



NATIONAAL
ZAKENAUTO
ONDERZOEK
2012

WIE IS DE ZAKELIJKE RIJDER?

Inhoudsopgave

Voorwoord			
Hoofdstuk 1 Zes belangrijke conclusies	6		
Hoofdstuk 2 Marktanalyse op basis van RDC Centraal Bureau Mobiliteit Statistiek	10		
Hoofdstuk 3 Samenvatting Berijdersonderzoek	20		
3.1 De auto van de zaak			
3.1.1 Eigendom	21		
3.1.2 Leeftijd van de auto	22		
3.1.3 Catalogusprijs	22		
3.2 Bijtelling	24		
3.2.1 Keuze voor lage bijtelling bewust gemaakt	26		
3.2.2 Volgend jaar bijtelling betalen?	27		
3.3 Gebruik auto en behoefte aan mobiliteit	28		
3.3.1 Woon-werkverkeer	29		
3.3.2 Privé-verkeer met de zakenauto	30		
3.3.3 Privé-verkeer met andere auto dan zakenauto	31		
3.3.4 Eindconclusie totaal gebruik zakenauto	32		
3.3.5 Andere vervoersmodaliteiten zijn niet populair	33		
3.4 Beleid werkgever	34		
3.4.1 De autoregeling	34		
3.4.2 Maatregelen op gebied milieubesparing	35		
3.4.3 Maatregelen op gebied bereikbaarheid/mobiliteit	36		
3.5 Rittenregistratiesystemen	37		
3.6 Sturing van onderhoud en reparatie	39		
3.6.1 Aflevering auto	39		
3.6.2 Onderhoud	40		
3.6.3 Reparatie	41		
3.6.4 Banden	41		
3.6.5 Schadereparatie	42		
3.6.6 Ruitreparatie			
3.7 Houding tov voorgenomen fiscale maatregelen	44		
3.7.1 Wat vindt de zakelijke rijder ervan?	44		
3.7.2 Persoonlijke financiële consequenties	45		
3.7.3 Hoe gaat de zakelijke rijder reageren?	48		
3.7.4 Invoering belastingmaatregelen grote impact op verkoop duurdere segment	49		
3.8 Invloedfactoren keuze volgende auto	50		
3.9 Persoonlijke kenmerken zakelijke rijder	53		
3.9.1 Geslacht	53		

3.9.2 Leeftijdsopbouw	53	4.1.3 Sturing op zuinig en/of minder rijden	73
3.9.3 Gezinssamenstelling	55	4.1.4 De autoregeling	75
3.9.4 Ambulantheid van de functie	56	4.1.5 Kilometerregistratiesystemen	76
3.9.5 Politieke voorkeur	57	4.1.6 Belonen 'goed' rijgedrag	77
3.9.6 Bruto inkomen	58	4.1.7 Mening werkgever over berijder en zakenauto	78
3.10 Loyaliteit en attractiviteit	59	4.2 Sturing onderhoud en reparatie	80
3.10.1 Inleiding	59	4.2.1 Aflevering nieuwe personenauto's	80
3.10.2 Loyaliteit ten opzichte van het merk	59	4.2.2 Onderhoud en reparatie	81
3.10.3 Loyaliteit ten opzichte van het segment	59	4.2.3 Banden	82
3.10.4 Loyaliteit ten opzichte van de bijtellingscategorie	60	4.2.4 Schadereparaties	83
3.10.5 Attractiviteit	61	4.2.5 Ruitreparaties	84
3.11 Geo-analyse	62	4.3 Houding tov voorgenomen fiscale maatregelen	85
3.11.1 Merken en segmenten	63	Hoofdstuk 5 Verantwoording	88
3.11.2 Bijtellingsklasse huidige en volgende auto	64	5.1 Achtergrond	89
3.11.3 Persoonlijke kenmerken	67	5.2 Verantwoording	90
3.12 Vijf profielen van zakelijke rijders	68	5.3 Opzet rapportage	91
Hoofdstuk 4 Samenvatting Bedrijvenonderzoek	70	5.4 Verdeling respondenten per provincie	92
4.1 Wagenpark	71	Colofon	93
4.1.1 Samenstelling wagenpark	71		
4.1.2 Profilering als 'groen'	72		

Voorwoord

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek (NZO) 2012 is het resultaat van een samenwerking tussen Automobiel Management (AM) en RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Statistiek. De doelstelling is het uitvoeren van kwalitatief hoogstaand, betrouwbaar en actueel onderzoek op het gebied van de zakenauto en het presenteren van onderbouwde en relevante conclusies met toegevoegde waarde aan de autobranche. Sinds het begin van de samenwerking in 2009 waren de resultaten steeds nieuwswaardig voor omroepen en landelijke dag- en opiniebladen. En dat zijn ze nu opnieuw.

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

van de zakenauto en bovendien vragen we ons af wat de rol is van de relatie tussen werkgever en werknemer, dus eigenlijk wat de rol is van de autoregeling op het keuzeproces van de zakenauto.

Deze vaste aanpak zorgt voor continuïteit, bovendien maakt de grote hoeveelheid data die wij ermee verwerven het mogelijk trends in beeld te brengen die marketeers in de autobranche een schat aan informatie bieden. Sommige geconstateerde trends zullen niet voor iedereen verrassend zijn, maar het onderzoek staft de trends met cijfers. Dat de fiscale maatregelen grote invloed hebben en dat de merkenloyaliteit blijft afbrokkelen verrast misschien evenmin. Maar het NZO 2012 brengt in kaart welke merken zich hierover ernstig zorgen zouden moeten maken.

Voor de editie 2012 is de zakelijke rijder zélf er specifiek uitgelicht. Wie is de zakelijke rijder eigenlijk? Welke keuzes maakt hij of zij, op dit moment en in de toekomst, op het gebied van de autokeuze, het onderhoud en andere mobiliteitskwes- ties. Om te onderzoeken of en welke geografische patronen daarbij zijn te ontdekken, is samengewerkt met Geodan, een toonaangevend geo-ict-adviesbureau.

Het vierde Nationaal Zakenauto Onderzoek onderscheidt trends, levert bevestiging en opent menigeen de ogen. De samenwerking tussen AM als belangrijkste nieuwsbrenger voor de autobranche en het professionele RDC heeft in korte tijd een instituut opgeleverd waar de markt van profiteert. De groeiende populariteit van het onderzoek blijkt ook uit de grote deelname- bereidheid. Mede dankzij de rol van (de leden van) de Vereniging

Auto Van De Zaak (VAVDZ) is het aantal respondenten voor het berijdersonderzoek dit keer gestegen tot meer dan tweeduizend. AM en RDC zijn ervan overtuigd een solide rapport te hebben vervaardigd dat nijpende kwesties aanwijst en handvatten biedt voor oplossingen. Opnieuw is de inhoud nieuwswaardig, zeker gezien de enorme populariteit van de auto in het algemeen en de bijzondere positie van de zakenauto in de Nederlandse samenleving.

Gerrit Schipper
Algemeen directeur RDC Group BV

Peter Brouwer
Hoofdredacteur AM

Hoofdstuk 1

Zes belangrijke conclusies

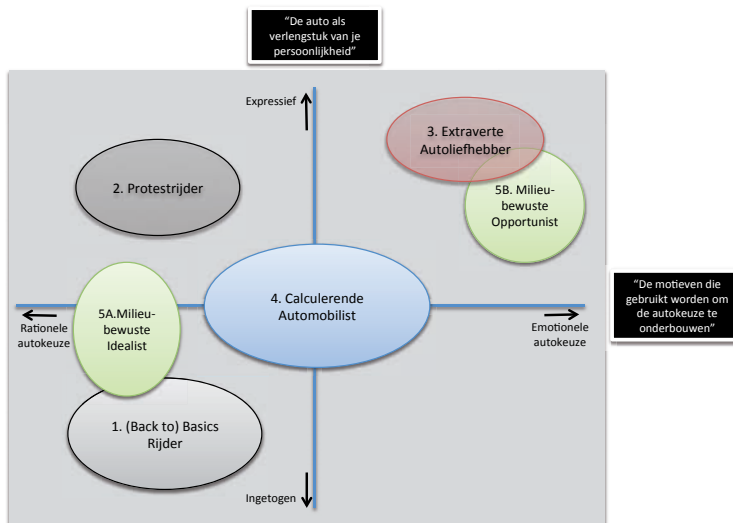
1. Steeds meer calculerende automobilisten – ratio wint nu écht van emotie

Er zijn globaal vijf profielen voor zakelijke rijders te onderscheiden. De groep 'extraverte autoliefhebbers' neemt sterk in grootte af, de groepen 'calculerende automobilisten' en 'back to basics-rijder' nemen in belang toe. In absolute aantallen stellen de groepen 'protestrijders' en 'milieubewuste idealisten / opportunisten' nog niet zo veel voor maar het zijn wel belangrijke opinion leaders. In het algemeen geldt dat van alle factoren die invloed hebben op de keuze voor de zakenauto, de rationele aspecten sterk in belang zijn toegenomen ten opzichte van 2011. Er lijkt duidelijk sprake te zijn van een trendbreuk: berijders vinden fiscale bijtelling zó belangrijk dat ze nu (in tegenstelling tot eerdere jaren) bereid zijn in te leveren op de emotionele aspecten van de autokeuze.

2. Merkloyaliteit daalt sterk

De loyaliteit van de berijder staat bij alle merken onder druk. En dat heeft alles te maken met het veranderde keuzeproces van de zakelijke rijder. Die kiest steeds minder vaak voor een merk, en juist steeds vaker voor de 'best fit' uit een lijst. En bijtelling is daarbij een belangrijk criterium.

De vijf profielen van zakelijke rijders



RDC

3. Grote discrepantie te verwachten tussen de behoefte aan lagebijtellingauto's en het verminderde aanbod

Driekwart van de bestuurders die nu 25% bijtelling betalen is van plan een auto uit een lagere bijtellingsklasse te kiezen. Maar, het blijkt dat de keuze voor lage bijtelling vaak een negatieve keuze is. De zakelijke rijder is bereid op een aantal fronten punten in te leveren ten gunste van de zo begeerde lage bijtelling. Hoever zou de rijder daarin willen gaan?

Twee ontwikkelingen zijn in het nadeel van de zakelijke rijder:

1. Fiscale stimulering betekent dat de overheid belastinginkomsten (bpm en mrb) misloopt. Het lijkt niet realistisch te veronderstellen dat alle (of vrijwel alle) zakelijke rijders gebruik kunnen maken van de huidige fiscale faciliteiten want dat kost de schatkist gewoon veel te veel geld. De CO2-eisen zullen worden aangescherpt en het aanbod fiscaal aantrekkelijke modellen zal daardoor afnemen.
2. Dan zijn er de technische randvoorwaarden. Om aan de lagere CO2-eisen te kunnen voldoen zijn fabrikanten steeds meer genoodzaakt dure (hybride) technologie te gebruiken of de emissie te verminderen door sterke gewichtsreducties door te voeren (lees: kleinere voertuigen te ontwikkelen) en/of genoeg te nemen met een lagere performance. De vraag is

dan ook gerechtvaardigd of er op het moment dat de volgende auto moet worden gekozen, überhaupt modellen beschikbaar zijn die voldoen aan de minimale eisen en wensen op het gebied van aanschafprijs, ruimte en gebruiksgemak. Vast staat dat noodzakelijke bpm- en mrb-inkomsten linksom of rechtsom de beschikbaarheid van gunstige bijtellingauto's zullen beperken.

4. Invoering van voorgenomen fiscale maatregelen leidt direct tot instorten segment dure auto's

De voorgenomen fiscale maatregelen uit het zogenoemde lente-akkoord worden door zowel bestuurders als bedrijven resoluut afgewezen. Vooral de bestuurders die de zakenauto nu buiten de bijtelling houden, zorgen voor een grote verschuiving in de markt. De groep bestuurders die hun zakenauto buiten de bijtelling houdt, bestaat in totaal uit zo'n 210 duizend personen / zakenauto's. Deze groep heeft, relatief gezien, de beschikking over de duurste auto's. Het bestempelen van woon-werkverkeer als privé-kilometers heeft tot gevolg dat veel van deze bestuurders op zoek gaan naar een goedkoper alternatief. Een dergelijke gedragsverandering heeft direct grote impact op de marktverhoudingen en de afzetmogelijkheden. Voor het segment personenauto's boven vijftig mille betekent dit bijvoorbeeld dat alleen door invoering van deze belastingmaatregel, een derde deel

van de jaarlijkse afzet van bijna dertigduizend eenheden onder druk komt te staan.

5. Sturing leasemaatschappijen wordt niet als negatief ervaren

Sturing door leasemaatschappijen wordt een substantieel fenomeen. Maar ondanks de beperking in keuzevrijheid, zijn berijders daarover in het algemeen wel tevreden. De dealer speelt nu nog een belangrijke rol voor onderhoud en reparaties. Andere dienstverlening wordt vooral uitbesteed aan specialisten. Opvallend is dat de leasemaatschappijen inmiddels twintig procent van de lease-auto's zelf direct afleveren. Wil men zo de grip op de berijder vergroten en/of de dealer buitenspel zetten?

6. Werkgevers willen kosten besparen maar laten potentiële mogelijkheden liggen

Er is een duidelijke trend zichtbaar dat werkgevers kostenbesparing willen doorvoeren en verdere downsizing voorzien. Net als in het NZO 2011 blijkt dat zakelijke rijders best zuiniger en/of minder willen rijden als daar iets tegenover staat. Slechts tien procent van de bedrijven belooft 'goed gedrag'. Driekwart van deze bedrijven geeft aan dat dit effectief is. Hier ligt dus een besparingspotentieel. Uit het onderzoek blijkt verder dat, naast de overheid als fiscale stimulator, de werkgever een belangrijke rol vervult bij het keuzeproces en het gebruik van de zakenauto. In het algemeen

geldt dat hoe groter het bedrijf, hoe meer regelgeving er is. Grotere bedrijven hebben mede daardoor meer grip op de berijder én op de kosten. Advies aan (alle, maar met name kleinere) bedrijven zou kunnen zijn tot een evenwichtige regelgeving te komen waarin sturing naar zuinige auto's en beloning voor 'goed rijgedrag' centraal staan. Daarmee is veel geld te besparen.

Hoofdstuk 2

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

Dit hoofdstuk behandelt de trends in de automarkt voor zakelijk gebruikte personenauto's ten aanzien van wagenpark, nieuwverkopen en milieukeurmerken. Hiervoor is het marktinformatie- en analysesysteem RDC Market Monitor uitgebreid toegepast.

De zakenauto

Voor de analyse van de markt en de zakelijke markt in het bijzonder, is gebruikgemaakt van het online markt-informatie en analysesysteem RDC Market Monitor. Alle data hebben betrekking op het wagenpark per 07/2012 en de registraties per jaar tot en met 07/2012. Voor de analyses van de zakelijke markt zijn de volgende segmenten (naar soort eigenaar) geclusterd:

- Fleetowner
- Klein zakelijk
- Leasemaatschappij
- Lease RTL*

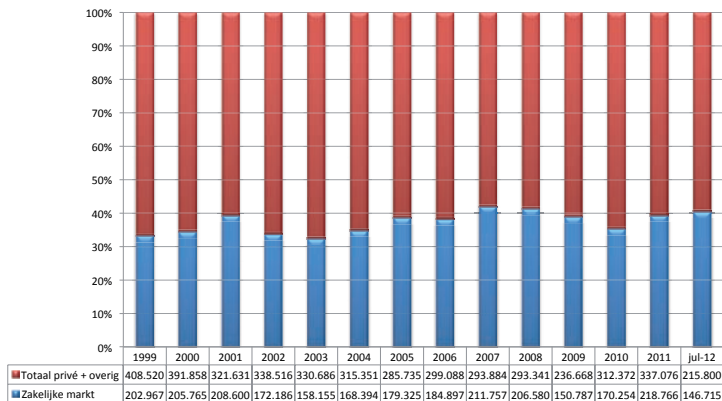
*Wat betekent RTL?

RTL staat voor registratie tenaamstelling leasevoertuigen. Het is een hulpregistratie die lessors in staat stelt voertuigen in het kentekenregister van de RDW op naam van de lessee of zijn rijders te registreren, terwijl het eigendom van de auto (van de desbetreffende leasemaatschappij) vastligt in het hulpregister. Met andere woorden, RTL betekent dat de auto's weliswaar worden geleased bij een leasebedrijf maar op naam staan van het desbetreffende bedrijf of de berijder. De constructie wordt onder meer gebruikt voor bedrijven die geen btw kunnen berekenen.

Aandeel zakenauto 40,5 procent van totaal

Het aandeel zakelijke auto's als percentage van de totaalmarkt beweegt zich de afgelopen dertien jaar tussen 32 procent en 42 procent. Het gemiddelde over die periode is 37 procent. In 2009 is de totaalmarkt in eenheden op een historisch dieptepunt terechtgekomen, zowel zakelijk als privé. Na de relatieve teruggang in 2010 neemt het zakelijke segment weer in belang toe. Per 07/2012 is het zakelijke aandeel van de totaalmarkt 40,5 procent.

Aandeel zakelijke markt licht boven langjarig gemiddelde

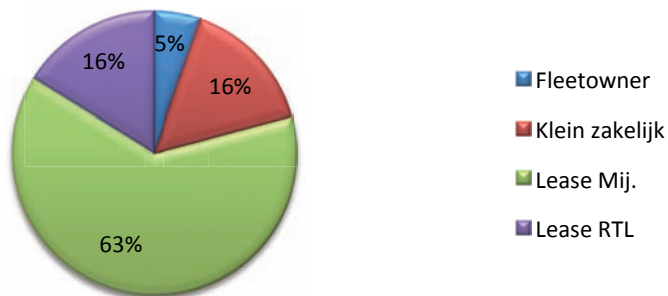


Leaseregistraties zijn verantwoordelijk voor het grootste deel van de zakelijke markt (per 07/2012: 79%). Opvallend is dat in 2012 het aandeel Lease RTL sterk afneemt ten opzichte van het voorgaande jaar ten gunste van de registraties op naam van de leasemaatschappij. Het aandeel klein zakelijk neemt (weer) licht toe naar 16 procent.

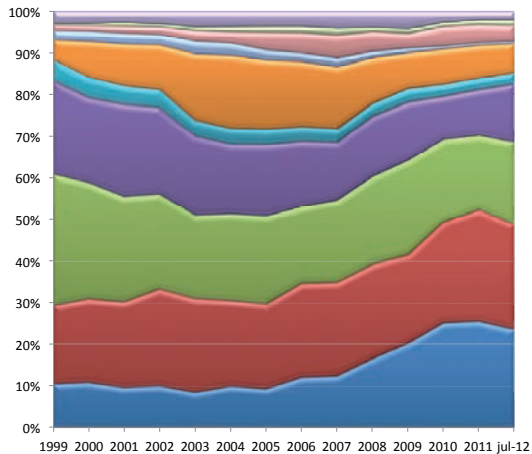
Hoogtepunt downsizing voorbij

Er is al een aantal jaren een verschuiving naar lagere segmenten zichtbaar. De toename van de lagere (A-, B- en C-) segmenten was in nog sterkere mate zichtbaar bij de zakelijke markt. Natuurlijk heeft de crisis bijgedragen aan de wens of noodzaak over te stappen op een kleinere auto. Maar ook het (premium)aanbod in de kleinere segmenten heeft het gemakkelijker gemaakt over te stappen. Uit de registraties tot en met 07/2012 blijkt dat de Nederlandse personenautomarkt over het hoogtepunt van downsizing heen is, dat het C-segment in omvang toeneemt en dat er nu (weer) ruimte is voor aanmerkelijk grotere en luxueuzere auto's uit het met name het D- en E-segment.

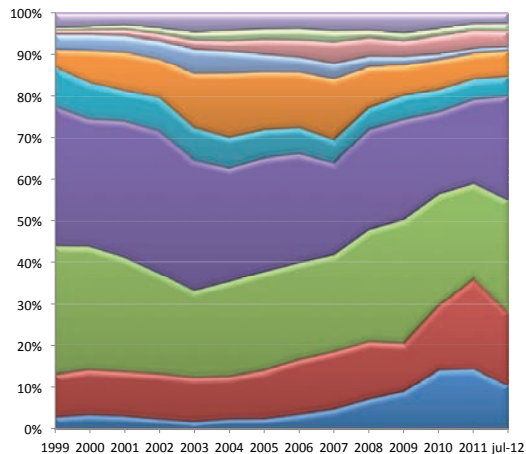
Zakelijke markt - registraties naar soort eigenaar 07/2012



Totaalmarkt - opbouw segmenten

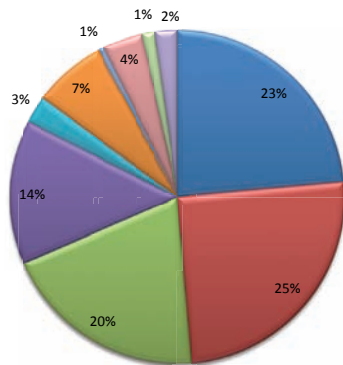


Zakelijke markt - opbouw segmenten

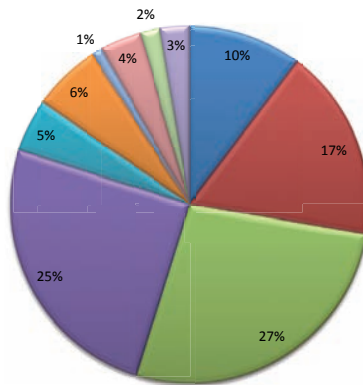


- Overig
- M-UPPER UTILITY
- L-LOWER UTILITY
- K-UPPER MPV
- J-MEDIUM MPV
- E-EXECUTIVE
- D-UPPER FAMILY
- C-LOWER FAMILY
- B-CITY
- A-SMALL

Totaalmarkt - opbouw segmenten 07/2012



Zakelijke markt - opbouw segmenten 07/2012



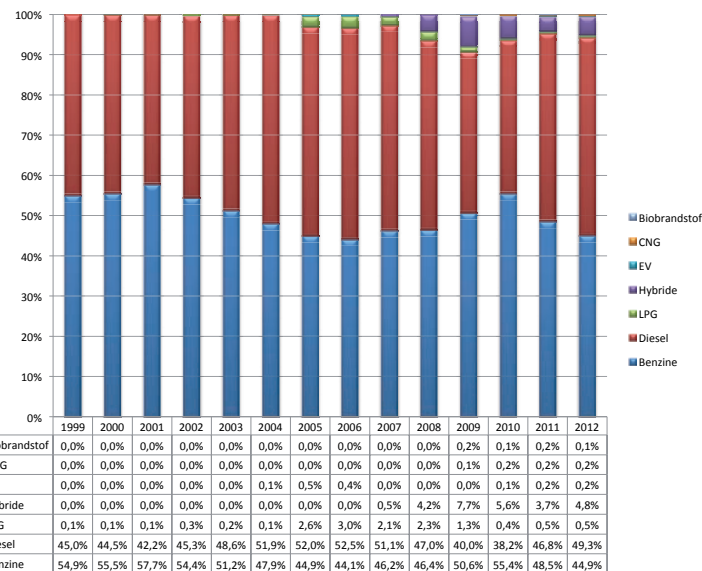
- A-SMALL
- B-CITY
- C-LOWER FAMILY
- D-UPPER FAMILY
- E-EXECUTIVE
- J-MEDIUM MPV
- K-UPPER MPV
- L-LOWER UTILITY
- M-UPPER UTILITY
- Overig

Alternatieve brandstof niet populair

Het aandeel diesel stijgt ten koste van benzine; dat heeft alles te maken met de fiscale stimulering enerzijds en het toegenomen aanbod van zuinige en zeer zuinige dieselmodellen anderzijds. Het aandeel hybride is weliswaar gestegen ten opzichte van 2011, maar vertegenwoordigt met nog geen vijf procent een klein deel van de zakelijke registraties. Het toegenomen aanbod hybride en plug-in hybride in combinatie met de momenteel bekende stimuleringsmaatregelen zal naar verwachting tot een sterke toename van het hybride-segment leiden. Elektrische voertuigen (EV) en auto's op aardgas (CNG) zijn ondertussen zichtbaar in de registraties (tot en met 07/2012 resp. 221 en 324 registraties). Geen schokkende aantallen dus, maar het begin is er.



Zakelijke markt - brandstofsoort



 RDC

Elektrische voertuigen (EV) en auto's op aardgas (CNG) zijn ondertussen zichtbaar in de registraties.

Afname CO₂-uitstoot zet door - maar minder progressief

Milieubewustzijn in de samenleving, technologische ontwikkelingen en (vooral?) fiscale stimuleringsmaatregelen, leiden overduidelijk tot een toenemende vraag naar zuinige en schone auto's.

De gemiddelde uitstoot van alle in Nederland verkochte personenauto's is gedaald van 134,7 gram/km in 2010 naar 120,6 gram/km per 07/2012. Voor zakelijke auto's zijn deze waarden respectievelijk 137,4 gram/km en 120,7 gram/km. De gemiddelde uitstoot van alle verkochte zakelijke auto's is daarmee op het niveau gekomen van de gemiddelde uitstoot van de totaalmarkt. Ondanks de keuze voor grotere auto's uit hogere segmenten kiest het zakelijke segment voor relatief zuinige auto's.

In 2009 was de gemiddelde CO₂-uitstoot van de verkochte auto's in het zakelijk segment nog meer dan 150 gram/km. Per 07/2012 is de CO₂-uitstoot met meer dan twintig procent gedaald: In de zakelijke markt is dus een spectaculaire vergroening gerealiseerd. Maar er is wel duidelijk sprake van een minder progressief verlopende afname.

Afname CO₂-uitstoot totaalmarkt (basis: alle verkochte personenauto's)



Afname CO₂-uitstoot zakelijke markt basis: alle verkochte auto's in het zakelijke segment



De gemiddelde CO₂-uitstoot is in 2012 op basis van andere uitgangspunten gemeten dan in 2011.

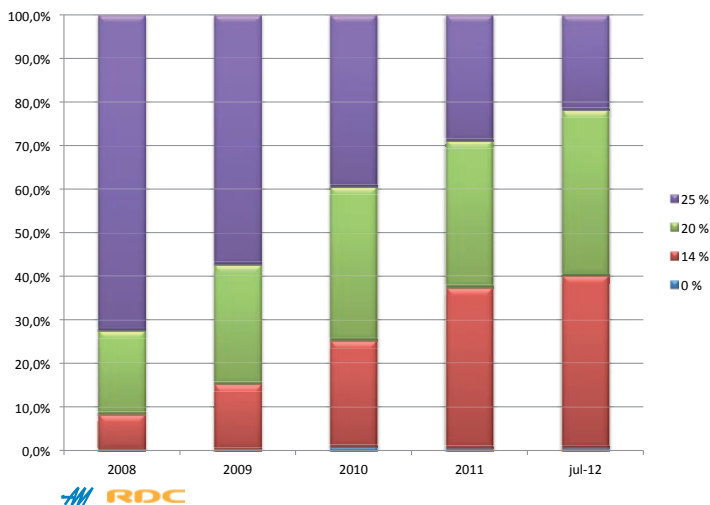
In de meetmethode van 2011 kon aan een aantal geregistreerde auto's niet de juiste CO₂-uitstoot gekoppeld worden. Dat is in 2012 niet meer het geval. De cijfers zijn dus nog nauwkeuriger, maar het leidt wel tot een klein verschil in meting tov 2011.

Lage bijtellingsklasse is de norm

Het aandeel zuinige en zeer zuinige personenauto's die in de bijtellingsklassen van 20% en 14% (en vanaf 2010: 0%) vallen, is sterk toegenomen. In 2008 viel nog ruim zeventig procent van alle zakelijk verkochte auto's in de 25%-bijtellingscategorie. In 2012 (juli)

is dit beeld volledig veranderd: slechts iets meer dan twintig procent valt nog in de 25%-bijtellingscategorie wat betekent dat bijna tachtig procent van alle zakelijk verkochte auto's worden gekenmerkt als zuinig tot zeer zuinig. En het gevolg is een lagere bijtelling.

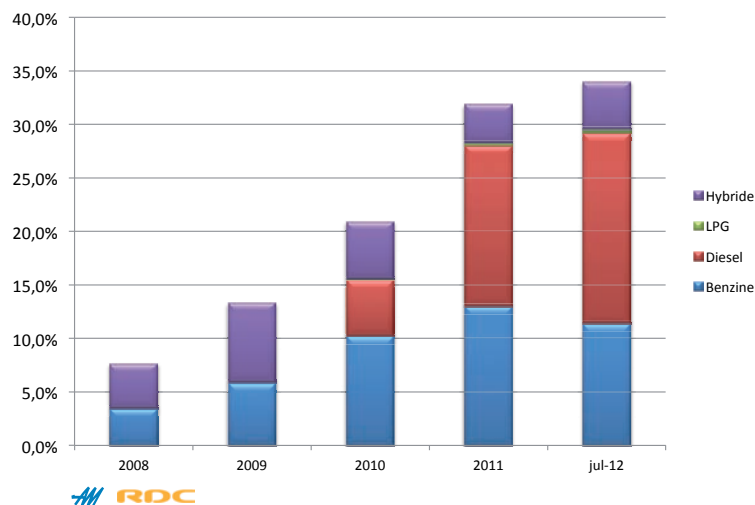
Zakelijke markt: nieuwverkopten naar bijtellingsklasse



RDC

Zakelijke markt - bijtellingsklasse 14%

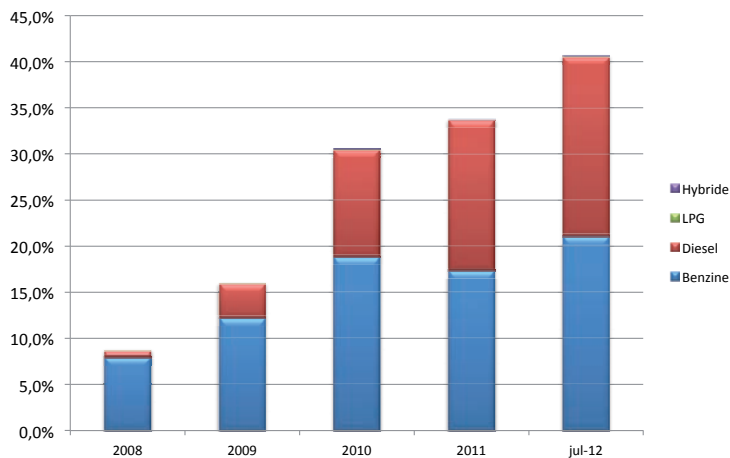
Aandeel diesel neemt sterk toe



RDC

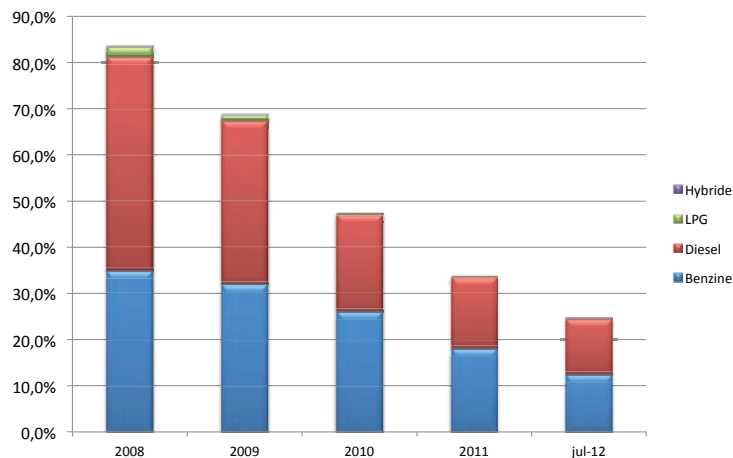


Zakelijke markt - **bijtellingsklasse 20%**
Sterke groei



RDC

Zakelijke markt - **bijtellingsklasse 25%**
Sterk dalende tendens zet door



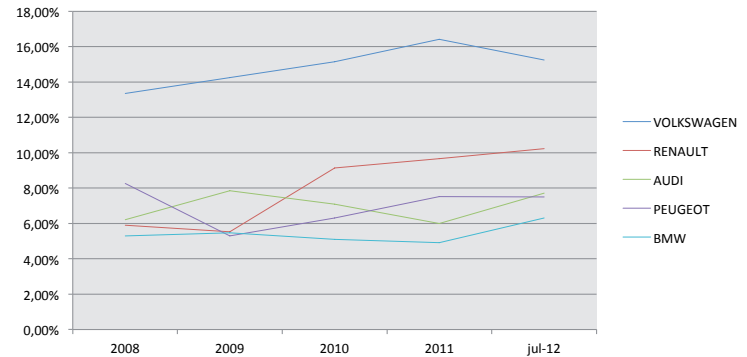
RDC

Marktaandeelontwikkeling per merk

In het NZO 2011 schreven we dat de zakelijke rijder gevoelig is voor modelintroducties. Sinds jaar en dag is het zogenaamde introductie-effect goed meetbaar. Werd het introductie-effect voorheen vooral bepaald door een nieuw of vernieuwd design en verbeterde eigenschappen, nu speelt een gunstige CO₂-uitstoot een cruciale rol bij het succes van een auto in het zakelijke segment. Een flexibele fabrikant die oog heeft voor de fiscale wetgeving in Nederland en daarop kan inspelen, kan op een positieve manier gebruikmaken van het momentum. Goede voorbeelden daarvan zijn BMW, die al een aantal jaren voorop loopt met gunstige emissiewaarden in alle segmenten, en Renault die met de Mégane een uitzonderlijk goed aanbod heeft in de 14%-bijtellingsklasse.

Volkswagen is nog steeds oppermachtig in het zakelijke segment, ondanks de daling van het marktaandeel naar vijftien procent. De marktaandelen van Renault, Audi en BMW stijgen gestaag. Alle drie hebben fiscaal gunstige modellen in de aanbieding. Peugeot stabiliseert op 7,5 procent. Ten opzichte van 2011 is Opel qua marktaandeel uit de Top-5 verdwenen, BMW komt ervoor in de plaats. Ford valt nét buiten de Top-5 maar groeit na een aantal magere jaren sterk. Belangrijke reden: de introductie van schone EcoBoost-motoren.

Zakelijke markt - Marktaandeel Top-5



RDC



Renault heeft met de Mégane een uitzonderlijk goed aanbod in de 14%- bijtellingsklasse.

Hiernaast een overzicht met de twintig belangrijkste merken in het zakelijke segment (gesorteerd op marktaandeel per 07/2012). Met kleuren is aangegeven welke merken stijgen en welke merken dalen.



Toyota is in Nederland zeer succesvol met de Prius. Maar dat kan de neergang van het merk in de zakelijke markt niet tegenhouden. Ten opzichte van 2011 verliest Toyota opnieuw veel.

Zakelijke markt - Marktaandeelontwikkeling per merk (Top-20)

	2008	2009	2010	2011	jul-12
1 VOLKSWAGEN	13,36%	14,26%	15,15%	16,42%	15,25%
2 RENAULT	5,89%	5,53%	9,14%	9,66%	10,23%
3 AUDI	6,21%	7,86%	7,10%	5,99%	7,72%
4 PEUGEOT	8,26%	5,30%	6,31%	7,51%	7,50%
5 BMW	5,30%	5,48%	5,11%	4,91%	6,31%
6 FORD	9,71%	8,57%	5,20%	4,36%	6,27%
7 OPEL	6,10%	6,06%	5,90%	5,26%	5,76%
8 VOLVO	4,98%	5,73%	4,55%	4,76%	5,34%
9 SKODA	2,35%	3,01%	4,29%	4,84%	4,61%
10 CITROEN	4,92%	5,04%	3,57%	4,39%	3,80%
11 TOYOTA	6,40%	8,30%	7,71%	5,19%	3,54%
12 SEAT	3,16%	2,90%	2,82%	4,39%	3,00%
13 MERCEDES	3,09%	3,02%	3,29%	2,49%	2,98%
14 KIA	1,50%	0,93%	1,55%	1,82%	2,75%
15 HYUNDAI	1,63%	1,18%	1,54%	1,84%	2,17%
16 FIAT	3,05%	2,73%	4,80%	4,30%	2,01%
17 LEXUS	0,33%	0,20%	0,23%	1,00%	1,82%
18 SUZUKI	1,01%	1,09%	2,00%	2,25%	1,44%
19 NISSAN	1,38%	2,04%	2,20%	1,80%	1,13%
20 ALFA ROMEO	0,96%	0,56%	0,75%	1,51%	1,10%

- stijgende tendens
- neutrale ontwikkeling
- dalende tendens



Hoofdstuk 3

Samenvatting Berijdersonderzoek

Dit hoofdstuk is een samenvatting van het berijdersonderzoek van het NZO 2012. Het geeft inzicht in de zakenauto en zijn berijder en de wijze waarop deze omgaat met mobiliteitsvraagstukken en autokeuze. Aan het onderzoek namen ruim 2.100 berijders deel.

3.1 De auto van de zaak

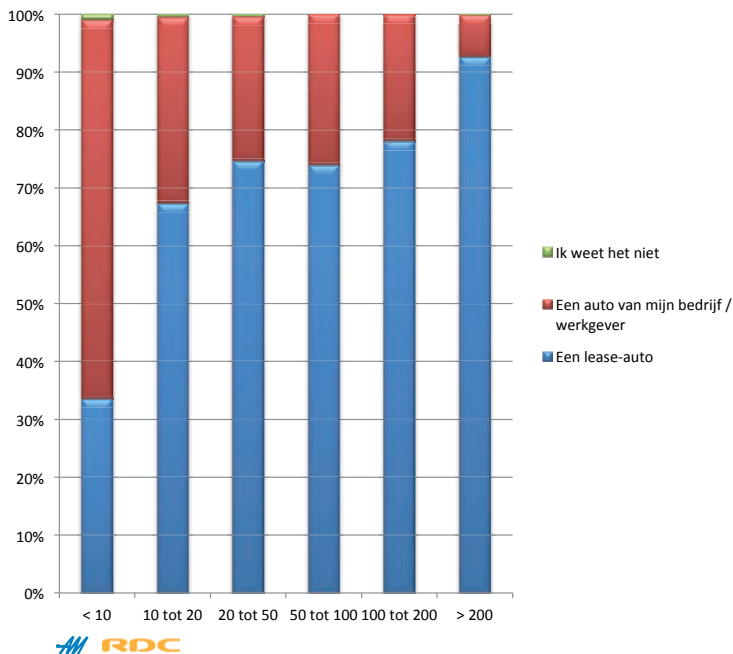
3.1.1. Eigendom

- De meeste zakenauto's zijn leaseauto's: 74 procent is geleased.
- Er is een groot onderscheid tussen de kleine bedrijven tot tien medewerkers (voornamelijk zakenauto's in eigendom) en de overige bedrijven (voornamelijk zakenauto's in lease).
- Ten opzichte van 2011 zijn de verhoudingen vrijwel gelijk gebleven.



74 procent is geleased.

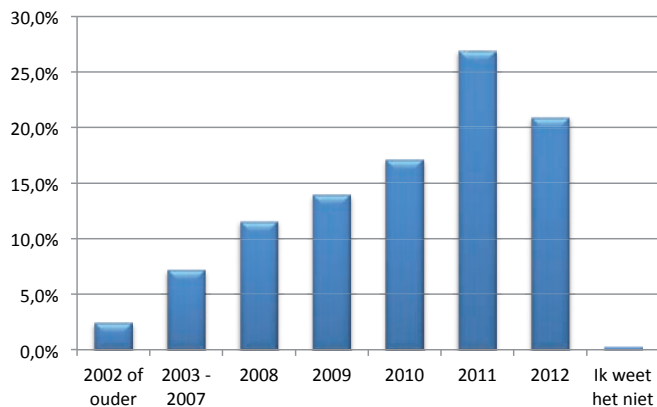
Rijdt u een leaseauto of een auto van uw werkgever?



3.1.2 Leeftijd van de auto

- Zo'n zeventig procent van het zakelijk wagenpark is jonger dan drie jaar.
- In het algemeen geldt: hoe groter het bedrijf, hoe jonger het wagenpark.
- Met auto's in de 25%-bijtellingscategorie en auto's die buiten de bijtelling worden gehouden, wordt relatief gezien wat langer doorgereden. Een andere verklaring is dat naarmate een zakenauto ouder wordt, het uit kosten oogpunt interessanter wordt deze buiten de bijtelling te houden.

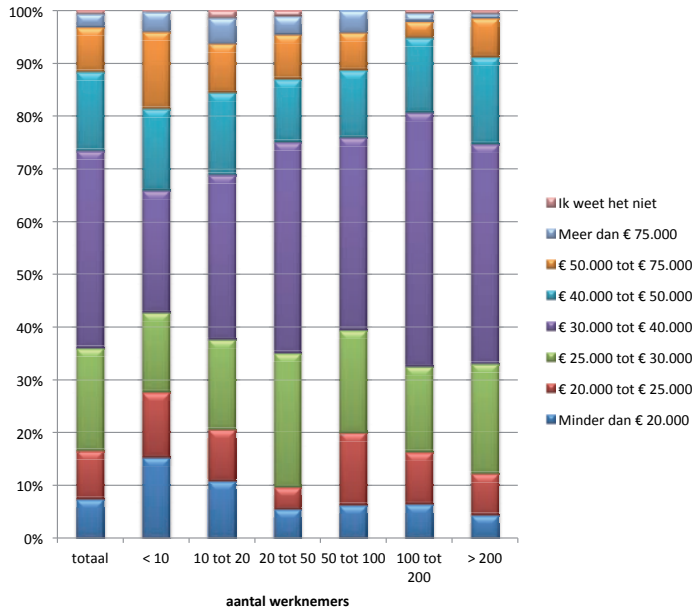
Van welk bouwjaar is deze auto?



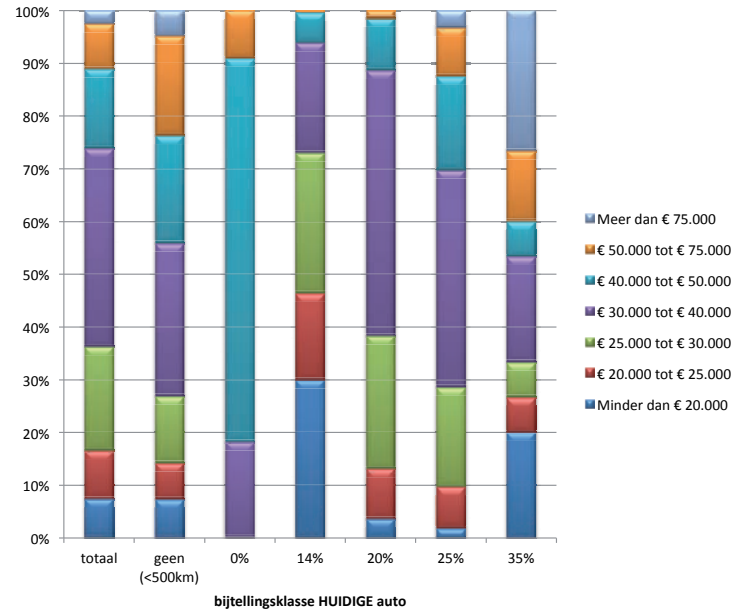
3.1.3 Catalogusprijs

- Het grootste deel van de respondenten (37 procent) rijdt in een zakenauto met een catalogusprijs tussen dertigduizend en veertigduizend euro.
- Ten opzichte van 2011 is het aandeel relatief goedkope zakenauto's tot dertigduizend euro licht toegenomen.
- Opmerkelijk is dat bij de kleine bedrijven (minder dan tien werknemers) relatief het vaakst dure zakenauto's voorkomen
- In de 25%-bijtellingsklasse heeft 71 procent een hogere catalogusprijs dan dertig mille.
- Van de bestuurders die hun auto buiten de bijtelling houden, heeft 72 procent een auto met een catalogusprijs hoger dan dertigduizend euro en 24 procent heeft een auto duurder dan vijftigduizend euro.

Wat is de nieuwwaarde van deze zakenauto?



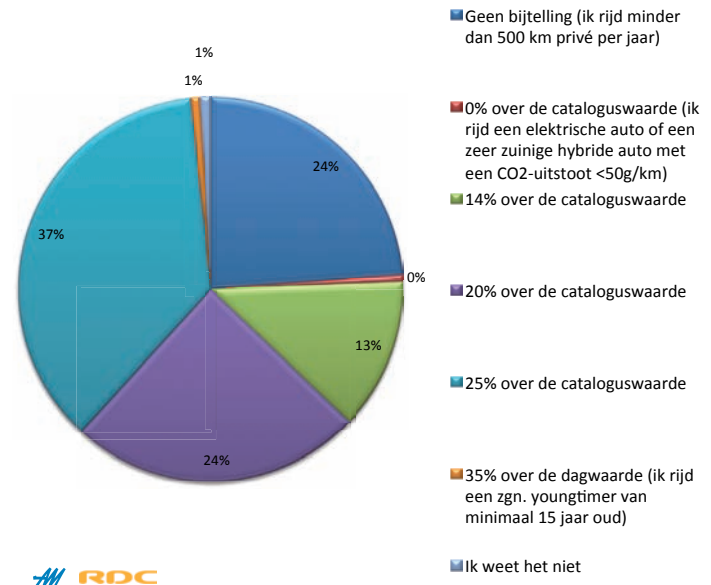
Wat is de nieuwwaarde van deze zakenauto?



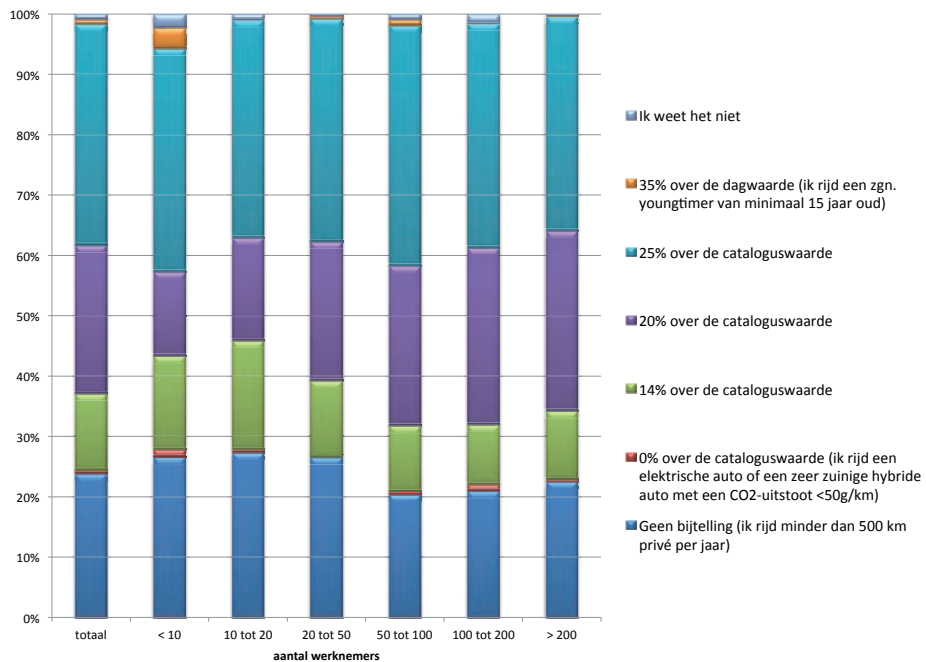
3.2 Bijtelling

- 24 procent van de respondenten heeft een verklaring geen privégebruik zakenauto (betaalt geen bijtelling). In 2011 was dit nog maar 16 procent. Een aanzienlijke toename!
- 13 procent betaalt 14% bijtelling (2011: 10%) -> vooral Toyota, Seat, Fiat, Citroën, Alfa Romeo
- 24 procent betaalt 20% bijtelling (2011: 17%) -> vooral VW, Skoda, Peugeot
- 37 procent betaalt 25% bijtelling (2011: 57%) -> gelijkmatige verdeling alle merken
- 1 procent rijdt een youngtimer en betaalt 35% bijtelling -> vooral Audi, BMW, Mercedes, VW, Volvo
- De bijtellingsklassen zijn gelijkmatig verdeeld naar bedrijfsgrootte. Opvallend is dat het aandeel rijders dat 20% bijtelling betaalt, bij de grotere bedrijven relatief hoog is.

Hoeveel procent fiscale bijtelling betaalt u in 2012 voor uw zakenauto?



Hoeveel procent fiscale bijtelling betaalt u in 2012 voor uw zakenauto?



 RDC



Al 13 procent van de respondenten valt in de 14%- bijtellingscategorie, en bijna een kwart betaalt 20% bijtelling.

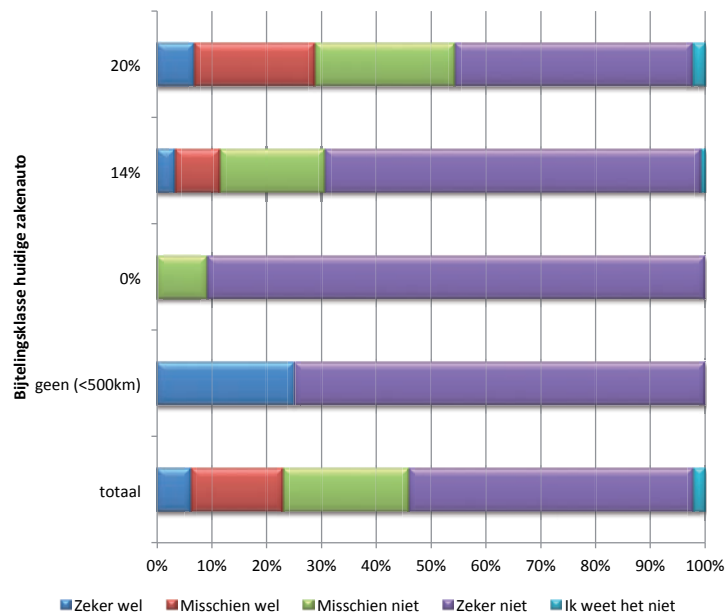
3.2.1 De keuze voor lage bijtelling wordt bewust en heel rationeel gemaakt.

Hoe lager het bijtellingspercentage van de auto waarin men rijdt, hoe meer overtuigd de berijder ervan is dat hij of zij niet of zelfs zéker niet voor deze auto zou hebben gekozen als die in de 25%-bijtellingscategorie zou vallen. Bij respondenten die een auto rijden met 20% bijtelling is dit percentage 69 procent, in de 14%-bijtellingscategorie is het 88 procent en voor de 0%-bijtellingscategorie bijna honderd procent. De rijder kiest de auto dus op basis van bijtellingspercentage, en **niet omdat de auto z'n keuze is**.



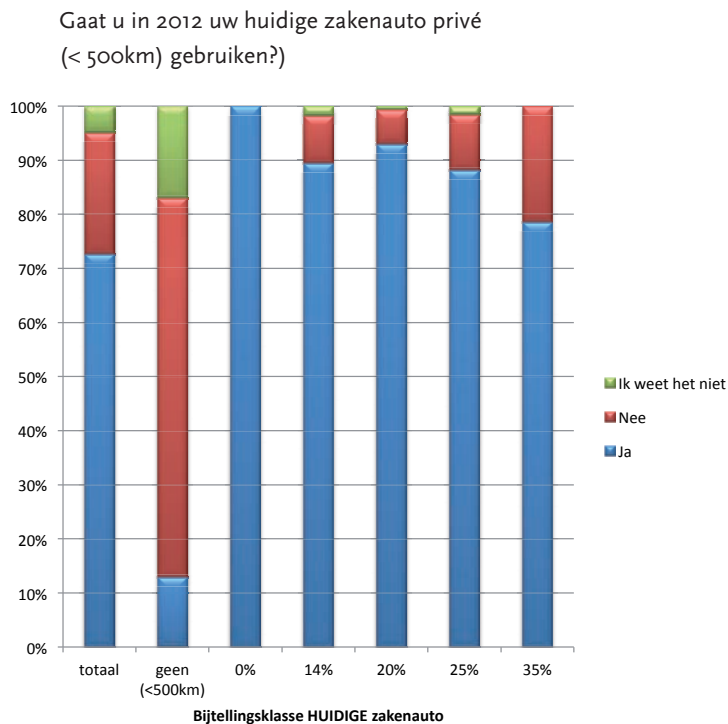
Opel is succesvol met de Ampera. Maar uit het NZO 2012 blijkt dat de keuze voor een auto met lage bijtelling heel rationeel gemaakt wordt.

Zou u uw zakenauto ook gekozen hebben als deze in de bijtellingscategorie van 25% zou vallen?



3.2.2 Volgend jaar bijtelling betalen?

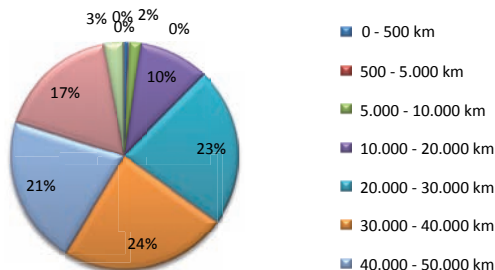
- Van alle bestuurders houdt nu 22 procent de zakenauto buiten de bijtelling (dit was vorig jaar 16 procent). Het grootste deel van deze groep, zeven van de tien, gaat daar volgend jaar mee door. Maar 13 procent kiest ervoor wel weer bijtelling te gaan betalen en 17 procent weet het niet.
- Op basis van de resultaten van het NZO 2011 is vorig jaar al voorspeld dat het aandeel zou toenemen van 16 procent naar 22 procent. Dat is dus volledig uitgekomen.
- 22 procent van alle bestuurders is van plan hun zakenauto volgend jaar **niet** privé te gebruiken.
- Dit betekent dat de groep die volgend jaar de zakenauto buiten de bijtelling houdt, naar verwachting **stabiel zal blijven** op 22 procent van het totaal aantal zakenauto's.



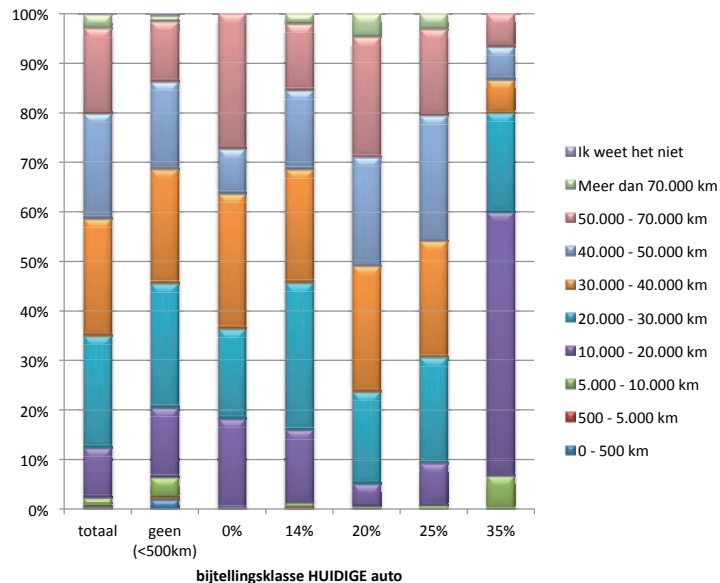
3.3 Gebruik auto en behoefte aan mobiliteit

- De meerderheid van alle zakelijke rijders (68%) rijdt tussen de 20 duizend en 50 duizend kilometer per jaar. Het gemiddelde jaarkilometrage (op basis van klassengemiddelden) ligt tussen de 35 en 40 duizend kilometer.
- Bedrijfsgrootte: opmerkelijk weinig verschillen, bij kleine bedrijven tot tien werknemers wordt minder dan gemiddeld gereden. Waarschijnlijk zijn deze bedrijven vaker lokaal/regionaal georiënteerd.
- Bijtellingsklasse: veelkilometerrijders hebben in de meeste gevallen een 20%- of 25%-bijtellingsauto. Maar **ook met 0%-auto's wordt relatief veel gereden**. Berijders die hun auto buiten de bijtelling houden, maken jaarlijks de minste kilometers met hun zakenauto (want ze rijden niet privé).

Hoeveel kilometer rijdt u in totaal (zakelijk, woon-werk en privé) per jaar met uw zakenauto?



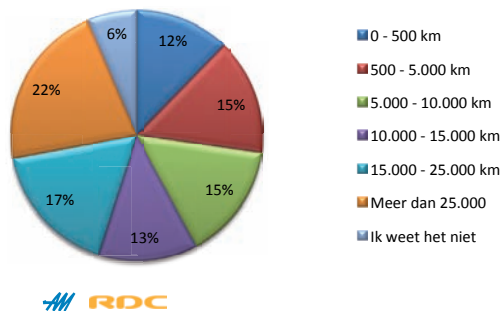
Hoeveel kilometer rijdt u in totaal (zakelijk, woon-werk en privé) per jaar met uw zakenauto?



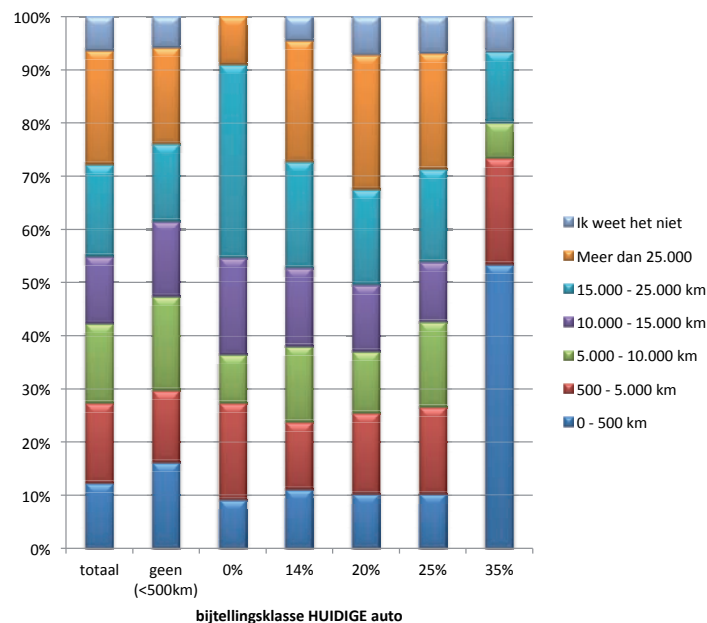
3.3.1 Woon-werkverkeer

- Ook bij woon-werkkilometers is sprake van een duidelijk eenvormig beeld. Afwijkingen van dit beeld:
 1. Bij kleine bedrijven is woon-werkverkeer duidelijk minder dan bij andere (grotere) bedrijven.
 2. Youngtimers met een bijtelling van 35 procent worden ook relatief weinig ingezet voor woon-werkverkeer. Berijders van deze categorie auto's zijn vaak zelfstandigen of medewerkers van kleinere bedrijven die dicht bij huis zijn gevestigd.

Hoeveel woon-werk kilometer rijdt u per jaar?



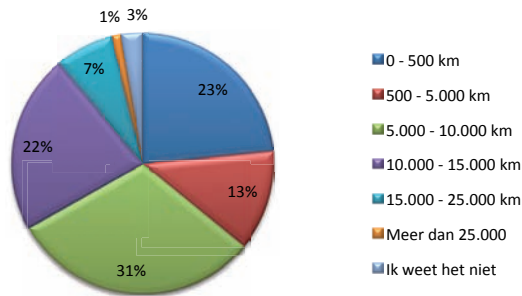
Hoeveel woon-werk kilometer rijdt u per jaar?



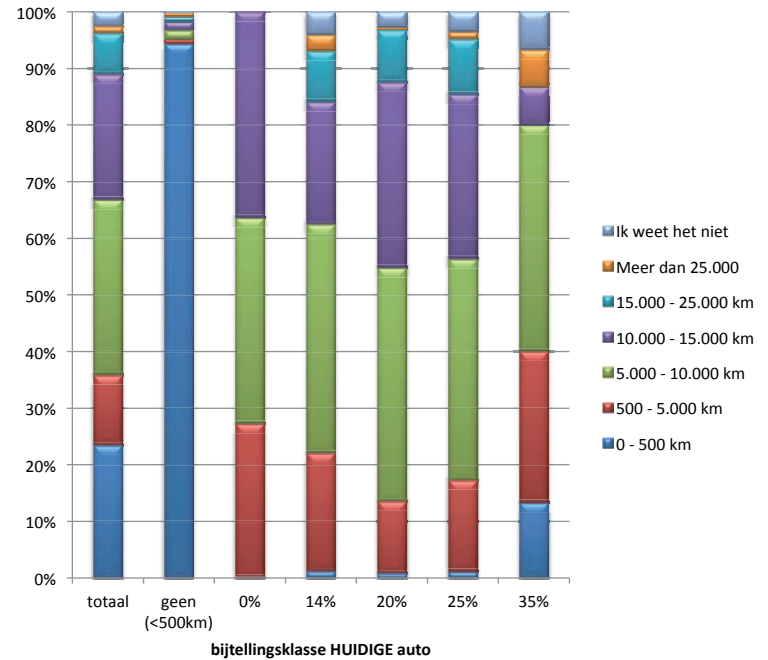
3.3.2 Privé verkeer met de zakenauto

- 89 procent van de zakelijke rijders rijdt maximaal vijftienduizend kilometer per jaar privé met de zakenauto.
- Er zijn weinig verschillen indien gekeken wordt naar bedrijfsgrootte en bijtellingsklasse (uitzonderingen: geen bijtelling en 35% bijtelling).

Hoeveel kilometer rijdt u privé per jaar met uw zakenauto?



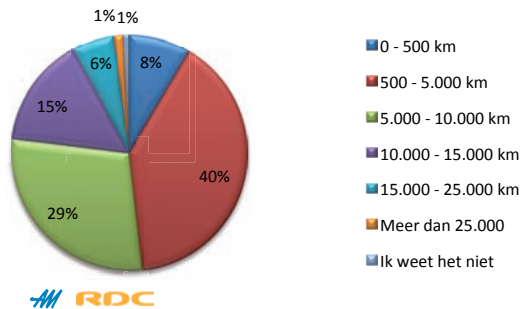
Hoeveel kilometer rijdt u privé per jaar met uw zakenauto?



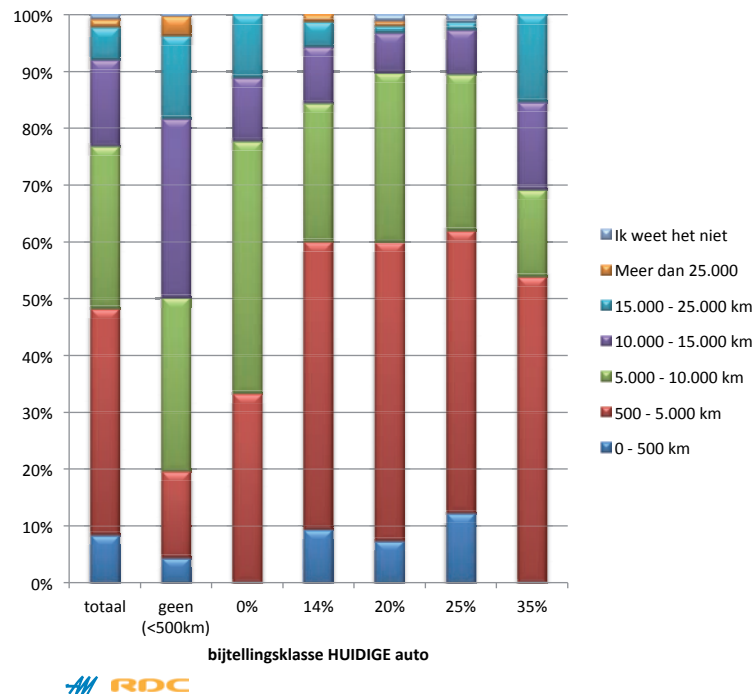
3.3.3 Privé verkeer met een andere auto dan de zakenauto

- Met een andere auto dan de zakenauto wordt gemiddeld per jaar nog zo'n zeventuizend kilometer gereden. De groep die de zakenauto buiten de bijtelling houdt, rijdt gemiddeld elfduizend kilometer privé met een andere auto.

Hoeveel kilometer rijdt u privé per jaar met een andere auto dan uw zakenauto?



Hoeveel kilometer rijdt u privé per jaar met een andere auto dan uw zakenauto?



3.3.4 Eindconclusie totaal gebruik zakenauto

Het totaal aantal privékilometers blijkt nauwelijks afhankelijk te zijn van de bijtelling die men betaalt. Alleen de zakelijke rijder die de zakenauto buiten de bijtelling houdt, lijkt privé minder kilometers te maken. Nog sterker dan in 2011 kan worden gesteld dat de mate waarin men privé-kilometers maakt niet afhankelijk is van de bijtelling die men ervoor betaalt, maar van de persoonlijke mobiliteitsbehoefte. Mensen die veel bijtelling betalen, gaan niet om die reden meer rijden.



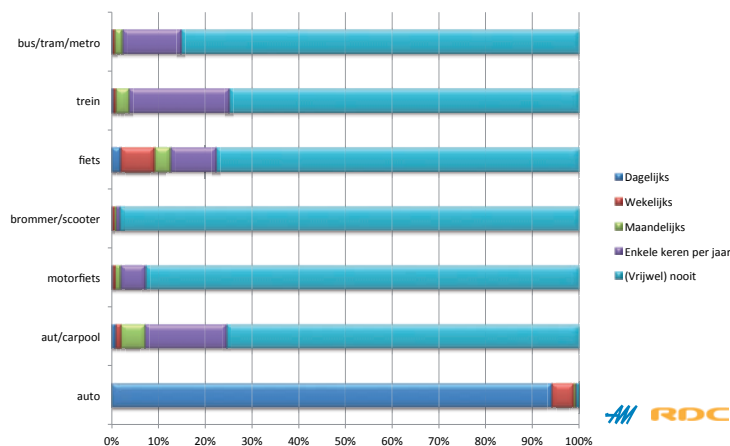
Alleen de zakelijke rijder die de zakenauto buiten de bijtelling houdt, lijkt privé minder kilometers te maken.

	totaal	geen (<500km)	0%	14%	20%	25%	35%
Kilometers per jaar TOTAAL met zakenauto	37.727	32.916	37.273	34.604	42.438	39.260	22.833
Kilometers per jaar WOON-WERK met zakenauto	14.158	12.788	13.977	15.315	15.387	14.250	3.900
Kilometers per jaar PRIVÉ met zakenauto	7.386	980	8.091	9.158	9.579	9.450	7.000
Kilometers per jaar PRIVÉ met andere auto dan zakenauto	6.904	10.844	7.944	5.933	5.252	4.835	7.769
Kilometers per jaar totaal PRIVÉ	14.290	11.824	16.035	15.091	14.831	14.284	14.769

3.3.5 Andere vervoersmodaliteiten zijn niet populair

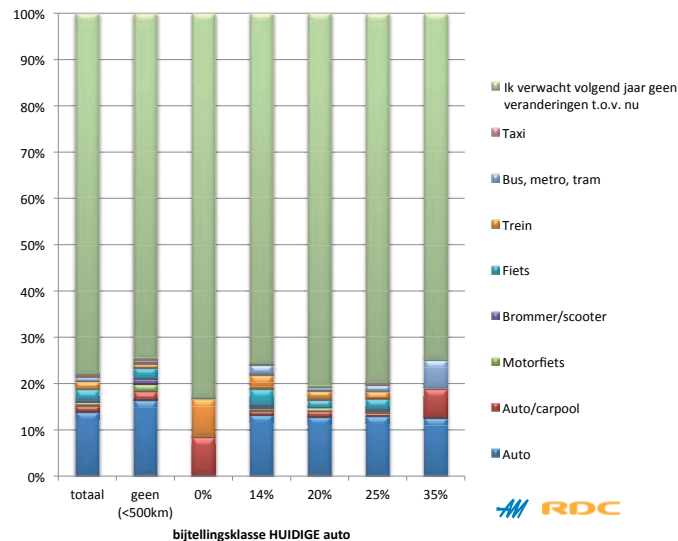
- Van andere vervoersmodaliteiten dan de auto wordt nauwelijks gebruik gemaakt.
- 95 procent van de respondenten gebruikt dagelijks de auto voor zakelijk verkeer en 75 procent van alle bestuurders gebruikt **uitsluitend** de auto.
- Bestuurders van een 0%- of 14%-bijtellingsauto, maken nog het meest (zij het zeer beperkt) gebruik van fiets, openbaar vervoer of taxi.

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



- Indien respondenten gevraagd wordt één jaar vooruit te kijken en in te schatten van welke vormen van zakelijk vervoer men méér gebruik zal maken, wordt door bijna 80 procent geantwoord dat de huidige situatie niet zal veranderen. 14 procent verwacht méér gebruik te gaan maken van de zakenauto. 0%- en 14%-rijders verwachten (beperkt) méér gebruik te gaan maken van carpoolen, trein en fiets.

Van welke vormen van vervoer gaat u volgend jaar meer gebruik maken?

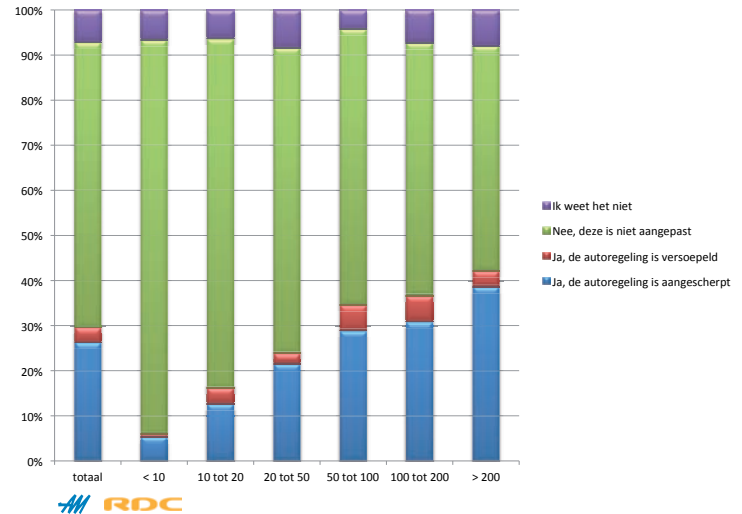


3.4 Beleid werkgever

3.4.1 De autoregeling

- 30 procent van de respondenten geeft aan dat de autoregeling het afgelopen jaar is aangepast (2011: 41 procent).
- In 90 procent van de gevallen betreft dit een aanscherping c.q. verzwaring van de condities.
- Hoe groter de bedrijfsomvang, hoe vaker de autoregeling het afgelopen jaar is aangepast.
- Meest genoemde maatregelen: beperking keuze (milieulabel, catalogusprijs, merken), invoeren eigen bijdrage.

Is de autoregeling binnen uw bedrijf het afgelopen jaar aangepast?



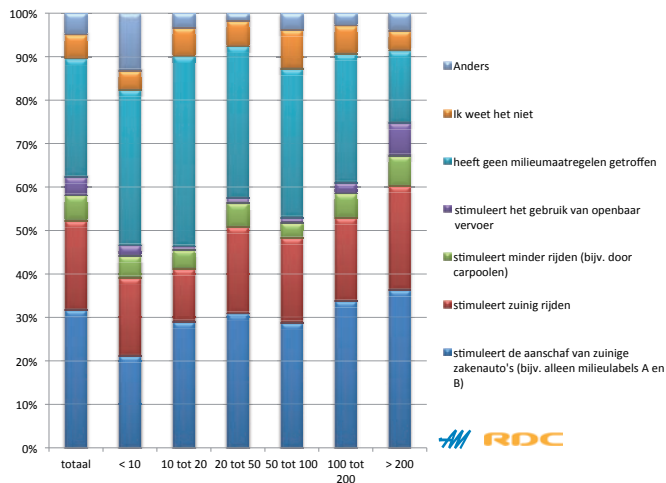
3.4.2 Maatregelen op het gebied van milieubesparing

- 70 procent van de werkgevers heeft maatregelen getroffen op het gebied van milieubesparing (gelijk aan 2011).
- Het stimuleren van de aanschaf van zuinige zakenauto's (32 procent) en het stimuleren van zuinig rijden (21 procent) zijn verreweg de belangrijkste maatregelen.
- Bij 52 procent van de zakelijke rijders stimuleert de werkgever de aanschaf van zuinige auto's en/of zuinig rijden. Bij de bestuurders van

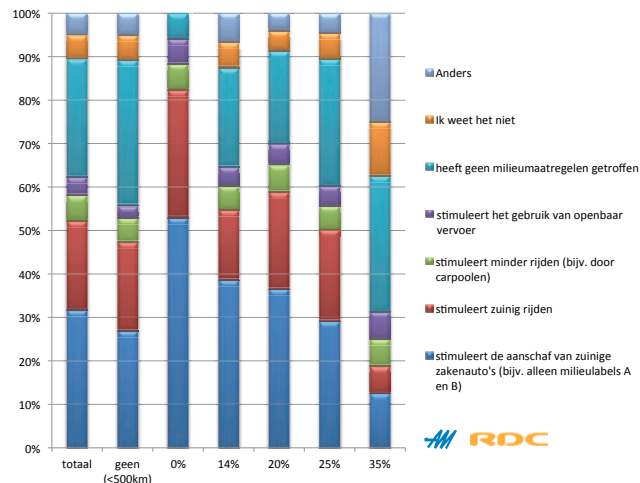
een 0%-, 14%- of 20%-bijtellingsauto ligt dit aandeel aanmerkelijk hoger (tot zelfs 83 procent).

- Opmerkelijk is dat bij een derde deel van de werkgevers van de bestuurders van een zakenauto die buiten de bijtelling wordt gehouden of met 25% bijtelling, **in het geheel géén milieumaatregelen** zijn getroffen.
- Hoe groter de bedrijven, hoe vaker milieumaatregelen zijn getroffen.

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



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



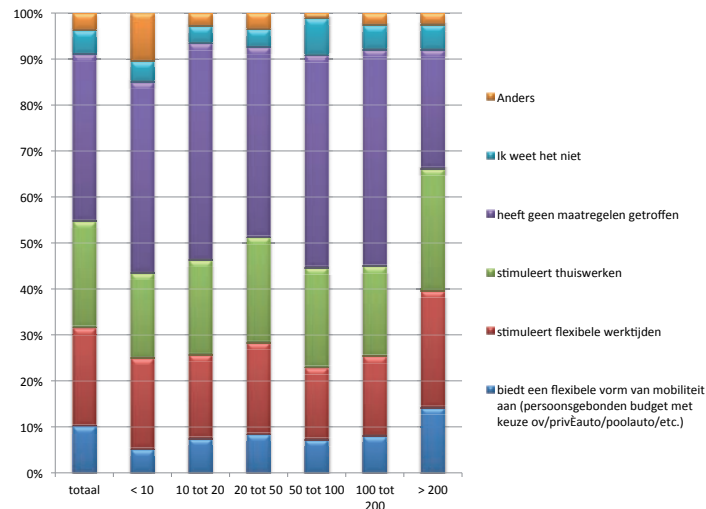
3.4.3 Maatregelen op het gebied van bereikbaarheid/mobiliteit

- 36 procent van de werkgevers heeft géén maatregelen getroffen op het gebied van bereikbaarheid / mobiliteit (2011: 35 procent)
- Vooral de grootste bedrijven (>200 werknemers) zijn actief in het ontwikkelen van beleid om milieubesparing en bereikbaarheid/mobiliteit te bevorderen.
- Belangrijkste maatregelen zijn: het stimuleren van flexibele werktijden en thuiswerken.

Conclusie

Niet alleen de overheid maar ook de werkgever vervult een belangrijke stimulerende rol bij de keuze voor zuinige auto's.

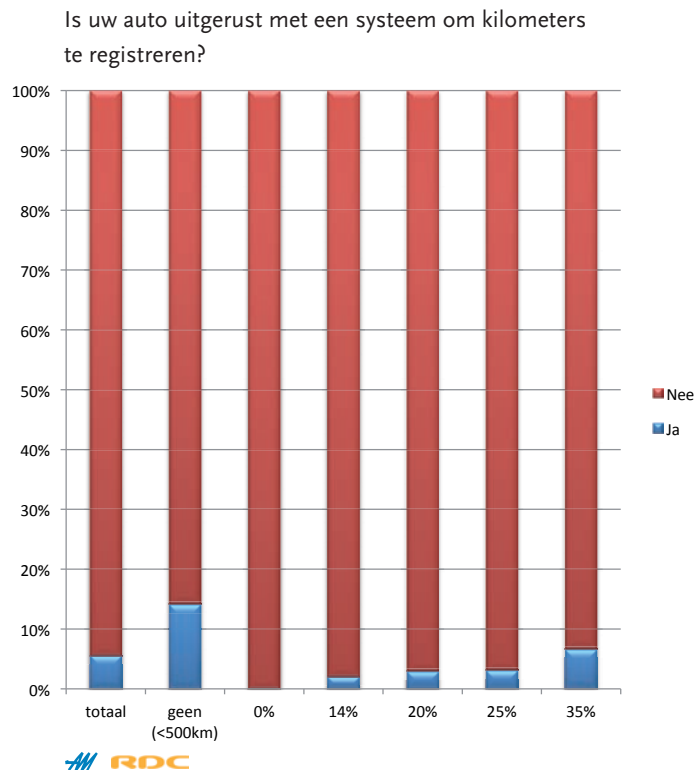
Welke maatregelen heeft uw werkgever/onderneming getroffen als het gaat om bereikbaarheid/mobiliteit?



RDC

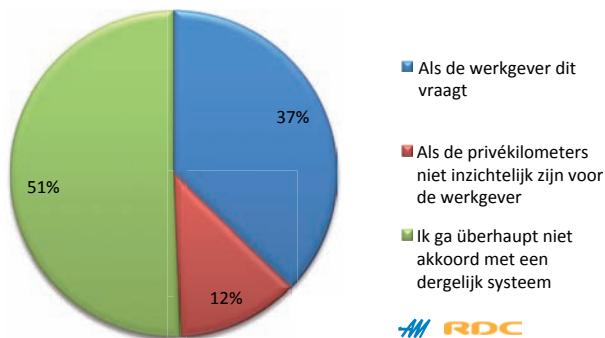
3.5 Rittenregistratiesystemen

- 6 procent van de zakenauto's is uitgerust met een systeem om kilometers te registreren. Dat lijkt weinig, maar ten opzichte van 2011 is er een toename van 50 procent (in 2011 was het 4 procent).
- Een dergelijk systeem is vooral populair bij de berijders (16 procent) die hun auto buiten de bijtelling houden oftevel: 16 procent van de berijders die een kilometeradministratie bijhoudt, doet dit nu met behulp van een registratiesysteem in de auto (was in 2011: 13 procent).
- In bijna de helft van de gevallen is een kilometerregistratiesysteem geïnstalleerd op initiatief van de werkgever. Een duidelijke toename t.o.v. vorig jaar (2011: 40 procent)
- Vooral bij kleine bedrijven (veel dure auto's, veel ondernemers, relatief vaak keuze om de zakenauto buiten de bijtelling te houden) is het eigen initiatief het hoogst (75 procent).

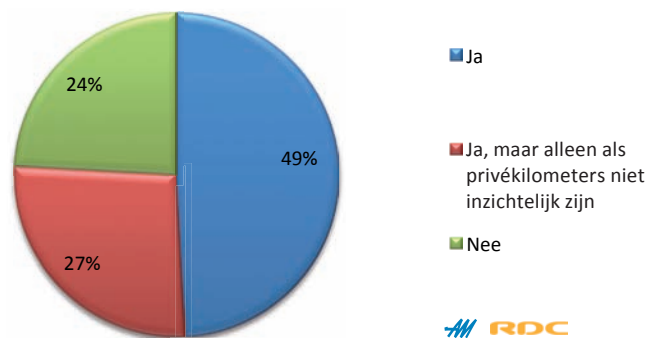


- De houding van de zakelijke rijder ten opzichte van kilometerregistratiesystemen is vrijwel onveranderd ten opzichte van 2011
- Berijders van een zakenauto staan niet erg positief tegenover de invoering van een kilometerregistratie systeem: 51 procent wijst dit resoluut af.
- De berijders zijn loyaal naar hun werkgever: indien de werkgever hierom verzoekt, gaat 37 procent akkoord met de invoering
- 12 procent gaat alleen akkoord als de privé-kilometers niet inzichtelijk zijn voor de werkgever.
- Niet geheel onverwacht staan de berijders die geen bijtelling betalen het minst negatief tegenover invoering.
- Het negatieve sentiment rondom de invoering van een kilometerregistratiesysteem wordt **aanmerkelijk positiever omgebogen** indien er een lagere bijtelling tegenover staat:
 - 24 procent blijft het afwijzen (2011: 25 procent).
 - 49 procent zegt ja tegen invoering (2011: 47 procent).
 - 27 procent zegt ja tegen invoering onder de voorwaarde dat de privé-kilometers niet inzichtelijk zijn voor de werkgever (2011: 28 procent).
- Ook hier vrijwel geen verandering ten opzichte van de scores in 2011.

Onder welke omstandigheden gaat u akkoord met een dergelijk systeem?



Gaat u akkoord met een kilometerregistratiesysteem als dit een lagere bijtelling oplevert?



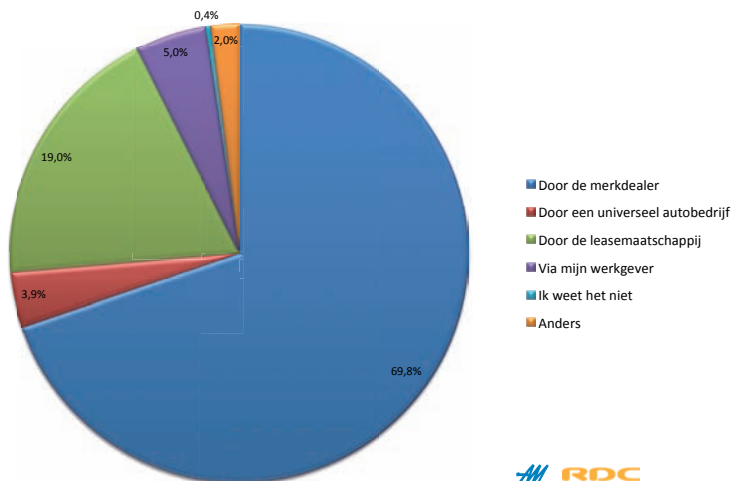
3.6 Sturing van onderhoud en reparaties

De laatste jaren is er steeds meer sprake van actieve sturing door leasemaatschappijen voor onderhoud en reparaties. Aan de respondenten is gevraagd in hoeverre men vrij is in de keuze voor het bedrijf waar onderhoud en reparatie worden uitgevoerd, hoe tevreden men is over de (opgelegde) keuze en wat de gemiddelde reistijd is.

3.6.1 Aflevering auto

Opvallend is dat 24 procent van de zakenauto's is afgeleverd via de werkgever (5 procent) of direct door de leasemaatschappij (19 procent).

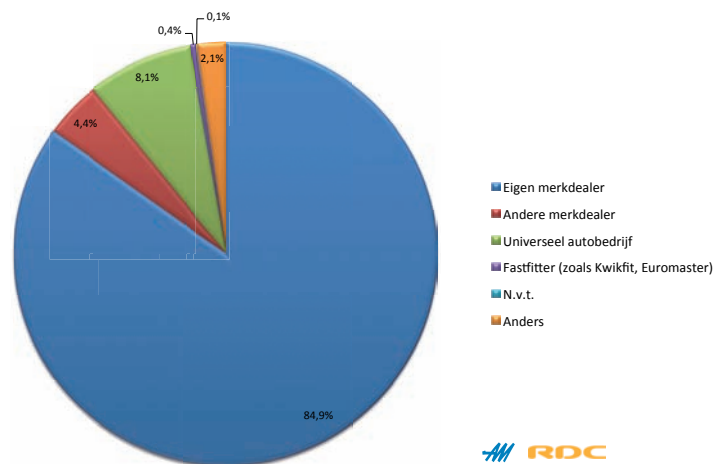
Door wat voor bedrijf is uw zakenauto AAN u afgeleverd?



3.6.2 Onderhoud

- In 85 procent van de gevallen wordt onderhoud uitgevoerd door de (eigen) merkdealer, het universele kanaal is met 8,1 procent vertegenwoordigd, fastfitters worden niet veel ingezet voor onderhoud.
- Tweederde van de respondenten kiest zelf het onderhoudsadres.

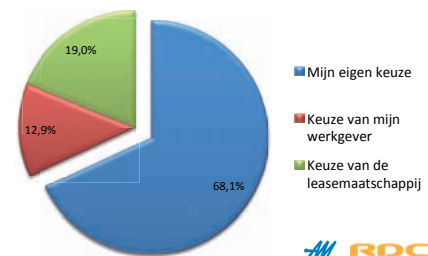
Waar laat u onderhoud aan uw zakenauto uitvoeren?



Voor bijna een derde deel wordt de keuze dus gemaakt (12,9 procent door de werkgever, 19,0 procent door leasemaatschappijen).

- De tevredenheid over deze opgelegde keuze **is overigens hoog**.
- De gemiddelde reistijd naar het onderhoudsadres is 12,6 minuten.

Wiens keuze is het om onderhoud hier te laten uitvoeren?



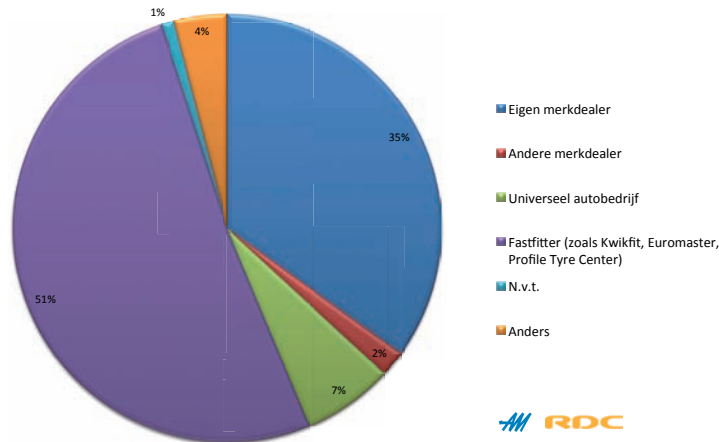
3.6.3 Reparatie

- Bij reparaties is op alle vlakken nagenoeg hetzelfde beeld als bij onderhoud zichtbaar.
- Gemiddelde reistijd: 12,7 minuten.

3.6.4 Banden

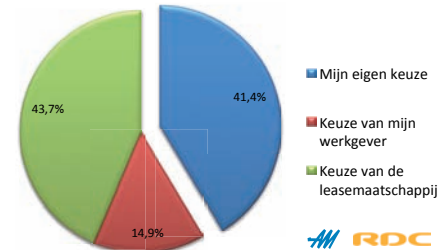
- Voor het vervangen en wisselen van banden wordt vooral gebruik gemaakt van de specialist: 51 procent gaat naar de fastfitter.

Waar laat u het vervangen en wisselen van banden aan uw zakenauto uitvoeren?



- De merkdealer mag in 35 procent van de gevallen banden vervangen en wisselen.
- De sturing is bij banden toegenomen tot bijna 60 procent (43,7 procent door de leasemaatschappij).
- De tevredenheid over de locatie bij verplichte sturing is niet slecht, maar **minder uitgesproken positief** dan bij onderhoud en reparatie.
- Gemiddelde reistijd: 12,4 minuten .

Wiens keuze is het om het vervangen en wisselen van banden hier te laten uitvoeren?

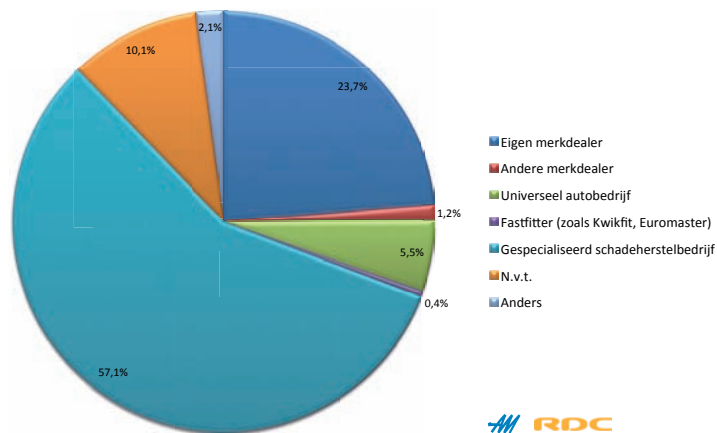


3.6.5 Schadereparatie

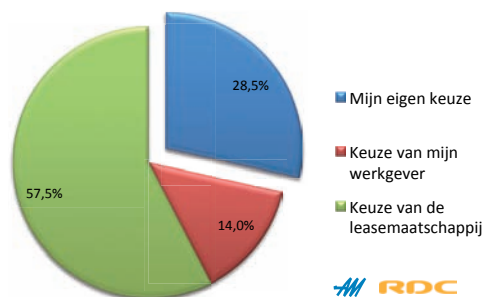
- Nog meer dan bij banden, is schadeherstel het domein van de specialist: 57 procent gaat naar de fastfitter.
- De merkdealer speelt in 24 procent van de gevallen nog een rol.
- Sturing: in totaal meer dan 70 procent - 57,5 procent door lease-maatschappijen en 14 procent door werkgevers.

- De tevredenheid over de locatie bij verplichte sturing van schadeherstel is **iets beter dan bij banden**.
- Gemiddelde reistijd: 14,6 minuten.

Waar laat u schadeherstel aan uw zakenauto uitvoeren?



Wiens keuze is het om schadeherstel hier te laten uitvoeren?



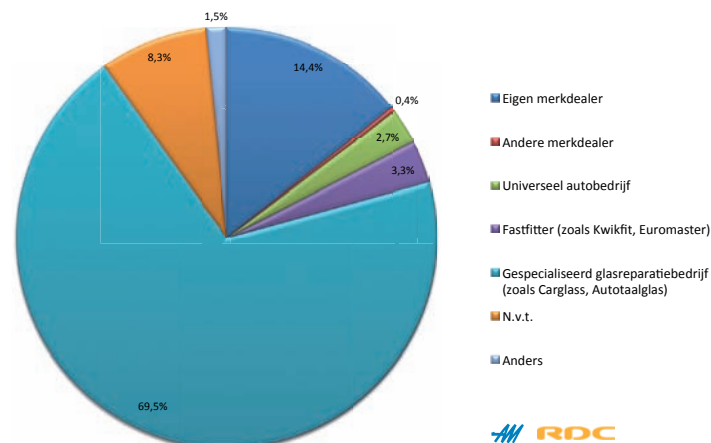
3.6.6 Ruitreparatie

- Glasreparatie wordt voor 69,5 procent uitgevoerd door de specialist
- 14,4 procent komt nog terecht bij de merkdealer.
- De keuze is sterk gestuurd: in totaal circa 70 procent (waarvan 56 procent door leasemaatschappijen).
- De tevredenheid over de locatie bij verplichte sturing van schadeherstel ligt **op een hoog niveau**.
- Gemiddelde reistijd: 11,0 minuten.

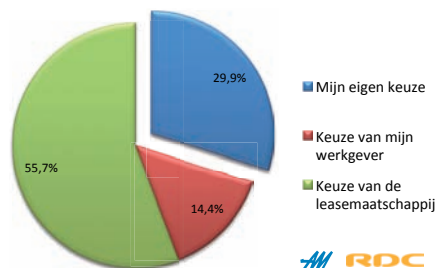
3.6.7 Conclusie sturing van onderhoud en reparaties:

Sturing door leasemaatschappijen wordt een substantieel fenomeen. Ondanks de beperking in keuzevrijheid, zijn berijders daarover **in het algemeen tevreden**. De dealer speelt nu nog een belangrijke rol voor onderhoud en reparaties. Andere dienstverlening wordt vooral uitbesteed aan specialisten. Opvallend is dat de leasemaatschappijen twintig procent van de lease-auto's direct (zelf) afleveren. Wil men zo de grip op de berijder vergroten en/of de dealer buitenspel zetten?

Waar laat u glas/ruitreparaties aan uw zakenauto uitvoeren?



Wiens keuze is het om glas/ruitreparaties hier te laten uitvoeren?



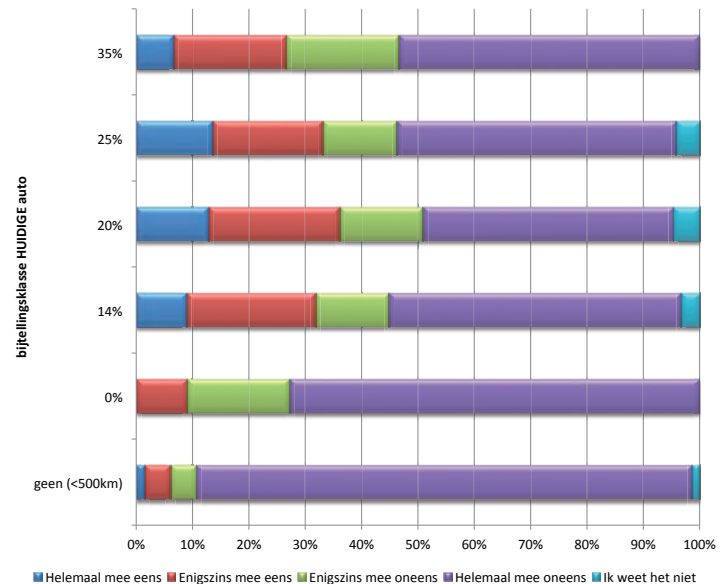
3.7 Houding ten opzichte van de voorgenomen fiscale maatregelen

De fiscale maatregelen uit het lente-akkoord kunnen grote invloed hebben op de zakelijke rijder. Veel politieke partijen staan niet meer achter de voorgenomen maatregelen, invoering is dus onzeker. Op het moment van onderzoek (juni/juli 2012) en analyse (begin september 2012) was hierover nog niets definitief bekend.

3.7.1 Wat vindt de zakelijke rijder van de voorgenomen fiscale maatregelen?

Zeven van de tien rijders zijn het oneens met de voorgestelde fiscale maatregelen van het lente-akkoord. Het is niet verwonderlijk dat zelfs 89 procent van de rijders die hun auto buiten de bijtelling houden het oneens zijn met de maatregelen. Wel bijzonder is dat een aanzienlijk deel van de rijders die wél bijtelling betalen, de maatregelen ondersteunen (resp. 32 procent van de 14%-categorie, 36 procent van de 20%-categorie en 33 procent van de 25%-categorie). Voor hen hebben de maatregelen geen persoonlijke financiële consequenties.

Wat vindt u van de voorgestelde fiscale maatregelen?

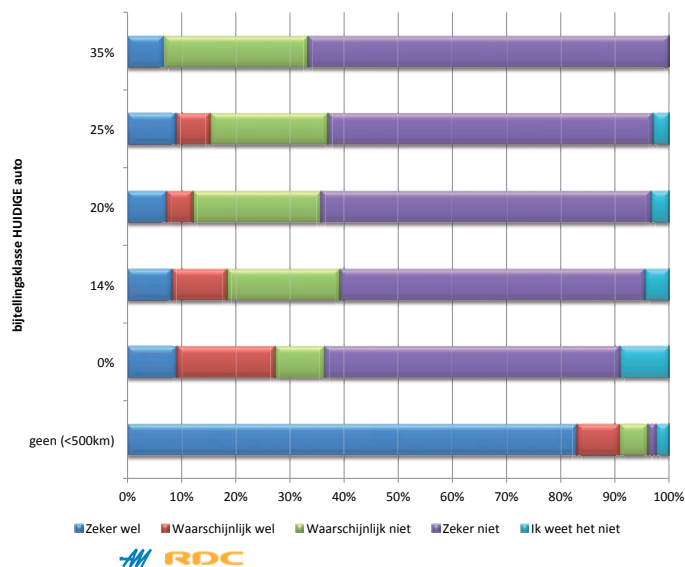


RDC

3.7.2 Persoonlijke financiële consequenties

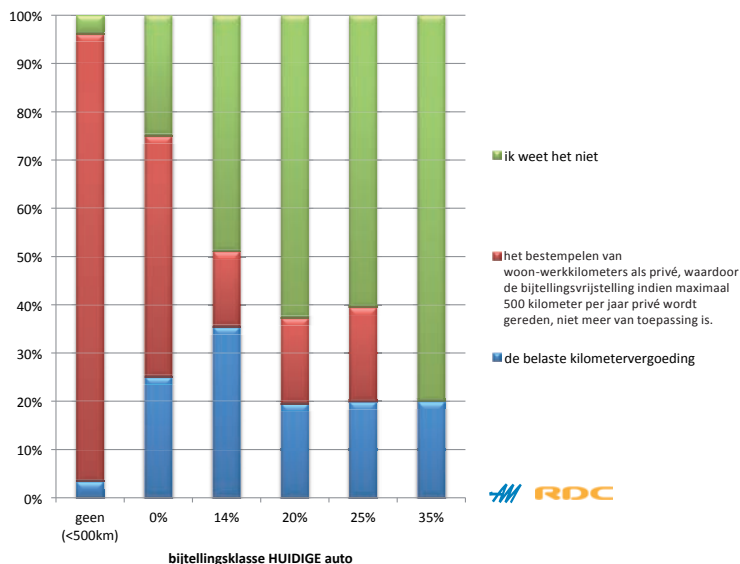
- De zakelijke rijder die zijn auto buiten de bijtelling houdt, is over het algemeen goed geïnformeerd over de fiscale maatregelen en/of die persoonlijke financiële consequenties zullen hebben.
- Er is relatief veel onwetendheid (en onzekerheid) bij de 0%- en 14%-bijtellers over de impact van de maatregelen op hun eigen situatie.

Verwacht u dat invoering van deze maatregelen voor u persoonlijk financiële consequenties heeft?



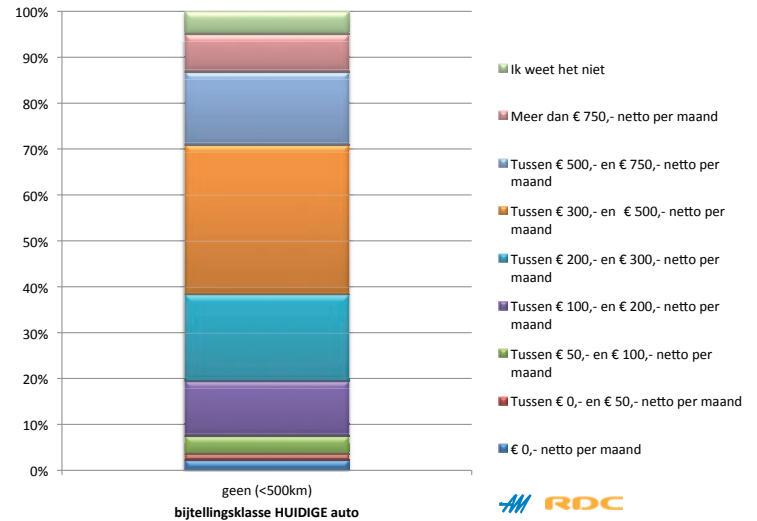
- Bij doorvragen welke fiscale maatregel nou precies leidt tot persoonlijke financiële consequenties, blijkt dat veel respondenten moeite hebben dit goed aan te geven.
- Verreweg de meeste rijders die hun auto buiten de bijtelling houden (>90%) kunnen uitstekend de vinger op de zere plek leggen
- Voor rijders die nu volledige bijtelling betalen, verandert er in de praktijk niets: toch zijn de betreffende respondenten daar niet zo zeker van.

De financiële consequenties voor mij persoonlijk hebben betrekking op:



- Gemiddeld verwacht de zakelijke rijder dat invoering van de fiscale maatregelen een **netto** maandlast betekent van 207 euro.
- De bestuurders die hun zakenauto nu buiten de bijtelling houden, krijgen de hoogste lasten voor hun kiezen:
 - Gemiddeld schat deze groep de kosten in op 380 euro netto per maand.
 - 24% schat de kosten zelfs hoger in dan 500 euro netto per maand.
- Op basis van autobezit, lijken dit heel realistische inschattingen.

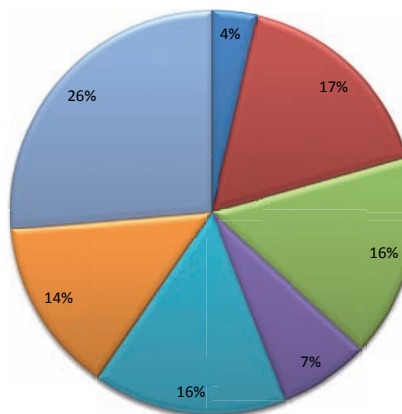
Hoeveel verwacht u dat dit u gaat kosten (netto in euro's per maand)?



3.7.3 Hoe gaat de zakelijke rijder reageren?

- 36 procent van de rijders die hun auto buiten de bijtelling houden, accepteert de hogere inkomstenbelasting.
- De meesten verwachten dan wel meer (of zelfs alle) privé-kilometers met deze zakenauto te rijden.
- 7 procent hevelt het eigendom van de zakenauto over naar privé (dat betreft dan ondernemers).
- 26 procent kiest voor categorie 'anders'. In de open antwoorden is het volgende patroon te ontdekken:
 - Uiting van boosheid en verontwaardiging dat niet-privégebruik toch wordt belast.
 - Huidige zakenauto verkopen met veel verlies.
 - De zakenauto op het terrein van de werkgever laten staan en een goedkoper alternatief voor woon-werkverkeer kiezen.
 - Bij thuiswerkers: proberen de officiële standplaats te veranderen in 'home-office'.
 - Stoppen met de leaseauto.
- 14 procent weet het nog niet.
- Er is een consistent beeld bij uitsplitsing naar bedrijfsgrootte.

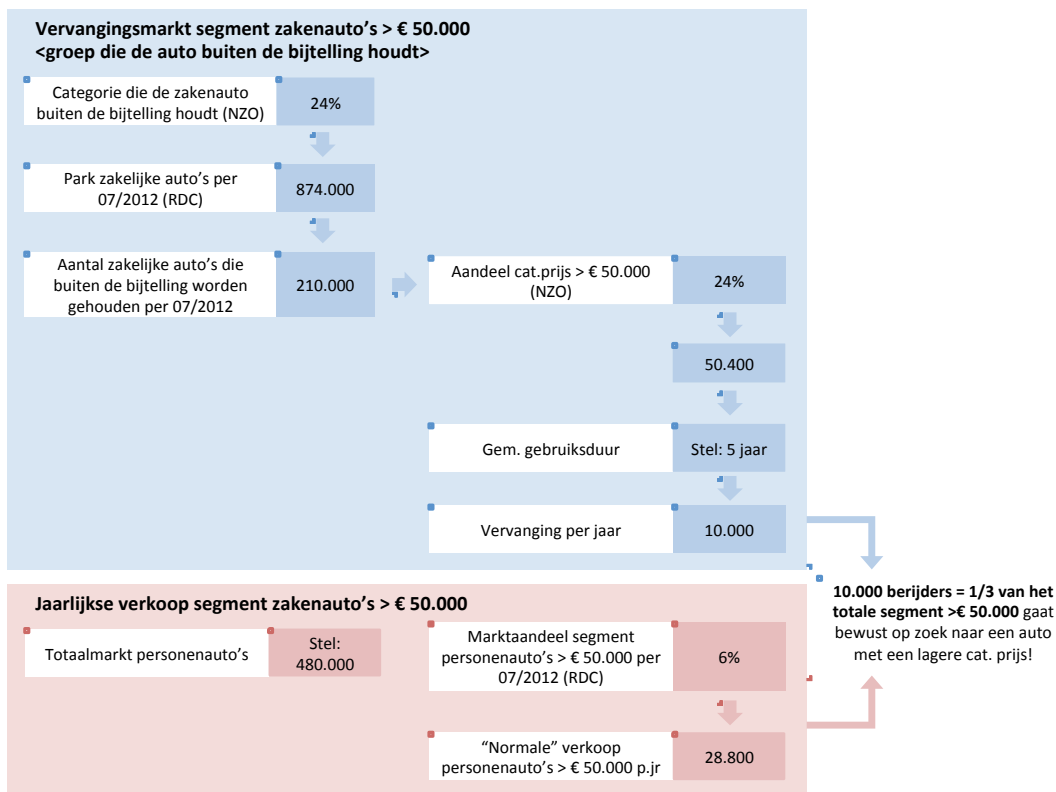
Wat gaat u naar alle waarschijnlijkheid doen? - Groep die nu de zakenauto buiten de bijtelling houdt



- Niets, ik accepteer de hogere inkomstenbelasting als gevolg van de hogere bijtelling en ga niet méér privé-kilometers in de zakenauto rijden
- Ik accepteer de hogere inkomstenbelasting als gevolg van de hogere bijtelling en ga meer privékilometers in de zakenauto rijden
- Ik accepteer de hogere inkomstenbelasting als gevolg van de hogere bijtelling en ga (alle) privékilometers in de zakenauto rijden waardoor de privé-auto overbodig wordt
- Het eigendom van de zakelijke auto "overhevelen" naar privé waardoor alle kosten weliswaar voor rekening van privé komen, maar ik geen bijtelling hoef te betalen
- De huidige zakenauto inwisselen voor een andere auto met een lagere catalogusprijs
- Ik weet het niet

3.7.4 Invoering van de belastingmaatregelen heeft grote impact op de verkopen in het duurdere segment

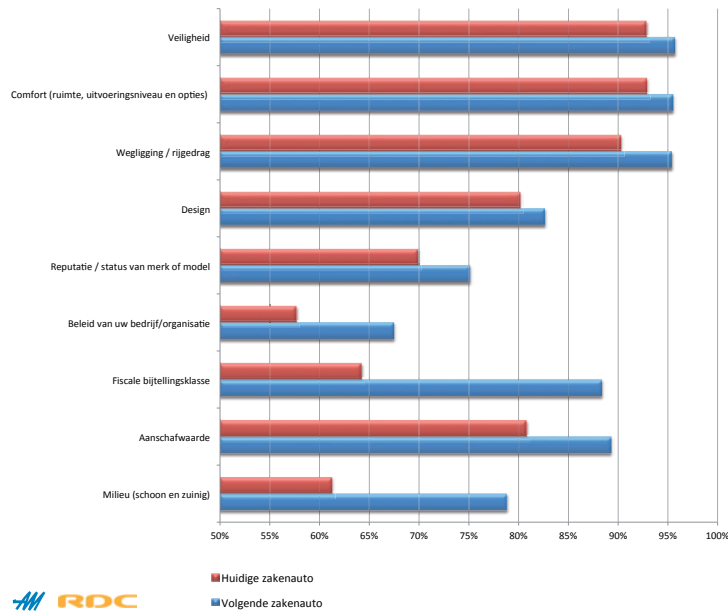
De groep bestuurders die hun zakenauto buiten de bijtelling houdt bestaat in totaal uit circa 210 duizend personen / zakenauto's. Deze groep heeft, relatief gezien, de beschikking over de duurste auto's. Het bestempelen van woon-werkverkeer als privékilometers heeft tot gevolg dat veel van deze bestuurders op zoek gaan naar een goedkoper alternatief. Een dergelijke verandering heeft dan direct grote impact op de marktverhoudingen en de afzetmogelijkheden. Voor het segment personenauto's vanaf vijftig mille betekent dit bijvoorbeeld dat alleen door invoering van deze belastingmaatregel, eenderde van de jaarlijkse afzet van bijna dertigduizend eenheden onder druk komt te staan. Hiernaast is een concreet voorbeeld uitgewerkt op basis van de resultaten van het NZO 2012 en marktdata van RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Statistiek.



3.8 Invloedfactoren keuze voor de volgende auto

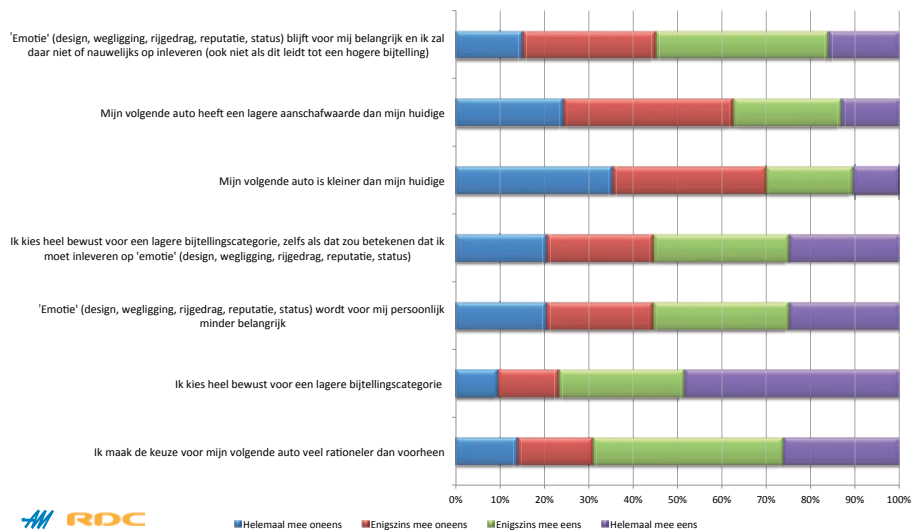
- Als men nu voor de keuze zou staan om een volgende zakenauto aan te schaffen / te leasen, worden **alle invloedfactoren belangrijker** gevonden dan ze waren bij de aanschaf van de huidige zakenauto
- Van de rationele factoren is aanschafwaarde de belangrijkste, en die is ook nog iets in belang toegenomen. Berijders van een 0%-bijtellingsauto vinden overigens aanschafwaarde veel minder belangrijk. Fiscaal heeft dit voor hen ook geen gevolgen.
- Milieu en fiscale bijtellingsklasse zijn sterk in belang toegenomen; vooral de berijders die hun auto nu buiten de bijtelling houden zijn steeds gevoeliger voor de factor fiscale bijtellingsklasse.
- Design wordt het belangrijkste gevonden door berijders van een 0%-bijtellingsauto. Als men een statement wil maken is dat niet alleen gebaseerd op milieuvriendelijkheid van de auto maar blijkbaar **ook op het design**. Vrije interpretatie: sterk design is een compenserende factor voor de keuze voor een elektrische auto of een plug-in hybride auto.
- Het beleid van de werkgever speelt (volgens de berijder) een relatief geringe rol - maar dit belang zal naar verwachting wel toenemen.
- Maar dat neemt niet weg dat álle emotionele factoren zeer hoog scoren en zelfs in belangrijkheid zijn gestegen.
- Ten opzichte van 2011 is het beeld niet veranderd, wel is duidelijk dat op de rationele factoren veel hoger wordt gescoord. En, heel opvallend, dat **reputatie/status belangrijker** wordt gevonden.

Mate waarin onderstaande factoren belangrijk zijn voor de keuze van de zakenauto:

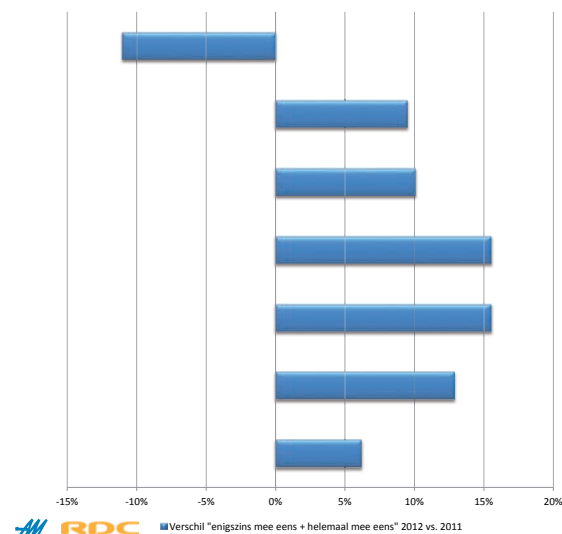


Trendbreuk: De zakelijke rijder is bereid in te leveren ten gunste van een lagere bijtelling

In hoeverre zijn de volgende stellingen op u van toepassing? NZO 2012



In hoeverre zijn de volgende stellingen op u van toepassing? -> verschil NZO 2012 versus NZO 2011



- 69 procent van de rijders geeft aan dat ze de keuze voor hun volgende auto veel rationeler maken dan voorheen, een stijging van 6 procent ten opzichte van 2011.

- 77 procent kiest **heel bewust** voor een lagere bijtellingscategorie. Een stevige toename ten opzichte van 2011 (was: 64 procent). De toename wordt vooral veroorzaakt door rijders die nu (nog) een

hoge bijtelling betalen of hun auto buiten de bijtelling houden.

- Ten opzichte van vorig jaar zijn meer respondenten het eens met de stelling dat 'emotie' minder belangrijk wordt.
- 56 procent van de respondenten (was in 2011: 40 procent) kiest heel bewust voor een lagere bijtellingcategorie en is bereid daarvoor **een offer te brengen** door middel van het inleveren op 'emotie' (design, wegligging, rijgedrag, reputatie, status).
- Deze bereidheid is het grootst bij de huidige bestuurders van een zeer zuinige 0%-auto (92 procent) en 14%-auto (75 procent).
- Bij de 25%-bijtellingrijders is 57 procent niet bereid in te leveren op emotie. Voor bestuurders die hun auto buiten de bijtelling houden is dit percentage 36 procent. Dat is een **enorme verandering** ten opzichte van het NZO 2011: toen gaf 70 procent van beide groepen aan **niet bereid** te zijn op emotie in te leveren.
- Downsizing steeds meer geaccepteerd: 30 procent van de bestuurders gaat ervan uit dat de volgende auto kleiner zal zijn dan de huidige (dat was in 2011 nog 20 procent).
- Vooral de bestuurders die hun auto nu buiten de bijtelling houden en bestuurders van een 0%-bijtellingsauto, onderschrijven de stelling dat de volgende auto kleiner is dan de huidige.
- 62 procent van alle bestuurders denkt niet dat de volgende auto een lagere aanschafwaarde heeft dan de huidige (was in 2011: 72 procent).
- Opvallend is dat de bestuurders van de duurste auto's (geen bijtelling,

0% en 25% bijtelling) **het vaakst** van mening zijn dat de volgende auto goedkoper zal zijn dan de huidige.

- Overall is 45% **niet** bereid in te leveren op emotie (was in 2011 nog 66 procent). Dus, **de meerderheid** van alle respondenten is inmiddels wél bereid in te leveren op emotie.
- Vooral de 14%-bijtellingscategorie en de niet-bijtellers zijn bereid in te leveren op emotie.



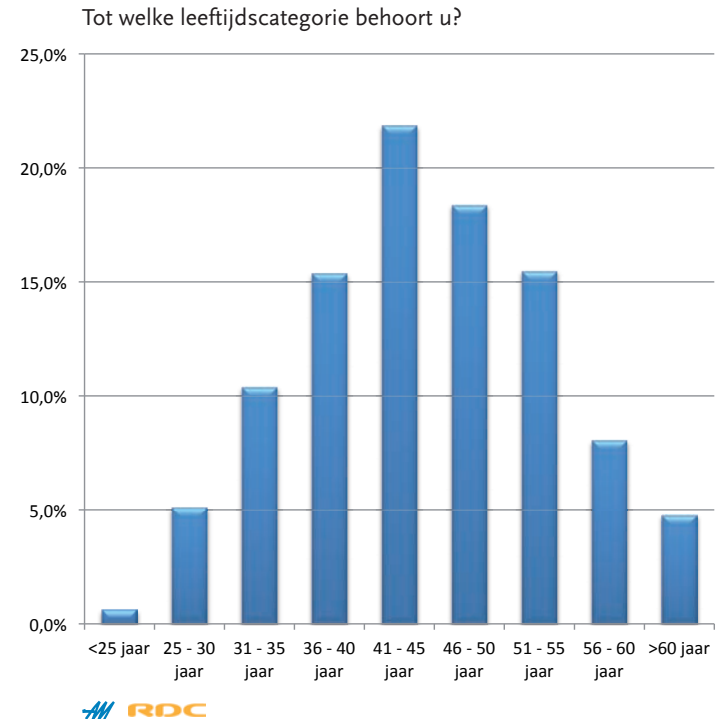
3.9 Persoonlijke kenmerken van de zakelijke rijder

3.9.1 Geslacht

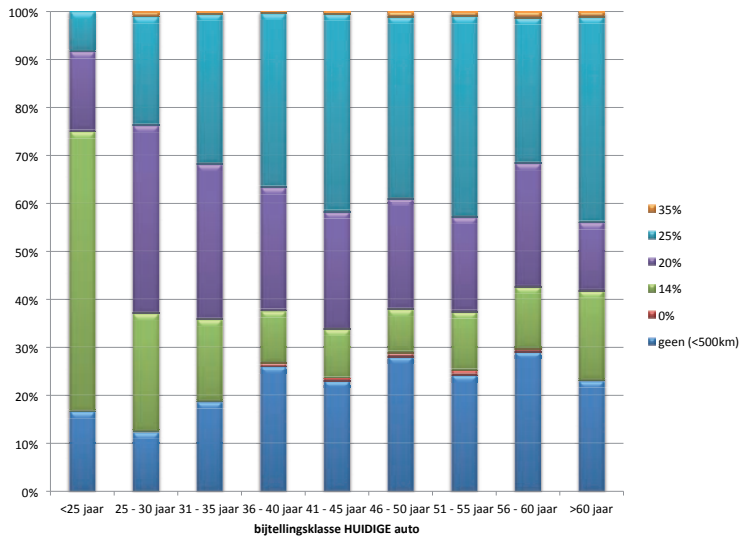
- Het aantal mannen dat heeft deelgenomen aan dit onderzoek is met 95 procent relatief hoog.
- In de 14%-bijtellingscategorie zijn relatief meer vrouwen vertegenwoordigd.

3.9.2 Leeftijdsopbouw

- Komt verstand met de jaren? Indien gekeken wordt naar segment en bijtellingsklasse, blijkt er in ieder geval een duidelijke relatie te bestaan tussen leeftijd c.q. levensfase en autokeuze.
- Er is sprake van een normale leeftijdsopbouw.
- De groep die de auto buiten de bijtelling houdt en de 25%-bijtellers zijn relatief wat ouder.
- De 0%-bijtellingsauto kent relatief gezien **de oudste berijders**.
- De berijders van een auto met 14% en 20% bijtelling zijn relatief wat jonger.



Bijtellingsklasse t.o.v. leeftijdscategorie

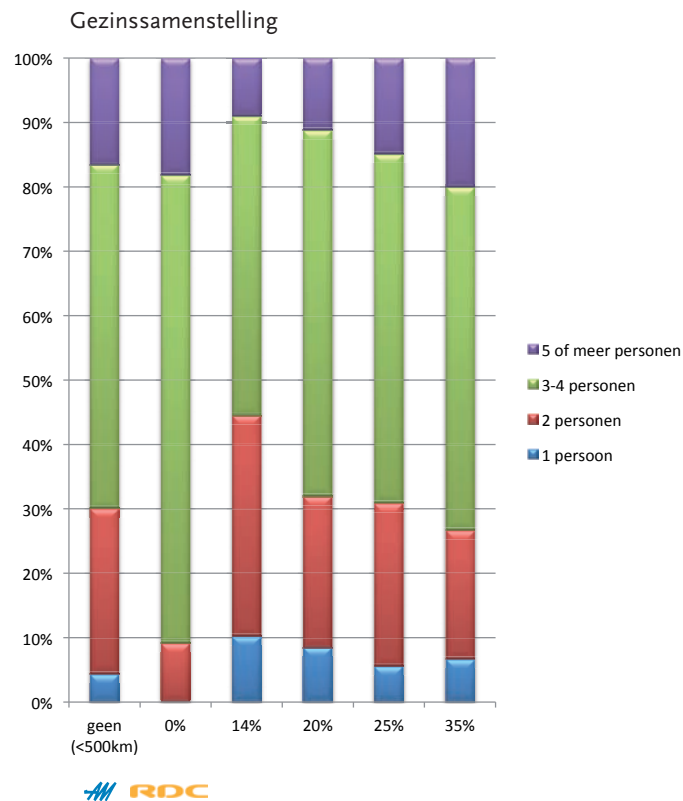
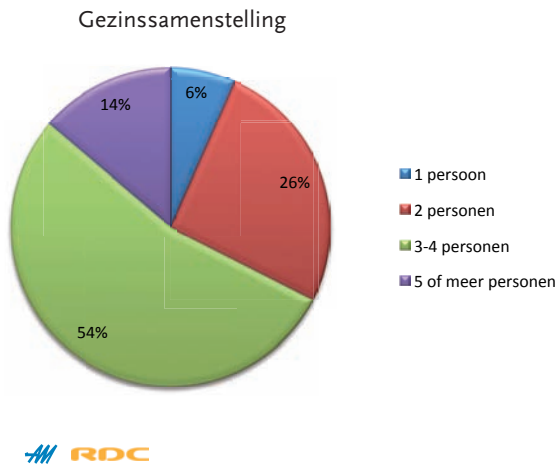


RDC



3.9.3 Gezinsamenstelling

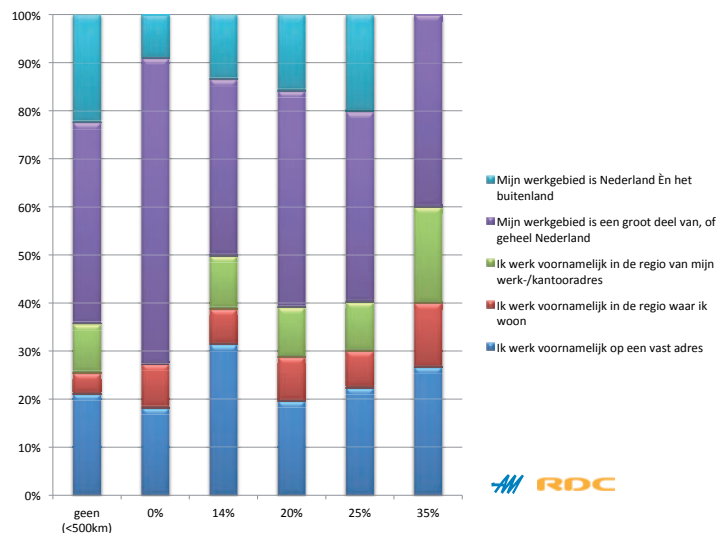
- Twee derde deel van de respondenten heeft een gezin met meer dan drie personen.
- Gezinnen zijn het minst vertegenwoordigd bij de berijders van een 14%-auto.



3.9.4 Ambulantheid van de functie

- **Bijna een kwart** van de zakelijke rijders werkt voornamelijk op een vast adres.
- Voor zes van de tien berijders is het werkgebied een groot deel van Nederland of zelfs het buitenland.
- Berijders van een 14%-bijtellingsauto gebruiken de auto relatief het vaakst regionaal of voor woon-werkverkeer.
- Het is niet verrassend dat berijders die hun auto buiten de bijtelling houden én berijders van 25%-bijtellingsauto's, de meest ambulante functies hebben.
- Wél **opvallend is** dat dit ook geldt voor 0%-bijtellingsauto's.

Hoe ambulant is uw functie?

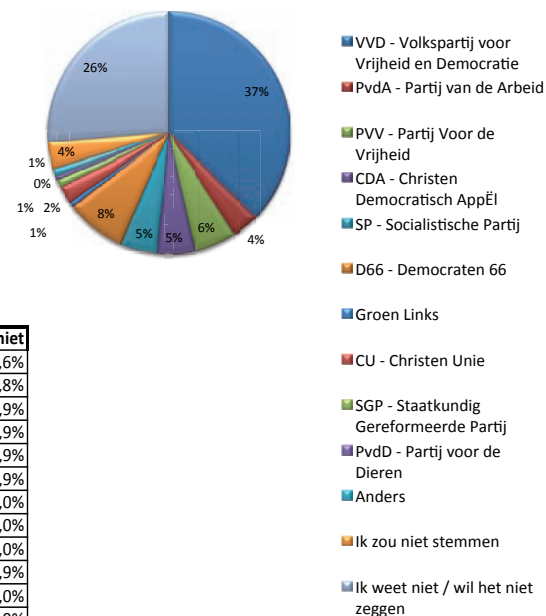


RDC

3.9.5 Politieke voorkeur

- De zakelijke rijder sorteert politiek gezien rechts voor.
- In het algemeen is er een sterke voorkeur voor de VVD: 37,3% kiest voor de VVD, gecorrigeerd voor de categorie “weet niet” komt het totaal zelfs op 50,5%!
- Kiezers van een zuinige auto neigen (naast VVD) meer naar D66 en PvdA.
- Berijders die hun auto buiten de bijtelling houden stemmen relatief het vaakst op de PVV.

Als er nu Tweede Kamerverkiezingen zouden worden gehouden, op welke partij zou u dan stemmen?

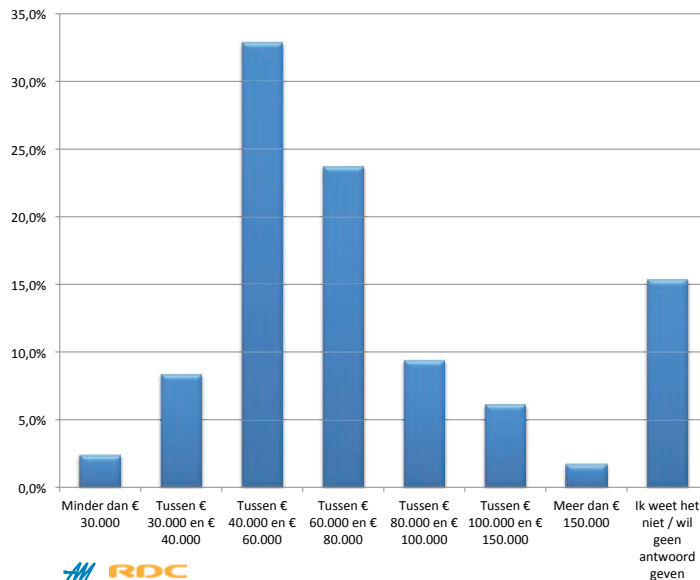


	totaal	(<500km)	0%	14%	20%	25%	35%	weet niet
VVD - Volkspartij voor Vrijheid en Democratie	37,3%	35,7%	45,5%	29,8%	35,5%	42,6%	33,3%	17,6%
PvdA - Partij van de Arbeid	3,6%	2,8%	18,2%	5,3%	2,7%	3,7%	0,0%	11,8%
PVV - Partij Voor de Vrijheid	5,7%	9,4%	0,0%	5,3%	5,1%	3,7%	13,3%	5,9%
CDA - Christen Democratisch Appèl	4,9%	4,1%	0,0%	4,1%	5,5%	5,4%	6,7%	5,9%
SP - Socialistische Partij	5,0%	5,4%	0,0%	4,5%	5,3%	4,7%	6,7%	5,9%
D66 - Democraten 66	8,0%	3,9%	18,2%	11,4%	11,2%	7,5%	0,0%	5,9%
Groen Links	0,7%	0,4%	0,0%	1,6%	0,8%	0,4%	0,0%	0,0%
CU - Christen Unie	2,3%	1,3%	9,1%	2,0%	3,0%	2,7%	0,0%	0,0%
SGP - Staatkundig Gereformeerde Partij	1,1%	2,2%	0,0%	0,8%	0,4%	1,0%	0,0%	0,0%
PvdD - Partij voor de Dieren	0,5%	0,7%	0,0%	0,4%	0,6%	0,3%	0,0%	5,9%
Anders	1,0%	1,1%	0,0%	1,6%	0,8%	0,8%	0,0%	0,0%
Ik zou niet stemmen	3,7%	4,4%	0,0%	3,3%	4,2%	3,1%	0,0%	5,9%
Ik weet niet / wil het niet zeggen	26,2%	28,5%	9,1%	29,8%	24,7%	24,1%	40,0%	35,3%

3.9.6 Bruto jaarinkomen

- Het gemiddelde bruto inkomen is 56 duizend euro.
- De hoogste inkomens bij de categorieën geen bijtelling, 0% en 25%.
- De laagste inkomens bij 14% en 35% .

Wat is uw bruto jaarinkomen?



 RDC



De grootste groep bestuurders van een zakenauto heeft een inkomen tussen veertigduizend en zestigduizend euro.

3.10 Loyaliteit en attractiviteit

3.10.1 Inleiding

De attractiviteit van automerken onder de zakenautoberijders en hun loyaliteit voor hun huidige merk, zijn van grote betekenis voor de marktaandeelen van die merken in de zakelijke markt. Verder: welke voorkeur heeft de zakelijke autorijder mbt segment en bijtellingsklasse?

3.10.2 Loyaliteit ten opzichte van het merk

- Ten opzichte van 2011 is een aantal posities stevig veranderd.
- De loyaliteitscijfers van vrijwel alle merken zijn lager dan vorig jaar.
- De berijders van de premium merken zijn **het meest loyaal** aan hun merk.

3.10.3 Loyaliteit ten opzichte van het segment

- Het C- en D-segment zijn de grootste segmenten met de meest trouwe berijders.
- Meer C-segmentrijders dan vorig jaar blijven het C-segment trouw.
- Minder SUV-rijders dan vorig jaar zullen voor de volgende auto opnieuw een SUV kiezen.
- Het D-segment profiteert van instroom vanuit E, G, en MPV en SUV segmenten.
- Het G-segment zal groeien (en dat heeft alles te maken met een toegenomen aanbod coupés als de Audi A5).
- Veel rijders verlaten segment A-Small en B-City.

Mijn volgende auto heeft hetzelfde merk als mijn huidige auto

1 BMW	68,8%	11 Ford	42,2%
2 Volvo	55,5%	12 Mazda	40,9%
3 Lexus	55,0%	13 Volkswagen	40,8%
4 Audi	52,3%	14 Kia	38,1%
5 Mercedes-Benz	51,7%	15 Alfa Romeo	37,9%
6 Suzuki	50,0%	16 Opel	37,4%
7 Skoda	47,4%	17 Citroën	35,4%
8 Toyota	45,0%	18 Nissan	35,3%
9 Peugeot	42,2%	19 Hyundai	31,8%
10 Renault	42,2%	20 Seat	19,8%

	Segment huidige zakenauto										totaal	
	A - Small	B - City	C - Lower family	D - Upper family	E - Executive	G - Lower sports	J - Medium MPV	K - Upper MPV	L - Lower Utility	M - Upper Utility		
Segment volgende zakenauto												
A - Small	16,7%	1,5%	0,0%	0,6%	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	O
B - City	41,7%	36,8%	3,0%	1,7%	1,3%	0,0%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	5,8%	-
C - Lower family	33,3%	41,9%	61,2%	15,8%	10,0%	2,9%	27,7%	7,1%	17,7%	0,0%	31,9%	+
D - Upper family	8,3%	14,0%	27,4%	67,1%	25,0%	40,0%	22,3%	28,6%	17,7%	8,7%	37,0%	+
E - Executive	0,0%	0,7%	0,7%	4,5%	47,5%	11,4%	3,6%	14,3%	6,5%	21,7%	5,9%	O
G - Lower sports	0,0%	0,7%	0,9%	3,2%	7,5%	34,3%	0,0%	0,0%	1,6%	4,3%	2,8%	+
J - Medium MPV	0,0%	2,2%	2,8%	1,5%	0,0%	0,0%	38,4%	7,1%	0,0%	0,0%	4,7%	-
K - Upper MPV	0,0%	0,0%	1,2%	0,4%	1,3%	0,0%	0,9%	42,9%	0,0%	0,0%	1,1%	O
L - Lower Utility	0,0%	1,5%	2,1%	3,2%	1,3%	0,0%	5,4%	0,0%	45,2%	0,0%	4,4%	O
M - Upper Utility	0,0%	0,0%	0,5%	1,3%	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	9,7%	60,9%	2,4%	+
% van totaal	0,8%	9,3%	29,3%	31,5%	5,5%	2,4%	7,6%	1,0%	4,2%	1,6%	100,0%	

3.10.4 Loyaliteit ten opzichte van de bijtellingscategorie

- Berijders die bewust voor een lage bijtelling hebben gekozen, zullen bij de keuze voor de volgende auto **opnieuw** lage bijtelling als belangrijke randvoorwaarde meenemen.
- Op basis van de huidige wensen en intenties van zakelijke rijders zullen de bijtellingscategorieën 0%, 14% en 20% **sterk** in omvang

toenemen. Driekwart van de berijders die nu 25% bijtelling betalen, gaan een auto in een lagere bijtellingscategorie kiezen of weten het nog niet.

- Het aandeel youngtimers waarvoor 35 procent van de dagwaarde moet worden bijgeteld, zal niet spectaculair toenemen of afnemen.

		Hoeveel procent fiscale bijtelling betaalt u in 2012 voor uw zakenauto?							
Als u nu uw volgende auto mag kiezen, voor welke bijtellingscategorie zou u dan kiezen?		geen (<500km)	0%	14%	20%	25%	35%	totaal	
0%	21,6%	81,8%	16,7%	4,7%	7,5%	13,3%	11,8%	++	
14%	21,0%	9,1%	56,3%	12,3%	14,6%	0,0%	20,6%	++	
20%	27,9%	0,0%	19,2%	75,7%	41,8%	13,3%	43,4%	++	
25%	6,6%	0,0%	2,0%	3,4%	24,9%	0,0%	11,9%	--	
35%	2,4%	0,0%	0,4%	0,2%	0,6%	53,3%	1,3%	O	
weet niet	20,5%	9,1%	5,3%	3,8%	10,6%	20,0%	11,0%		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
		23,8%	0,6%	12,7%	24,6%	36,7%	0,8%	0,9%	

3.10.5 Attractiviteit

Uit de beantwoording van de vraag 'Wat is het merk van uw volgende auto?', is af te leiden hoe attractief dit merk op dit moment is voor de zakelijke rijder. De attractiviteitsindex kan een belangrijke indicatie zijn voor de ontwikkeling van het marktaandeel van het merk in de zakelijke markt. De attractiviteitsindex van het NZO 2011 blijkt een betrouwbare voorspellende waarde te hebben gehad voor de ontwikkeling van de werkelijk gereali-seerde marktaandelen in 2012.

De merken Dodge, Citroën, Fiat, Ford, Honda, Mini, Mitsubishi, Nissan, Peugeot, Seat, Skoda en Volkswagen scoren positief. Deze merken worden aantrekkelijk gevonden en de verwachting is dat het marktaandeel van deze merken in de zakelijke markt zal toenemen.

De merken Audi, BMW, Hyundai, Lexus en Mazda scoren negatief. Dat betekent dat er op dit moment onvoldoende voorkeur voor deze merken is om een groei te rechtvaardigen. Modelintroducties en reclamecampagnes kunnen het beeld uiteraard beïnvloeden. Opmerkelijk is dat Audi en BMW vorig jaar een enorm hoge attractiviteitsindex scoorden. De marktpositie van deze merken heeft zich het afgelopen jaar positief ontwikkeld. Blijkbaar spelen er nu andere factoren mee bij de keuze, waardoor verdere groei lastig lijkt.

	Het merk van mijn huidige zakenauto is:	Het merk van mijn volgende zakenauto is:	Attractiviteitsindex	
Alfa Romeo	1,3%	1,5%	112	O
Audi	8,4%	7,8%	93	-
BMW	8,8%	5,7%	64	-
Chevrolet	0,5%	0,6%	122	O
Citroën	2,6%	4,1%	158	+
Dacia	0,3%	0,1%	20	O
Dodge	0,1%	0,6%	550	+
Fiat	0,4%	1,6%	443	+
Ford	5,8%	7,0%	122	+
Honda	0,4%	1,6%	429	+
Hyundai	1,4%	1,1%	81	-
Kia	1,1%	1,1%	100	O
Landrover	0,4%	0,4%	100	O
Lexus	1,6%	1,0%	67	-
Mazda	1,4%	1,1%	81	-
Mercedes-Benz	2,9%	3,0%	105	O
Mini	0,2%	0,3%	150	+
Mitsubishi	0,3%	0,6%	220	+
Nissan	0,3%	0,9%	283	+
Opel	6,5%	6,0%	92	O
Peugeot	5,2%	6,6%	128	+
Renault	7,6%	7,1%	93	O
Seat	1,3%	3,2%	235	+
Skoda	5,2%	7,0%	134	+
Toyota	5,9%	5,7%	96	O
Volkswagen	9,1%	15,0%	165	+
Volvo	8,2%	7,6%	93	O

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



3.11 Geo-analyse

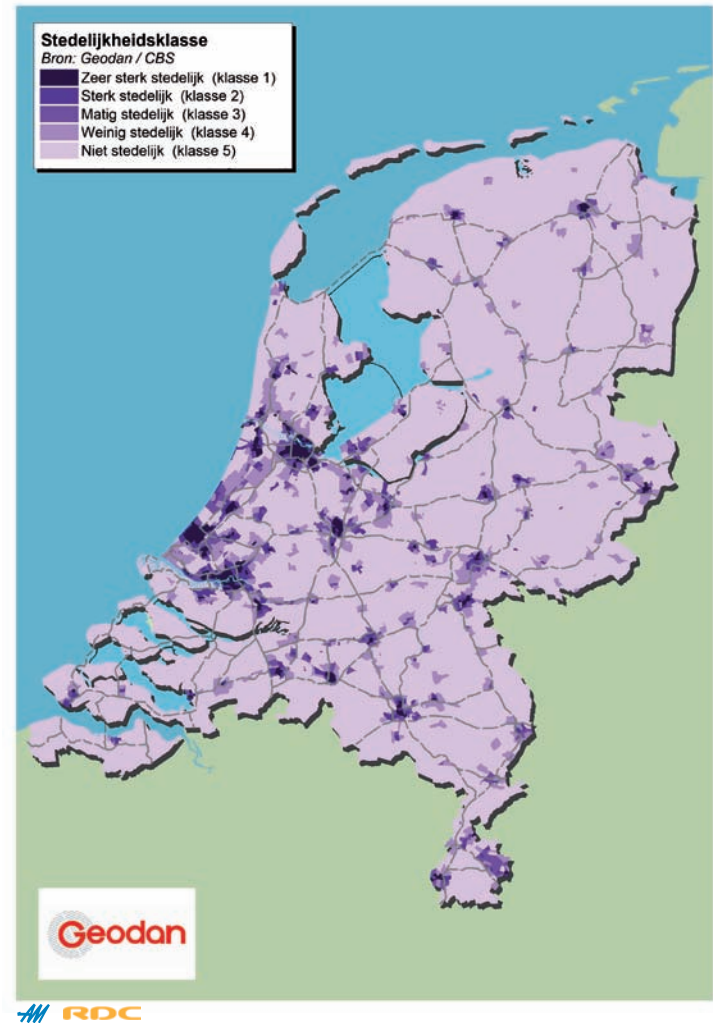
Voor het NZO 2012 zijn twee belangrijke geografische meetpunten toegevoegd: de postcode van het huisadres en het werkadres. In samenwerking met Geodan is gezocht naar verbanden op basis van geo-locatie.

Van alle respondenten hebben we ruim 1.500 bruikbare postcode-combinaties kunnen analyseren. Deze dataset blijkt te klein om op postcodeniveau conclusies te trekken, maar op stedelijkheidsklasse zijn mooie patronen zichtbaar. De stedelijkheidsklasse geeft de adressendichtheid in een bepaald gebied weer en is een definitie die gehanteerd wordt door het CBS.

Er zijn vijf stedelijkheidsklassen te onderscheiden:

- Stedelijkheidsklasse 1: zeer sterk stedelijk ≥ 2.500 adressen per km^2
- Stedelijkheidsklasse 2: sterk stedelijk 1.500–2.500 adressen per km^2
- Stedelijkheidsklasse 3: matig stedelijk 1.000–1.500 adressen per km^2
- Stedelijkheidsklasse 4: weinig stedelijk 500–1.000 adressen per km^2
- Stedelijkheidsklasse 5: niet stedelijk < 500 adressen per km^2

In kaart hiernaast zijn de stedelijkheidsklassen grafisch weergegeven. Op de volgende pagina's staan de belangrijkste resultaten van de geo-analyse.



3.11.1 Merken en segmenten

Huidig merk naar stedelijkheid

- Alfa, Audi, Fiat, Mini, Nissan, Seat, Skoda en Toyota: relatief hoog marktaandeel in stedelijke gebieden.
- BMW, Citroën, Hyundai, Mercedes, Opel, Peugeot, Volkswagen en Volvo: relatief hoog marktaandeel in niet-stedelijke gebieden.

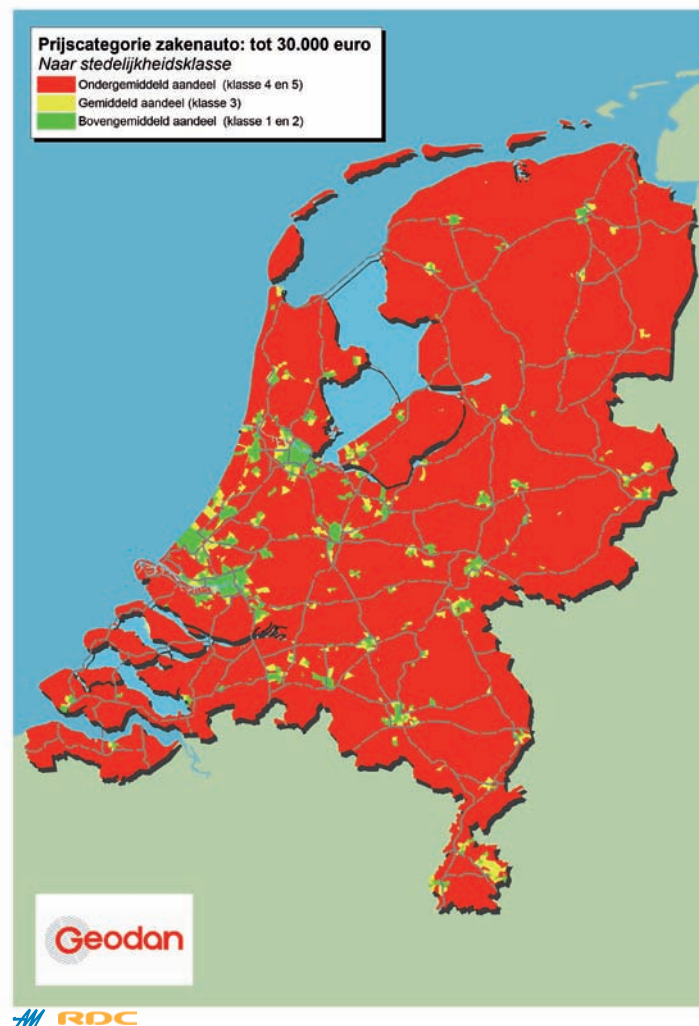
Volgend merk naar stedelijkheid

Uit de attractiviteitsindex komt naar voren dat onder andere Citroën, Ford, Mini, Nissan, Peugeot, Seat, Skoda en VW groeipotentie hebben.

- Mini, Nissan: vooral toename te verwachten in stedelijkheidsklasse 1 en 2.
- Citroën en Peugeot: vooral toename in de niet-stedelijke gebieden.
- Seat en Skoda: Er lijkt een bijna lineair verband te zijn tussen stedelijke gebieden (hoge interesse) en minder stedelijke gebieden (afnemende interesse).
- VW: Toename te verwachten in alle stedelijkheidsklasse met uitzondering van stedelijkheidsklasse 1.

Marktsegment naar stedelijkheid

- Hoe stedelijker, hoe meer berijders van een zakenauto in A, B en C-segment.
- Berijders van alle andere segmenten zijn relatief oververtegenwoordigd in de minder stedelijke gebieden.



Catalogusprijs huidige zakenauto naar stedelijkheid

- Hoe stedelijker de woonlocatie, hoe goedkoper de auto. In de minst stedelijke gebieden is het aandeel dure auto's oververtegenwoordigd.
- Zeer sterke relatie tussen catalogusprijs van een auto en woonlocatie (stedelijkheidsklasse) van de zakelijke berijder.

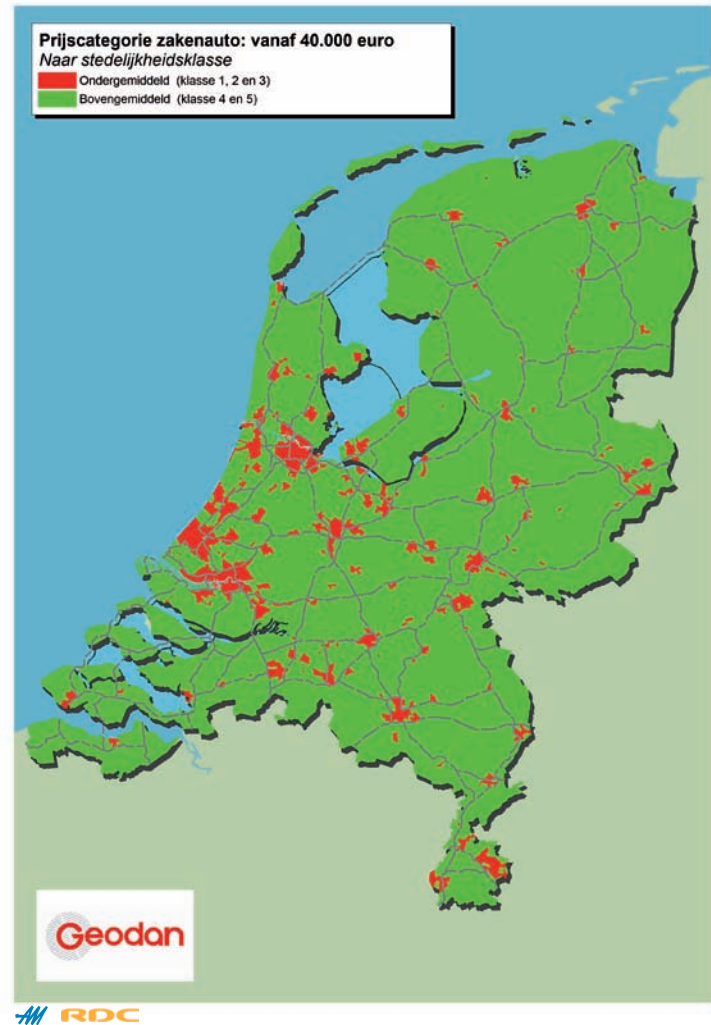
3.11.2 Bijtellingsklasse huidige en volgende auto

Bijtellingsklasse huidige zakenauto naar stedelijkheid

- Oververtegenwoordiging in de stedelijke gebieden van 14%-bijtelling auto's.
- Categorieën 25% en geen bijtelling hebben rechtevenredige relatie met mate van stedelijkheid.
- 20%-bijtellingsklasse is in alle stedelijkheidscategorieën ongeveer in even grote mate vertegenwoordigd.

Bijtellingsklasse volgende zakenauto naar stedelijkheid

- Sterke groei te verwachten van 0%-bijtellingsauto's in alle stedelijkheidsklassen. Zeer sterke interesse in c.q. groei van 0%-bijtellingsauto's vooral zichtbaar bij mensen die in **de meest stedelijke** gebieden wonen.
- De **grootste toename van 14%-bijtellingauto's** is te verwachten in minder stedelijke gebieden (een verdubbeling ten opzichte van nu).
- De interesse in 20%-bijtellingauto's is in alle stedelijke gebieden ongeveer even groot.



RDC



RDC



RDC



RDC



RDC

- De categorie 25% is in alle stedelijkheidsklassen duidelijk minder populair: in de meest stedelijke gebieden kiest nog maar acht tot tien procent voor een 25%-auto (is nu 32-36 procent), in de minst stedelijke gebieden is dit 13-15 procent (nu: 36-38 procent).

3.11.3 Persoonlijke kenmerken

Inkomen naar stedelijkheid

- In algemeen: inkomen neemt toe naarmate stedelijkheid afneemt (of: naarmate stedelijkheid afneemt, neemt inkomen toe).
- Respondentengroep met inkomen tussen dertig en veertig mille vooral in de stad.
- De hoogste inkomens geconcentreerd in stedelijke gebieden en niet-stedelijke gebieden.

Jaarkilometrage naar stedelijkheid

- Jaarkilometrage (totaal): geen significante verschillen.
- Jaarkilometrage (woon-werk): geen significante verschillen.
- Jaarkilometrage (privé): geen significante verschillen.
- Conclusie: mobiliteitsbehoefte **niet afhankelijk** van woonlocatie.

Politieke staat voorkeur naar stedelijkheid

- VVD staat in alle stedelijkheidsklassen op zelfde (hoge) niveau.
- In stedelijkheidsklasse 1 relatief grote voorkeur voor D66 en GroenLinks.



VVD is bij de rijders van een zakenauto in alle stedelijkheidsklassen even populair. (foto: VVD-Ommen)

- In stedelijkheidsklasse 4 en 5 relatief grote voorkeur voor christelijke partijen.

3.12 Vijf profielen van zakelijke rijders

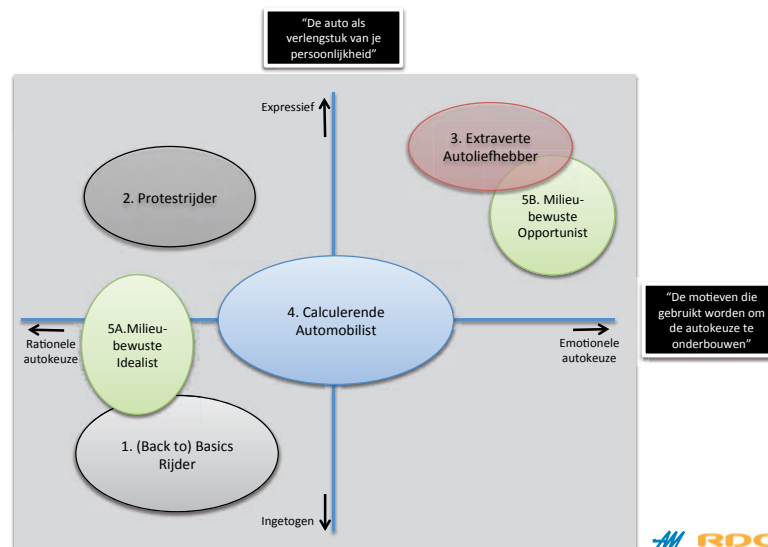
Wie is nu eigenlijk de zakelijke rijder? Dé zakelijke rijder bestaat natuurlijk niet, zoveel is wel duidelijk. Het is erg interessant als er een duidelijk beeld geschetst zou kunnen worden van de verschillende soorten zakelijke rijders. Daartoe is met behulp van onder andere factoranalyses bepaald welke groepen zakelijke rijders gedefinieerd kunnen worden en welke factoren de respondenten binnen zo'n groep onderling verbinden.

Vijf profielen van zakelijke rijders

1. (Back to) Basics Rijder

- Relatief jong met relatief laag inkomen.
- Óf: relatief ouder (>50), doet bewust een stapje terug en/of is wars van imago.
- Krijgt veelal A- of B-segment auto toegewezen.
- Lage catalogusprijs.
- Rijdt minder kilometers dan gemiddeld, veelal regionaal
- Vindt lage bijtelling belangrijk.

- Is woonachtig: vooral in stedelijkheidsklasse 1 en 2
- Kiest voor: A-B segment / 14% bijtelling / voorbeelden: 107, C1, Aygo, Rio, 500, Fabia



2. Protestrijder

- 45+
- Komt uit grotere/duurdere zakenauto.
- Baalt van de toenemende privé-kosten voor een auto van de zaak.
- Gaat bewust op zoek naar een zuiniger auto met lagere bijtelling
- Catalogusprijs is minder belangrijk.
- Overweegt zakenauto buiten de bijtelling te houden of doet dit al
- Kiest met het verstand, maar laat zijn/haar keuze duidelijk aan de buitenwereld blijken.

- Is woonachtig: vooral in stedelijkheidsklasse 2, 3 en 4.
- Kiest voor: B-C segment / 0%, 14% of 20% bijtelling / voorbeelden: Ampera, DS3, Mito, Golf.

3. Extravagante autoliefhebber

- Alle leeftijdsklassen maar relatief veel 40+.
- Vaak ambitieus met relatief hoog inkomen.
- Rijdt veel kilometers.
- Stelt bijzonder prijs op status, design, wegligging.
- Is bereid daarvoor de hoogste (bijtellings)prijs te betalen
- Kiest met het hart.
- Deze groep wordt steeds kleiner.

- Is woonachtig: vooral in stedelijkheidsklasse 4 en 5.
- Kiest voor: C-D-E segment / 25% bijtelling / voorbeelden: Audi, BMW, VW, Volvo.

4. Calculerende automobilist

- Relatief veel 30-50 jaar.
- Vaak gezin.
- Rijdt veel kilometers.
- Doet concessies voor een lagere bijtelling, maar stelt wel minimale eisen aan praktisch gebruiksgemak.
- Catalogusprijs is erg belangrijk.

- Groeiende groep.

- Is woonachtig: vooral in stedelijkheidsklasse 2 en 3.
- Kiest voor: C-D segment / 14% of 20% bijtelling / voorbeelden: Megane, Prius, Octavia, Superb, Passat Bluemotion, Focus en Mondeo Ecoboost.

5. Milieubewuste idealist / Milieubewuste opportunist

- Alle leeftijden.
- Wil een statement maken.
- Kiest uit milieuoverwegingen voor een elektrische auto, een plug-in hybride of eventueel een 14%-auto.
- Op de achtergrond vaak geholpen door pr/imagomotieven voor het bedrijf (oprecht versus geholpen idealisme).
- Belangrijkste verschil tussen de idealist en de opportunist is de **argumentatie**: de idealist doet het voor het milieu, de opportunist zegt hetzelfde maar kiest toch vooral voor zichzelf.
- Kleine groep, opinion leaders.

- Is woonachtig: zeer divers (segment 14% veel stedelijk, segment Fisker niet-stedelijk).
- Kiest voor: diverse segmenten / 0%, 14% bijtelling / voorbeelden: Ampera, Leaf, Prius, 508, V60 plug-in, Fisker, Tesla.

Hoofdstuk 4

Samenvatting Bedrijvenonderzoek

Dit hoofdstuk is een samenvatting van het bedrijvenonderzoek van het NZO 2012. Aan tachtig respondenten, allen verantwoordelijk voor het wagenpark van hun bedrijf, zijn vragen gesteld over de zakenauto, de berijder, het eigen beleid en verwachtingen over mobiliteit in de toekomst.

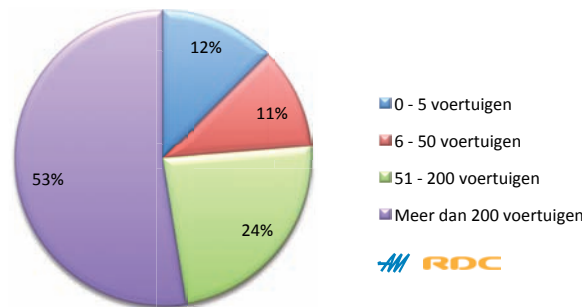
4.1 Wagenpark

4.1.1 Samenstelling van het wagenpark

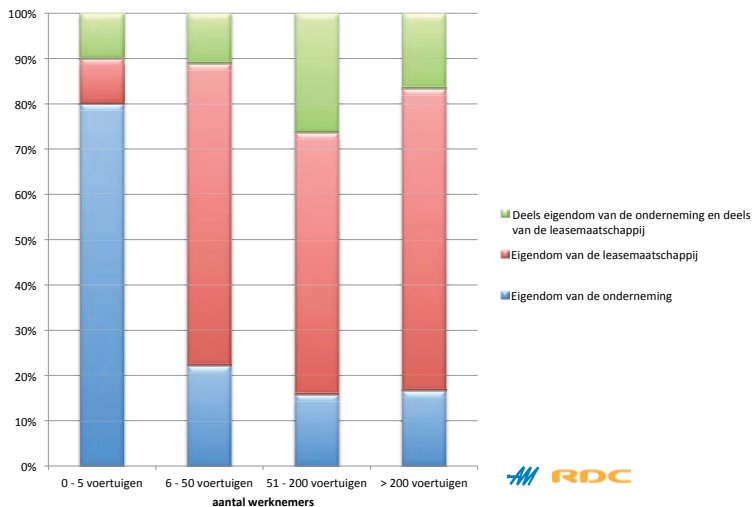
- In totaal hebben tachtig respondenten deelgenomen aan het bedrijvenonderzoek. De wagenparken die deze respondenten vertegenwoordigen zijn in het diagram hiernaast weergegeven.
- Kleine wagenparken zijn vooral eigendom van het bedrijf zelf, het leaseaandeel bij de grotere wagenparken (meer dan 26 eenheden) is substantieel: tussen de 70 en 85 procent.



Verdeling respondenten naar wagenparkgrootte



Eigendom wagenpark

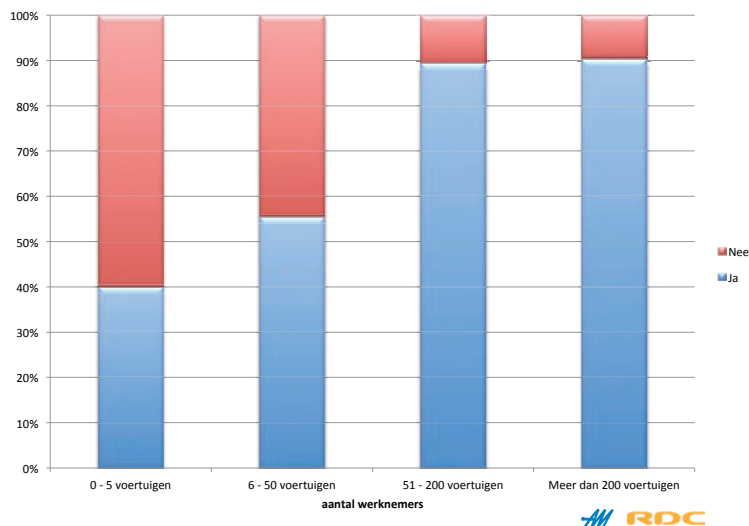


4.1.2 Profilering als 'groen'

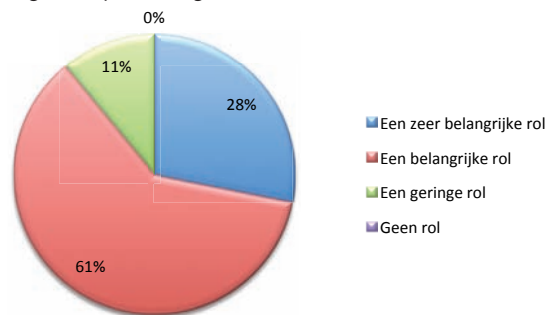
- 80 procent van de onderzochte bedrijven vindt dat men zich profileert als groen. Dat is een toename ten opzichte van 2011. In het algemeen geldt: hoe groter het wagenpark, hoe duidelijker men zich als groen wil profileren.
- Het wagenpark speelt een belangrijke tot zeer belangrijke rol in de groene profilering.



Profileert uw onderneming zich als 'groen'?



Welke rol speelt uw wagenpark in deze groene profilering?

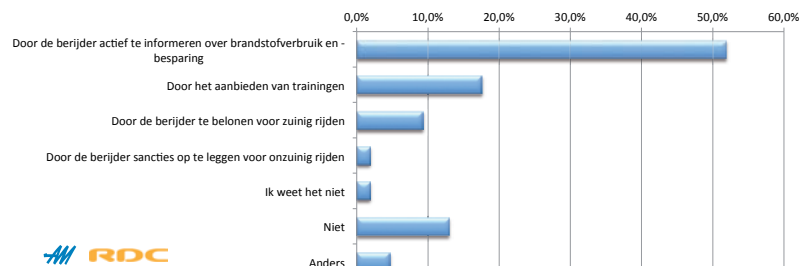


4.1.3 Sturing op zuinig en/of minder rijden

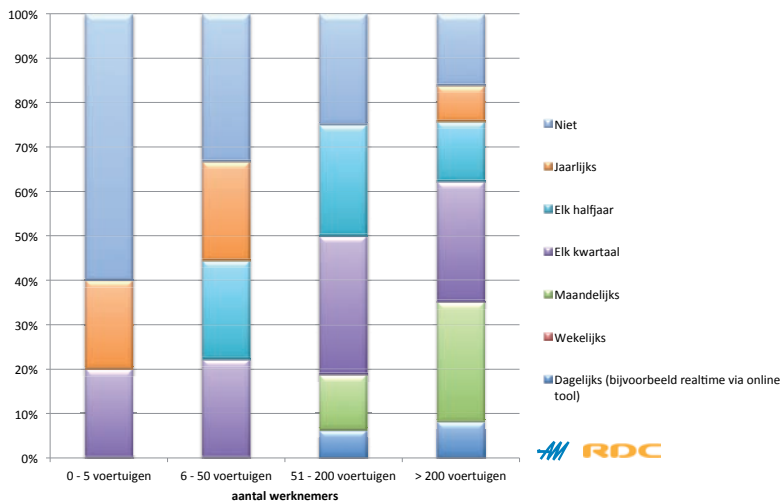
De belangrijkste maatregelen die de werkgevers treffen in het kader van milieubesparing liggen voor de hand: het stimuleren van de keuze voor zuinige auto's, het stimuleren van zuinig rijden en het stimuleren van minder rijden.

- Vrijwel alle bedrijven sturen actief op zuinig rijden. Meest genoemd zijn het informeren van de berijder over zijn/haar brandstofverbruik (52%), het aanbieden van trainingen (18%), het belonen van de berijder als die zuinig rijdt (9%).
- 24 procent van de bedrijven informeert de berijders in het geheel **niet** over verbruik en/of uitstoot. Een aanmerkelijke verandering ten opzichte van vorig jaar toen nog bijna de helft van de bedrijven de berijders niet informeerde. Vooral kleinere bedrijven met kleine(re) wagenparken laten dit liggen. **Als we inzoomen op de** bedrijven die zichzelf groen vinden, blijkt dat 16 procent (in 2011 was dit 38 procent) van hen de berijders **niet** informeert over eigen verbruik c.q. uitstoot: eigenlijk een basisvoorwaarde om vergroening (en kostenbesparing) daadwerkelijk te realiseren.

Hoe stuurt uw organisatie op ZUINIGER rijden?



Hoe vaak informeert u uw berijders over brandstofverbruik en/of CO₂-uitstoot?

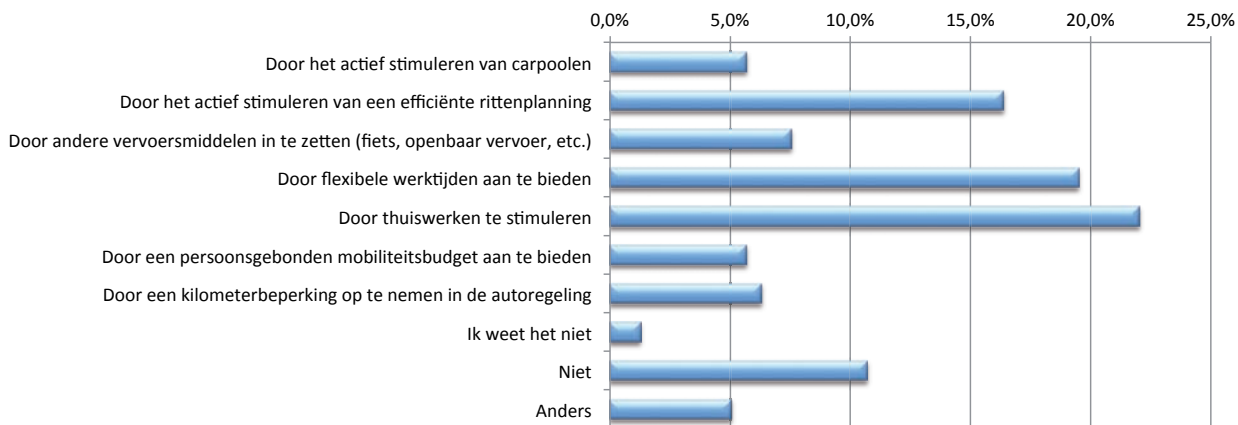


- Sturen op minder rijden en betere bereikbaarheid gebeurt bij kleinere bedrijven vooral door het stimuleren van efficiënte rittenplanning en thuiswerken, bij grote bedrijven vooral door het aanbieden van flexibele werktijden en thuiswerken.

Conclusie

Bedrijven hebben het afgelopen jaar steeds vaker initiatieven ontplooid om de berijder actief te helpen het brandstofverbruik en daarmee de kosten te verlagen. Met name het informeren van berijders over het gerealiseerde brandstofverbruik is sterk toegenomen. Toch zijn er nog veel bedrijven die dat **niet** doen. Er is nog **veel potentie** om verdere kostenbesparingen te realiseren!

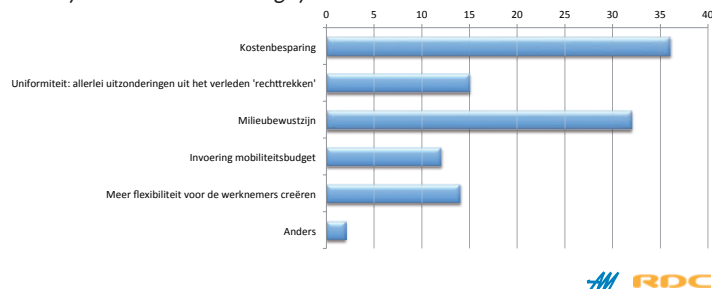
Hoe stuurt uw organisatie op minder rijden?



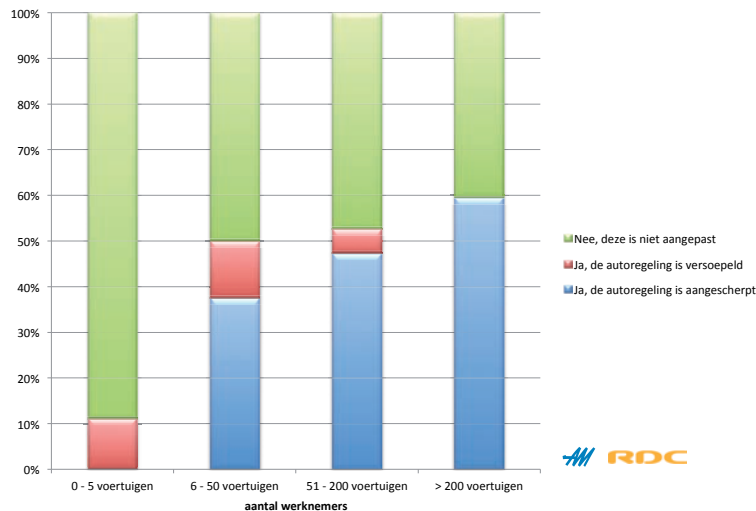
4.1.4 De autoregeling

- In de helft van de gevallen is de autoregeling het afgelopen jaar aangepast: voor 90 procent betreft dit een aanscherping.
- Hoe groter het wagenpark, hoe vaker er sprake is van een aanpassing c.q. aanscherping van de autoregeling.
- Autoregelingen zijn vaker aangepast als er sprake is van leasing.
- Ondanks alle aanpassingen van het afgelopen jaar, verwachten zes van de tien bedrijven dat de regeling het komende jaar (opnieuw) zal worden aangepast. Deze verwachting is er vooral bij grotere wagenparken en bij leasing.
- Belangrijkste redenen: **kostenbesparing** en milieubewustzijn. Flexibiliteit voor de werknemer en/of het invoeren van een mobiliteitsbudget lijkt **minder prioriteit** te hebben dan vorig jaar.

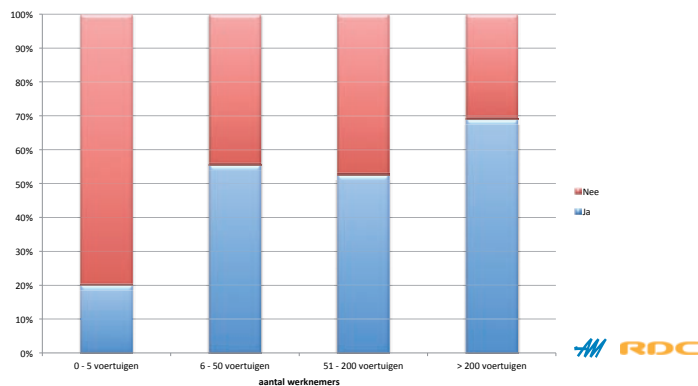
Wat zijn daarvoor de belangrijkste redenen?



Is de autoregeling het afgelopen jaar aangepast?



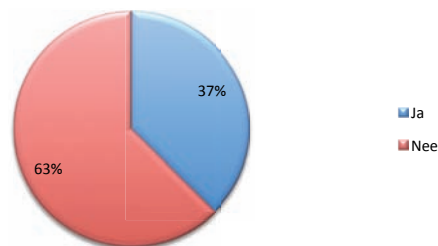
Verwacht u dat de autoregeling het komende jaar wordt aangepast?



4.1.5 Kilometerregistratiesystemen

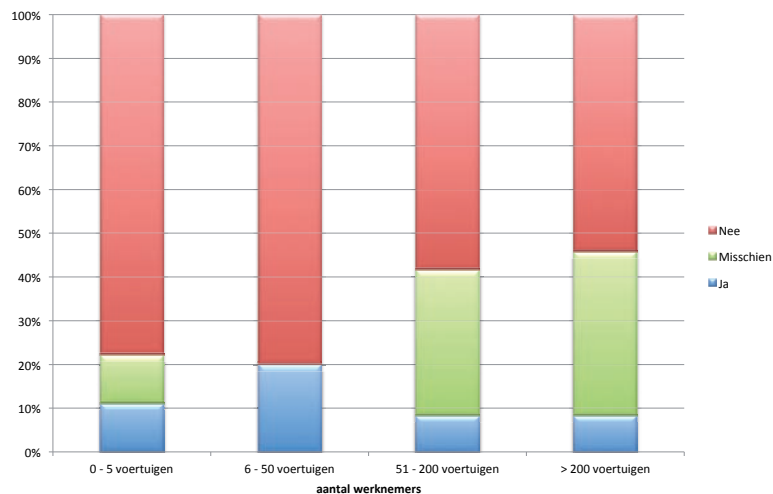
- Kilometerregistratiesystemen worden steeds vaker in gebruik genomen. 38 procent van de bedrijven heeft auto's in het wagenpark met een dergelijk systeem, **een verdubbeling** ten opzichte van vorig jaar.
- Bij vrijwel alle bedrijven ligt het initiatief voor een 'kastje' bij de werkgever. Alleen bij de kleinste bedrijven wordt de keuze voor een kilometerregistratiesysteem geïnitieerd door de berijder.
- 62 procent van de werkgevers die nu niet gebruikmaken van een dergelijk systeem, **overweegt invoering in de toekomst niet**. De bedrijven met de grootste wagenparken staan positiever tegenover invoering.

Worden auto's in uw organisatie uitgerust met een systeem om kilometers te registreren?



RDC

Overweegt u als werkgever de invoering van een kilometerregistratiesysteem?



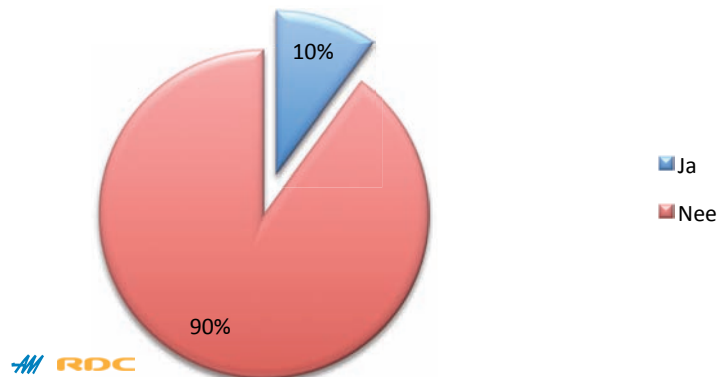
RDC

4.1.6 Belonen 'goed' rijgedrag

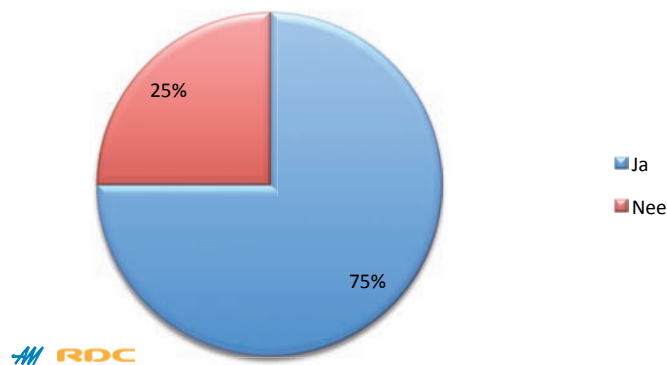
Hier kan vrijwel dezelfde conclusie getrokken worden als in 2011:

- **Slechts tien procent** van de bedrijven beloont goed rijgedrag van bestuurders. Goed rijgedrag is hierbij breed gedefinieerd: in acht nemen maximale snelheid, minimaliseren schade, efficiënte rittenplanning, verminderen brandstofverbruik.
- **Belonen van goed rijgedrag** is effectief: 75 procent (van de bedrijven die het wél doen) geeft aan dat beloning tot meetbaar lagere kosten / hogere opbrengsten leidt.
- Hier lijkt een **enorm besparingspotentieel** te liggen.

Wordt de bestuurder beloond voor 'goed' rijgedrag?



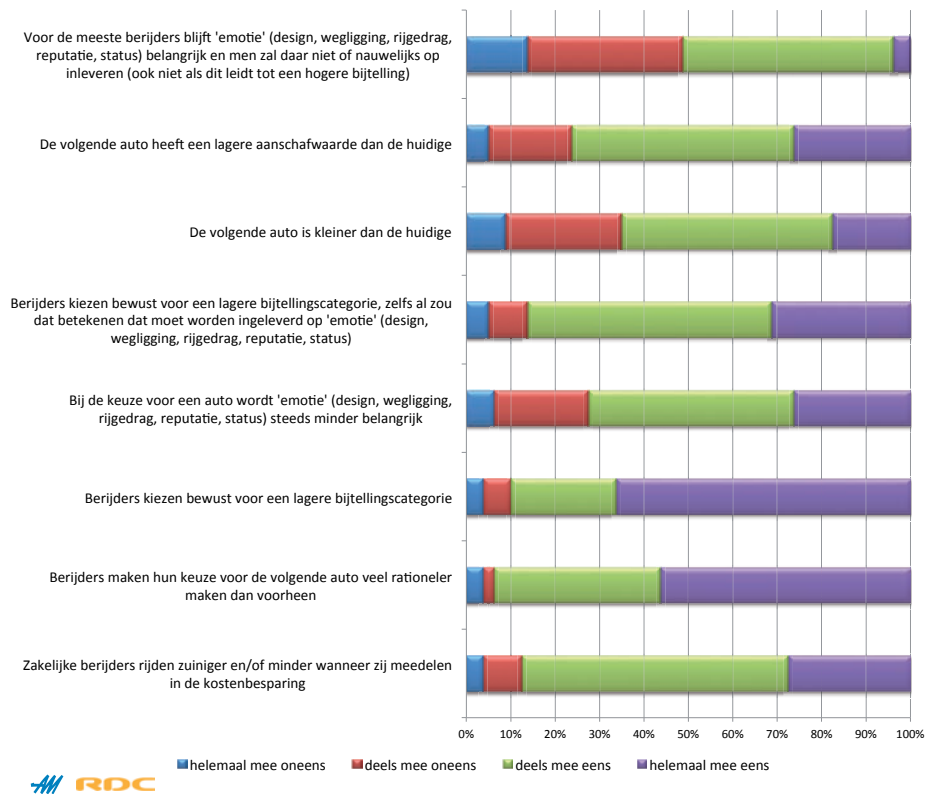
Leidt dit tot meetbaar lagere kosten/opbrengsten?



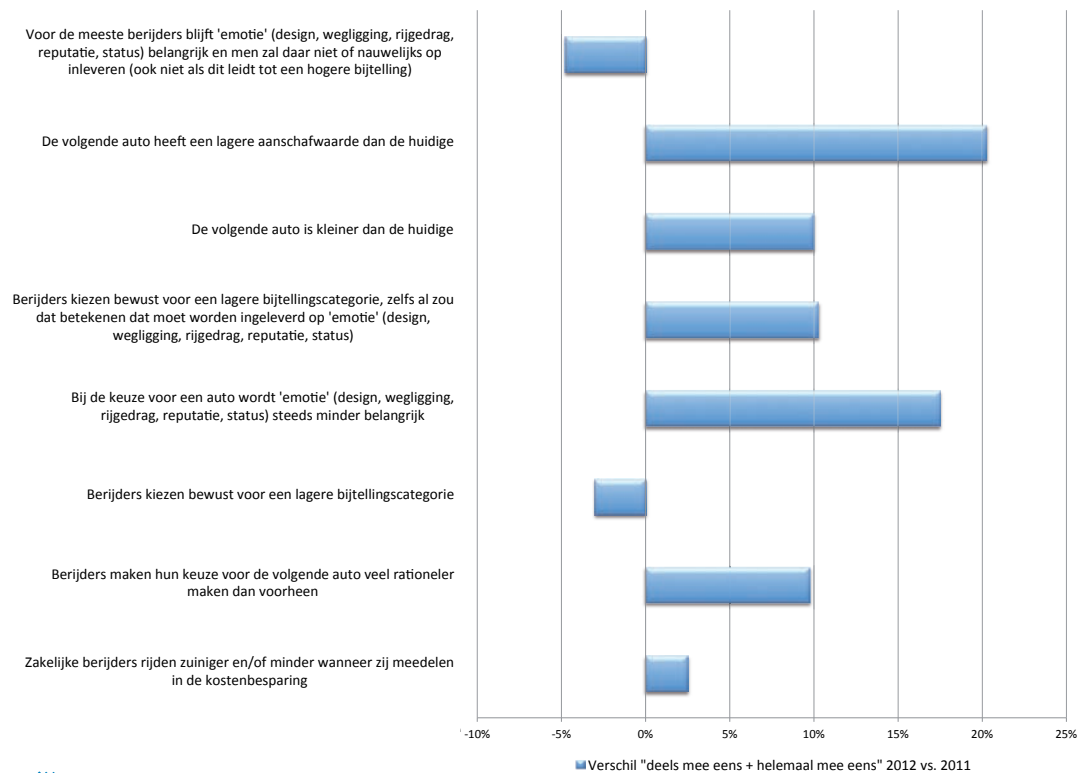
4.1.7 De mening van de werkgever over de berijder en zijn zakenauto

- De werkgevers geven duidelijk aan dat het keuzeproces van de berijder voor een nieuwe zakenauto **rationeler** verloopt. Voor een deel komt dat vanwege het belang dat berijders aan lage bijtelling hechten, voor een ander deel door de beperkingen die de bedrijven opleggen waardoor **berijders worden gedwongen** een bewuste keuze te maken. Kortom: ratio is belangrijker dan emotie.
- Werkgevers zijn over de volgende auto veel explicieter dan berijders: wat de werkgevers betreft is die **kleiner en goedkoper** dan de huidige.

De mening van de werkgever over de berijder en zijn zakenauto NZO 2012



De mening van de werkgever over de berijder en zijn zakenauto? -> verschil NZO 2012 versus NZO 2011



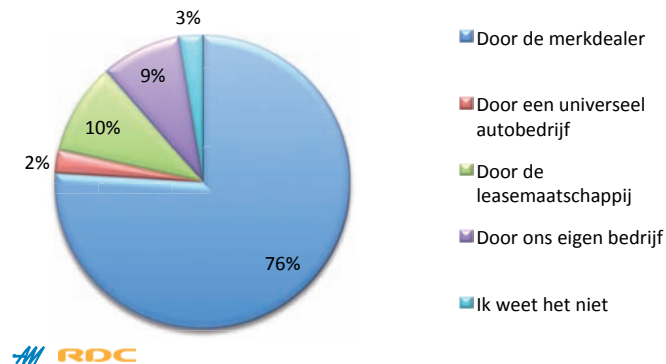
4.2 Sturing onderhoud en reparaties

De laatste jaren is er steeds meer sprake van actieve sturing door leasemaatschappijen voor onderhoud en reparaties. Aan de respondenten is gevraagd in welke mate er sprake is van sturing en hoe tevreden men is over de eventueel door de leasemaatschappij opgelegde keuze.

4.2.1 Aflevering nieuwe personenauto's:

- Het merendeel (76 procent) wordt afgeleverd via de merkdealer.
- In 9 procent van de gevallen vindt aflevering plaats door het bedrijf zelf (gecentraliseerd, vooral bij grotere wagenparken en bij overdracht van meerdere auto's). In 10 procent van de gevallen rechtstreeks door de leasemaatschappij.

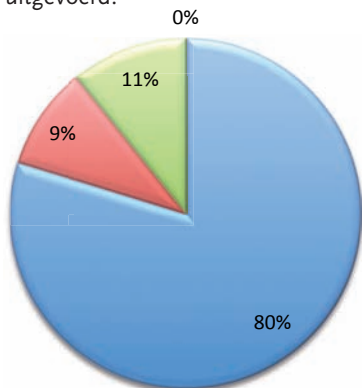
Door wie worden in de regel zakenauto's aan de berijder afgeleverd?



4.2.2 Onderhoud en reparatie

- 80 procent van de onderhoudswerkzaamheden vinden plaats bij de merkdealer. 20 procent gaat naar een 'ander merk' dealer of een universeel autobedrijf. Van fastfitters wordt nauwelijks gebruikgemaakt.
- In de regel worden reparaties voor eenderde uitgevoerd door een universeel autobedrijf.
- De berijder kan slechts in veertig procent van de gevallen het onderhoudsadres zelf bepalen. Werkgever en/of leasemaatschappij sturen dus in 60 procent van de gevallen. Dit is een afwijkend beeld ten opzichte van het berijdersonderzoek: waarschijnlijk ervaren de berijders de sturing niet als hinderlijk (en misschien zelfs als hun eigen keuze).
- Indien het onderhoudsadres is bepaald door de leasemaatschappij is men hierover **enigszins tot zeer tevreden**.

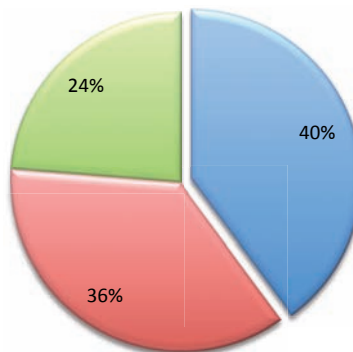
Waar wordt in de regel onderhoud uitgevoerd?



RDC

- Eigen merkdealer
- Andere merkdealer
- Universeel autobedrijf
- Fastfitter (zoals Kwikfit, Euromaster)

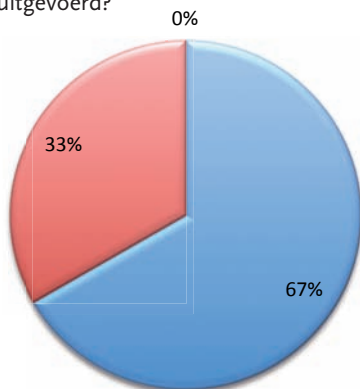
Wiens keuze is het om onderhoud hier te laten uitvoeren?



RDC

- Eigen keuze van de rijder
- Keuze van de werkgever
- Keuze van de leasemaatschappij

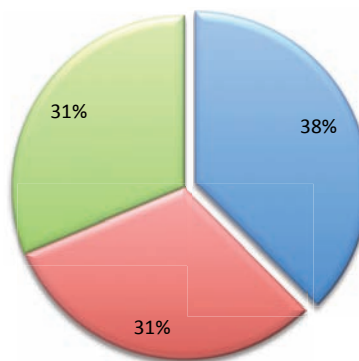
Waar worden in de regel reparaties uitgevoerd?



RDC

- Andere merkdealer
- Universeel autobedrijf
- Fastfitter (zoals Kwikfit, Euromaster)

Wiens keuze is het om reparaties hier te laten uitvoeren?



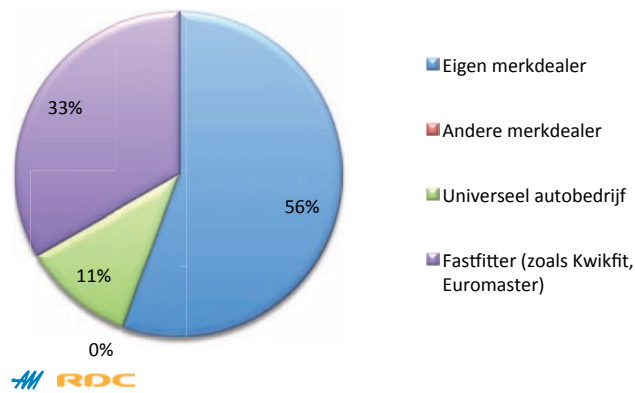
RDC

- Eigen keuze van de rijder
- Keuze van de werkgever
- Keuze van de leasemaatschappij

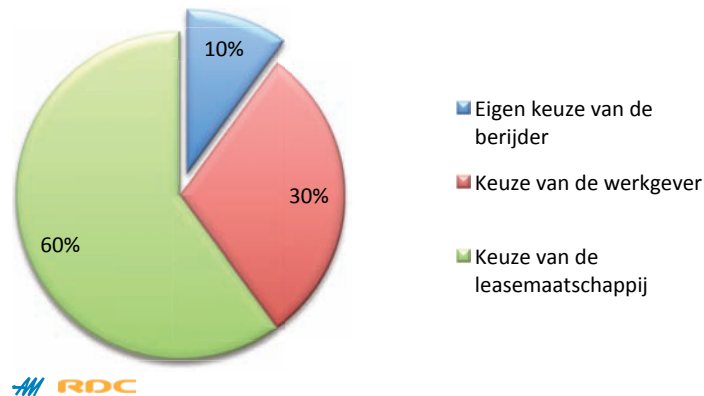
4.2.3 Banden

- Voor het wisselen en vervangen van banden wordt in meer dan de helft van de gevallen de eigen merkdealer ingezet. Een derde wordt uitbesteed aan de fastfitter.
- Bandenwissels zijn sterk gestuurd.
- Opvallend is dat van alle vormen van dienstverlening waarbij de leasemaatschappij voorschrijft waar de handelingen moeten worden uitgevoerd, de **tevredenheid over bandenwissels relatief het laagst** is.

Waar worden in de regel banden gewisseld en vervangen?



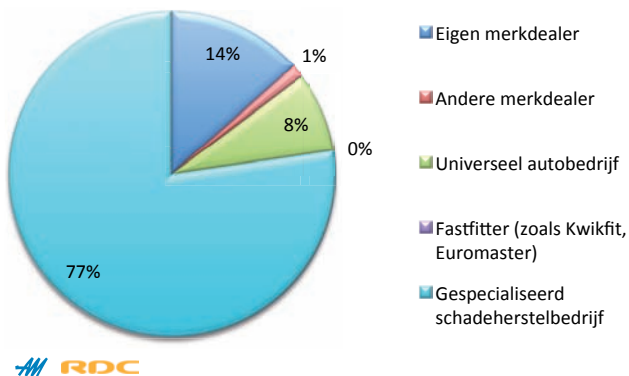
Wiens keuze is het om bandenwissels hier te laten uitvoeren?



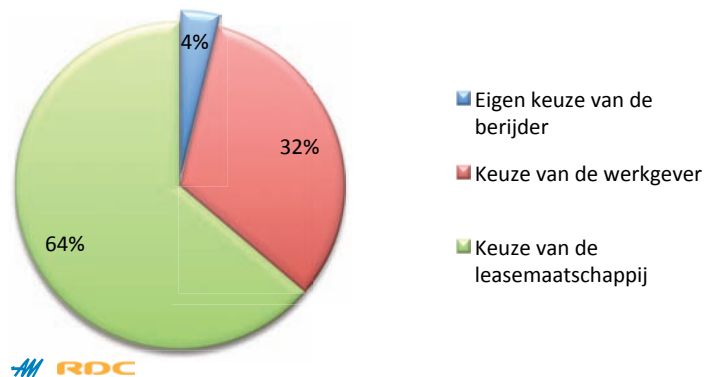
4.2.4 Schadereparaties

- Voor schadereparaties wordt in resp. 77 procent en 86 procent gebruikgemaakt van de specialist.
- Nauwelijks vrije keuze voor de berijder.
- **Hoge tevredenheid.**

Waar worden in de regel schades gerepareerd?



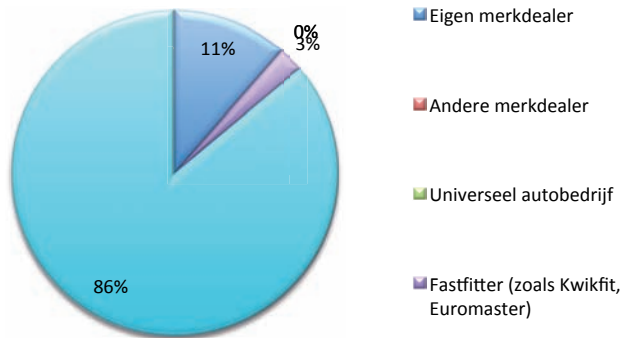
Wiens keuze is het om schadereparaties hier te laten uitvoeren?



4.2.5 Ruitreparaties

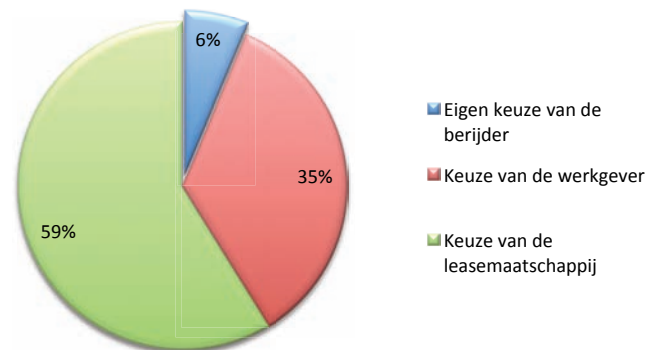
- Voor ruitreparaties wordt in resp. 77 procent en 86 procent gebruikgemaakt van de specialist.
- Nauwelijks vrije keuze voor de berijder.
- **Hoge tevredenheid.**

Waar worden in de regel ruitreparaties uitgevoerd?



RDC

Wiens keuze is het om ruitreparaties hier te laten uitvoeren?



RDC

4.3 Houding ten opzichte van de voorgenomen fiscale maatregelen

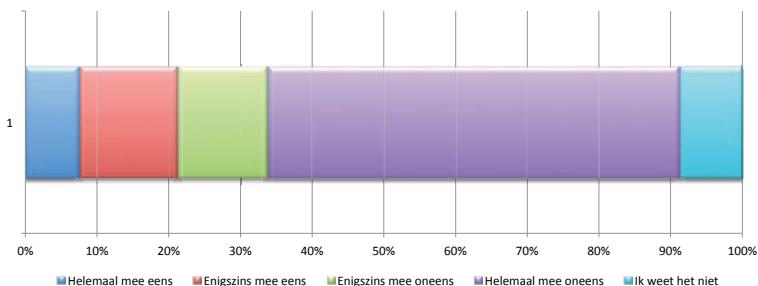
De fiscale maatregelen uit het lente-akkoord kunnen grote invloed hebben op de zakelijke rijder. Veel politieke partijen staan niet meer achter de voorgenomen maatregelen, invoering is dus onzeker. Op het moment van onderzoek (juni/juli 2012) en analyse (begin september 2012) is hierover nog niets definitief bekend.

Wat vinden bedrijven van de voorgenomen fiscale maatregelen?

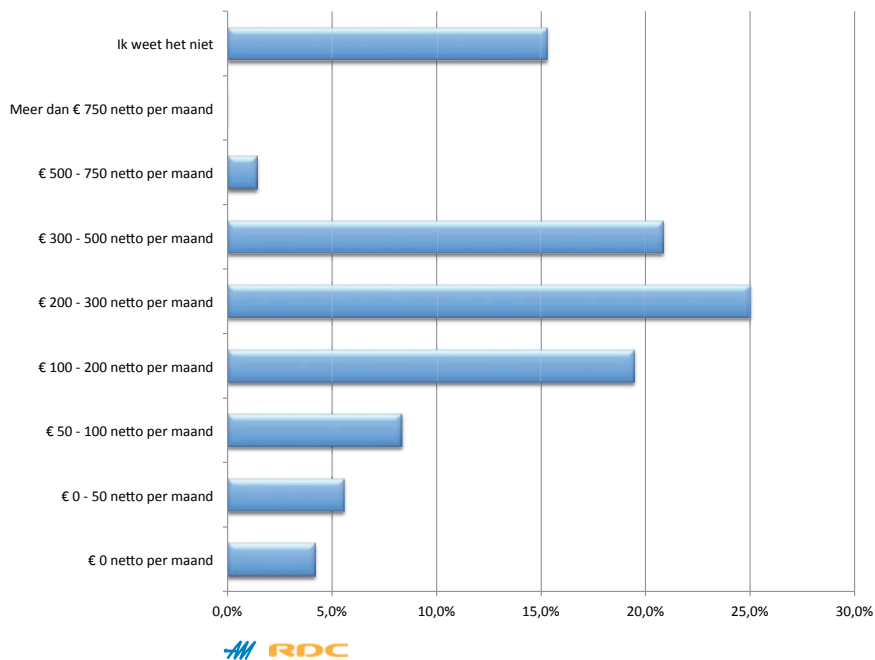
- 21 procent van de ondervraagde bedrijven (met een zakelijk wagenpark) is het eens met de voorgenomen fiscale maatregelen. 70 procent is het er niet mee eens en 9 procent heeft geen mening.
- Vrijwel unaniem wordt aangegeven dat de maatregelen voor de berijders financiële consequenties zullen hebben.
- De ondervraagde respondenten schatten in dat het aanmerken van woon-werkkilometers als privékilometers voor de berijder gemiddeld zo'n 190 euro netto per maand zal kosten. Bij de kleinste wagenparken kan men deze kosten moeilijk inschatten (veel 'weet niet'), bij grotere wagenparken worden de gemiddelde kosten juist hoger ingeschat.
- Werkgevers verwachten dat de meeste berijders de hogere inkomstenbelasting zullen (moeten) accepteren maar wel méér privékilometers zullen rijden met hun zakenauto. Verder verwacht men dat berijders de zakenauto willen inwisselen voor een auto met een lagere catalogusprijs.

- Medewerkers met een privé-auto die een vergoeding ontvangen voor zakelijk gereden kilometers vormen de tweede groep die financiële gevolgen ondervindt van de voorgenomen fiscale maatregelen. 85 procent van de bedrijven heeft medewerkers die tot deze groep behoren. De gemiddelde kosten voor hen worden ingeschat op 107 euro netto per maand.
- Werkgevers wachten nu vooral af tot er meer duidelijkheid is over invoering. Men gaat er wel van uit dat deze maatregelen hoe dan ook geld gaan kosten: ofwel doordat de autokosten stijgen door het extra privégebruik, ofwel doordat de werknemers een compensatie vragen voor de extra kosten.

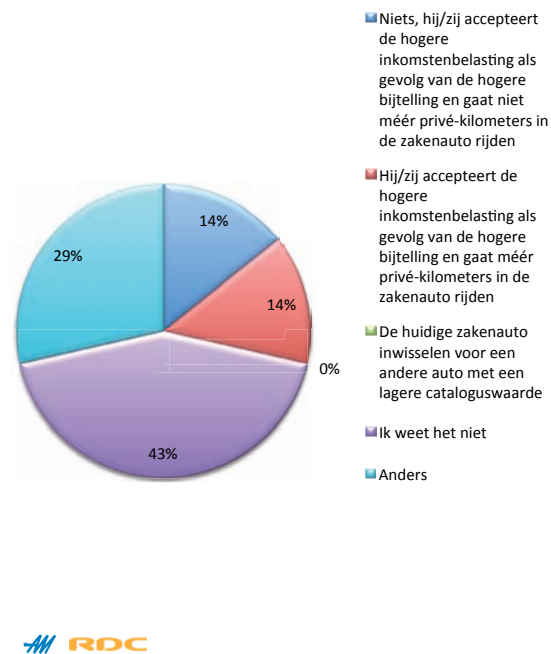
Wat vindt u van de voorgestelde fiscale maatregelen?



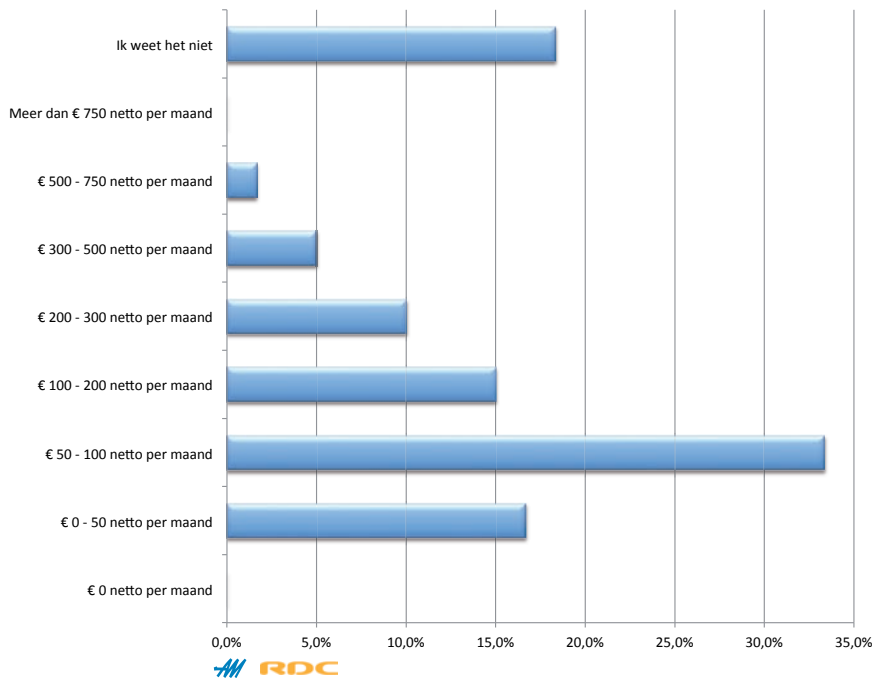
Hoeveel verwacht u dat dit gemiddeld gaat kosten voor een medewerker die de auto van de zaak nu buiten de bijtelling houdt?



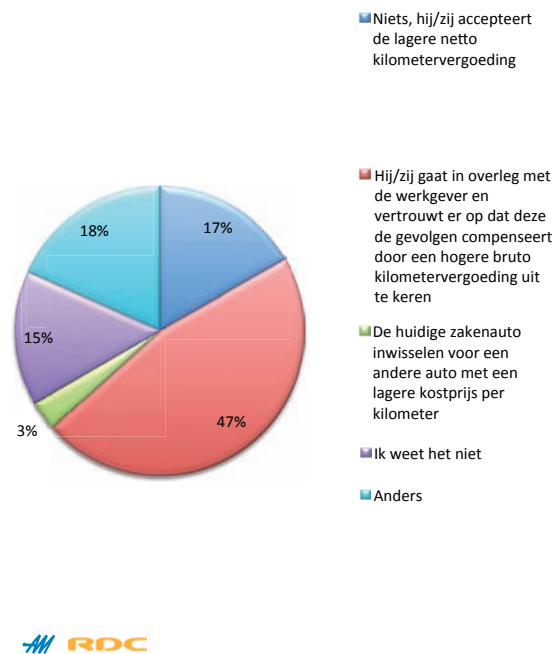
Wat gaat de betreffende berijder doen als reactie?



Hoeveel verwacht u dat dit gemiddeld gaat kosten voor een medewerker met een privé-auto die kilometers declareert?



Wat gaat de betreffende berijder doen als reactie?



Hoofdstuk 5

Verantwoording

5.1 Achtergrond

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek 2012 is de vierde editie van een jaarlijks onderzoek naar de zakenauto. Continuïteit van het onderzoek en de onderzoeksresultaten staat centraal, maar elk jaar wordt een specifiek thema nader uitgelicht.

Voor de editie 2012 is dat specifieke thema de zakelijke rijder zelf. Wie is de zakelijke rijder eigenlijk? Welke keuzes maakt hij/zij, nu en in de toekomst, op het gebied van de auto, het onderhoud en andere mobiliteitsaspecten?

Onderzoeksvragen Nationaal Zakenauto Onderzoek 2012:

- Welke factoren zijn van invloed op de keuze voor een zakenauto?
- Hoe belangrijk is “emotie” (nog) bij de keuze voor een zakenauto?
- Welke rol speelt fiscale bijtellingsklasse in het keuzeproces?
- Wie is de zakelijke rijder en welke keuzes maakt hij/zij nu en in de toekomst, op het gebied van de auto, het onderhoud en andere mobiliteitsaspecten? Hoe zijn zakelijke rijders te segmenteren? Welke geografische patronen zijn te ontdekken?
- Welke afwegingen maken werkgever en werknemer op het gebied van (auto)mobiliteit? En wat zijn de gevolgen daarvan?
- In welke mate is er sprake van sturing door leasemaatschappijen en wat is de tevredenheid daarover?
- Hoe loyaal zijn zakelijke rijders ten opzichte van hun merk, ten

opzichte van het segment waarin ze rijden en ten opzichte van de bijtellingscategorie?

- Hoe aantrekkelijk worden merken/modellen door zakelijke rijders gevonden? Heeft de in 2011 geïntroduceerde ‘attractiviteitsindex’ voorspellende waarde?
- Welke ontwikkeling is zichtbaar met betrekking tot de belangrijkste conclusies uit het NZO 2011?

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek is een initiatief van Automobiel Management en RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Statistiek. Voor de editie 2012 is samengewerkt met de partners Vereniging Auto Van De Zaak (VAVDZ) en Geodan.

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek 2012 is uitgevoerd onder supervisie van Eric Vousten, principal researcher.

5.2 Verantwoording

Er zijn twee onderzoeken uitgevoerd:

Nationaal Zakenauto Onderzoek 2012 – Bedrijven

Nationaal Zakenauto Onderzoek 2012 – Berijders

Beide onderzoeken hebben plaatsgevonden door middel van een internetenquete; het berijdersonderzoek in de periode juni - juli 2012, het bedrijvenonderzoek in de periode juli – augustus 2012. Indien een e-mailadres voorhanden was, zijn naar zakelijke berijders en vertegenwoordigers van bedrijven die tot de doelgroep behoren gepersonaliseerde uitnodigingen verstuurd om deel te nemen aan het onderzoek. Verder zijn er anonieme hyperlinks geplaatst in relevante e-mailnieuwsberichten en websites.

De deelnemende bedrijven vertegenwoordigen een mooie dwarsdoorsnede van Nederlandse bedrijven met een wagenpark. Vooral grote wagenparken zijn goed vertegenwoordigd. De reponse is in ieder geval voldoende om betrouwbare resultaten te genereren. Indien statistisch verantwoord, is nader ingezoomd op gedetailleerde resultaten.

De response op het berijdersonderzoek is met ruim tweeduizend deelnemers zeer tevredenstellend. De betrouwbaarheid van de resultaten is hoog en het biedt mogelijkheden om diepgaande analyses te maken. De onderzochte groep blijkt na toetsing representatief te zijn voor de populatie zakelijke rijders.

Response

Bedrijvenonderzoek:

Totaal uitgezonden via gepersonaliseerde email	400			
Totale bruikbare response	67	17%	67	83,8%
Totale response via anonieme hyperlink			13	16,2%
Totale response			80	100,0%

→ Gepersonaliseerde benadering:
Nederlandse fleetowners / wagenparkbeheerders, respondenten vorig jaar

Berijdersonderzoek:

Totaal uitgezonden via gepersonaliseerde email	7.372	100,0%		
Totale bruikbare response	1.382	18,7%	1.382	65,7%
Totale response via anonieme hyperlink			720	34,3%
Totale response			2.102	100,0%

→ Gepersonaliseerde benadering:
Ledenbestand VAVDZ, respondenten vorig jaar

5.3 Opzet rapportage

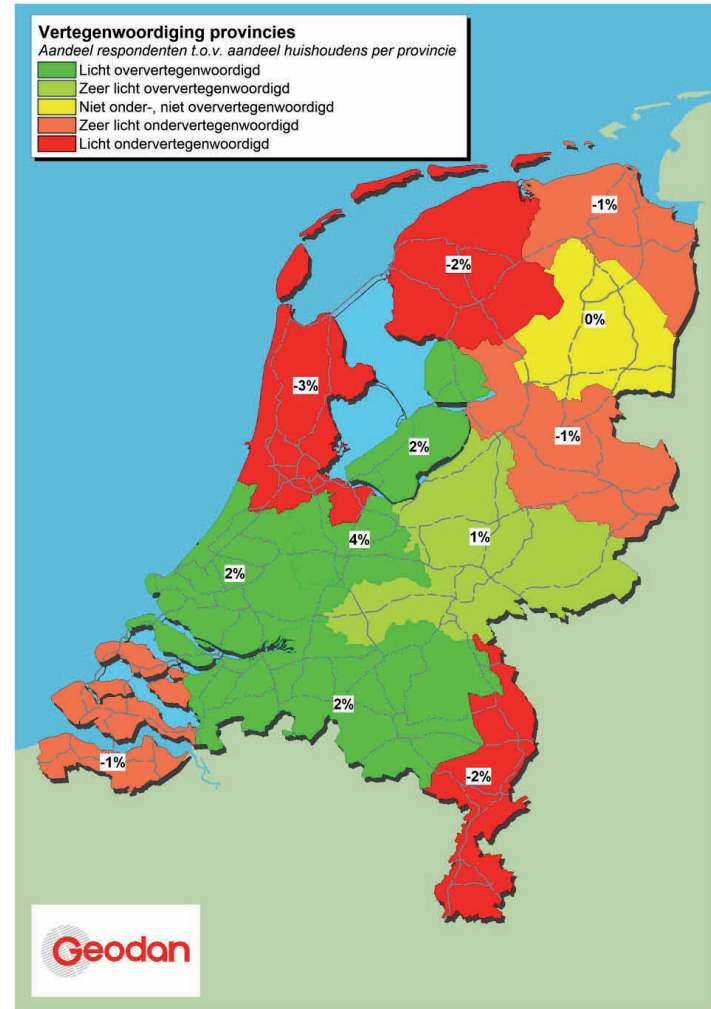
De rapportage is in vijf delen opgesplitst:

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

Uitgebreide onderzoeksresultaten en gedetailleerde analyses zijn terug te vinden in het bijlagenrapport. Het bijlagenrapport NZO 2012 is te downloaden op de websites van Automobiel Management (www.automobielmanagement.nl) en RDC (www.rdc.nl).

5.4 Verdeling respondenten per provincie

Ten opzichte van het aantal huishoudens per provincie blijkt de respondentengroep zeer gelijkmatig verdeeld te zijn: de afwijking van het aandeel respondenten t.o.v. het aandeel huishoudens per provincie is in deze kaart weergegeven.



Colofon

Dit is een onderzoek van Automobiel Management en RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Statistiek.

Datum

26 september 2012

Research & analyse

Vousten Management Support, Eric Vousten – principal researcher

Redactie

Automobiel Management – Deventer
redactie@automobielmanagement.nl

Vormgeving / opmaak

De Opmaakredactie – Wehl

Druk

Molenberg Media – Zwolle

Nationaal Zakenauto Onderzoek 2012

Wie is de zakelijke rijder?

De digitale versie en het bijlagenrapport van dit onderzoek kunt u downloaden van de websites www.automobielmanagement.nl en www.rdc.nl

Met medewerking van



VERENIGING
AUTO VAN DE ZAAK



Dit rapport is een beknopte selectie van de resultaten en van de achtergronden van het Nationaal Zakenauto Onderzoek 2012. Het volledige rapport en het bijlagenrapport zijn gratis te downloaden via de website www.automobielmanagement.nl of via de website www.rdc.nl.



