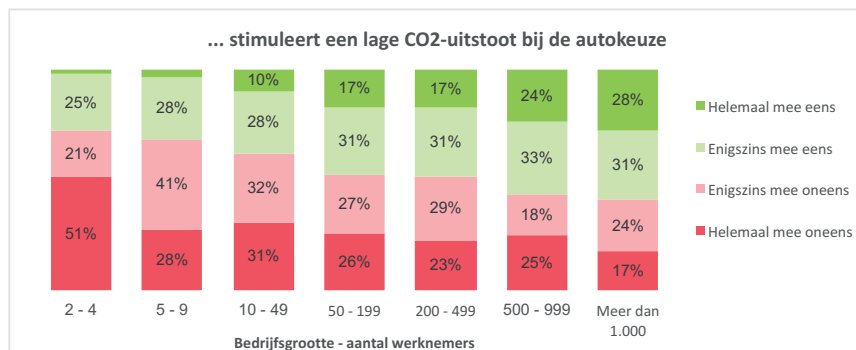
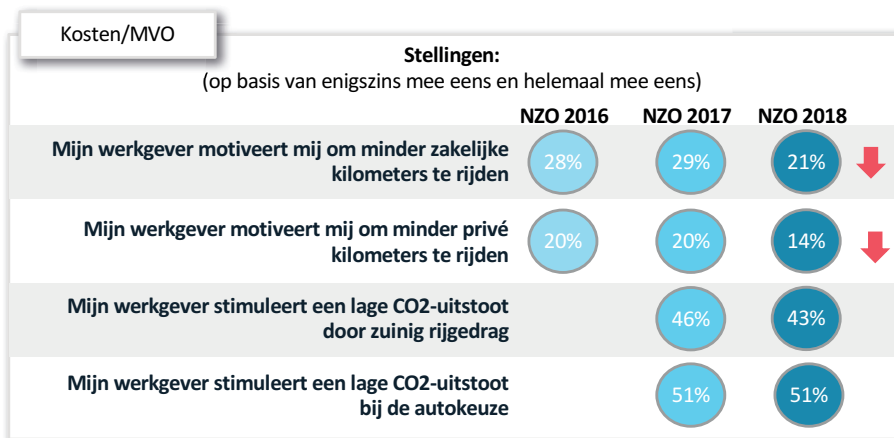


Aan de respondenten is gevraagd wat volgens hen de visie is van hun werkgever op het gebied van mobiliteit en op welke wijze gedrag of keuzes worden gestuurd. De meeste stellingen worden al meerdere jaren op dezelfde wijze voorgelegd.

De belangrijkste trends:

- In de ogen van berijders is kostenbesparing op zakelijke mobiliteit (nog steeds) een belangrijk onderwerp voor hun werkgever. Ten opzichte van vorig jaar is er overigens sprake van een lichte daling.
- Representativiteit wordt volgens de respondenten belangrijker gevonden.
- Dat werkgevers medewerkers motiveren om minder privé en/of zakelijke kilometers te maken komt in beperkte mate voor.
- Stimuleren van een lage CO₂-uitstoot door zuinig rijgedrag dan wel door autokeuze komt vaker voor naarmate bedrijven groter worden.

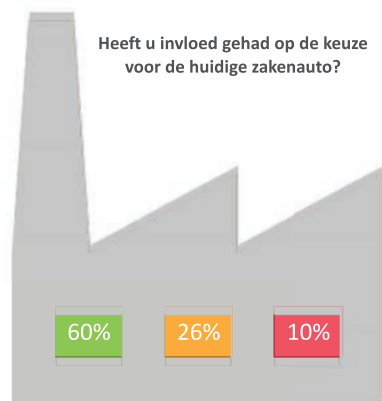




3.2.3 Beperkingen autokeuze



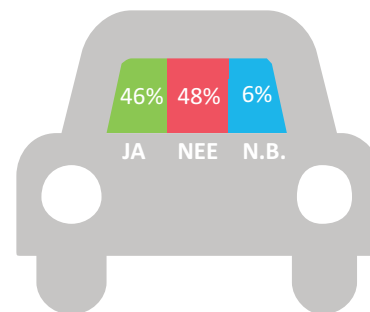
- Jaar op jaar zien we dat meer zakelijke rijders worden geconfronteerd met een merkenbeperking (46% wordt beperkt in de merkenkeuze tegenover 44% vorig jaar en 35% in 2016). Aan de andere kant heeft bijna de helft geen beperking en voelt 60% zich volledig vrij om (binnen het budget) een keuze te maken.
- Als er sprake is van een beperking staan er vaak meerdere merken op de keuzelijst. Volkswagen staat bovenaan. Renault, Ford, Opel en Volvo zijn ten opzichte van vorig jaar gestegen op de ladder. Grote bedrijven hanteren vaker een merkenbeperking dan kleine bedrijven.



- Was **volledig vrij** om binnen het budget een auto te kiezen
- Heeft slechts **beperkte** invloed gehad op de keuze voor deze auto
- Heeft **geen enkele** invloed gehad op de keuze voor deze auto

(4% anders).

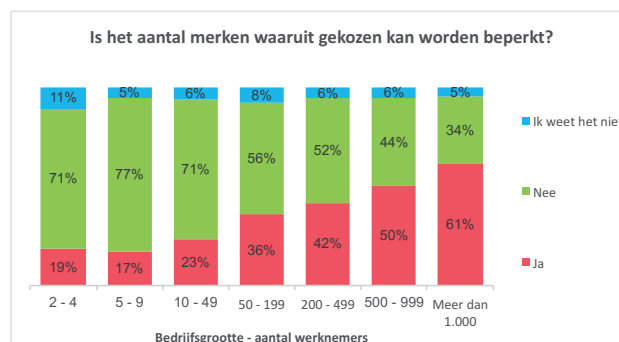
Is het aantal merken waaruit gekozen kan worden beperkt?



In 2017 had 44% te maken met een merkenbeperking. In 2016 was dit 35%.

Merken top-10
(“op de lijst” indien beperkte keuze)

1. Volkswagen	64%
2. Renault	48%
3. Audi	46%
4. BMW	45%
5. Škoda	44%
6. Ford	41%
7. Peugeot	40%
8. Opel	37%
9. Volvo	34%
10. Seat	32%



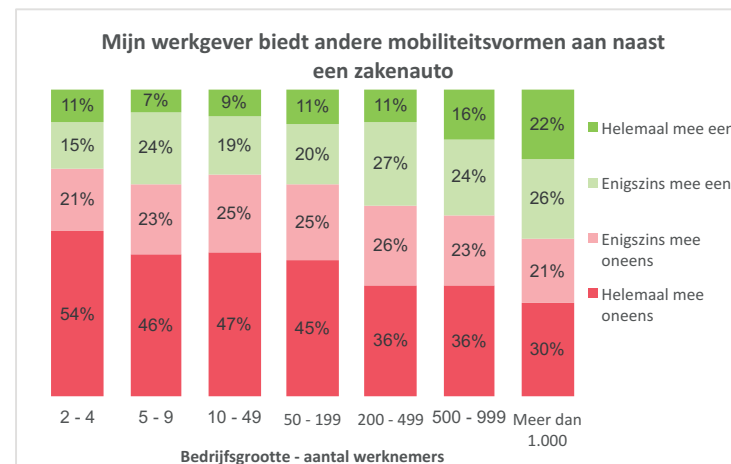
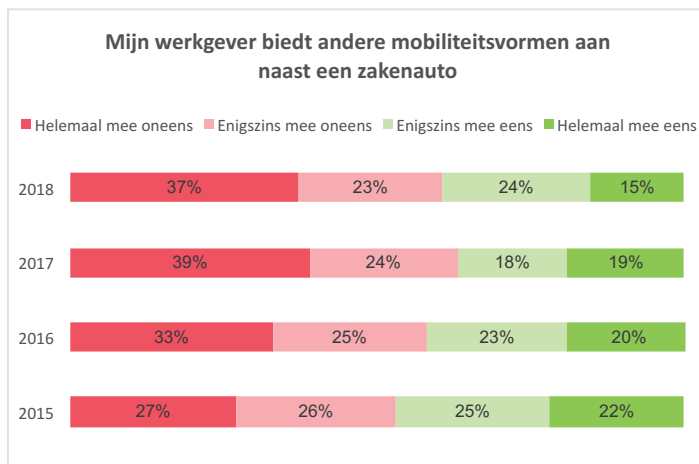
3.2.4 Alternatieven en concrete gebruiksintenties



• 39% van de werkgevers biedt andere mobiliteitsvormen aan naast een zakenauto. Hier geldt: hoe groter het bedrijf hoe vaker er alternatieven zijn. Bij de grootste bedrijven met meer dan 1.000 medewerkers is dit percentage opgelopen tot 48%.








• Voor de gemiddelde zakelijke rijder is het openbaar vervoer nauwelijks een alternatief. Zelfs als de reistijd vergelijkbaar is, wijst 84% openbaar vervoer af. Een op de acht (15%) verkiest in die gevallen wel openbaar vervoer boven de auto. Deze groep heeft een afwijkend profiel: de behoefte om de inrichting van mobiliteit te veranderen is groter, het

verwachte gebruik van alternatieven is hoger, ze staan positiever tegenover een mobiliteitsbudget, staan minder afwijzend tegenover het delen van auto's, wonen vaker in de grote stad en zowel de eigen woning als de werkgever en klanten zijn relatief gemakkelijk te bereiken met andere vervoersvormen.












Kenmerken van de groep respondenten die OV kiezen indien de reistijd vergelijkbaar is (o.b.v. helemaal mee eens)

 <ul style="list-style-type: none"> Rijdt vaker Peugeot of Volvo Vaker een auto met een cataloguswaarde tussen de €25.000,- en €35.000,- Lagere NPS van +6 Vaker een auto uit de 14% bijtellingscategorie 	 <ul style="list-style-type: none"> Heeft vaker de behoefte om huidige inrichting van mobiliteit te veranderen, redenen zijn vaker kunnen thuiswerken, kunnen werken tijdens het reizen en meer letten op duurzaamheid tijdens het reizen 	 <ul style="list-style-type: none"> Gebruik van poolauto's en OV scoren hoger m.b.t. verwachte gebruik van alternatieven Een mobiliteitsbudget wordt vaker positief ontvangen Heeft minder vaak een probleem om de auto te delen met andere collega's als deze niet gebruikt wordt
 <ul style="list-style-type: none"> Woont vaker in Amsterdam, Rotterdam, Den Haag (en randgemeenten) 	 <ul style="list-style-type: none"> Weet vaker niet welk merk te kiezen als volgende auto Wil wel vaker voor een volledig elektrische auto kiezen Volgende auto is vaker kleiner 	
 <ul style="list-style-type: none"> Woonadres, bedrijfsadres maar ook klanten zijn vaker gemakkelijk te bereiken met andere vervoersvormen Werkt vaker bij grote bedrijven (>1000 medewerkers) in de financiële dienstverlening 	 <ul style="list-style-type: none"> Minder vaak te maken met een merkenbeperking Door de werkgever wordt al vaker een mobiliteitsbudget aangeboden 	



- Alternatieve vervoersvormen zijn nog niet heel populair, maar de gebruiksententie neemt wel toe. Vooral van poolauto, fiets en e-bike gaat naar verwachting meer gebruik worden gemaakt.

Hoe groot is de kans dat u de komende drie jaar gebruik gaat maken van de volgende alternatieven in plaats van of naast de zakenauto (Kans 60 - 100%)

	Huurauto	Deelauto	Poolauto	Fiets	e-Bike	Trein	Bus/tram/ metro
							
NZO 2016	5%	1%	3%	8%	5%	8%	6%
NZO 2017	5%	1%	2%	8%	2%	8%	6%
NZO 2018	6%	2%	4%	11%	5%	9%	7%
..die mobiliteit anders wil inrichten (zeker)	10%	7%	8%	11%	10%	13%	12%
Bedrijfsgrootte:							
50-199	3%	2%	3%	10%	5%	9%	7%
200-499	4%	1%	4%	10%	5%	7%	5%
>1000	7%	2%	6%	12%	5%	11%	10%

3.2.5 Kenmerken van de groep 'triple yes'

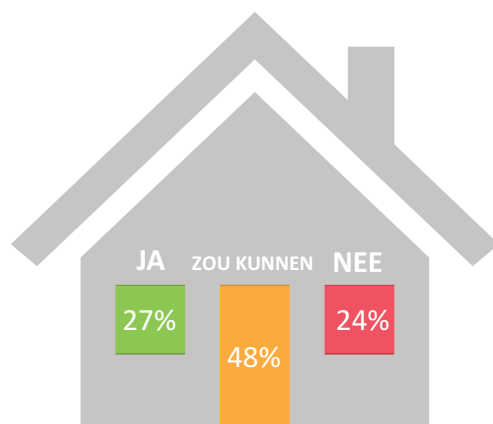


We hebben de groep in kaart gebracht voor wie het gebruik van alternatieven geen problemen oplevert en realistisch haalbaar is. Deze groep hebben we gefilterd uit de respondenten die driemaal bevestigend antwoorden ('triple yes') op de vragen:

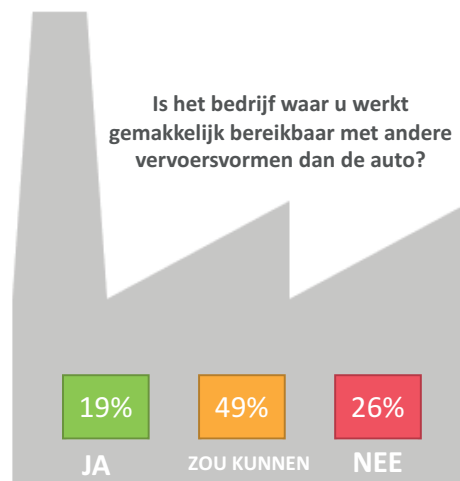
1. Is uw woonadres gemakkelijk bereikbaar met andere vervoersvormen dan de auto?
2. Is het bedrijf waar u werkt gemakkelijk bereikbaar met andere vervoersvormen dan de auto?
3. Kunt u gemakkelijk relaties/klanten bezoeken met andere vervoersvormen dan de auto?

• Belangrijke conclusie: de groep die aangeeft dat woning, werk en zakenrelaties (redelijk) makkelijk bereikbaar zijn met het OV, heeft een duidelijk afwijkend profiel en staat significant positiever tegenover alternatieven en elektrisch rijden. Overigens betreft het relatief vaak ZZP'ers en DGA's.

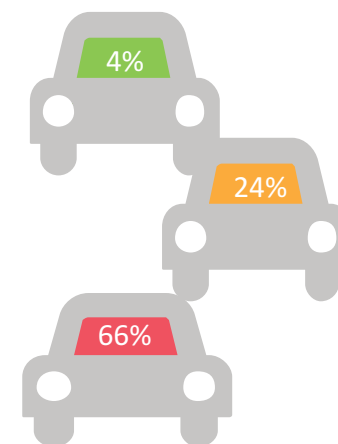
Is uw woonadres gemakkelijk bereikbaar met andere vervoersvormen dan de auto?




Is het bedrijf waar u werkt gemakkelijk bereikbaar met andere vervoersvormen dan de auto?



En voor ZAKELIJK VERKEER (bijvoorbeeld het bezoeken van relaties/klanten)? Kunt u gemakkelijk gebruik maken van andere vervoersvormen dan de auto? (zoals het openbaar vervoer of de fiets)



Kenmerken van de groep respondenten die aangeven dat zowel woon- als bedrijfs- als zakelijke adressen gemakkelijk te bereiken zijn met andere vervoersvormen dan de auto

 <ul style="list-style-type: none"> • Rijdt vaker met een benzineauto • Hogere NPS van +33 • Vaker een auto in eigendom van het bedrijf • Vaker een auto uit de hogere bijtellingscategorie (22%/25%) • Vindt de auto minder vaak een belangrijke arbeidsvoorwaarde 	 <ul style="list-style-type: none"> • Heeft vaker de behoefte om huidige mobiliteit te willen veranderen, redenen die genoemd worden zijn; meer flexibiliteit, elektrisch willen rijden, kunnen werken tijdens het reizen en duurzaamheid tijdens reizen 	 <ul style="list-style-type: none"> • Intentie tot gebruik van alternatieven is bij bijna alle vormen hoger • Kiest vaker voor OV als de reistijd vergelijkbaar is • Minder vaak een probleem om de auto te delen met andere collega's als deze niet gebruikt wordt
 <ul style="list-style-type: none"> • Vaker ZZP en DGA • Vaker wat jonger, met tweepersoonshuishouden • Woont vaker in een druk stedelijk gebied 	 <ul style="list-style-type: none"> • Minder vaak een tweede auto in het gezin aanwezig 	
 <ul style="list-style-type: none"> • Rijdt vaker minder kilometers 	 <ul style="list-style-type: none"> • Volgende auto is vaker een elektrisch aangedreven auto 25% t.o.v. 17% gem. • Belangrijkste redenen die genoemd worden om voor elektrisch te kiezen zijn, zuinig, rijdt prettig en milieuvriendelijk 	

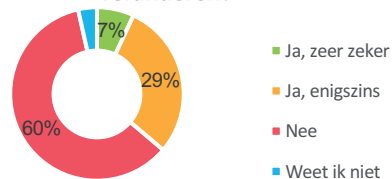
3.2.6 Behoeftte aan verandering



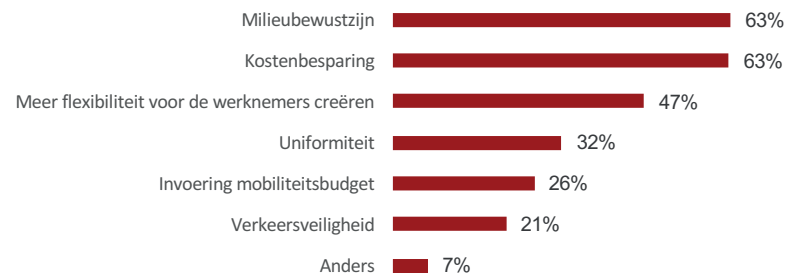
- 36% van de bedrijven wil zakelijke mobiliteit anders aanpakken.
 - Kostenbesparing wordt daarbij iets minder belangrijk gevonden
 - Milieubewustzijn is belangrijker
- De veranderingsbehoefte bij grote bedrijven is veel hoger (tot 63% bij grootste bedrijven). Belangrijkste triggers voor verandering: meer flexibiliteit voor medewerkers en invoeren mobiliteitsbudget.

36% heeft de behoefte om de wijze waarop de zakelijke mobiliteit van medewerkers is ingericht, te veranderen (in 2017 35%).

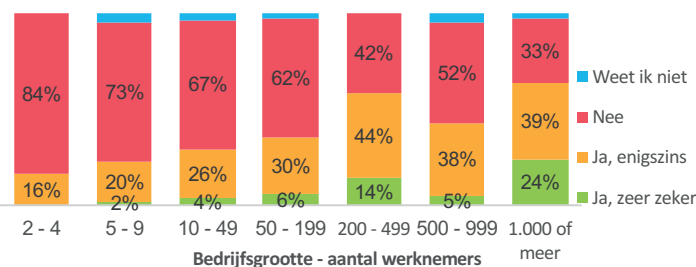
Hebt u als bedrijf de behoefte om de wijze waarop de zakelijke mobiliteit van uw medewerkers is ingericht, te veranderen?



Wat zijn volgens u daarvoor de belangrijkste redenen?



Hebt u als bedrijf de behoefte om de wijze waarop de zakelijke mobiliteit van uw medewerkers is ingericht, te veranderen?

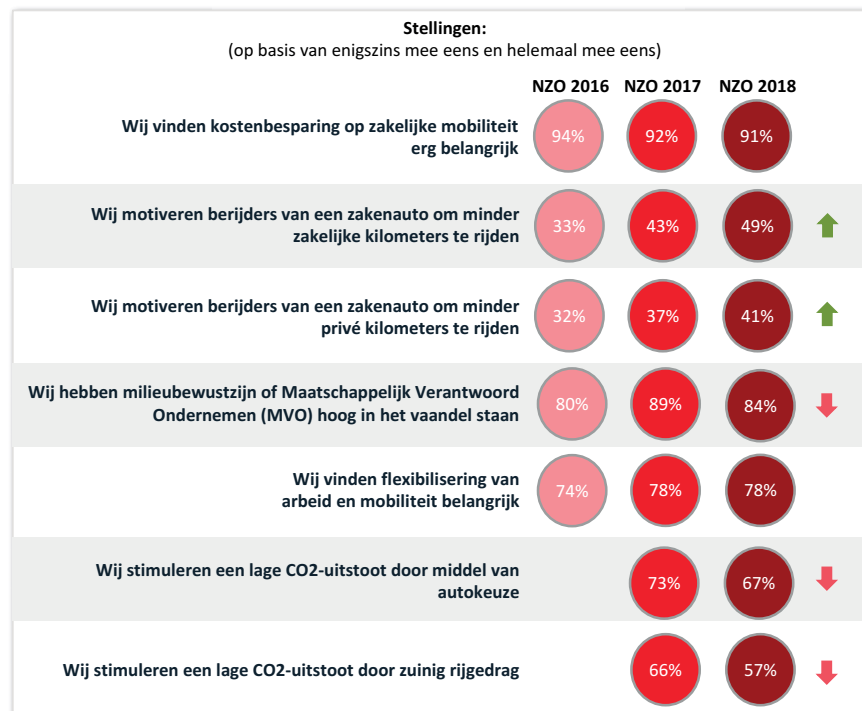


3.2.7 Visie op mobiliteit

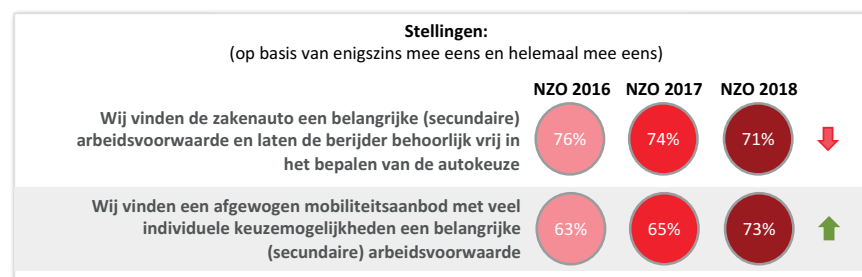
3.2.7.1 Stellingen over mobiliteit



- Vrijwel alle bedrijven vinden besparing op mobiliteitskosten erg belangrijk.
- Het stimuleren van berijders om minder zakelijke en/of privékilometers te rijden scoort hoger dan vorig jaar. Berijders koppelen overigens het tegenovergestelde terug: zij voelen minder druk om minder te rijden.
- Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, verminderen van CO₂-uitstoot door middel van autokeuze en zuinig rijgedrag lijken minder belangrijk te worden. Het zou kunnen dat deze stellingen minder expliciet beantwoord worden omdat ze al enige jaren op de agenda staan en ondertussen deel uitmaken van regulier beleid.



- Trendbreuk: voor de eerste keer blijkt uit de meting dat bedrijven de auto als arbeidsvoorwaarde minder belangrijk vinden dan een afgewogen mobiliteitsaanbod.

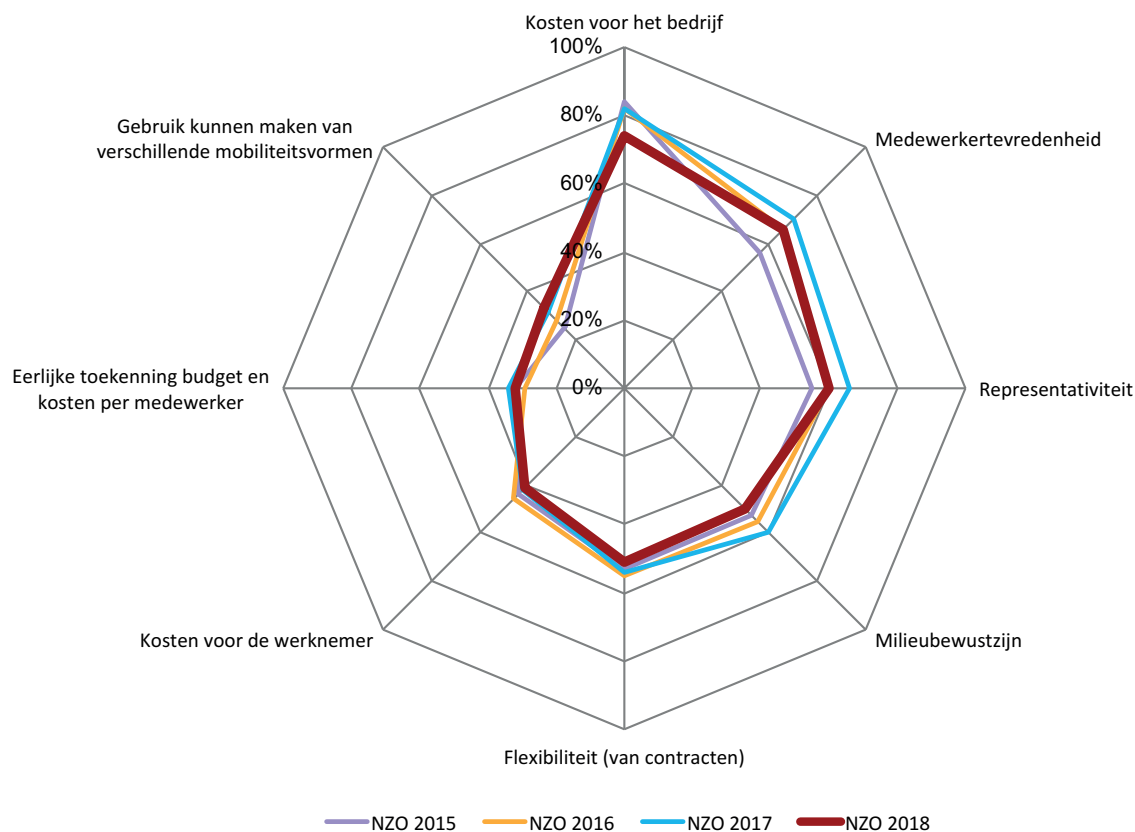


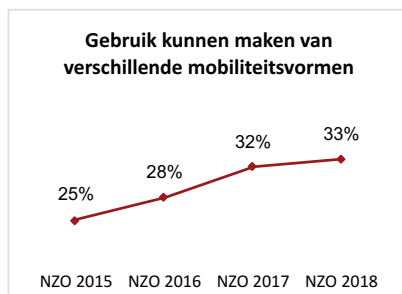
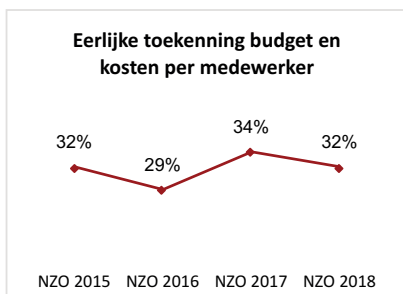
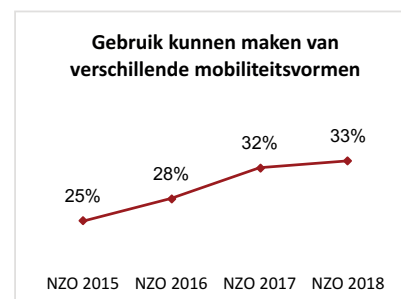
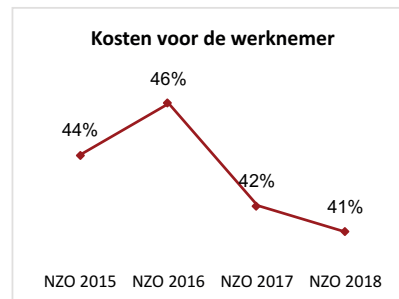
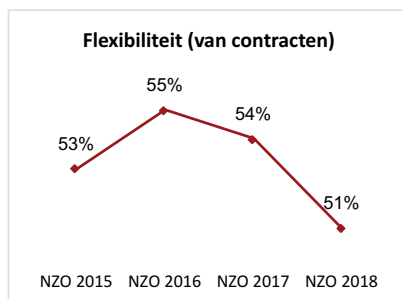
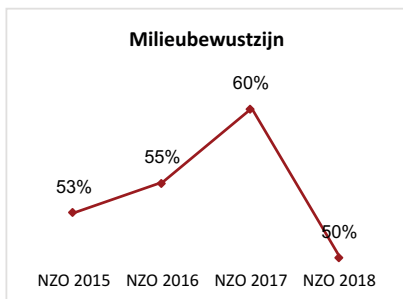
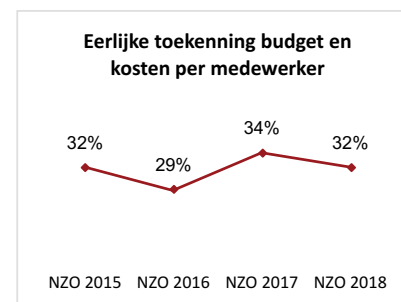
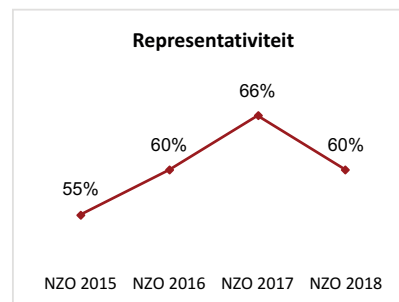
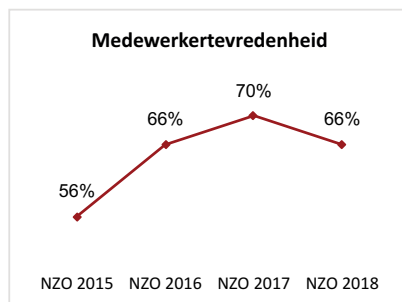
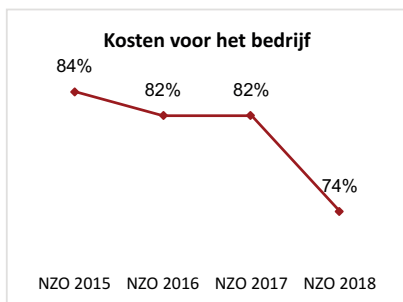
3.2.7.2 Criteria die het mobiliteitsbeleid bepalen



- Ten opzichte van vorig jaar spelen in grote lijnen dezelfde onderwerpen een belangrijke rol bij de inrichting van het mobiliteitsbeleid. Er zijn wel verschuivingen zichtbaar:
 - Kosten voor het bedrijf heeft de hoogste score maar neemt wel af in belang.
 - Medewerkertevredenheid en representativiteit stabiliseren.
 - Het belang van milieubewustzijn neemt wat sterker af. Het is niet helemaal duidelijk wat daarvan de reden is. Er lijkt een duidelijk verband met onder andere de lagere score op de stelling 'Wij hebben milieubewustzijn of MVO hoog in het vaandel staan' (zie ook mogelijke verklaring vorige paragraaf). Gebruik kunnen maken van verschillende mobiliteitsvormen neemt daarentegen licht toe.

In hoeverre spelen de volgende onderwerpen een rol bij het inrichten van zakelijke mobiliteit? (Basis: hoge beoordeling 8-9-10 op 10-puntschaal)





3.2.8 Verwachte veranderingen

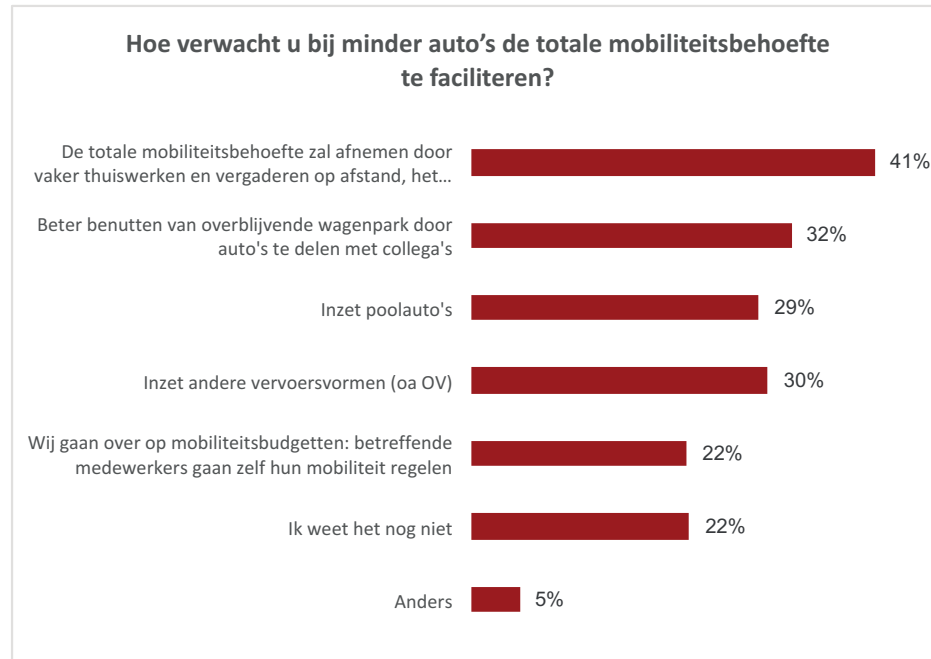
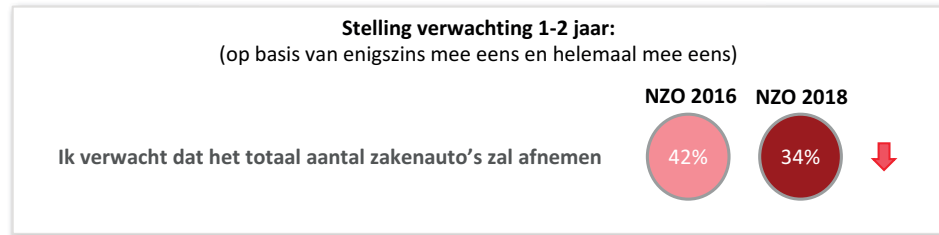


- Belangrijke mutaties bij de verwachtingen voor de komende 1-2 jaar:
 - Aan minder medewerkers zal een auto van de zaak ter beschikking worden gesteld (sterke toename van 37% in 2017 naar 47%)
 - De volgende auto is vaak kleiner dan de huidige (toename van 38% naar 45%)
 - Sterke focus op verkeersveiligheid (sterke toename van 57% naar 72%)
 - Sterke focus op lage bijtelling doordat medewerkers kiezen voor een auto met lage fiscale waarde dan wel een volledig elektrische auto kiezen (toename van resp. 68% naar 75% en 57% naar 67%)

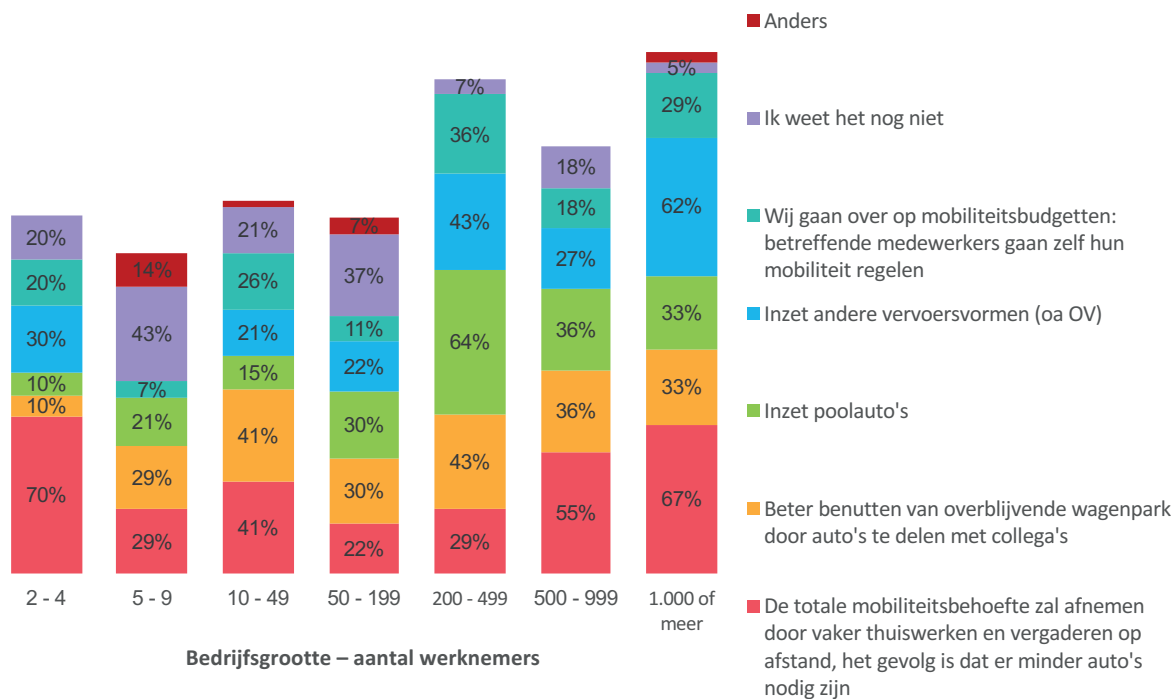
Alle bedrijven	En binnen 1-2 jaar verwacht ik...			
	(op basis van enigszins mee eens en helemaal mee eens)			
	NZO 2015	NZO 2016	NZO 2017	NZO 2018
Aan minder medewerkers zal een auto van de zaak ter beschikking worden gesteld	43%	43%	37%	47%
De volgende auto is kleiner dan de huidige	42%	42%	38%	45%
De volgende auto heeft een lagere aanschafwaarde dan de huidige	46%	48%	48%	45%
Medewerkers staan steeds meer open voor andere vervoersvormen dan de zakenauto alléén	34%	42%	51%	49%
Meer medewerkers gaat de zakenauto buiten de bijtelling houden		42%	38%	41%
Een sterke(re) focus op veilig rijden c.q. veiligheidsopties in de auto			57%	72%
Dat er een sterke focus blijft op lage bijtelling: de meeste medewerkers gaan een auto met een lagere fiscale waarde kiezen			68%	75%
Dat er een sterke focus blijft op lage bijtelling: de meeste medewerkers gaan een volledig elektrische auto kiezen			57%	67%



- 34% van de bedrijven verwacht dat het totaal aantal zakenauto's in het bedrijf zal afnemen. Dat is een lager percentage dan vorig jaar (42%).
- De meeste bedrijven die een afname van het totaal aantal zakenauto's voorspellen, gaan ervan uit dat de totale mobiliteitsbehoefte afneemt en er minder auto's nodig zijn. Beter benutten van het overblijvende wagenpark, inzet van poolauto's, inzet van andere vervoersvormen of mobiliteitsbudgetten worden aangedragen als andere manieren om in de totale mobiliteitsbehoefte te voorzien.
- Vooral de kleinste en de grootste bedrijven verwachten een afname van de mobiliteitsbehoefte door het werk anders in te richten, bijvoorbeeld door vaker thuiswerken en vergaderen op afstand. Grote bedrijven zetten relatief vaak het mobiliteitsbudget in.



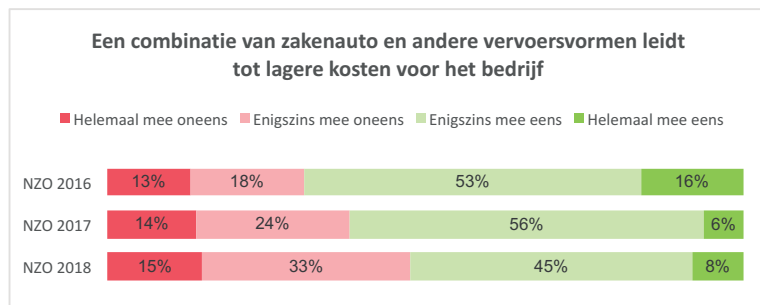
Hoe verwacht u bij minder auto's de totale mobiliteitsbehoefte te faciliteren?



3.2.9 Alternatieven en concrete gebruiksintenties



- In 2016 was bijna 7 op de 10 bedrijven van mening dat een combinatie van zakenauto en andere vervoersvormen leidt tot lagere kosten voor het bedrijf. In 2018 is dit afgenomen tot 5 op de 10. Met andere woorden: steeds meer bedrijven zijn ervan overtuigd dat een combinatie van zakenauto met andere vervoersvormen NIET leidt tot lagere kosten voor het bedrijf.
- Opwaartse trend verwacht met betrekking tot alternatieven. De verwachting is dat het gebruik van alternatieven de komende 3 jaar toeneemt. Vooral e-bike en deel/poolauto.



VERWACHTE ONTWIKKELING

Penetratie alternatieve vormen

Hoe groot is de kans dat de komende drie jaar het gebruik van de volgende alternatieven in plaats van of naast de zakenauto verdubbelt ten opzichte van nu? (Kans 60 - 100%)

	Deelauto	Poolauto	Fiets	e-Bike	OV
Alle RESPONDENTEN NZO 2016	6%	16%	13%	12%	14%
Alle RESPONDENTEN NZO 2017	8%	15%	12%	9%	14%
Alle RESPONDENTEN NZO 2018	11%	18%	15%	18%	16%
Bedrijfsgrootte - aantal medewerkers					
Klein (10 t/m49)	10%	18%	12%	16%	18%
Middel-groot (200 t/m 499)	16%	33%	35%	32%	17%
Groot >1000	12%	24%	21%	27%	42%

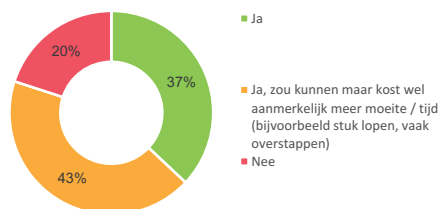
3.2.10 Bereikbaarheid en oplossingen



- 37% van de respondenten geeft aan dat het bedrijf gemakkelijk bereikbaar is met andere vervoersvormen dan de auto. Bij 43% kost dit aanmerkelijk meer moeite. 20% van de bedrijven is slecht of niet bereikbaar zonder auto.
- Het lijkt erop dat over het algemeen niet actief wordt gewerkt aan oplossingen om de bereikbaarheid te verbeteren.
- Bedrijven die (zelf vinden dat ze) goed bereikbaar zijn, hebben een afwijkend profiel: groot, in stedelijke omgeving gevestigd, vaak zakelijke dienstverlening, met vaak een 'modern' en 'groen' mobiliteitsbeleid.

37% van de bedrijven is gemakkelijk te bereiken met andere vervoersvormen dan de auto.

Is uw bedrijf gemakkelijk bereikbaar met andere vervoersvormen dan de auto?



Wat wordt er gedaan om de bereikbaarheid te verbeteren?

1. Niets (we zijn al goed bereikbaar bijv. met OV)
2. We werken veelal op locatie bij klanten dus geen verbetering noodzakelijk
3. We gaan (misschien) verhuizen
4. Efficiënter parkeerbeleid

Kenmerken van de bedrijven die goed bereikbaar zijn



- Vaker bedrijven die gevestigd zijn in Amsterdam, Rotterdam, Den Haag (en randgemeenten) 43% t.o.v. 34% gem.
- Vaker grote bedrijven >1000 medewerkers 14% t.o.v. 10% gem.
- Branche is vaker zakelijke dienstverlening 32% t.o.v. 22% gem.



- Speelt vaker een actieve rol (8-9-10) met betrekking tot verduurzaming 34% t.o.v. 25% gem.
- Alternatieve, duurzame vervoersvormen worden vaker gestimuleerd 47% t.o.v. 32% gem. en ook thuiswerken 31% t.o.v. 27%
- Vergroening/verduurzaming wordt vaker genoemd als de meest opvallende interne ontwikkeling van de afgelopen 3 jaar 52% t.o.v. 40% gem.
- gem.



- Vaker een auto-/mobiliteitsregeling aanwezig 71% t.o.v. 60% gem.
- Er kan vaker gekozen worden voor volledig elektrische auto 54% t.o.v. 46% gem.



- Bieden vaker een mobiliteitsbudget aan 31% t.o.v. 25% gem.
- Schatten de concrete gebruiksintentie van alternatieven (o.a. fiets, e-bike, speedpedelec en OV) hoger in.

3.2.11 Actieve rol verduurzaming



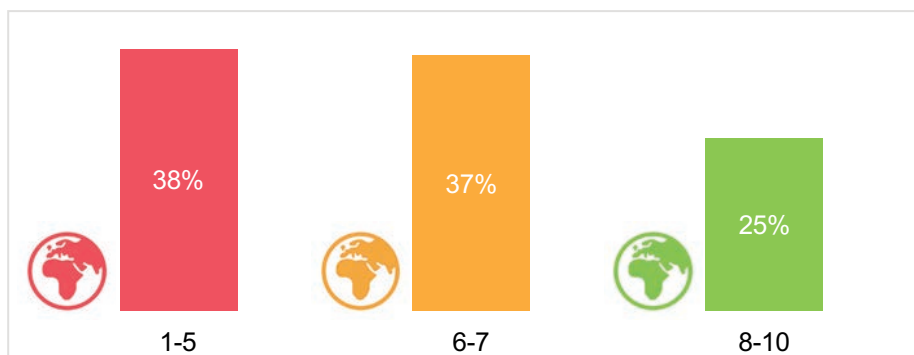
Hoe zien bedrijven hun betrokkenheid bij de verduurzaming van mobiliteit? Spelen ze een actieve rol? En wat is het beleid met betrekking tot (het beperken van) CO₂-uitstoot?

- 25% vindt dat het eigen bedrijf een uitermate actieve rol speelt in verduurzaming. Bij de grootste bedrijven (>1.000 medewerkers) is dit 58%.

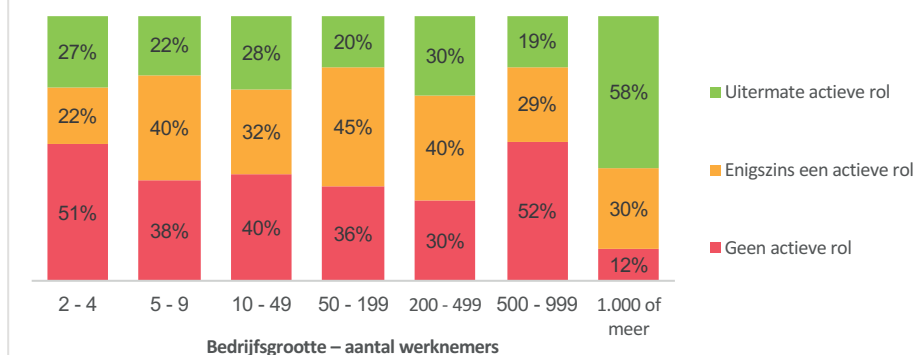
- Verduurzaming gebeurt met allerlei activiteiten, maar sturen op autokeuze is (met 52%) de belangrijkste.

- In de meeste gevallen is de mening dat verduurzaming géén geld mag kosten. Bij 23% (en bij grote bedrijven bij 33%) mag verduurzaming wél geld kosten en/of is zelfs gebudgetteerd.

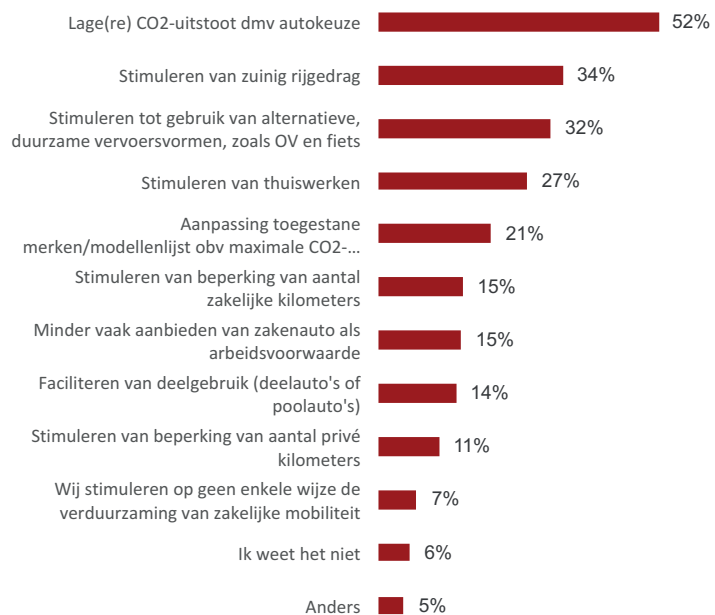
In hoeverre speelt uw bedrijf een actieve rol met betrekking tot de verduurzaming van zakelijke mobiliteit op een schaal van 1 - 10?



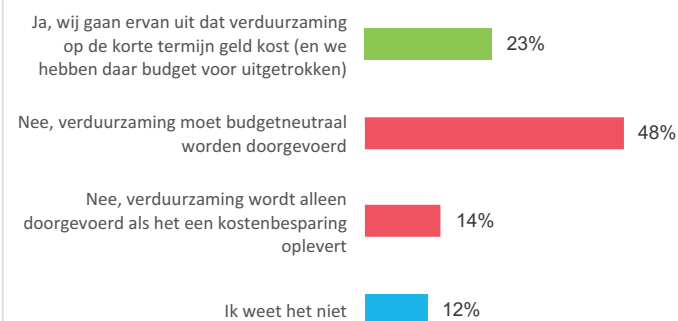
In hoeverre speelt uw bedrijf een actieve rol met betrekking tot de verduurzaming van zakelijke mobiliteit?



Op welke manier wordt verduurzaming van zakelijke mobiliteit gestimuleerd?



Mag verduurzaming van zakelijke mobiliteit geld kosten?

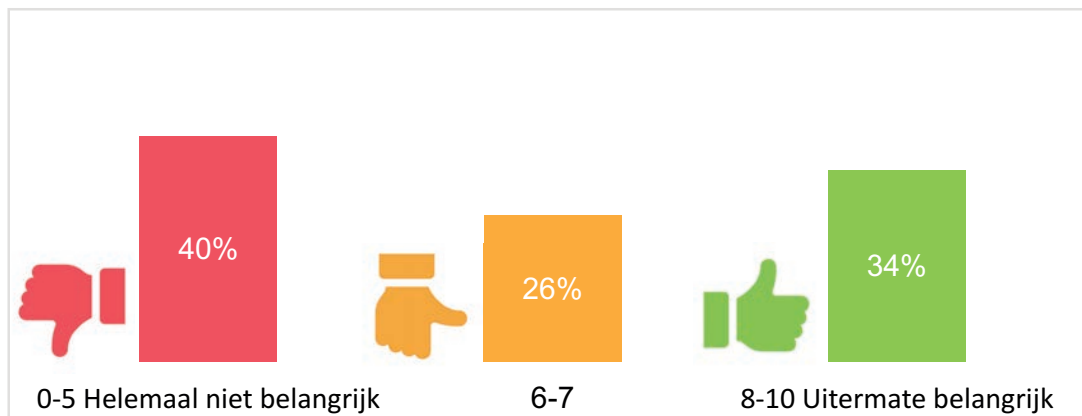




Belang reductie CO2-uitstoot

· Voor een derde van alle bedrijven is reductie van de CO2-uitstoot een uitermate belangrijk onderdeel van het bedrijfsbeleid. Voor 26% is het redelijk belangrijk en voor 40% onbelangrijk.

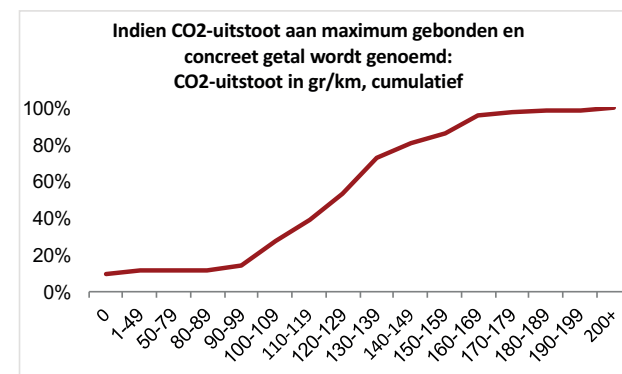
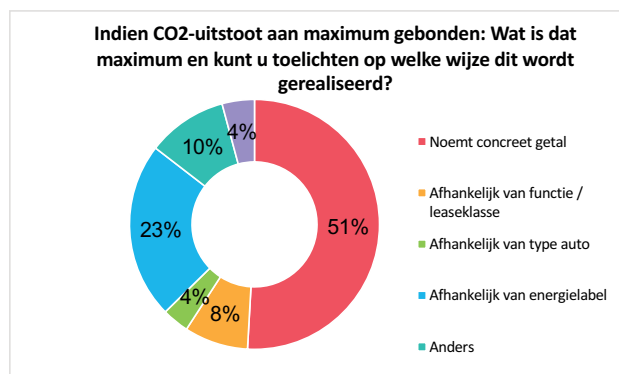
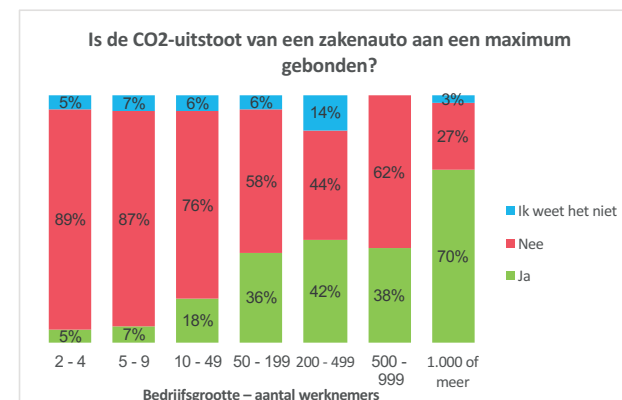
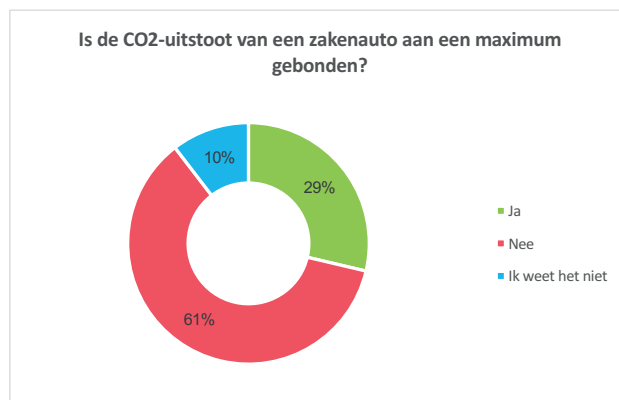
Hoe belangrijk is CO2-reductie als onderdeel van het bedrijfsbeleid op een schaal van 0 – 10?





Maximale CO2-uitstoot

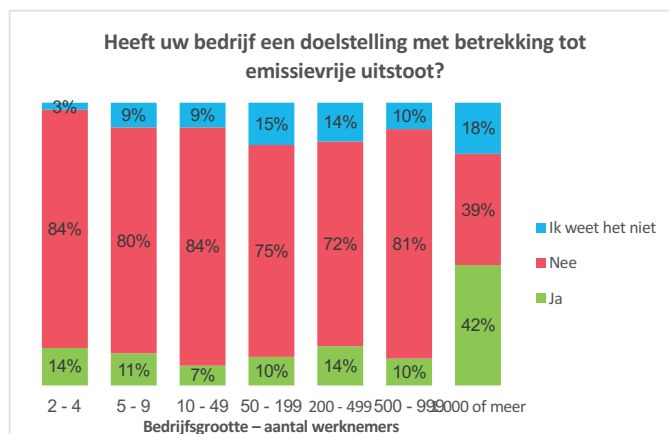
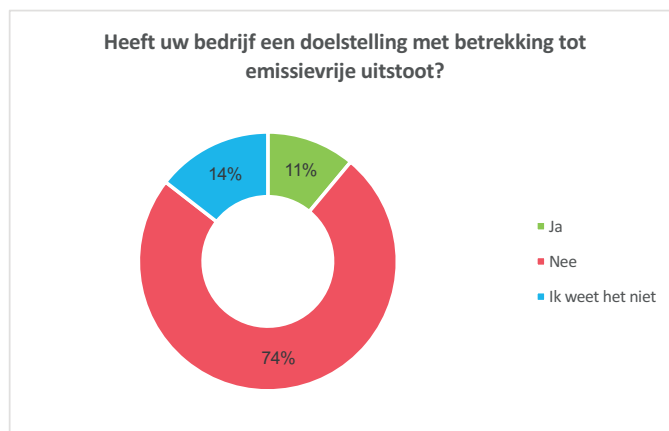
- CO2-uitstoot is bij 29% van de bedrijven (en dan vooral bij de grotere bedrijven) aan een maximum gebonden.
- Vrijwel alleen bij de allergrootste bedrijven is er sprake van een concrete richtlijn voor de maximale CO2-uitstoot in energielabels of grammen CO2 per kilometer.
- Indien er sprake is van een concrete richtlijn voor de maximale CO2-uitstoot ligt die bij 80% van deze bedrijven op 149 gram of lager (gebaseerd op NEDC).





Doelstelling voor emissievrije uitstoot

- Ongeveer 1 op de 10 bedrijven heeft tevens een doelstelling voor emissievrije uitstoot.
- De toelichting die daarbij wordt gegeven varieert van een concreet jaartal (meestal ergens tussen 2020 en 2030) tot een procentuele vermindering per kalenderjaar.



Toelichting doelstelling voor emissievrije uitstoot:



- Volledig emissie vrij in 202x
- x% reductie in 202x
- x% vermindering per kalenderjaar
- Alles elektrisch per xx-xx-xx
- We bewegen mee met de klimaatdoelstellingen

Interessante quotes:



- “Per 1-1-2020 geen auto’s meer bestellen op fossiele brandstof en per 1-1-2024 geheel fossielvrij”
- “Inzet volledig EV zodra actieradius en levertijd dat toelaten”
- “Wij compenseren nu onze CO2 uitstoot en hebben als doelstelling dit met 10% jaar terug te dringen”
- “Met klimaatverdrag meebewegen, actief vragen aan o.a. leasemaatschappij om mee te denken”
- “Wij hebben actief beleid om onze CO2 voetafdruk te verminderen. In 2013 kwam onze CO2 uitstoot op circa 12.500 ton. Daarvan is 90% gerelateerd aan onze mobiliteit. Alle medewerkers hebben een NS Business Card, waarmee we het gebruik van openbaar vervoer stimuleren, een bijdrage leveren aan de vermindering van de verkeersdruk in Nederland en actief bijdragen aan vermindering van de uitstoot van uitlaatgassen. Om ook van andere organisaties te leren doen wij actief mee in het U15 platform. Een groep van ruim 300 bedrijven in de provincie Utrecht die de filedruk en de CO2 uitstoot wil verminderen.”
- “Het bedrijf zelf, de productie, daar kijken hoe we de CO2 kunnen verminderen, dit geldt nog niet voor het wagenpark. Overigens bij vernieuwing van het wagenpark, blijken nieuwe auto’s altijd al weer schoner en zuiniger.”

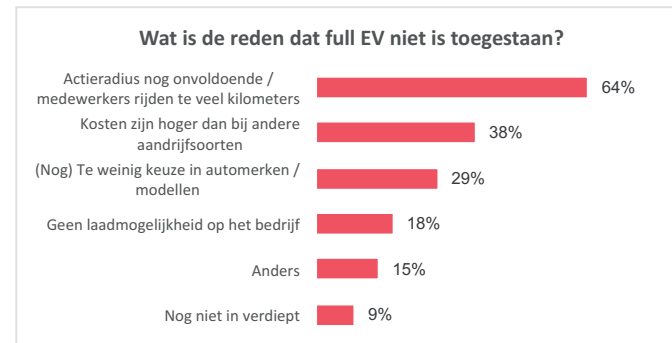
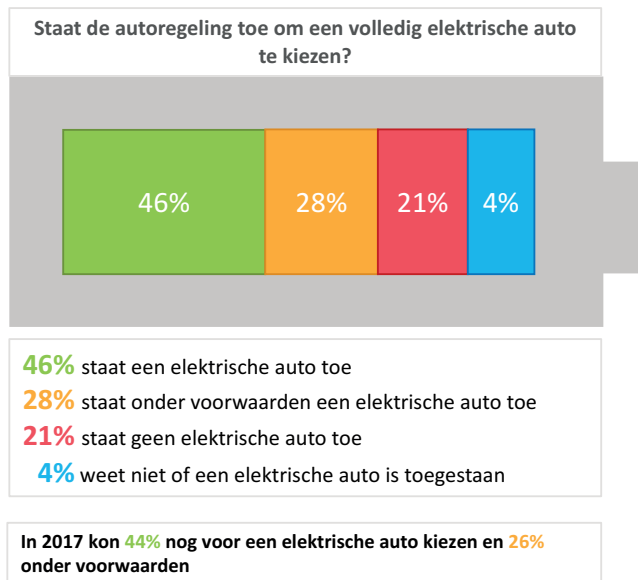


Autoregeling en mogelijkheid om voor Full EV te kiezen

• 74% van de bedrijven staat toe om voor Full EV te kiezen, een lichte toename ten opzichte van 2017 (70%).

• De belangrijkste randvoorwaarden om Full EV toe te staan zijn: voldoende actieradius en moet passen binnen budget.

• Belangrijkste redenen om Full EV niet toe te staan: onvoldoende actieradius en hoge kosten ten opzichte van andere aandrijfsoorten.

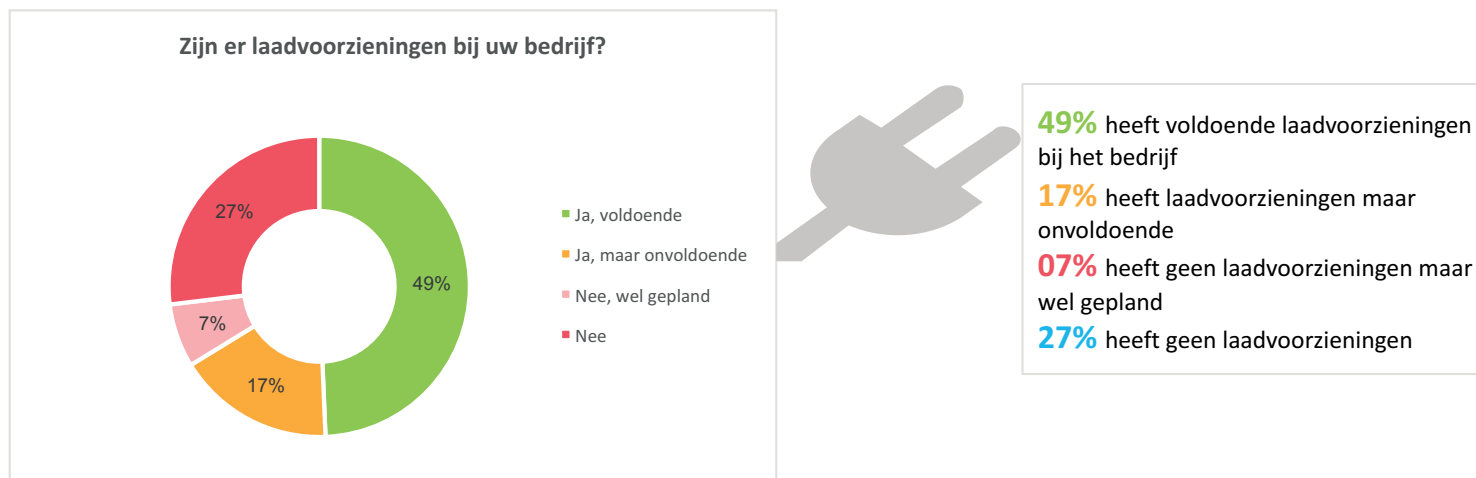




Aanwezigheid laadvoorzieningen

- De helft van de bedrijven heeft voldoende laadvoorzieningen .
- 34% heeft geen laadvoorzieningen; bij ongeveer een vijfde van hen zijn laadvoorzieningen gepland.

- Er is een verband tussen de aanwezigheid van laadvoorzieningen en de verwachte opkomst van de EV. Bedrijven met deze voorzieningen verwachten een sterkere opkomst van elektrische aandrijving dan bedrijven zonder. Maar dat neemt niet weg dat ook de bedrijven die nu niet beschikken over



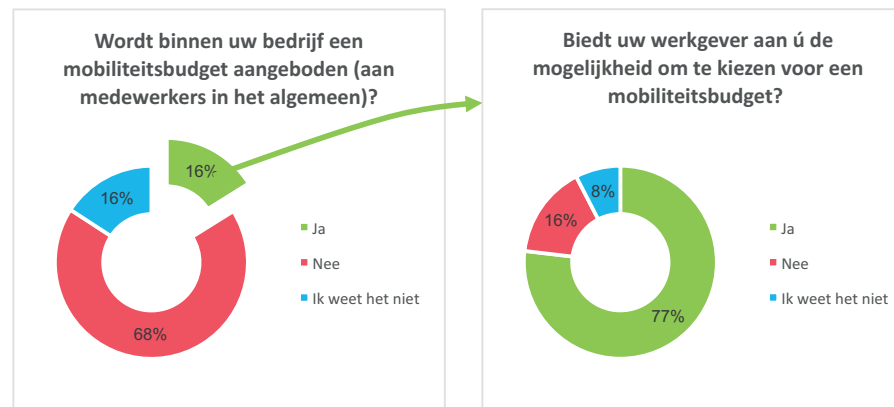
3.3 Mobiliteitsbudget

3.3.1 Gebruik en interesse mobiliteitsbudget berijders

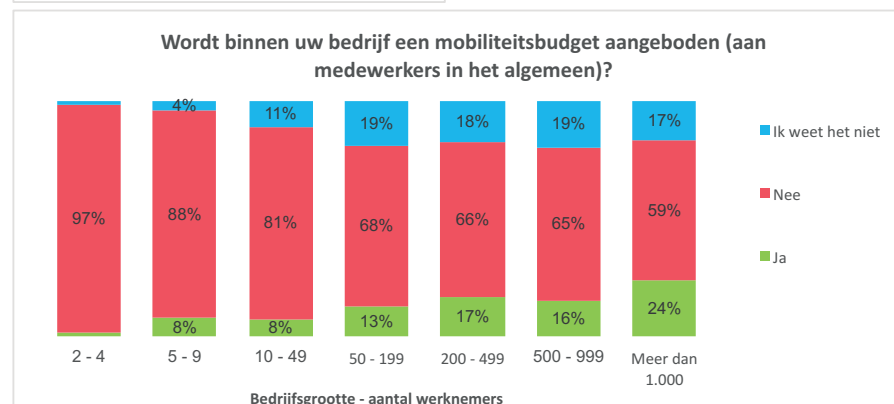


- 16% geeft aan dat hun werkgever een mobiliteitsbudget aanbiedt. Dat is significant hoger dan vorig jaar (10%). Dit percentage loopt op naarmate bedrijven groter worden, tot 24% bij de grootste bedrijven.
- Indien de werkgever een mobiliteitsbudget aanbiedt kunnen de respondenten daar in 77% van de gevallen gebruik van maken. 20% doet dat ook echt.
- Van de totale steekproef maakt 2,5% gebruik van een mobiliteitsbudget, dat is minder dan voorgaande jaren.
- Het gebruik van hulpmiddelen om ritten te registreren en/of financiën af te wikkelen is toegenomen, maar ligt nog steeds op een laag niveau. Het gebruik van een registratie- en declaratieportal van de werkgever is toegenomen van 9% naar 17% en er wordt vaker een mobiliteitskaart gebruikt (van 8 naar 12%). 62% gebruikt geen hulpmiddelen (was 67%).
- Bij de niet-gebruikers ligt de interesse in een mobiliteitsbudget al jaren op een onveranderd laag niveau. Werknemers van grote bedrijven zijn vaker geïnteresseerd, wellicht omdat het mobiliteitsbudget daar al vaker wordt aangeboden en ze beter geïnformeerd zijn. Overigens heeft de groep die wél is geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget een duidelijk afwijkend profiel. Een paar belangrijke kenmerken: meer behoefte aan flexibiliteit, meer behoefte aan vrijheid, (hogere) bijtelling voorkomen.
- De concrete gebruiksiintentie (het aandeel respondenten dat aangeeft dat de kans meer dan 60% is dat ze de komende drie jaar gebruik gaan maken van een mobiliteitsbudget) is 4%. Gelijk aan 2016, maar minder dan 2017 (6%).

Mobiliteitsbudget



2017: Ja: 10% Nee: 71%: Weet niet: 19%



Maakt u gebruik van een mobiliteitsbudget?

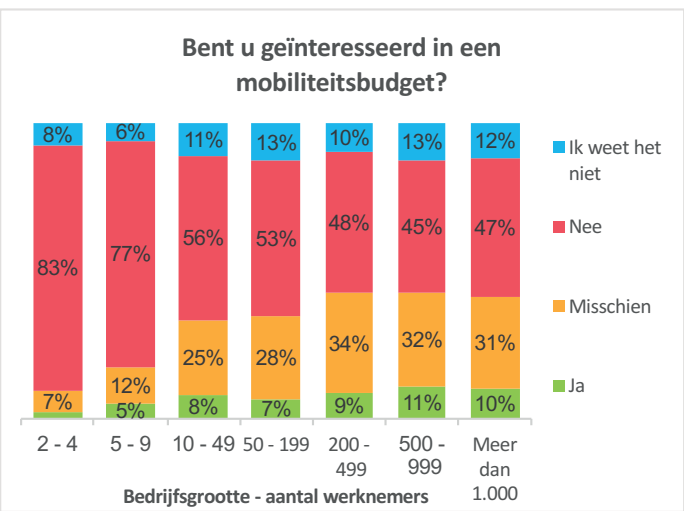
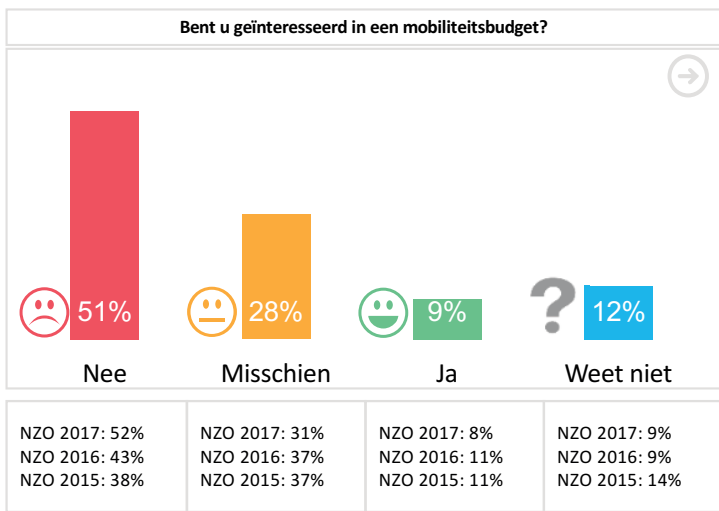
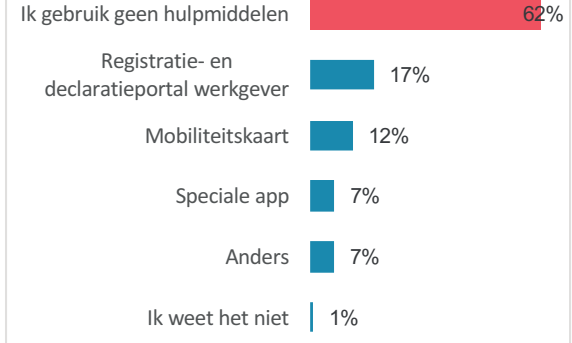


Gebruikers mobiliteitsbudget:
 NZO 2018: 2,5%
 NZO 2017: 4%
 NZO 2016: 4%
 NZO 2015: 3%

Hoe is dit budget het beste te omschrijven?

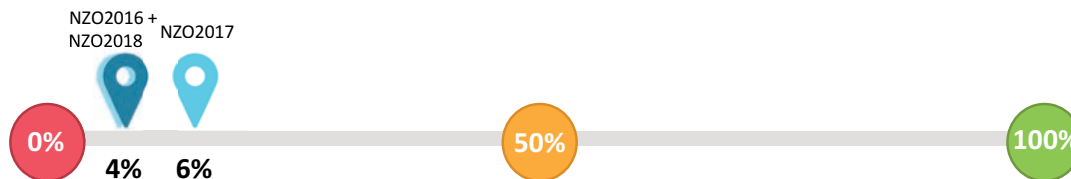
Omschrijving	2017:
Als een 'autokeuzebudget' : als ik een goedkopere of schonere auto kies dan de norm, steek ik het verschil (of een deel daarvan) in eigen zak. Een duurdere of minder schone auto kan ook, dan betaal ik bij: 56%	57%
Als een 'afziebudget' : ik zie af van een auto van de zaak en krijg daarvoor een vaste bruto vergoeding die ik naar eigen inzicht kan gebruiken voor het betalen van mijn reiskosten: 18%	19%
Als een 'gebruiksbudget' (ook wel genoemd bonus/malus leasebudget): Dit budget bevat ook prikkels om minder en zuiniger te rijden en/of op andere manieren te reizen (fiets, OV, carpool): 18%	11%

Welke hulpmiddelen gebruikt u om ritten te registreren en/of financiën af te wikkelen?



Kenmerken van de groep respondenten die aangeven geïnteresseerd te zijn in een mobiliteitsbudget		
 <ul style="list-style-type: none"> Rijdt vaker een plug-in hybride Vaker een leaseauto Iets lagere NPS van +18 Contract loopt vaker binnen 3 maanden af Vaker een auto met een lage bijtelling Verwacht vaker volgend jaar de auto buiten de bijtelling te houden 	 <ul style="list-style-type: none"> Veel vaker de behoefte om de inrichting van huidige zakelijke mobiliteit te veranderen 66% t.o.v. 28% gem. Redenen die genoemd worden; meer flexibiliteit en volledig elektrisch willen kiezen 	 <ul style="list-style-type: none"> Vaker beperkte invloed gehad op de huidige zakenauto en ook vaker te maken met een merkenbeperking Stellingen m.b.t. de werkgever worden vaker allemaal ontkennend beantwoord (behalve m.b.t. kostenbesparing)
 <ul style="list-style-type: none"> Vaker werknemer Woont vaker in een druk stedelijk gebied Werkt vaker voornamelijk op het werk-/kantooradres Vaker werkzaam bij hele grote bedrijven >1000 medewerkers in de ICT-branche 	 <ul style="list-style-type: none"> Verwacht vaker dat de volgende auto kleiner is en een lagere aanschafwaarde heeft Kiest vaker voor een 4% bijtelling als volgende auto (en dus ook vaker voor een volledig elektrische auto) Belangrijkste redenen om voor elektrisch te kiezen zijn 'goedkoper' en 'milieuvriendelijk' 	 <ul style="list-style-type: none"> Aan deze groep wordt minder vaak een mobiliteitsbudget aangeboden Minder vaak een probleem om de auto te delen met andere collega's als deze niet gebruikt wordt Intentie tot gebruik van alle verschillende vervoersmodaliteiten scoren hoger

Hoe groot is de kans dat u de komende drie jaar gebruik gaat maken van een mobiliteitsbudget?



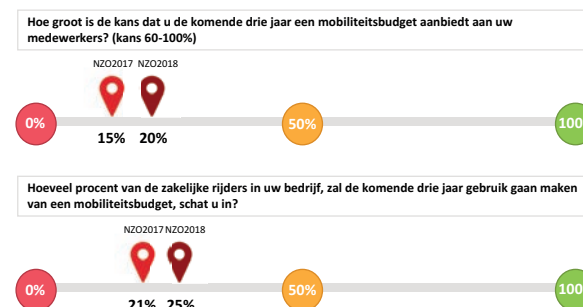
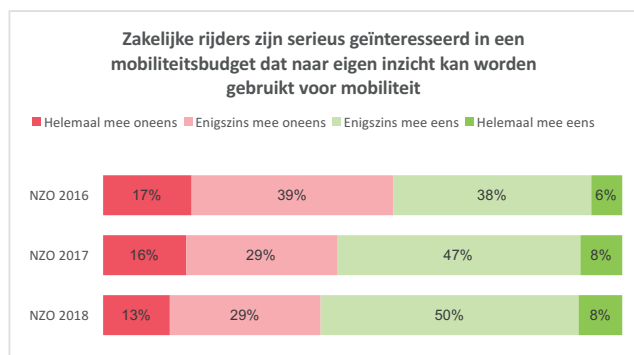
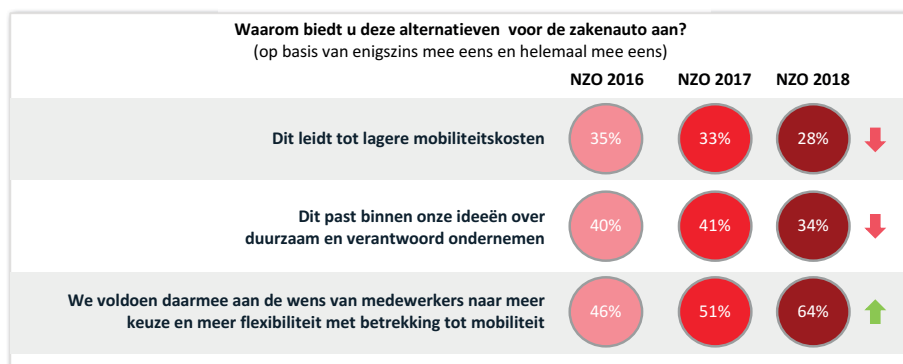
3.3.2 Gebruik en interesse mobiliteitsbudget bedrijven



- Een kwart van de bedrijven biedt een mobiliteitsbudget aan. Door een andere vraagstelling is dit getal niet te vergelijken met het voorgaande jaar.
- De afgelopen drie jaar zijn bedrijven steeds positiever geworden over de verwachte acceptatie van het mobiliteitsbudget door zakelijke rijders. 58% geeft aan dat zakelijke rijders serieus geïnteresseerd zijn in een mobiliteitsbudget. In 2016 was dit nog 44%.
- Redenen om het mobiliteitsbudget aan te bieden:
 - Indien er sprake is van een concrete richtlijn voor de maximale CO2-uitstoot ligt

- die bij 80% van deze bedrijven op 149 gram of lager (gebaseerd op
- Veel minder vaak vanwege 'lagere mobiliteitskosten' en 'duurzaam en verantwoord ondernemen'.
- Veel vaker vanwege 'voldoen aan de wens van medewerkers naar meer flexibiliteit'.
- Veel bedrijven willen een mobiliteitsbudget gaan aanbieden: 20% verwacht dit de komende drie jaar te doen (2017: 15%) en denkt dat dan 25% van alle zakelijke rijders in het bedrijf er gebruik van zullen maken.

25% van de bedrijven biedt een mobiliteitsbudget aan.	2017 34%
Welk soort budgetten biedt u aan?	
Een 'afziebudget': ik zie af van een auto van de zaak en krijg daarvoor een vaste bruto vergoeding die ik naar eigen inzicht kan gebruiken voor het betalen van mijn reiskosten: 68%	68%
Een 'autokeuzebudget': als ik een goedkopere of schonere auto kies dan de norm, steek ik het verschil (of een deel daarvan) in eigen zak. Een duurdere of minder schone auto kan ook: dan betaal ik bij: 50%	50%
Een 'gebruiksbudget' (ook wel genoemd bonus/malus leasebudget): Dit budget bevat ook prikkels om minder en zuiniger te rijden en/of op andere manieren te reizen (fiets, OV, carpool): 23%	23%



3.4 Verkeersveiligheid



Verkeersveiligheid is een actueel onderwerp. Het aantal ongevallen neemt jaarlijks toe blijkt uit cijfers van onder meer het CBS; het toenemende gebruik van de smartphone zou daarvoor onder andere een belangrijke reden zijn. Berijders zijn zich zeer bewust van de risico's in het verkeer. Ze doen opmerkelijke uitspraken over hun eigen rijvaardigheid, geven aan dat het lastig is om de smartphone te negeren maar juichen hulpmiddelen om de smartphone tijdens het rijden actief uit te zetten toe, net als controle op naleving ervan.

Er staan berijders van een auto steeds meer hulpmiddelen ter beschikking die helpen om zo comfortabel en veilig mogelijk aan het verkeer deel te nemen: Deze zogenaamde rijtaakondersteunende systemen of ADAS (advanced driver assistance systems) worden in steeds meer auto's standaard ingebouwd of zijn als optie verkrijgbaar.

Net als vorig jaar hebben we bij bedrijven uitgevraagd hoe zij omgaan met verkeersveiligheid en welke eisen worden gesteld aan ADAS. Bij berijders hebben we een aantal nieuwe onderzoeksvragen toegevoegd. Vooral de aanwezigheid van ADAS, het gebruik ervan en het belang van ADAS bij de volgende autokeuze geeft interessante inzichten.

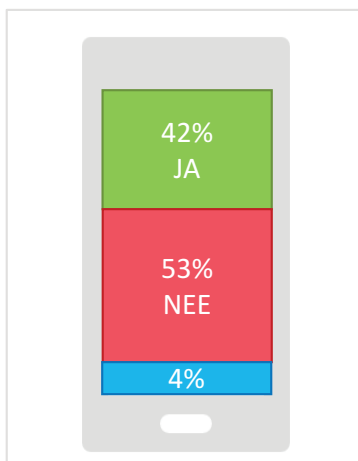


- i 62% van de bedrijven heeft instructies en/of voorwaarden opgenomen in het mobiliteitsbeleid met betrekking tot verkeersveiligheid (was in 2017: 57%). Dit loopt op tot boven de 80% bij grote bedrijven. 23% van de totale groep besteedt uitgebreid aandacht aan dit onderwerp en 39% doet dit summier. 31% besteedt helemaal geen aandacht aan verkeersveiligheid en 6% weet het niet. Al met al lijkt verkeersveiligheid een wat hogere plaats op de agenda van bedrijven te hebben gekregen.



- 42% van de bedrijven heeft richtlijnen opgenomen voor het gebruik van de smartphone tijdens het rijden t.o.v. 38% een jaar eerder. Toch heeft meer dan 50% van de bedrijven geen richtlijnen opgenomen. 4% weet het niet. Er zijn weinig verschillen tussen grote en kleine bedrijven. Oftewel, alle soorten bedrijven van klein tot groot besteden aandacht aan smartphonegebruik. De instructie heeft wel een beperkte reikwijdte: in de meeste gevallen is de beperking dat alleen handsfree bellen is toegestaan.

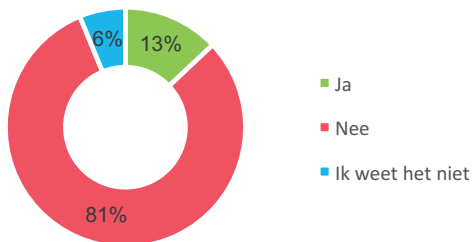
Zijn in de personeels- / het mobiliteitsbeleid richtlijnen opgenomen voor het gebruik van de smartphone tijdens het rijden?



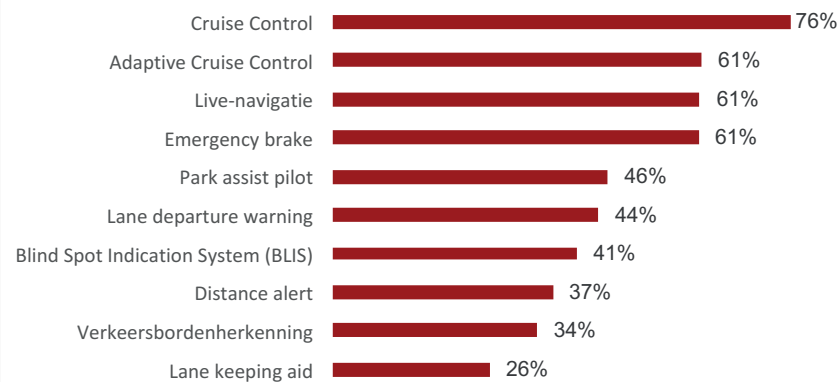
- i • Het aandeel bedrijven dat eisen stelt aan de aanwezigheid van bepaalde ADAS is met 13% gelijk aan vorig jaar. Vooral de aanwezigheid van (adaptive) cruise control, live-navigatie en emergency brake worden dan verplicht gesteld.

13% stelt eisen met betrekking tot de aanwezigheid van bepaalde ADAS (net als in 2017)

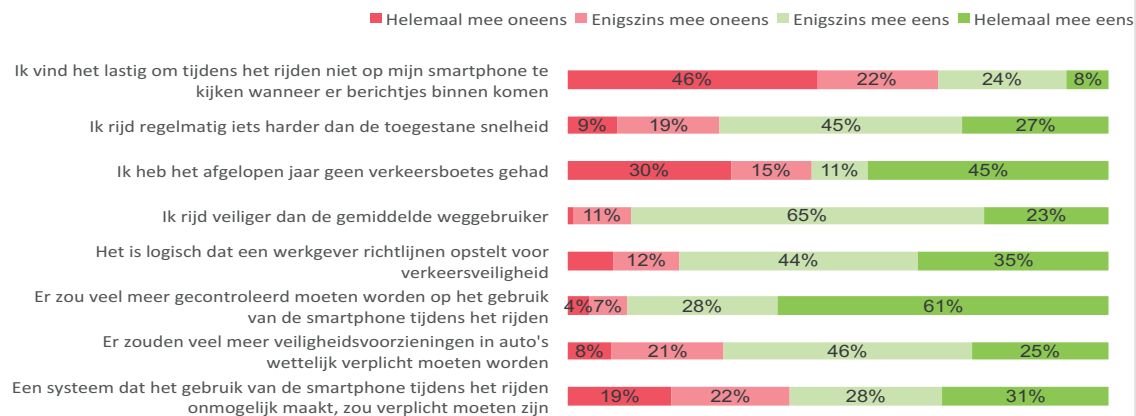
Worden er eisen gesteld met betrekking tot de aanwezigheid van bepaalde ADAS bij de keuze voor een nieuwe zakenauto?



Welke systemen betreft het dan?

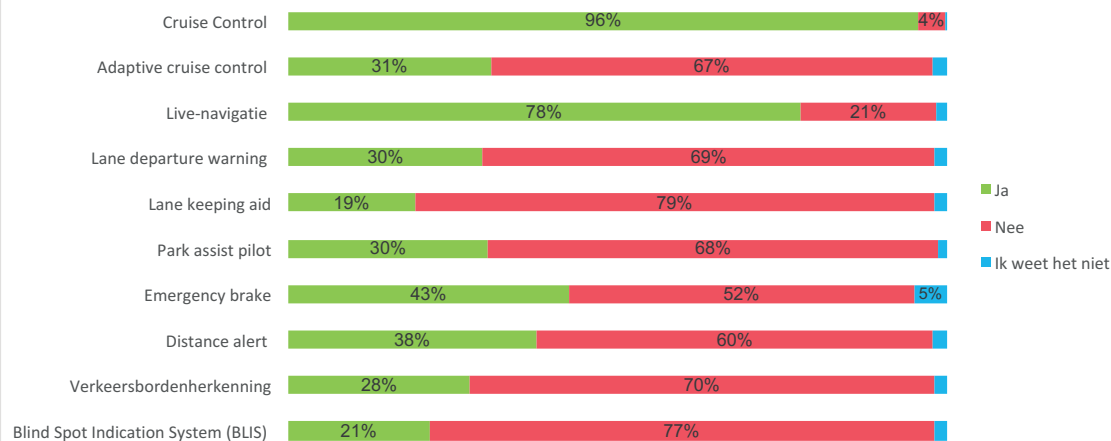


Stellingen over verkeersveiligheid



De respondenten lijken oprecht in hun zelfreflectie: een derde geeft aan dat het lastig is om de smartphone tijdens het rijden te negeren, meer dan 70% rijdt regelmatig iets te hard, en iets meer dan de helft heeft het afgelopen jaar geen verkeersboetes gekregen. Maar de respondenten zijn misschien ook een beetje overmoedig: 88% vindt zichzelf een veiligere weggebruiker dan gemiddeld.

Aanwezigheid ADAS in huidige zakenauto



Meer veiligheidsvoorzieningen, hulpmiddelen om de smartphone bij het rijden actief uit te zetten en meer controle op naleving worden toegejuicht.

Van de ADAS-systemen zijn cruise control en live navigatie het meest aanwezig (resp. 96% en 78%), het vaakst gebruikt en het meest gewenst bij een volgende aankoop.

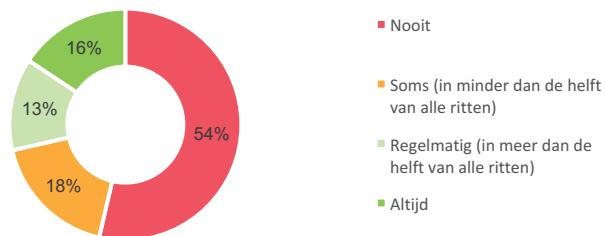
De werking van sommige systemen is niet te beïnvloeden door de berijder (bijvoorbeeld emergency brake is altijd geactiveerd). Over de systemen die de berijder zelf kan aan/uitzetten is gevraagd hoe deze worden gebruikt en in welke mate deze worden uitgezet. Bijna 50% van de respondenten schakelt lane departure warning en lane keeping aid wel eens of altijd uit.

Bestuurder gebruikt ADAS-systeem dat actief aan/uit kan worden gezet regelmatig (basis: systeem is aanwezig)

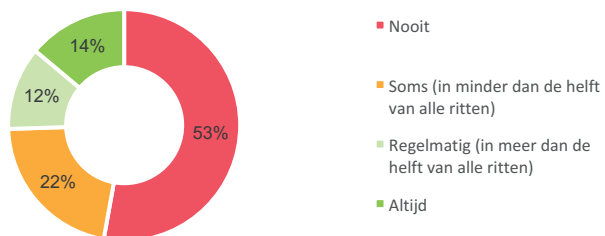
- 1. **Cruise control: 82%**
- 2. **Live-navigatie: 71%**
- 3. **Adaptive cruise control: 68%**
- 4. **Park assist pilot: 38%**



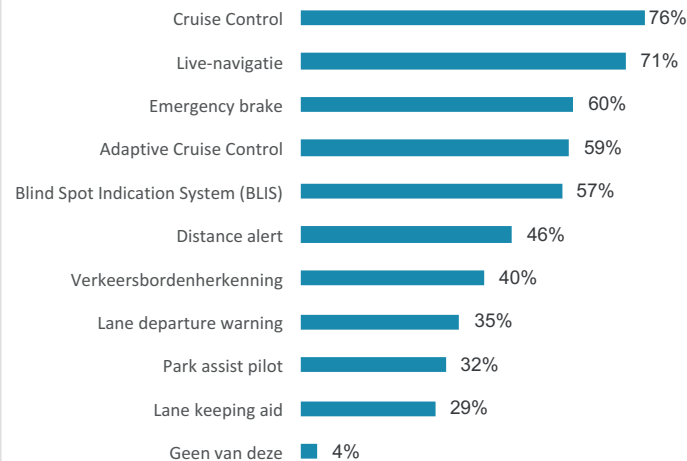
U gaf aan dat u "Lane departure warning" in uw auto heeft. Schakelt u deze wel eens actief uit?



U gaf aan dat u "Lane keeping aid" in uw auto heeft. Schakelt u deze wel eens actief uit?



Welke van deze voorzieningen zou u beslist weer willen hebben in uw volgende auto?



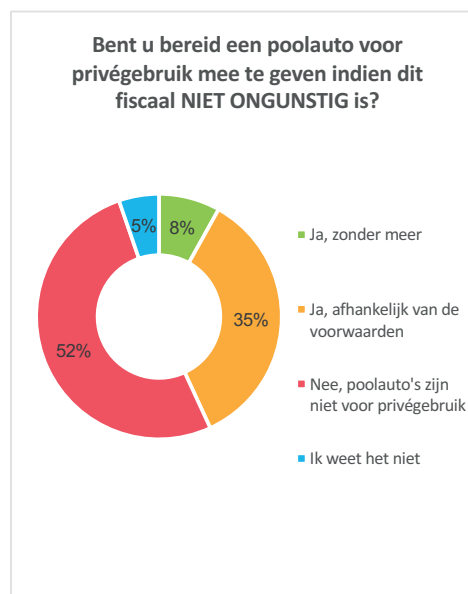
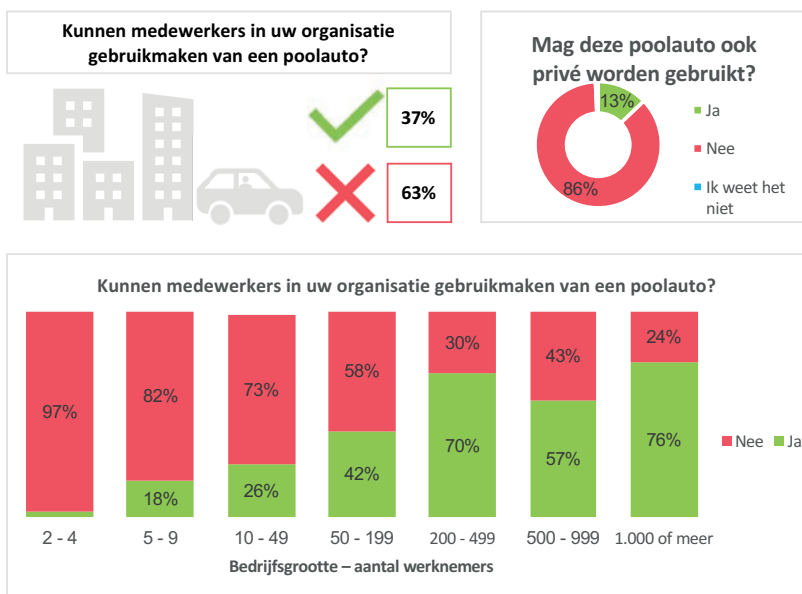
3.5 Poolauto's

Bedrijven zien poolauto's als een prima instrument om kostenbewust te voorzien in de onregelmatige mobiliteitsbehoefte van meerdere medewerkers of afdelingen. Vooral grote bedrijven zetten poolauto's in. Bij privégebruik van poolauto's moet aan een belangrijke voorwaarde worden voldaan: de werkgever moet in die gevallen een marktconform tarief doorbelasten aan de medewerker. Alleen dan blijft de privégebruikte poolauto buiten het bijtellingsregime. Het risico

bestaat dat de fiscus anders een naheffing oplegt aan zowel de werkgever als de werknemers.

Toelichting:

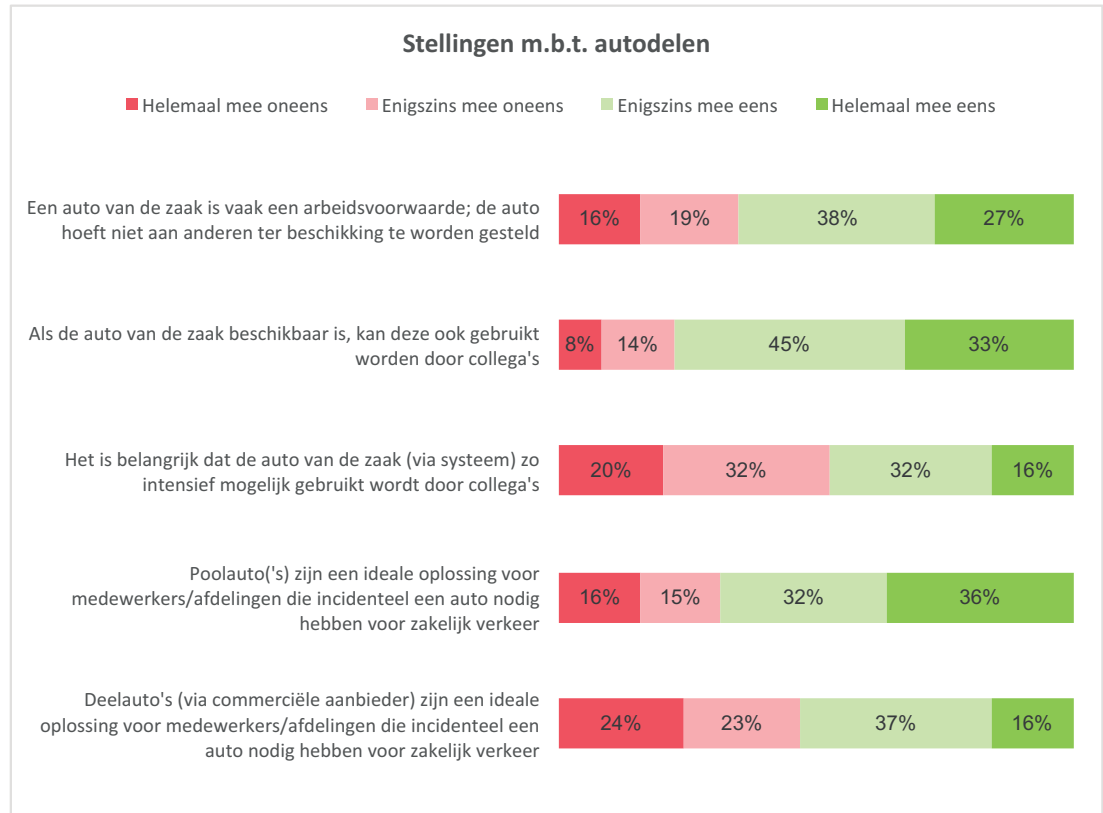
Alle werknemers aan wie een auto van de zaak ter beschikking staan worden aangeslagen voor bijtelling; niet het gebruik maar het ter beschikking staan wordt belast.



- Bij 37% van alle bedrijven kunnen medewerkers gebruikmaken van poolauto's (in 2015: 32%, in 2016: 36%, in 2017: niet gemeten). Naarmate het bedrijf groter wordt zijn er vaker poolauto's aanwezig. Bij de allergrootste bedrijven met meer dan 1.000 medewerkers zelfs tot 76%.
- Bij 13% van alle bedrijven mag deze poolauto ook voor privédoeleinden worden gebruikt. Dit daalt tot 4% bij de grote bedrijven.
- Van de groep die privégebruik nu niet toestaat, stijgt de bereidheid tot het meegeven voor privégebruik naar 43% indien dat fiscaal niet ongunstig is. Meer dan 50% wijst ook dan privégebruik af.



- 65% ziet een auto van de zaak als een arbeidsvoorwaarde; de auto hoeft volgens hen dan ook niet aan andere collega's ter beschikking te worden gesteld.
- Echter, bijna acht op de tien (78%) is van mening dat áls een auto van de zaak beschikbaar is, deze gebruikt kan worden door collega's.
- Ongeveer de helft is het eens met de stelling dat de benutting van auto's door middel van een systeem moet worden geoptimaliseerd.
- Poolauto's worden door 68% van de respondenten als een ideale oplossing gezien voor medewerkers/afdelingen die incidenteel een auto nodig hebben voor zakelijk verkeer.
- Deelauto's via een commerciële aanbieder worden minder vaak als ideale oplossing aangemerkt (53%). Hoe groter het bedrijf hoe vaker men positief is over deelauto's via een commercieel platform.



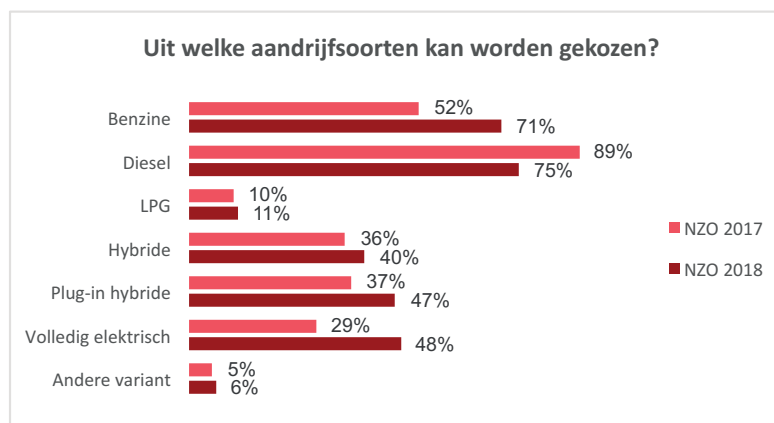
3.6 Verwachte ontwikkeling samenstelling wagenpark naar aandrijfsoort

Als het gaat om een verantwoorde keuze voor brandstof of aandrijfsoort zijn veel van de gebruikelijke normen, omslagpunten en andere uitgangspunten de afgelopen twee jaar behoorlijk veranderd. Volledig elektrische aandrijving wordt TCO-technisch steeds interessanter maar de subsidies op BPM, wegenbelasting en bijtelling zijn en blijven voorlopig nog belangrijke stimulerende factoren. Milieubewustzijn en vergroening zijn naast kosten ook belangrijke (strategische) onderwerpen waardoor met een andere blik naar de aandrijving van auto's wordt gekeken. Fabrikanten sorteren sterk voor op de toekomst met een toenemend aanbod aantrekkelijke auto's voor de zakelijke markt.

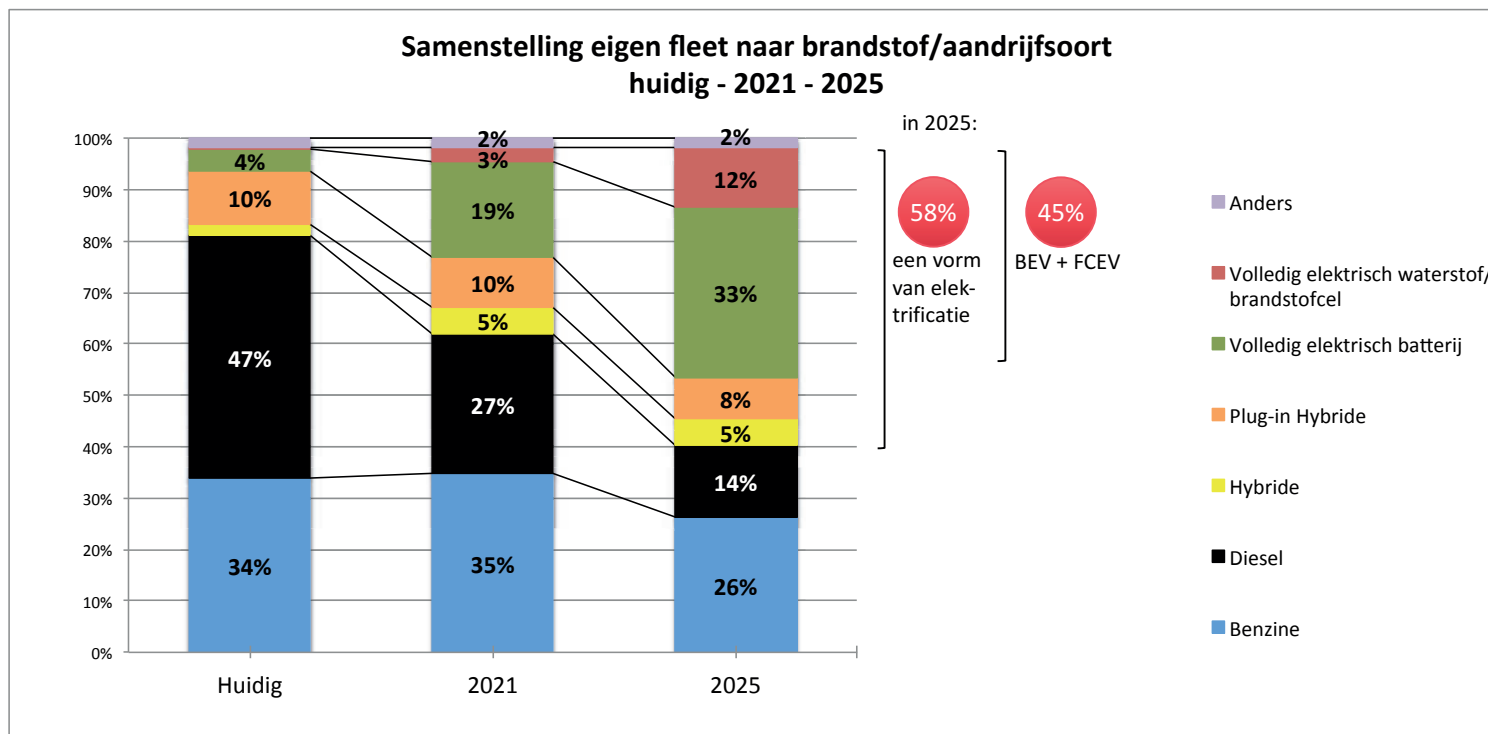
Hoe de markt zich daadwerkelijk (in registratie-aantallen) gaat ontwikkelen is van veel factoren afhankelijk. Een van die factoren is de houding c.q. acceptatie van bedrijven ten opzichte van brandstof- en aandrijfsoortkeuze. Voor de eerste keer in de historie van het NZO is een serieuze meting uitgevoerd naar de huidige samenstelling van het wagenpark en de prognose over 3 jaar (in 2021) en 7 jaar (2025). Een van de conclusies is dat bedrijven een bijzonder positief beeld hebben van de positie van volledig elektrisch aangedreven personenauto's in de toekomst.

Hoe is de vloot opgebouwd en wat is de verwachting voor de toekomst?

- Bij meer dan 70% van alle bedrijven mogen werknemers kiezen voor auto's met een benzine- of dieselmotor. Het aandeel waar diesel mag worden gekozen daalt overigens sterk (was in 2017: 89%), benzine stijgt daarentegen behoorlijk (was in 2017: 52%).
- Bij 48% van de bedrijven mag een Full EV gekozen worden (was in 2017: 29%).



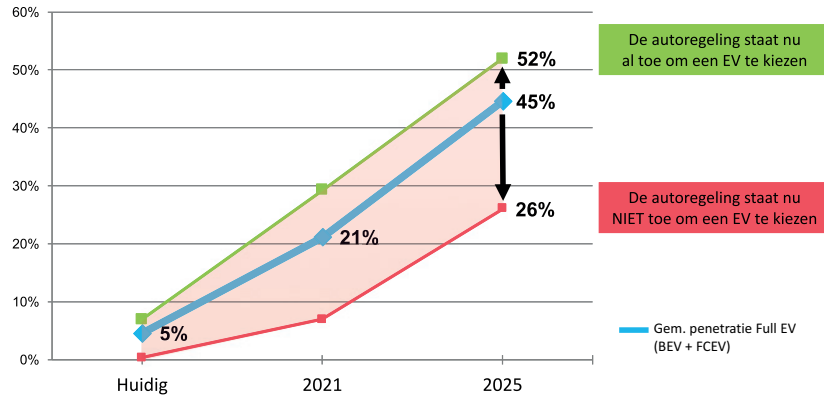
- Het gemiddelde wagenpark personenauto's is op dit moment opgebouwd uit (in volgorde van aandeel): diesel (47%), benzine (34%), plug-in hybride (10%), volledig elektrisch (4%), hybride (2%), overige (3%).
- Bij de prognose van de samenstelling van de vloot over 3 jaar (in 2021) vallen de volgende zaken op:
 - Diesel daalt sterk van 47% naar 27%.
 - BEV (batterij elektrisch) stijgt sterk van 4% naar 19%.
 - FCEV (waterstof elektrisch) komt op met 3%.
 - Diesel opnieuw sterk daalt naar 14%.



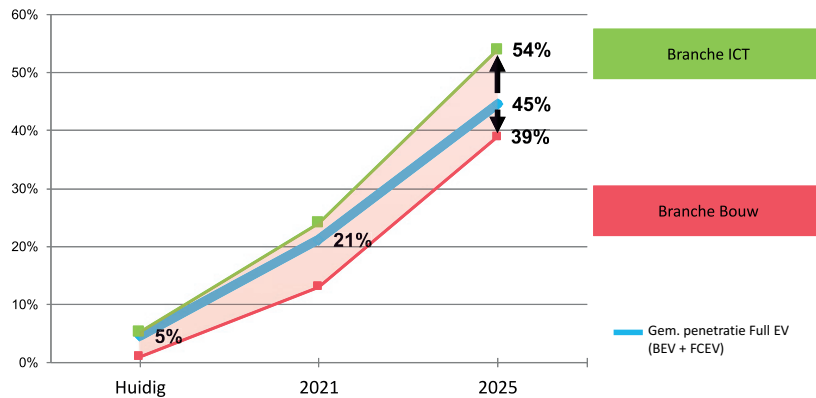
- En de prognose 4 jaar later (in 2025) kenmerkt zich doordat:
 - Benzine nu ook terrein moet prijsgeven (van 34% nu naar 26% in 2025).
 - BEV verder toeneemt naar 33%.
 - FCEV stijgt naar 12%.
 - Plug-in hybride en hybride een stabiel aandeel behouden.
- Deze verwachtingen resulteren samen in de volgende kerncijfers van het wagenpark personenauto's in 2025: 45% van alle auto's is een Full EV (BEV of FCEV); 58% van alle auto's heeft een vorm van elektrische aandrijving.
- Deze prognose geeft een beeld van de verwachte ontwikkeling van de

- samenstelling van het wagenpark naar brandstof/aandrijfssoort, uitgesproken door verantwoordelijken voor wagenparken. Zij zijn behoorlijk positief over volledig elektrische aandrijving en verwachten een snelle acceptatie en een hoge bereidwilligheid om over te stappen. Men verwacht ook een relatief snelle introductie en adaptatie van waterstof/FCEV. Deze snelle opkomst van Full EV gaat in eerste instantie vooral ten koste van diesel, in een later stadium ook van benzine.
- Beschikbaarheid van voldoende merken/modellen/uitvoeringen en stimulering door de overheid zijn zoals eerder aangegeven belangrijke randvoorwaarden. Los van andere conclusies verwachten bedrijven sowieso een sterke opkomst van de Full EV.

Penetratie Full EV (BEV + FCEV)
naar: 'nu al mogelijk om EV te kiezen'
huidig - 2021 - 2025

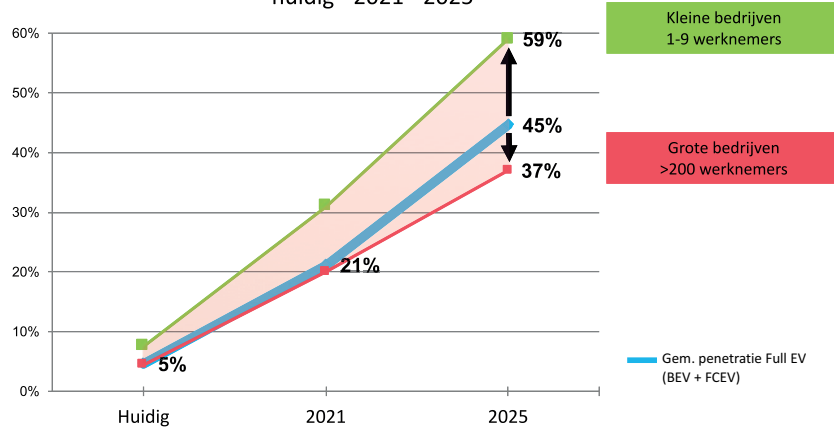


Penetratie Full EV (BEV + FCEV)
naar: 'branche ICT vs Bouw'
huidig - 2021 - 2025

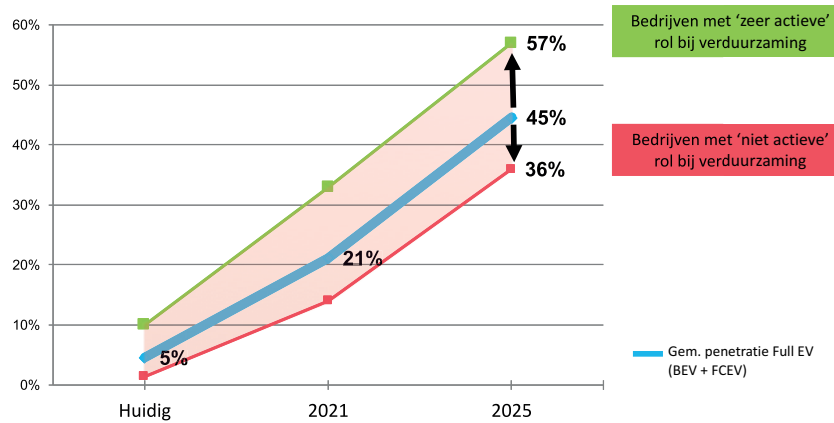


- Over de verwachte opkomst van elektrische auto's denken de specifieke groepen verschillend. Onderstaand een paar kenmerken die een sterke relatie hebben met de verwachte toename van elektrische auto's.
 - 'Nu al mogelijk om EV te kiezen': bedrijven die het nu al mogelijk maken om voor EV te kiezen hebben een veel progressiever beeld van de toekomst dan bedrijven waar dat niet kan.
 - Branches blijken een sterke invloed te hebben op de resultaten. Bijvoorbeeld: de ICT-branche (positiever dan gemiddeld over de inzet van Full EV) versus de bouwbranche (minst positief). Opmerkelijk is dat de bouwbranche, met de laagste verwachting voor elektrificatie van het eigen wagenpark, toch inschat dat in 2025 39% van alle personenauto's volledig elektrisch is.
 - Bedrijfs grootte: kleinere bedrijven verwachten sneller over te stappen naar elektrisch dan grote bedrijven.
 - Actieve rol bij verduurzaming: bedrijven die vinden dat ze een actieve rol vervullen op het gebied van verduurzaming zien een snellere omzetting van hun wagenpark naar elektrisch dan bedrijven die dat van zichzelf niet vinden.
 - Aanwezigheid laadvoorzieningen: er is een verband tussen de aanwezigheid van laadvoorzieningen en de verwachte opkomst van de EV. Bedrijven met laadvoorzieningen verwachten weliswaar een sterkere opkomst van elektrische aandrijving dan bedrijven zonder laadvoorzieningen, het verschil is echter klein.

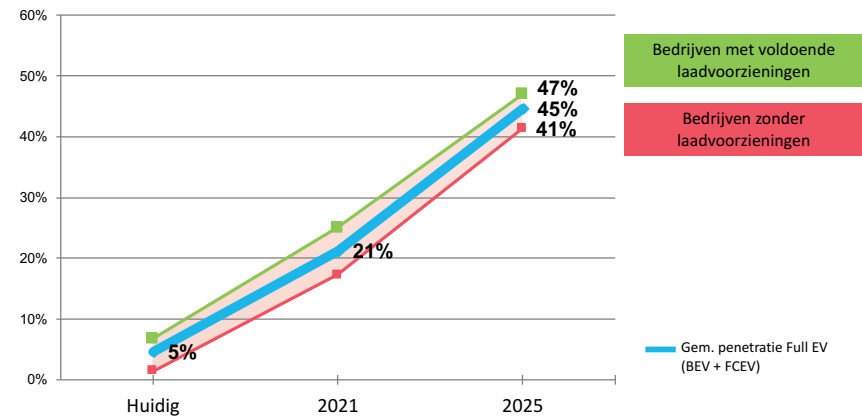
Penetratie Full EV (BEV + FCEV)
naar: 'bedrijfs grootte 1-9 werkn. versus >200 werkn.'
huidig - 2021 - 2025



Penetratie Full EV (BEV + FCEV)
naar: 'rol bij verduurzaming - zeer actief versus niet actief'
huidig - 2021 - 2025



Penetratie Full EV (BEV + FCEV)
naar: 'aanwezigheid laadvoorzieningen'
huidig - 2021 - 2025



3.7 Achtergrond en profilering

3.7.1 Kenmerken van de zakelijke rijder



De onderzochte populatie zakelijke rijders bestaat uit ruim vijfduizend personen. Elke jaar proberen we een interessante schets te maken van de zakelijke rijder. Vaak worden kenmerken of eigenschappen uitgedrukt in gemiddelden. Maar de gemiddelde zakelijke rijder bestaat uiteraard niet. Er zijn veel onderlinge verschillen als het gaat om achtergrond, werksituatie, keuzefactoren en veranderingsbereidheid. Er zijn echter ook gemeenschappelijke kenmerken die weer gebruikt kunnen worden om zakelijke rijders te segmenteren. In de editie 2017 hebben we voor de eerste keer een profilering gemaakt op basis van een statistische clusteranalyse. Dit jaar kijken we vooral naar de verschuivingen binnen de segmenten. Meer inzicht in segmenten (of persona's) kunt u vinden in paragraaf 3.7.2 profielen van zakelijke rijders. In deze paragraaf worden de belangrijkste persoonlijke kenmerken van de onderzochte populatie zakelijke rijders op een rijtje gezet.

De schets levert het volgende beeld op van de zakelijke rijder:

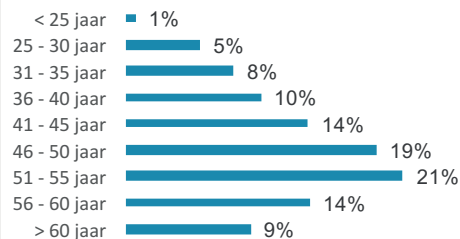
1. In grote lijnen zijn de belangrijke kenmerken gelijk of vrijwel gelijk aan de meting van vorig jaar.
2. Meer dan de helft van de zakelijke rijders in de onderzochte populatie is tussen de 40 en 55 jaar. De helft verdient tussen de veertig en tachtig duizend euro per jaar, twee derde heeft een huishouden van drie personen of meer, een vijfde woont in de stad, een derde werkt voornamelijk op een vast werk-(of woon)adres, 86% is werknemer en 14% is ZZP'er of DGA (iets meer dan vorig jaar).
3. De bedrijven waarvoor men werkt zijn divers qua grootte (aantal werknemers) en branche: 12% (was 11%) werkt bij kleine bedrijven tot 10 werknemers en 35% (was 29%) bij bedrijven met meer dan 1.000 werknemers. Iets meer dan de helft van alle respondenten werkt in de branches zakelijke dienstverlening, ICT en industrie.
4. Het gemiddelde jaarkilometrage is licht gedaald van 37.100 naar 35.900. Vooral de daling van het aantal zakelijke kilometers lijkt daarvoor verantwoordelijk. Dit lijkt in tegenspraak te zijn met de toegenomen economische activiteit. Voorzichtige conclusie is dat flexibele arbeidslocaties en meer thuiswerken leiden tot minder zakelijk autogebruik. Deze daling ligt in lijn met de meest recente publicatie van het CBS 'Dieselauto's maken minder kilometers' van 27-08-2018.
5. Het aandeel respondenten met een auto van de zaak dat meer rijdt dan 500 km privé en dus in aanmerking komt voor bijtelling ligt al jaren op een stabiel niveau van 91 tot 92%. Met andere woorden: 8 tot 9% van alle zakelijke rijders rijdt niet privé met de zakenauto en telt dus niet bij. Elk jaar vragen we wat de verwachting is voor het volgende jaar: komt de respondent dan wel of niet in aanmerking voor bijtelling? Het normale patroon is dat meer respondenten verwachten de auto buiten de bijtelling te houden, maar bij de volgende meting een jaar later blijkt dan steevast dat de verwachting niet is omgezet in daden. Blijkbaar blijft privérijden met de zakenauto voldoende (financieel) interessant om de bijtellingsverplichting te continueren. Maar dit jaar lijkt er een trendbreuk zichtbaar te zijn: 20% verwacht volgend jaar de zakenauto buiten de bijtelling te houden. Dat is veel hoger dan gebruikelijk en lijkt een direct gevolg te zijn van het relatief grote aandeel berijders die van een lage bijtellingsauto gaan overstappen naar een auto met een hogere (22%) bijtelling. Zij zijn blijkbaar van mening dat de hogere bijtelling een te hoge prijs is voor privégenot. Deze groep heeft afwijkende kenmerken en maakt andere overwegingen bij de keuze voor de volgende auto en/of de inrichting van de toekomstige zakelijke mobiliteit.

Socio-demografische gegevens zakelijke rijder



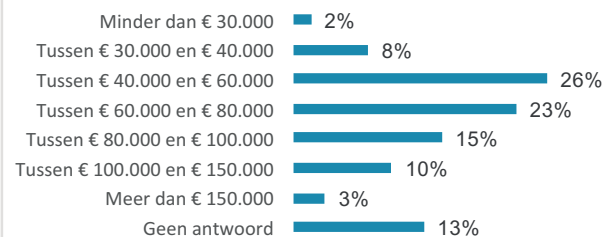
Gemiddelde leeftijd: 47,6 jaar

Wat is uw leeftijd?



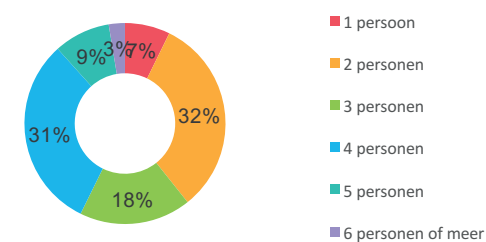
Gemiddelde jaarinkomen: €73.878,-

Wat is uw bruto-jaarinkomen?



Gemiddelde huishouden: 3,1 personen

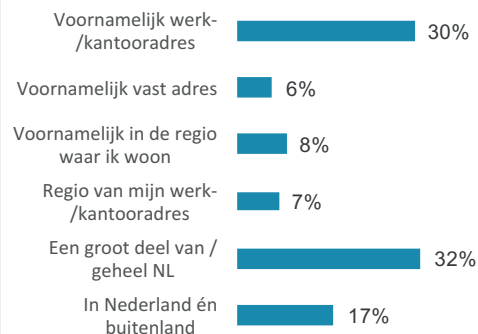
Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden?



Woonomgeving & werksituatie

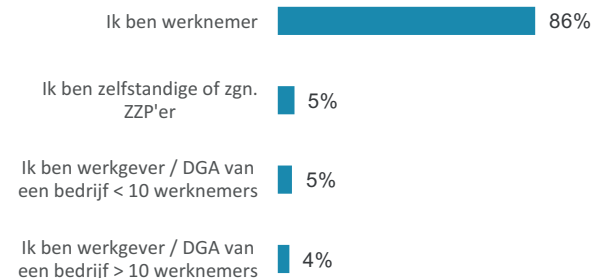
1/3 werkt in een groot deel / geheel NL

Mijn werkgebied is...

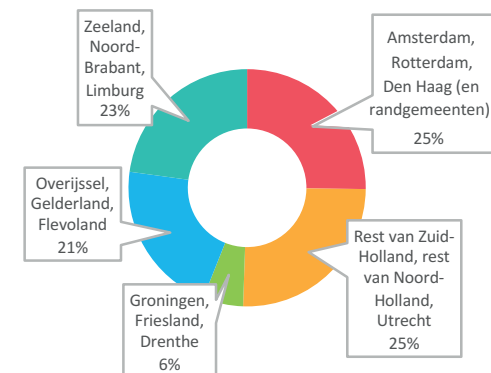


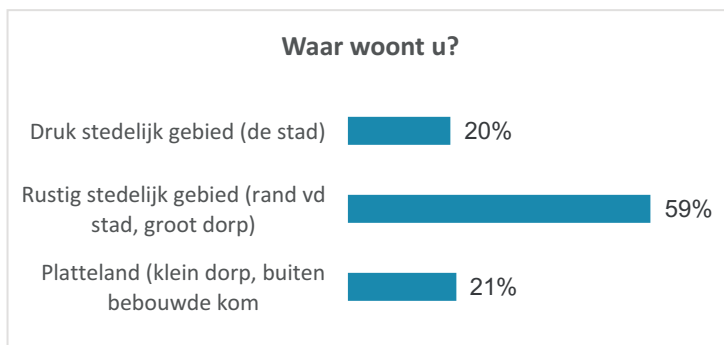
86% is werknemer

Welke omschrijving past het beste bij uw situatie?



In welke regio van Nederland woont u?





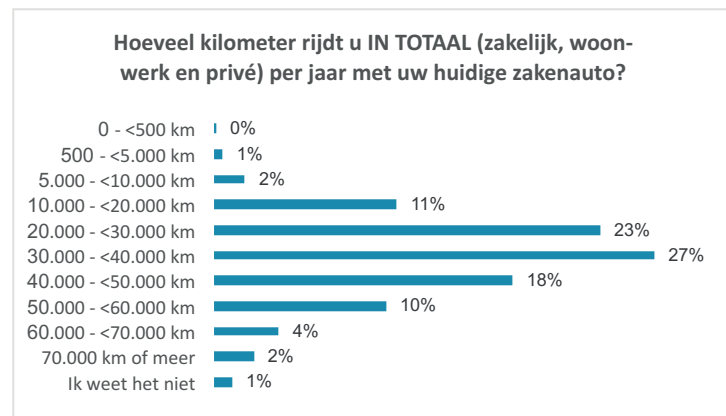
Branche & grootte bedrijf



Drie sectoren omvatten 53% van de zakelijke rijders en 52% werkt bij een bedrijf met > 200 werknemers

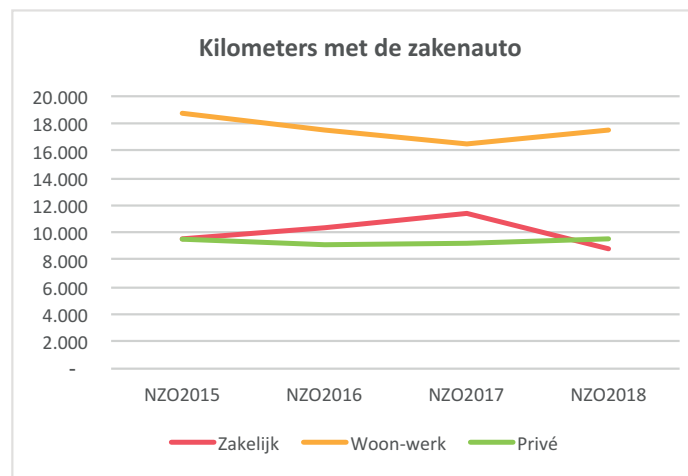


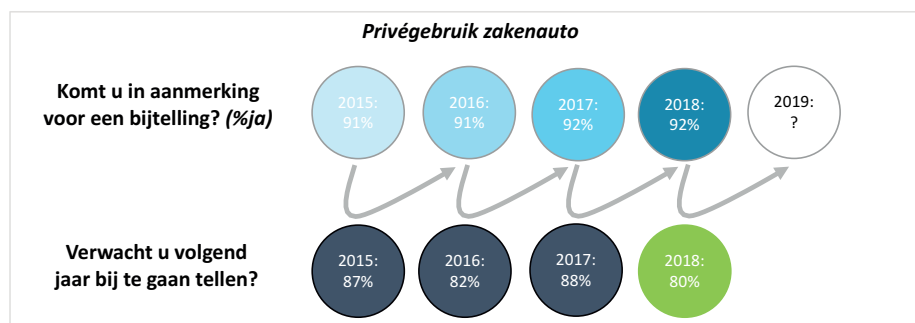
Gebruik - kilometrages










Gemiddelde kilometrages door de jaren heen

	NZO2015	NZO2016	NZO2017	NZO2018
Zakelijk	9.478	10.400	11.400	8.800
Woon-werk	18.751	17.600	16.500	17.600
Privé	9.506	9.100	9.200	9.500
Totaal	37.735	37.100	37.100	35.900





Kenmerken van de groep respondenten die naar verwachting volgend jaar niet gaan bijtellen.

 <ul style="list-style-type: none"> • Vaker berijders van premiummerken (Audi, BMW, Volvo en MB) • Hebben dus vaker een hogere cataloguswaarde • Lagere NPS van +8 • Het leasecontract/gebruikstermijn loopt vaker binnen nu en 6 maanden af 45% t.o.v. 16% gem. 	 <ul style="list-style-type: none"> • Duurzaamheid tijdens reizen en elektrische auto's zijn vaker belangrijke redenen om te veranderen t.o.v. gem.
 <ul style="list-style-type: none"> • Vaker wat ouder dan gemiddeld 	 <ul style="list-style-type: none"> • Vaker een tweede auto in het gezin aanwezig 80% t.o.v. 71% gem.
 <ul style="list-style-type: none"> • Vaker werkzaam in de zakelijke dienstverlening 	 <ul style="list-style-type: none"> • Verwachten vaker dat de volgende auto kleiner is dan de huidige 28% t.o.v. 22% gem.  <ul style="list-style-type: none"> • Hebben vaker geen enkele invloed gehad op de keuze voor de huidige auto 16% t.o.v. 10%

3.7.2 Zes profielen van zakelijke rijders – ontwikkeling ten opzichte van 2017

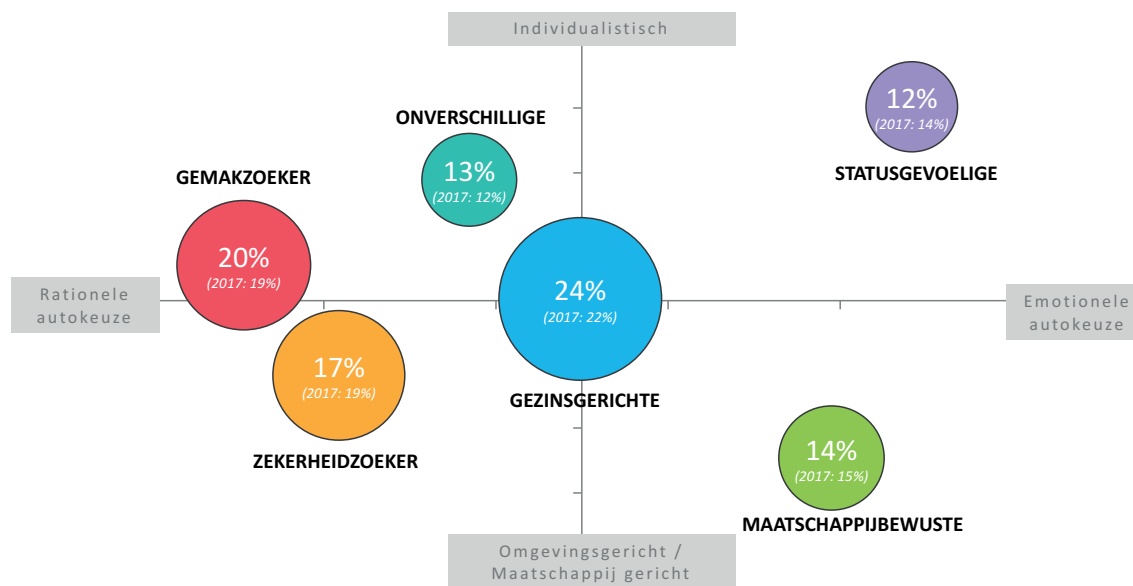


De onderzoeksresultaten geven inzicht in onderwerpen als de achtergrond van zakelijke rijders, kenmerken van de huidige auto, keuzefactoren, de volgende auto-keuze, intenties omtrent zakelijke mobiliteit, etcetera. We hebben met behulp van clusteranalyse gemeenschappelijke kenmerken gevonden waardoor verschillende groepen zakelijke rijders gedefinieerd kunnen worden. Dit heeft geleid tot zes groepen van zakelijke rijders. Vervolgens zijn aan deze groepen kenmerken toegevoegd (privé, zakelijk, invulling zakelijke mobiliteit, keuzecriteria en kenmerken auto) waardoor er een set gelaagde en kleurrijke profielen is ontstaan. In het NZO 2017 is deze profilering voor de eerste keer toegepast. De onderzoeksresultaten van dit jaar worden gebruikt om de belangrijkste verschillen en verschuivingen in kaart te brengen.

In onderstaande grafiek zijn de profielen geplot op een assenkruis, met op de

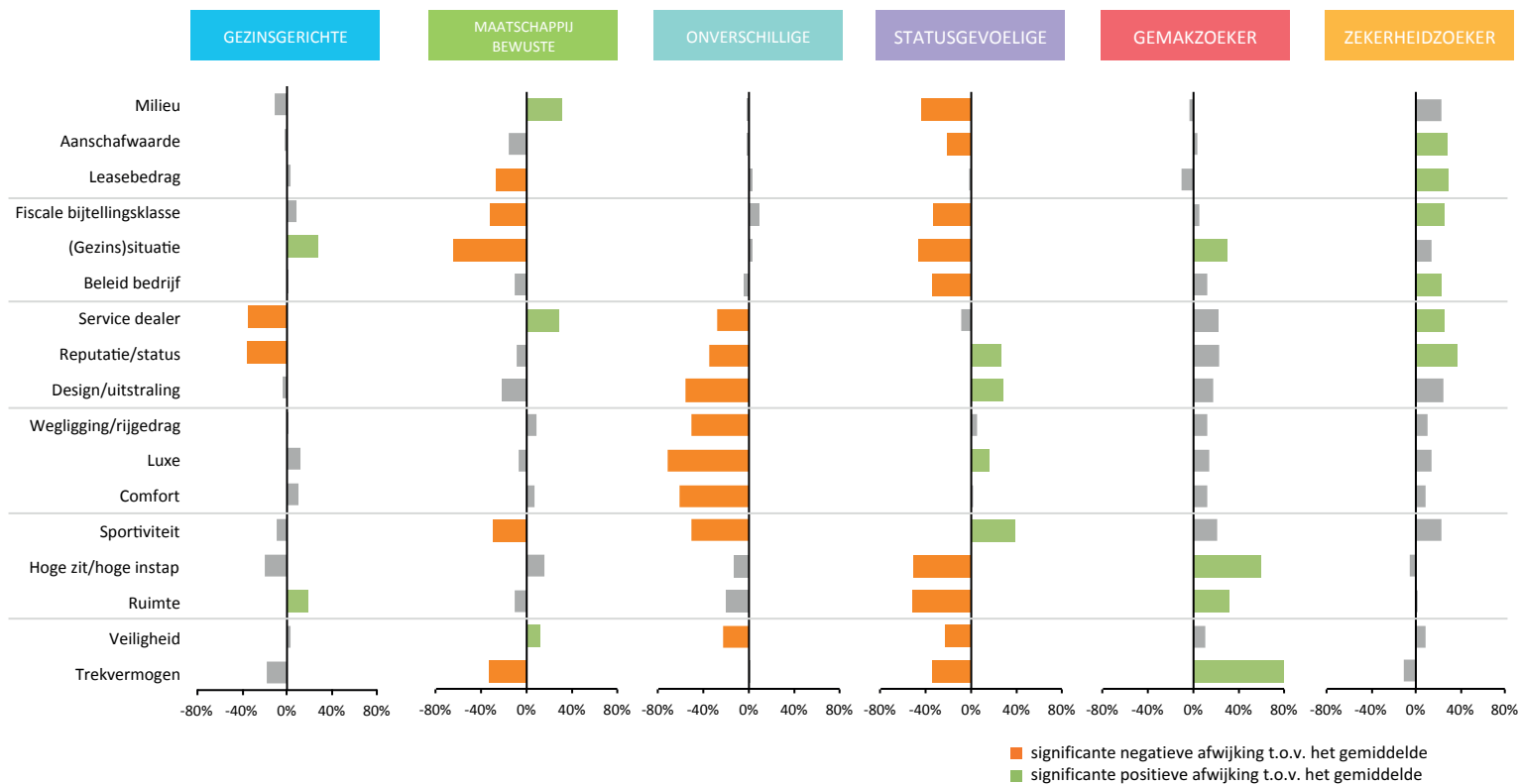
horizontale as autokeuze (emotioneel vs. rationeel) en op de verticale as omgevingsgerichtheid (omgevingsgericht/maatschappij-gericht vs. individualistisch). De grootte van de cirkels en de percentages geven de omvang aan van de groep binnen de totale populatie zakelijke rijders. De uitgewerkte profielen en de verschuiving van eigenschappen zijn te vinden op de volgende pagina's. Een paar opmerkelijke zaken:

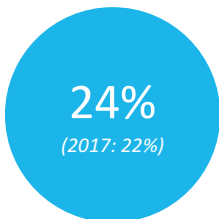
- Hoewel de 'Onverschillige' weinig belang hecht aan de auto in het algemeen en weinig kilometers rijdt, is er een groeiende interesse in elektrisch zichtbaar.
- De 'Statusgevoelige' gaat meer kilometers rijden en houdt de auto minder vaak dan voorheen buiten de bijtelling.
- De 'Zekerheidszoeker' kiest vaker voor lage bijtelling.



Segmentatie: belang keuzecriteria

Waar kijken segmenten positief/negatief af van het gemiddelde?





Gezinsgerichte

Het gezin is bepalend voor de keuze die wordt gemaakt, alle andere criteria zijn ondergeschikt.

Profiel privé

- Overwegend man, % neemt verder toe
- Vaker <45 jaar **vershuift naar vaker 40+**
- Vaker grote huishoudens (4-5 pers) **blijft**

Profiel zakelijk

- Niet meer** specifiek werkzaam in ICT
- Nog sterker** grote bedrijven (500+ werknemers)
- Reizen iets vaker zakelijk

Invulling zakelijke mobiliteit

- 2017: OV is optie, kost meer moeite/tijd **Meer afhankelijk van auto geworden**
- Nog steeds** niet open voor een mobiliteitsbudget

Keuzecriteria

- Belang keuzecriteria hoger dan gemiddeld:
 - Gezins(situatie)
 - Ruimte
- Belang keuzecriteria lager dan gemiddeld:
 - Service van de dealer
 - Reputatie / status

Kenmerken auto

- Rijden vaker in een Mitsubishi, Renault of **Opel (er bij gekomen)**
Ford, Peugeot en Škoda niet langer méér dan gemiddeld aanwezig
- In vergelijking tot marktgemiddelde vaker diesel
- Gemiddelde cataloguswaarde (€35-€45 k)
- Vaker bijtelling van rond de 22% (**14% bijtelling niet langer onderscheidend**)
- Kilometrage van midden categorie **naar bovengemiddeld**

14%
(2017: 15%)

Maatschappij bewuste

Wil laten zien dat de juiste keuze wordt gemaakt zowel voor zichzelf als voor de wereld/maatschappij.

Profiel privé



Overwegend man



Veelal ouder (46+ jaar)



Vaker 1- of 2-persoons huishouden

Profiel zakelijk



Vaker dan gemiddeld industrie, zakelijke dienstverlening -> **overheid komt er bij**



Vaker klein bedrijf (<50 werkn) **blijft, nu ook vaker groot bedrijf (500+ werkn)**



Werkt zowel door heel NL en in het buitenland

Invulling zakelijke mobiliteit



OV geen optie, afhankelijk van auto



Van matige interesse **naar meer dan gemiddeld gebruik mobiliteitsbudget**

Keuzecriteria



Belang keuzecriteria hoger dan gemiddeld:

- Milieu
- Veiligheid
- Service van de dealer

Belang keuzecriteria lager dan gemiddeld:

- Leasebedrag
- Fiscale bijtellingsklasse
- Gezins(situatie)
- Sportiviteit
- Trekvermogen

Kenmerken auto



Rijden meer dan gemiddeld in een Toyota

Audi en Volvo niet langer oververtegenwoordigd



Vaker hybride



Vaker duurdere auto (€60-€75 k)



Auto in eigendom van bedrijf of privé bezit



Vaker buiten bijtelling gehouden; anders veelal 22%/25%



Zitten veel op de weg (vaker 50.000+ km per jaar)




Daarnaast nu ook een groep die juist weinig km's maakt

13%
(2017: 12%)




Onverschillige

Lage interesse in auto's en avers van uiterlijk vertoon, auto wordt gezien als hulpmiddel om van A naar B te komen



Profiel privé

-  Relatief vaak vrouw; **wordt minder sterk**
-  Vaker jong (< 35 j.) of juist ouder (46-55 j.)
Leeftijdverschillen nemen af
-  Vaker grote huishoudens (5+ pers)


Profiel zakelijk

-  Vaker financiële dienstverlening
-  Vaker dan gemiddeld middelgroot bedrijf (50-499 werknemers); **schuift naar marktgemiddelde**
-  Meer dan gemiddeld vaste werkplek

Invulling zakelijke mobiliteit

-  OV mogelijkheden zijn beperkt aanwezig
-  **Nog steeds** meer dan gemiddeld geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget

Keuzecriteria









Belang keuzecriteria hoger dan gemiddeld: geen

Belang keuzecriteria lager dan gemiddeld:

- Wegliggig
- Luxe
- Comfort
- Sportiviteit
- Design
- Status
- Veiligheid
- Service dealer

Kenmerken auto

-  Rijden meer dan gemiddeld in een Mitsubishi, Peugeot, Toyota; **Opel komt daar bij; Škoda levert in**
-  Oververtegenwoordiging van diesel **verschuift naar vaker dan gemiddeld full EV**
-  Vaker goedkopere auto (< €30 k)
-  Vaker dan gemiddeld bijtelling van **0/4/7% in plaats van 14%**
-  Auto relatief vaak uit bouwjaar 2012-2015
-  Zitten relatief weinig op de weg

12%
(2017: 14%)

Statusgevoelige

“Zien en gezien worden” is het motto van deze zakelijke rijder

Profiel privé

- Overwegend man; % neemt nog toe
- Veelal jonger (< 45 jaar)
- Vaker 1- of 2-persoons huishouden
- Wonen vaker in de stad


Profiel zakelijk

- Vaker ICT, zakelijke dienstverlening
- T.o.v. markt vaker klein bedrijf (tot 50 werkn); **middelgroot bedrijf komt er bij**
- Meer dan gemiddeld vaste werkplek

Invulling zakelijke mobiliteit

- OV kan, maar kost meer moeite/tijd
- Niet open voor mobiliteitsbudget

Keuzecriteria



Belang keuzecriteria <u>hoger</u> dan gemiddeld:	<ul style="list-style-type: none"> - Reputatie - Design - Sportiviteit - Luxe
Belang keuzecriteria <u>lager</u> dan gemiddeld:	<ul style="list-style-type: none"> - Fiscale bijtellingsklasse - Aanschafwaarde - Veiligheid - Milieu - Gezins(situatie) - Beleid organisatie

Kenmerken auto

- Rijden meer dan gemiddeld in een Audi, BMW, Mini; **Mercedes-Benz en Jaguar komen er bij; Tesla verliest terrein**
- Vaker benzine
- Relatief vaak duurdere auto (€60 k of meer), jonge auto (2017)
- Vaker auto in eigendom van bedrijf of privé lease
- Werd in 2017 vaker buiten bijtelling gehouden (of veelal 22%/25%), **gebeurt nu minder**
- Verschuiving** van relatief weinig op de weg (< 30.000 km per jaar) **naar kilometrage zoals marktgemiddelde**

20%
(2017: 19%)

Gemakzoeker

Zijn vaak onderweg, “wonen” zogezegd in hun auto, dus een praktische auto is prioriteit nummer 1

Profiel privé

- Overwegend man
- Veelal ouder (46-55 jaar) **verschuift iets naar 31-50 jaar**
- Vaker groot huishouden (4-5 personen)
- Wonen vaker op het platteland **of rustig stedelijk gebied**

Profiel zakelijk

- Vaker dan gemiddeld werkzaam in bouw, industrie; **aangevuld met ICT**
- Relatief vaak groot bedrijf (500+ werkn)
- Werkt vaker in NL en het buitenland

Invulling zakelijke mobiliteit

- Nog steeds** afhankelijk van auto, **maar OV is vaker optie geworden, ook al kost dat meer moeite en/of tijd**
- Niet open voor een mobiliteitsbudget

Keuzecriteria

Belang keuzecriteria **hoger** dan gemiddeld:

- Trekvermogen
- Hoge zit/instant
- Ruimte
- Gezins(situatie)

Belang keuzecriteria **lager** dan gemiddeld:

- Geen enkele

Kenmerken auto

- Rijden vaker in een Ford, Škoda; **Mitsubishi, Nissan, Renault niet langer oververtegenwoordigd**
- Vaker diesel
- Nieuwwaarde vaker **onder** in midden categorie
- Auto relatief vaak in eigendom van bedrijf
- Bijtelling meer dan gemiddeld 20%/22%, **aangevuld met 14%**
- Relatief vaak jonge auto (bouwjaar 2017)
- Verschuiving** van vaak onderweg (vaker 50.000+ km per jaar) **naar gemiddeld aantal kilometers**

17%
(2017: 19%)

Zekerheidzoeker

Zoekt naar bevestiging van de juiste keuze door alle kosten en risico's op een rij te zetten.

Profiel privé

- Meer dan gemiddeld vrouw
- Relatief vaak jonger (< 45 jaar); **neemt af**
- Vaker dan gemiddeld 1-persoons huishouden; **neemt af**
- Wonen vaker in de stad

Profiel zakelijk

- Oververtegenwoordiging ICT **neemt af**; **groothandel neemt positie over**
- Relatief vaak bij een groot bedrijf (500+ werknemers)

Invulling zakelijke mobiliteit

- OV was geen optie; **kan nu wel, maar kost meer moeite en/of tijd**
- Niet langer** relatief hoge interesse in een mobiliteitsbudget

Keuzecriteria

Belang keuzecriteria <u>hoger</u> dan gemiddeld:	<ul style="list-style-type: none"> - Aanschafwaarde - Leasebedrag - Fiscale bijtellingsklasse - Beleid bedrijf - Service dealer - Reputatie
Belang keuzecriteria <u>lager</u> dan gemiddeld:	<ul style="list-style-type: none"> - Geen enkele

Kenmerken auto

- Rijden meer dan gemiddeld in een Audi, Volkswagen; **Aangevuld met Mercedes-Benz; BMW niet langer oververtegenwoordigd**
- Oververtegenwoordiging diesel **neemt af**
- Meer dan gemiddeld een lease auto
- Vaker dan gemiddeld bijtelling van 14%; **Aangevuld met lage bijtelling; 22% bijtelling wordt niet langer meer dan gemiddeld gekozen**
- Relatief vaak jonge auto (bouwjaar 2017)

3.7.3 Kenmerken van de onderzochte bedrijven

763 bedrijven hebben effectief deelgenomen aan het onderzoek. De respondenten zijn allen (mede)verantwoordelijk voor het wagenpark en/of het mobiliteitsbeleid. Bij kleinere bedrijven is dat vaak de directie of de financieel manager en bij grote bedrijven veelal de wagenparkbeheerder of de fleetmanager. Net als bij berijders geldt ook voor bedrijven dat hét gemiddelde bedrijf niet bestaat. Er zijn veel verschillen die bepalen dat er anders wordt omgegaan met zakelijke mobiliteit en de visie daarop voor de toekomst. We hebben gezocht naar de gemeenschappelijke kenmerken om zo segmenten te herkennen en profielen te bouwen. Bedrijfsprofielen en de verschillen daartussen zijn niet in deze rapportage opgenomen maar op verzoek wel beschikbaar.

In deze paragraaf worden de belangrijkste kenmerken van de onderzochte bedrijven op een rijtje gezet.

De schets die gemaakt kan worden op basis van de kenmerken ziet er grotendeels hetzelfde uit als vorig jaar; dit betekent dat ook de onderzoeksresultaten goed te vergelijken zijn met de resultaten van vorig jaar.

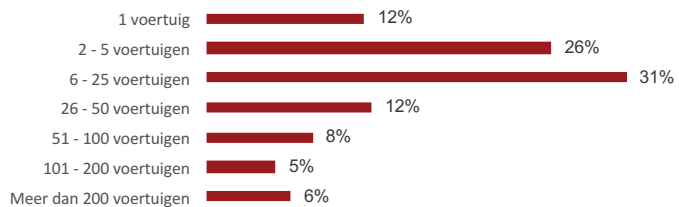
- De omvang van het wagenpark personenauto's geeft, uitgesplitst naar wagenparkgrootte, een redelijk getrouw beeld van de werkelijke opbouw van het wagenpark van fleetowners (conform de beschikbare gegevens van RDC). Ten opzichte van NZO 2017 is het aandeel fleetowners met 2-5 voertuigen toegenomen.
- Zes op de tien is verantwoordelijk voor het wagenpark van een bedrijf met 10 tot 199 medewerkers, drie op de tien voor een bedrijf met meer dan 200 medewerkers. Vooral de bedrijfsgrootte bepaalt de manier waarop mobiliteit is ingericht. Om een goede vergelijking te maken met voorgaande jaren zijn de resultaten dan ook gewogen naar bedrijfsgrootte (medewerkerklassen).
- In ongeveer de helft van de gevallen is het wagenpark uitsluitend in eigendom

- van de leasemaatschappij. Bij 31% zijn auto's in het wagenpark zowel geleast als in eigendom van het bedrijf. Bij 17% zijn alle auto's in eigendom van het bedrijf.
- Bij meer dan zes op de tien respondenten bestaat het wagenpark uitsluitend uit personenauto's. In twee derde van de gevallen zijn er binnen het bedrijf ook medewerkers die hun (al dan niet geleaste) privé-auto inzetten voor zakelijke ritten en daarvoor een kilometervergoeding ontvangen.
- 38% van de respondenten geeft aan dat de meeste medewerkers in hun bedrijf voornamelijk op een vast adres werken. Bijna een kwart werkt in een groot deel van of in heel Nederland.
- De branches zakelijke dienstverlening, industrie en ICT zijn het meest vertegenwoordigd (samen 48%)



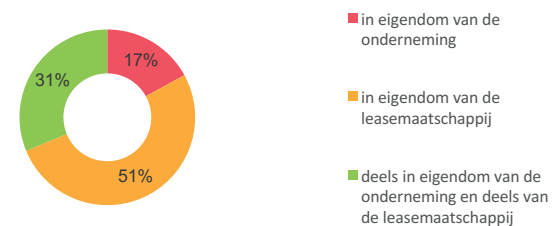
Omvang wagenpark: 57% heeft tussen de 2 en 25 voertuigen

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



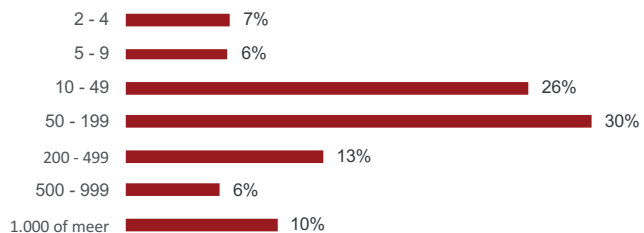
Eigendom; 51% is in eigendom van de leasemij

Bij wie is het wagenpark van uw onderneming in eigendom?



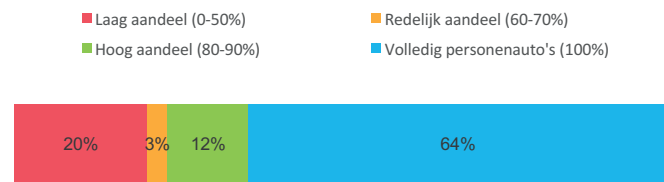
56% van de bedrijven heeft 10 – 199 medewerkers

Hoeveel mensen zijn werkzaam voor uw bedrijf?



64% heeft een wagenpark dat bestaat uit alleen personenauto's

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



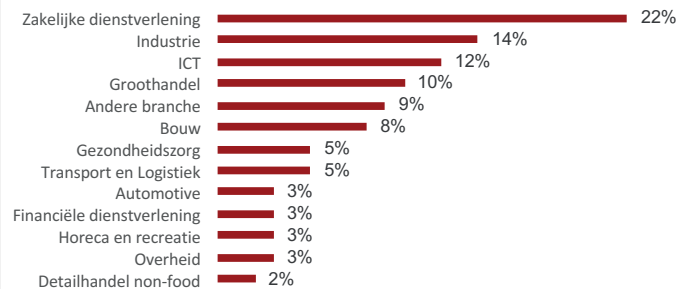
38% van de zakelijke rijders werkt voornamelijk op een vast adres

De meeste medewerkers werken voornamelijk...



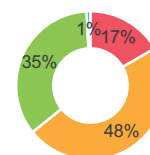
Net als vorig jaar behoort 22% tot de zakelijke dienstverlening

Tot welke branche behoort uw bedrijf?



65% van de bedrijven heeft medewerkers die hun privéauto voor zakelijke ritten gebruiken

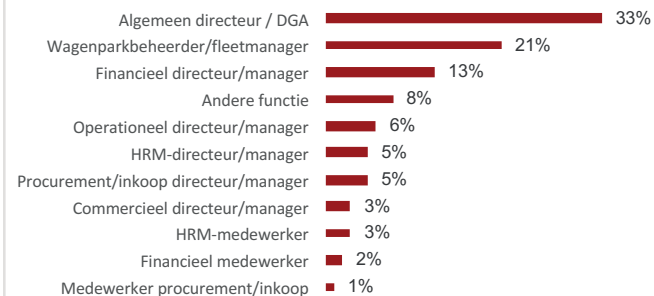
Zijn er in uw bedrijf ook medewerkers die hun (al dan niet geleaste) privé-auto inzetten voor zakelijke ritten en daarvoor een kilometervergoeding ontvangen?



- Ja, dit komt vaak voor
- Ja, dit komt in een beperkt aantal gevallen voor
- Nee
- Ik weet het niet

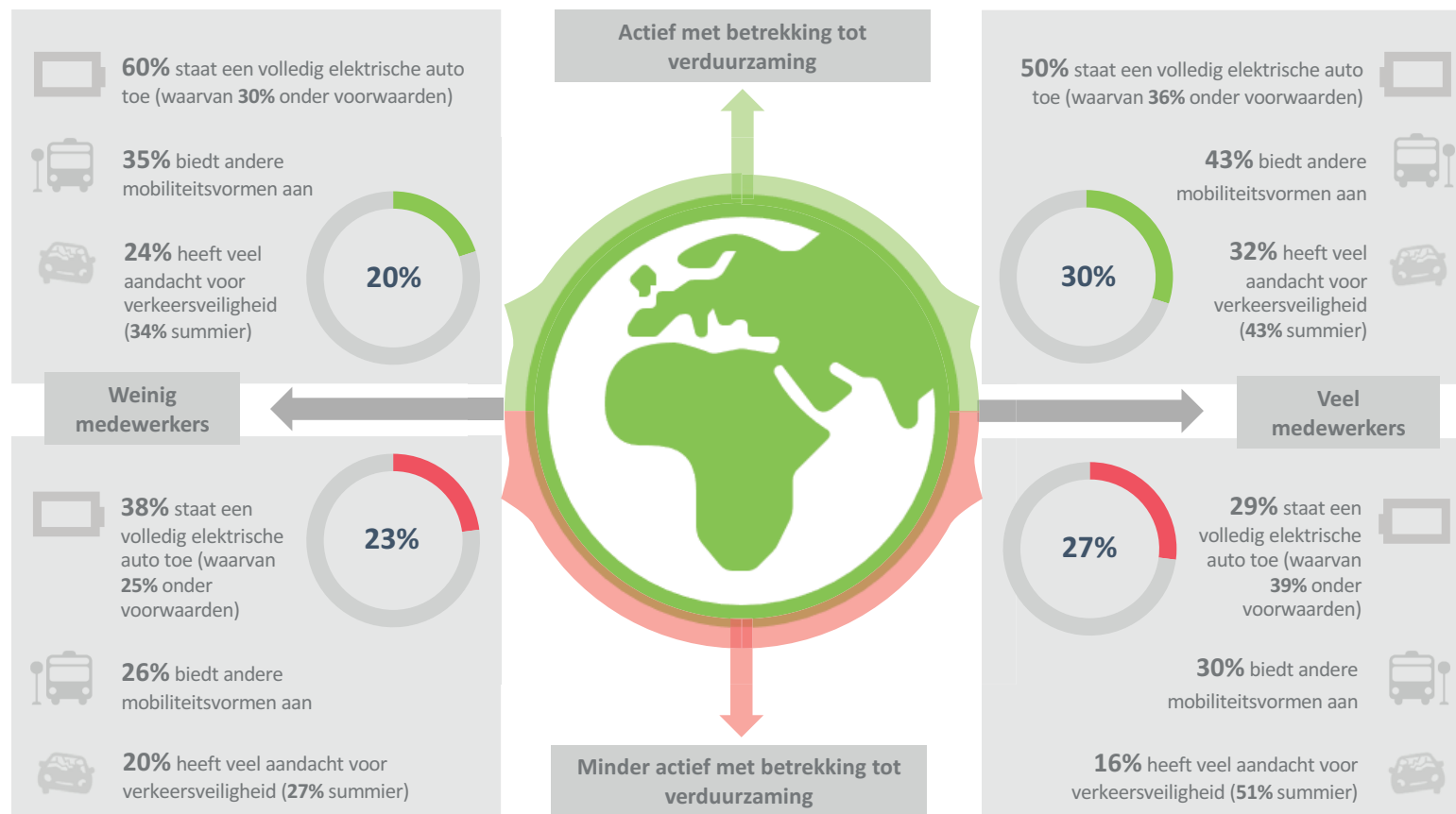
33% is algemeen directeur

Wat is uw functie?



3.7.4. Onderscheidende kenmerken van de onderzochte populatie bedrijven

Het blijkt dat actuele thema's als elektrificatie, gebruik kunnen maken van verschillende vervoersvormen en aandacht voor verkeersveiligheid sterk samenhangen met bedrijfsgrootte en met de wijze waarop bedrijven omgaan met verduurzaming (wel/niet actieve rol). De vier segmenten die zo ontstaan vertegenwoordigen allemaal een substantieel deel van de onderzochte bedrijven.



Hoofdstuk 4 **VERANTWOORDING**



Achtergrond

Al tien jaar op rij wordt het Nationaal Zakenauto Onderzoek uitgevoerd. 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 automotive en mobiliteitsbranche en andere belangstellenden. Het NZO geeft inzicht in wensen en eisen, maatregelen en gedrag (gedragsveranderingen), toetst actuele thema's en heeft voorspellende waarde. Alles vanuit het perspectief van de berijder én van de werkgever. Continuïteit van het onderzoek en de onderzoeksresultaten staan centraal, maar elk jaar worden specifieke onderwerpen nader uitgelicht.

In vorige edities zijn de onderzoeksresultaten van het berijdersonderzoek en het bedrijvenonderzoek strikt gescheiden gepresenteerd. Een onderwerp als 'mobiliteitsbudget' kwam daardoor tweemaal aan bod, eenmaal in het berijdersdeel en eenmaal in het bedrijvendeel. Voor deze editie is alle relevante informatie over zowel de zakelijke rijders als de werkgever per onderwerp bijeengebracht. Hierdoor ontstaan logische 'informatieblokken' die de lezer helpen bij het interpreteren van de resultaten.

Dit jaar wordt bijzondere aandacht geschonken aan de volgende thema's:

- Wat is de ontwikkeling van de (voorkeurs)positie van automerken?
- Welke intrinsieke en extrinsieke factoren bepalen de keuze voor de zakenauto? Welke rol speelt brandstofsoort/aandrijfcategorie hierin?
- Met welke imago-elementen worden de verschillende automerken geassocieerd?
- Hoe tevreden is de zakelijke rijder over de huidige invulling van (zakelijke) mobiliteit? In welke mate is er behoefte aan verandering?
- Hoe kijkt de zakelijke rijder aan tegen verkeersveiligheid? Wat is het gebruik van ADAS-systemen en in welke mate spelen ze een rol bij de keuze van een auto?
- Hoe zijn zakelijke rijders te segmenteren?
- Hoe kijken werkgevers naar de ontwikkeling van zakelijke mobiliteit in de nabije toekomst?
- Wat is de verwachte ontwikkeling van het wagenpark naar aandrijfsoort over 3 en 7 jaar?
- In welke mate zijn werkgevers actief bezig met verduurzaming van mobiliteit?
- Hoe tevreden zijn werkgevers over de huidige invulling van (zakelijke) mobiliteit? In welke mate is er behoefte aan verandering?
- Wat is de visie van werkgevers op deelgebruik?
- Hoe gaan werkgevers om met verkeersveiligheid?

- Worden er eisen gesteld aan de aanwezigheid van ADAS-systemen?

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek is tot stand gekomen door een samenwerking tussen Automobiel Management, RDC en de Vereniging van Nederlandse Leasemaatschappijen (VNA). Onderzoek en analyse zijn uitgevoerd door VMS | Insight.

Verantwoording

Er zijn twee onderzoeken uitgevoerd:

1. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2018 – BEDRIJVEN
2. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2018 – BERIJDERS

Beide onderzoeken hebben plaatsgevonden door middel van een internetenquête in de periode juni - juli 2018. Zakelijke berijders en vertegenwoordigers van bedrijven die tot de doelgroep behoren ontvingen gepersonaliseerde uitnodigingen om deel te nemen aan het onderzoek. Verder zijn er anonieme hyperlinks geplaatst in relevante e-mailnieuwsberichten en op websites.

Om het aantal responderende bedrijven te optimaliseren is samengewerkt met Fleet Profile, een directmarketingorganisatie die zich specifiek richt op de markt voor zakelijke mobiliteit in de

Benelux. Fleet Profile beschikt over een uniforme database met de TOP 30.000 organisaties en instellingen in de Benelux, inclusief gegevens over de DMU. De database bevat ook informatie over het wagenpark en mobiliteitsaspecten. Via de database van Fleet Profile zijn bedrijven uitgenodigd voor deelname. Dit heeft geleid tot een hoge respons op het bedrijvenonderzoek enerzijds en een verbeterde balans eigendom/lease anderzijds.

Response

Bedrijvenonderzoek

Aantal respondenten:	875
Aantal respondenten na schoning:	763

Berijdersonderzoek

Aantal respondenten:	5.600
Aantal respondenten na schoning:	5.175

Ten opzichte van voorgaande jaren bevat de steekproef relatief veel kleine bedrijven. Om vergelijkbaarheid te kunnen waarborgen is de steekproef daarom herwogen op basis van bedrijfsgrootte (aantal werknemers). Na herweging zijn alle wagenparken (naar omvang) goed vertegenwoordigd. De response is ruim voldoende om betrouwbare resultaten te genereren. Indien

statistisch verantwoord is nader ingezoomd op gedetailleerde resultaten.

Ongeveer vijfenhalfduizend berijders hebben gereageerd op het berijdersonderzoek. Er is een weging op automerken toegepast zodat de verdeling van automerken in de steekproef in lijn is met het parkaandeel merken (zakelijke markt) volgens RDC AutoMotive Dashboard. De betrouwbaarheid van de resultaten is hoog en biedt mogelijkheden om diepgaande analyses te maken.

De rapportage is als volgt opgebouwd:

1. Belangrijkste conclusies
2. Marktanalyse o.b.v. AutoMotive Dashboard
3. Onderzoeksresultaten NZO 2018
 - 3.1. Huidige en volgende auto
 - 3.2. Inrichting mobiliteit
 - 3.3. Mobiliteitsbudget en privélease
 - 3.4. Verkeersveiligheid
 - 3.5. Poolauto's
 - 3.6. Verwachte ontwikkeling samenstelling wagenpark naar aandrijfsoort
 - 3.7. Achtergrond en profilering
4. Verantwoording van het onderzoek

Colofon

Nationaal Zakenauto Onderzoek 2018

26 september 2018

NZO 2018 is een initiatief van

Automobiel Management (AM) – Deventer

RDC – Amsterdam

Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen (VNA) – Bunnik

Research, analyse en rapportage

VMS | Insight – Vianen

Redactie

Automobiel Management – Deventer

Opmaak: Bureau OMA – Doetinchem

Druk

Drukkerij Ipskamp – Enschede

Copyright © NZO 2018

Integrale publicatie van deze rapportage, in welke vorm dan ook, is zonder uitdrukkelijke toestemming van de uitgever niet toegestaan. Het is wel toegestaan om individuele onderzoeksresultaten en/of visuals te publiceren mits voorzien van een duidelijke bronvermelding.



NATIONAAL
ZAKENAUTO
ONDERZOEK
2018

ZAKENAUTO IN NEDERLAND

DATA - ANALYSES - TRENDS