



NATIONAAL  
ZAKENAUTO  
ONDERZOEK  
2017

# ZAKENAUTO IN NEDERLAND

## DATA - ANALYSES - TRENDS

NATIONAAL ZAKENAUTO ONDERZOEK 2017  
DATA - ANALYSES - TRENDS

De digitale versie van dit rapport is te downloaden van de website [www.automobielmanagement.nl/NZO](http://www.automobielmanagement.nl/NZO). Inhoudelijke toelichting kan worden verkregen bij de onderzoeker Eric Vousten via [ericvousten@vms-insight.nl](mailto:ericvousten@vms-insight.nl). Voor overige informatie en bestellingen van dit boekje kunt u contact opnemen met Automobiel Management: [c.emmelkamp@mybusinessmedia.nl](mailto:c.emmelkamp@mybusinessmedia.nl).

# Inhoud

|                                                                   |    |                                       |                                                          |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|---------------------------------------|----------------------------------------------------------|----|
| <b>Voorwoord</b>                                                  | 5  | 3.2.3                                 | Invloedsfactoren op de keuze van de zakenauto            | 28 |
|                                                                   |    | 3.2.4                                 | Kenmerken volgende zakenauto                             | 30 |
| <b>Hoofdstuk 1 Belangrijkste conclusies</b>                       | 6  | 3.2.5                                 | Rangorde automerken op basis van Loyaliteit              | 32 |
|                                                                   |    | 3.2.6                                 | Rangorde automerken op basis van de Attractiviteitsindex | 33 |
| <b>Hoofdstuk 2 Marktanalyse op basis van AutoMotive Dashboard</b> | 12 | 3.3                                   | Invulling van de zakelijke mobiliteit                    | 34 |
| 2.1 De zakelijke markt                                            | 14 | 3.3.1                                 | Invulling zakelijke mobiliteit en tevredenheid           | 35 |
| 2.2 De zakelijke markt - een aantal kenmerken                     | 15 | 3.3.2                                 | Behoefte aan verandering en intenties                    | 38 |
| 2.3 De zakelijke markt – merkposities                             | 16 | 3.3.3                                 | Mobiliteitsbudget                                        | 39 |
|                                                                   |    | 3.3.4                                 | De werkgever als facilitator van zakelijke mobiliteit    | 44 |
| <b>Hoofdstuk 3 Samenvatting Berijdersonderzoek</b>                | 20 | 4                                     | Zes profielen van zakelijke rijders                      | 46 |
| 3.1 Kenmerken van de zakelijke rijder                             | 22 |                                       |                                                          |    |
| 3.2 Huidige en volgende zakenauto                                 | 24 | <b>Hoofdstuk 4 Bedrijvenonderzoek</b> |                                                          | 54 |
| 3.2.1 Kenmerken huidige zakenauto                                 | 25 | 4.1                                   | Kenmerken van de onderzochte bedrijven                   | 56 |
| 3.2.2 Net Promoter Score (aanbeveling)                            | 26 | 4.2                                   | De werkgever als facilitator van zakelijke mobiliteit    | 58 |

|         |                                                              |    |                                   |    |
|---------|--------------------------------------------------------------|----|-----------------------------------|----|
| 4.2.1   | Huidige invulling van zakelijke mobiliteit                   |    | <b>Hoofdstuk 5 Verantwoording</b> | 84 |
| 4.2.1.1 | Beperkingen in autokeuze                                     | 59 |                                   |    |
| 4.2.1.2 | Keuze voor een volledig elektrisch aangedreven auto          | 61 | Colofon                           | 88 |
| 4.2.1.3 | Keuze voor alternatieven, keuze voor een budget              | 62 |                                   |    |
| 4.2.1.4 | Tevredenheid over het mobiliteitsbudget                      | 64 |                                   |    |
| 4.2.1.5 | Kritische factoren om een mobiliteitsbudget in te voeren     | 65 |                                   |    |
| 4.2.1.6 | Privélease                                                   | 66 |                                   |    |
| 4.2.2   | Visie op mobiliteit                                          |    |                                   |    |
| 4.2.2.1 | Stellingen over zakelijke mobiliteit                         | 68 |                                   |    |
| 4.2.1.2 | Criteria die de inrichting van het mobiliteitsbudget bepalen | 70 |                                   |    |
| 4.2.1.3 | Behoefte om huidige situatie aan te passen                   | 72 |                                   |    |
| 4.2.1.4 | Concrete veranderingen                                       | 74 |                                   |    |
| 4.3     | Verkeersveiligheid                                           | 80 |                                   |    |



# Voorwoord

Met het jaarlijkse Nationaal Zakenauto Onderzoek krijgt u een unieke inkijk in de stand van de zakenauto in Nederland. De initiatiefnemers Automobiel Management, RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Informatie en de Vereniging van Nederlandse Autolease-maatschappijen zijn er trots op om naast de actuele stand van zaken een aantal toekomstscenario's te schetsen op basis van de gegevens verstrekt door ongeveer drieëneenhalf duizend zakelijke rijders en bijna zevenhonderd bedrijven. Het onderzoek en de rapportage werd, zoals ook de vorige jaren, verzorgd door VMS | Insight.

Uit de hoeveelheid gegevens hebben wij zelf een tiental opvallende conclusies getrokken. Allereerst waren het enkele opvallende verschuivingen ten opzichte van de voorgaande jaren. Zo blijkt de gemiddelde merkloyaliteit van de zakelijke rijder verder te dalen. De gematigde invloed van de fiscaliteit laat echter zien dat bepaalde merken weer stevig in opkomst zijn. Een verschuiving waar menig importeur op korte termijn mee te maken zal krijgen. Eveneens een opvallende conclusie is de discrepantie tussen wat de zakelijke rijder wenst en wat het bedrijf voor hem in petto heeft. NZO geeft duidelijk aan waar het schuurt tussen deze twee partijen. Zo staat het mobiliteitsbudget bij de bedrijven aanmerkelijk hoger op het lijstje dan bij de gemiddelde zakelijke rijder. Ook blijken alternatieve vervoersvormen slechts mondjes-

maat te worden gebruikt. Privélease is populair bij de particuliere rijder maar zakelijke rijders maken er nog weinig gebruik van.

Nieuw is dit jaar ook de profilering op basis van clusteranalyse van de zakelijke rijder naar zes groepen. De profielen leveren interessante inzichten op. De uitdaging voor volgende edities van het NZO zit in het vastleggen van de dynamiek: welke ontwikkelingen zijn zichtbaar per profiel?

Uiteraard zitten er nog veel meer data in die u tot inzichten kunnen brengen om daar mee aan de slag te gaan. Mocht u eventueel een verdere verdieping op bijvoorbeeld merkniveau willen dan kunt u contact opnemen met Eric Vousten.

Namens de samenstellers,  
Peter Brouwer,  
hoofdredacteur AM

René Stolp,  
manager product development RDC Group

Renate Hemerik,  
directeur VNA



Peter Brouwer



Renate Hemerik



René Stolp



Onderzoeker Eric Vousten

# Hoofdstuk 1

## **CONCLUSIES NZO 2017**





## 1. Loyaliteit / attractiviteit

De gemiddelde loyaliteit (= hoe aantrekkelijk is een merk voor de zakelijke rijders van dat merk) van alle merken tezamen is 38%. Dit is een daling ten opzichte van vorig jaar (43%). Het feit dat andere keuzefactoren relatief belangrijker

**Herschikking**  
populariteit  
merken

worden dan bijtellings-  
klasse heeft blijkbaar  
een sterk effect op  
loyaliteit. Of, anders  
geformuleerd, veel van  
de merken die vanwege

gunstige bijtelling aantrekkelijk waren voor zakelijke rijders, hebben nu onvoldoende te bieden om deze rijders aan zich te blijven binden. De rijder kiest wat hem past en niet (alleen) wat goed is voor de portemonnee.

De attractiviteit (= hoe aantrekkelijk is een merk voor alle zakelijke rijders) van merken laat sterke verschuivingen zien ten opzichte van de meting in 2016. Tesla, Alfa Romeo en Jaguar hebben wederom de hoogste attractiviteit. Bijzonder is dat de posities van deze drie merken ten opzichte van 2016 ook nog eens flink zijn gestegen. (Veel) meer rijders dan nu zijn dus geïnteresseerd in deze merken. Grote stijgers ten opzichte van vorig jaar zijn Hyundai (plaats 4!), Mini, Mazda, Opel, Lexus, en Kia. Grote dalers zijn de

traditionele toppers in het premium-segment Mercedes-Benz en Audi en ook Nissan, Volkswagen en Mitsubishi. Vooral de groep die nu met een lage bijtellingsauto (0%, 4% of 7%) rijdt, is sterk geïnteresseerd in Tesla (17% van hen zou kiezen voor een Tesla).

## 2. Meer zakelijke rijders vinden de volledig elektrische auto een interessant alternatief

13% van de rijders zou nu een volledig elektrische aangedreven auto (met 4% bijtelling) kiezen. In 2016 was dit 7%. Het aanbod zakelijke auto's met een acceptabele actieradius is op dit moment nog beperkt. Als het aanbod verder toeneemt zal de interesse ongetwijfeld meegroeien. Overigens zijn vooral rijders van een lage bijtellingsauto met 0/4/7% geïnteresseerd: van hen zou bijna de helft kiezen voor een elektrische auto.

**13%**  
kiest elektrisch

## 3. Profielen zakelijke rijders

Met behulp van clusteranalyse zijn zes groepen van zakelijke rijders vastgesteld. Aan deze groepen zijn kenmerken toegevoegd (privé, zakelijk, invulling zakelijke mobiliteit, keuzecriteria en kenmerken auto) waardoor er een set gelaagde

en kleurrijke profielen is ontstaan. Zo is een vijfde van alle rijders te categoriseren als gezinsgericht, 19% als gemakzoeker, nog eens 19% als zekerheidzoeker, 15% als maatschappij bewuste, 14% als statusgevoelige en 12% als onverschillige. De profielen leveren interessante inzichten op. De uitdaging voor volgende edities van het NZO zit in het vastleggen van de dynamiek: welke ontwikkelingen zijn zichtbaar per profiel?

**Profielen**  
zakelijke  
rijders

## 4. Minder auto's van de zaak en meer aandacht voor medewerkertevredenheid, representativiteit en milieubewustzijn

Een serieus deel van de bedrijven (in totaal 37%) verwacht dat er in de nabije toekomst aan minder medewerkers een auto van de zaak ter beschikking wordt gesteld. Dit varieert van 22% bij de kleinste wagenparken met 2-5 auto's tot 66% bij de grootste wagenparken met meer dan 200 auto's. Bij het inrichten van het mobiliteitsbeleid is het belang van drie factoren sterk toegenomen ten opzichte van 2016 en 2015: medewerkertevredenheid, representativiteit en milieubewustzijn.

**Minder**  
auto's van  
de zaak

## 5. Het mobiliteitsbudget is vooral populair bij bedrijven

Het mobiliteitsbudget is een containerbegrip geworden voor allerlei financiële afspraken tussen werkgever en werknemer om zakelijke mobiliteit te financieren. De definitie is dus niet eenduidig. Deze varieert van een budget dat ter beschikking staat omdat is afgezien van een auto van de zaak tot een budget dat mee-ademt met

**Bedrijven**  
actief met  
mobiliteitsbudget

de (zakelijke) mobiliteitsbehoefte en die via verschillende vervoersvormen moet worden ingevuld. Steeds meer bedrijven zetten

in op de invoering van een mobiliteitsbudget. In 2017 overweegt 15% van alle bedrijven de invoering van een mobiliteitsbudget. Van deze bedrijven heeft 68% een concrete intentie om de komende 3 jaar daadwerkelijk tot invoering over te gaan. In 2016 waren deze percentages veel lager: 5% overwoog toen invoering en 38% van hen had een concrete intentie voor invoering in de volgende drie jaar. Het lijkt er echter op dat de animo van zakelijke rijders voor het mobiliteitsbudget nauwelijks is toegenomen. De concrete intentie om de komende drie jaar over te stappen is 5,5% (was in 2016: 4%). Het gemak van de huidige auto van de zaak weegt

daarin zwaar mee. Er zijn twee groepen wél geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget: 1. Een (relatief kleine) groep die woont en/of werkt in een stedelijk gebied en juist behoefte heeft aan flexibiliteit en 2. Een deel van de berijders van een lage bijtellingsauto die verwachten (of hopen..) dat een mobiliteitsbudget hen (opnieuw) de mogelijkheid biedt om tegen lagere kosten een zakelijke auto te rijden.

## 6. Gebruikers van een mobiliteitsbudget maken weinig gebruik van administratietools

Gebruikers van een mobiliteitsbudget zijn best tevreden. Opvallend is dat de invulling (zoals ook in voorgaande edities is geconstateerd) vrijwel altijd een auto van de zaak is zonder daarbij gebruik te maken van alternatieve vervoersvormen. Twee derde gebruikt geen hulpmiddelen om ritten te registreren en/of administratie af

**2/3**  
gebruikt geen tools

te wikkelen. Opvallend, want het fiscaal sluitend administreren is lastig maar wel een voorwaarde. Het niet gebruiken van een ritregistratiesysteem maakt ritregistratie onnodig tijdrovend en foutgevoelig. Voor de kosten hoeft je zo'n systeem niet te mijden. Kans voor dienstverleners?

## 7. De concrete intentie tot het gebruik van alternatieve vervoersvormen blijft, bij zowel berijders als bedrijven, stabiel en dus zeer beperkt.

Van de berijders heeft 10% een positieve intentie tot gebruik van de fiets (en e-Bike) in de komende drie jaar en 8% tot de trein. Slechts een op de acht werkgevers verwacht dat het gebruik van poolauto, fiets en OV in de komende drie jaar merkbaar toeneemt ten opzichte van nu.

**Auto**  
blijft leading

## 8. Verkeersveiligheid wordt een steeds belangrijker thema voor werkgevers

Verkeersveiligheid wordt een groter thema. Dat heeft enerzijds te maken met de toenemende afleiding in het verkeer (onder andere als gevolg

**Focus**  
verkeersveiligheid

van de smartphone) maar anderzijds zeker ook met het toegenomen aanbod van allerlei veiligheidsvoorzieningen in moderne auto's. Op dit moment lijkt verkeersveiligheid nog geen grote rol te spelen in het mobiliteitsbeleid van bedrijven. Maar dat verandert snel: twee derde

van alle bedrijven verwacht voor de nabije toekomst een sterke focus op veilig rijden en de aanwezigheid van veiligheidsopties.

### 9. Privélease gaat de auto van de zaak niet vervangen

Privélease is een groot fenomeen in de mobiliteitsmarkt, maar vooral voor particulieren. Als mogelijkheid voor het invullen van de zakelijke mobiliteitsbehoefte (bijvoorbeeld bij een mobiliteitsbudget) speelt het nauwelijks een rol. De intentie tot gebruik ligt op een onveranderd laag niveau.

Sommige werkgevers bieden (vaak in samenwerking met een leasemaatschappij) een privélease arrangement aan voor de (tweede) privé-auto van medewerkers. Vooral grote bedrijven zijn actief: 22% biedt een dergelijk arrangement aan en nog eens 22% heeft concrete

plannen om dit te introduceren. Bij kleine en middelgrote bedrijven liggen deze percentages op een veel lager niveau.

Privélease vooral  
voor  
**privé**

### 10. Mobiliteitswensen zakelijke rijders en bedrijven sterk uiteenlopend

Verschil in tevredenheid over de huidige invulling van zakelijke mobiliteit en behoefte om te veranderen

Voor bedrijven blijft de auto een zeer belangrijke rol vervullen in zakelijke mobiliteit. Een derde van alle bedrijven heeft behoefte om de wijze waarop de zakelijke mobiliteit is georganiseerd

Zakelijke rijder:  
**WEINIG**  
veranderbehoefte

te veranderen. Bij grote bedrijven is verandering het uitgangspunt, lijkt het wel (>50 voertuigen: 50%, >200 voertuigen: 68%! ). Kostenbesparing is dan de belangrijkste reden, gevolgd door milieubewustzijn, flexibiliteit bieden aan werknemers en invoering van een mobiliteitsbudget.

Over het algemeen zijn zakelijke rijders erg tevreden over de invulling van hun zakelijke mobiliteit en hebben ze in veel mindere mate behoefte om te veranderen. Slechts 5% is ontevreden over de huidige situatie en één op de vijf wil veranderen voor méér vrijheid en flexibiliteit, méér vrijheid in merken/modellen keuze of om een elektrisch aangedreven auto te kunnen rijden...

### Andere veronderstelling met betrekking tot de acceptatie van alternatieven

De helft van alle bedrijven verwacht dat medewerkers veel vaker openstaan voor alternatieven voor de auto van de zaak. Door de bedrijven die behoefte hebben om de invulling van hun zakelijke mobiliteit te veranderen, wordt dit zelfs in driekwart van de gevallen aangegeven. Zakelijke rijders zijn echter nauwelijks geïnteresseerd in alternatieven.

### Andere veronderstelling met betrekking tot de acceptatie van een mobiliteitsbudget

Veel bedrijven hebben concrete plannen voor invoering van een mobiliteitsbudget. Vooral bij

grote bedrijven staat dit onderwerp hoog op de agenda. Het mobiliteitsbudget wordt vaak gezien als oplossing voor veel uitdagingen:

het bieden van flexibiliteit en het overdragen van verantwoordelijkheid. En de zakelijke rijder? Die ziet over het algemeen een mobiliteitsbudget helemaal niet zitten.

De grote veranderingsgerichtheid van bedrijven enerzijds en de sterke wens van zakelijke rijders om vast te houden aan de status quo, kan voor behoorlijk wat frictie zorgen.

Werkgever:  
**VEEL**  
veranderbehoefte





# Hoofdstuk 2

# **MARKTANALYSE OP BASIS VAN AUTOMOTIVE DASHBOARD**

In dit hoofdstuk worden feiten, cijfers en trends in de automarkt voor zakelijk gebruikte personen-auto's behandeld. Hiervoor is gebruik gemaakt van AutoMotive Dashboard, een geïntegreerd platform van RDC met databases en functionaliteit voor het analyseren van statistische automotive data.

Alle data hebben betrekking op geregistreerde personenauto's tot en met augustus 2017 (08/2017 YTD).

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

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

De zakelijke markt is, op basis van registraties, niet eenduidig vast te stellen naar soort eigenaar. De registraties zijn namelijk gebaseerd op het weergeven van wettelijke verplichtingen en niet het commercieel gebruik. Dit behoeft enige toelichting:

- De segmenten klein zakelijk, fleetowner, leasemaatschappij en rental bestaan volledig uit auto's met een zakelijke bestemming.
- Het RTL-register (Registratie Tenaamstelling Leasemaatschappij) stelt leasemaatschappijen in staat om voertuigen in het kentekenregister van de RDW op naam van de lessee of zijn

of haar bestuurders te registreren, terwijl de leasemaatschappij een aantal kentekenhouderverplichtingen op zich kan nemen. De lessee kan een rechtspersoon zijn of een natuurlijk persoon en in die laatste variant kan het een zakelijke rijder zijn of een consument met een privéleasecontract.

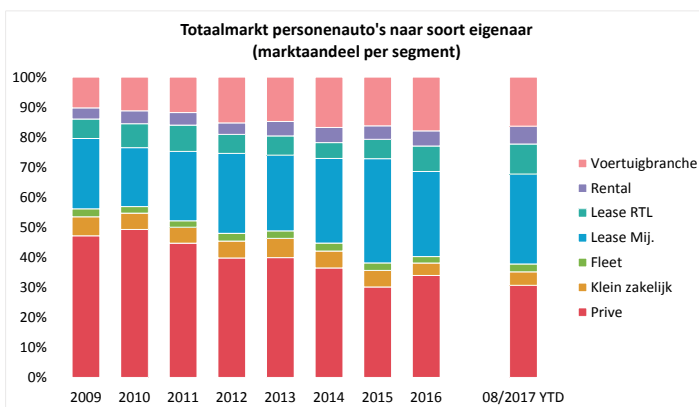
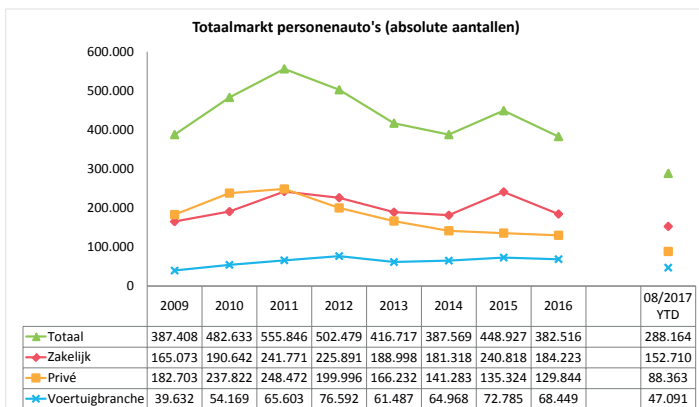
- Het aantal zelfstandigen/zzp'ers is inmiddels aanzienlijk. Velen van hen hebben een zakelijke auto. Deze auto's zijn niet als zodanig te herkennen in de statistiek omdat auto's van eenmanszaken automatisch worden geregistreerd onder privé.

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

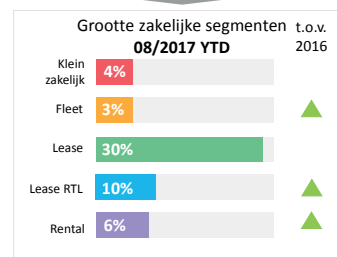
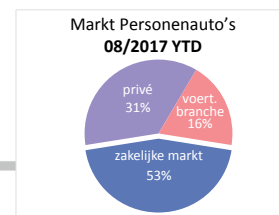
Kortom: registraties volgens de definitie van een zakelijke auto zijn niet volledig uit de statistiek te herleiden. Dat leidt ertoe dat waar hierna wordt gesproken over 'zakelijke markt', privélease is inbegrepen. De branche onderzoekt of en hoe op eenduidige wijze privélease uit de RDW-data kan worden herleid.

## 2.1 De zakelijke markt

### De totale en zakelijke markt



- De totaalmarkt personenauto's is de afgelopen jaren weer licht toegenomen naar een niveau van bijna 400.000 eenheden. Het aandeel zakelijke personenauto's neemt in belang toe. Tot en met 08/2016 was het aandeel zakelijk 46% en tot en met 08/2017 is dit opgelopen naar 53%. Het toegenomen aantal privéleaseregistraties zorgt uiteraard voor een verschuiving van particuliere naar zakelijke registraties en is mede oorzaak voor de stijging van het zakelijke segment. De VNA schat dat de markt per 1 juli 2017 85.000 privé geleaste personenauto's telde en dat – als deze groei doorzet – in 2017 de grens van 100.000 zal worden gepasseerd.
- Opmerkelijk is dat het aantal registraties in de voertuigbranche (demo's en zogenaamde voorgeregistreerde auto's), de afgelopen jaren is toegenomen van bijna 39.000 voertuigen in 2009 tot zo'n 70.000 in 2015 en 2016. Deze auto's maken inmiddels structureel zo'n 20% uit van de totale markt.



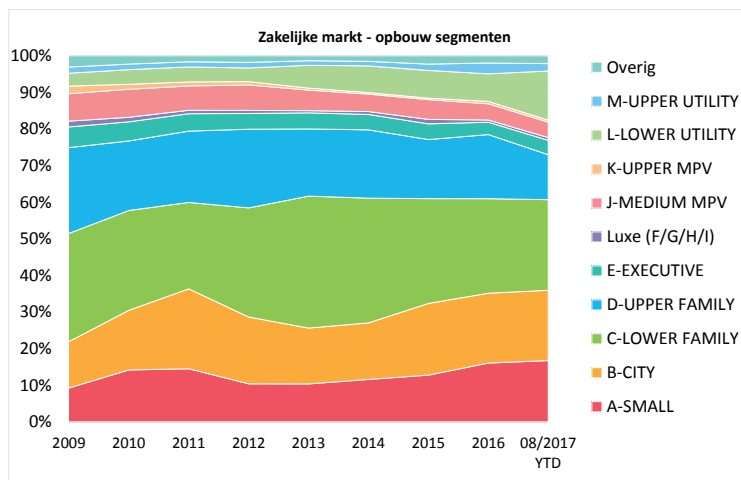
## 2.2 De zakelijke markt – een aantal kenmerken



• Er zijn drie segmenten die jaar op jaar een groter aandeel van de taart opeisen: het A-segment (o.a. UP!), B-segment (o.a. Clio) en L-segment (o.a. Qashqai). Het C-segment (o.a. Astra) is weliswaar licht in omvang afgenomen maar is met 25% het grootste segment. Samen zijn deze vier segmenten goed voor bijna driekwart van de zakelijke markt.

• Hybride (inclusief plug-in hybride) neemt sterk af als aandrijfsoort. Volledig elektrisch neemt toe met 19%, maar het totale aandeel blijft steken op zo'n 2% van alle zakelijk geregistreerde auto's. Het aandeel benzine stijgt (met 16%) ten koste van diesel.

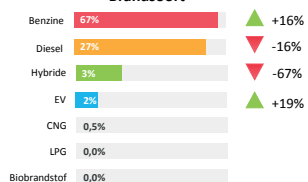
• Van alle zakelijk geregistreerde personenauto's tot en met 08/2017 valt 98% in de 22%-bijtellingscategorie.



**Zakelijke markt - Transmissie**

|          |     |
|----------|-----|
| Manueel  | 67% |
| Automaat | 29% |
| CVT      | 4%  |

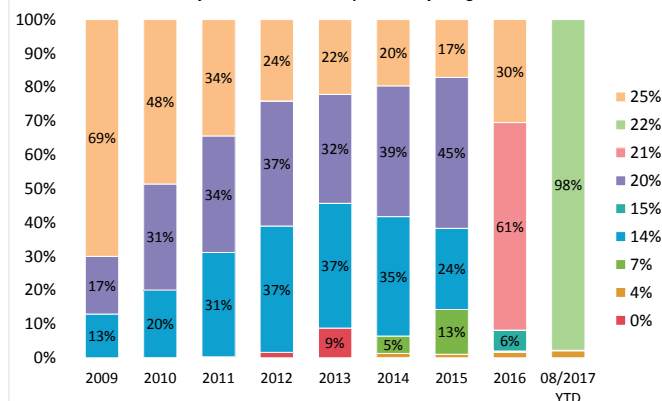
**Zakelijke markt - Aandrijving/ Brandsoort**



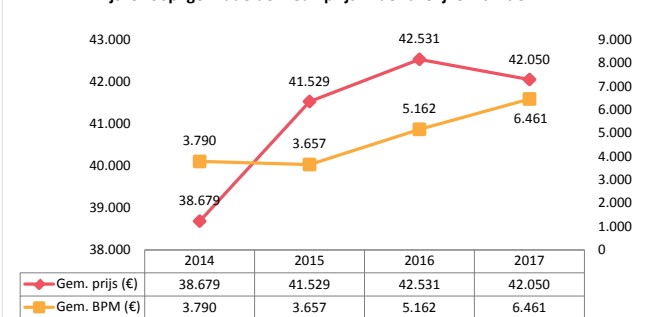
• De gemiddelde catalogusprijs van alle nieuw verkochte zakelijke personenauto's stabiliseert rond de € 42.000. Opmerkelijk is dat het gemiddelde BPM-bedrag toeneemt van € 3.657 in

2015 tot € 6.461 in 2017. Een stijging van 77%. Uiteraard is dit het gevolg van aanpassingen in het BPM-regime (vooral als gevolg van minder BPM-vrijstellingen) met als consequentie een

**Zakelijke markt - nieuwverkopten naar bijtellingsklasse**



**Prijsverloop: gemiddelde nieuwprijs in de zakelijke markt en BPM**



verschuiving in de mix: eindgebruikers betalen gemiddeld dezelfde prijs, maar krijgen daar minder auto voor terug.

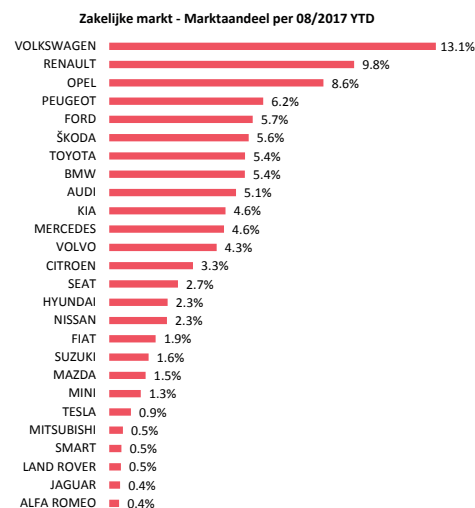
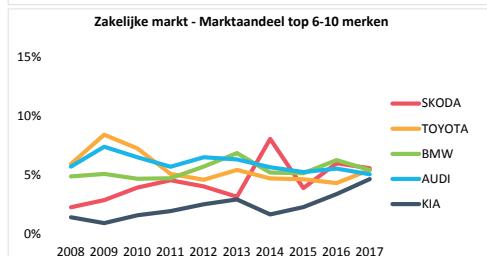
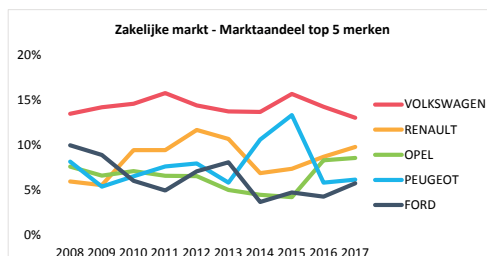
## 2.3 De zakelijke markt – merkposities



- Het marktaandeel daalt (al twee jaar op rij) maar de nummer 1-positie is nog steeds voor Volkswagen.
- Renault en Opel ontwikkelen zich zeer positief met marktaandelen tot en met 08/2017 van respectievelijk 9,8 en 8,6%. Peugeot is na een explosief opgelopen marktaandeel van uiteindelijk 13,3% in 2015 teruggeval- len naar rond de 6%, maar lijkt zich te herpakken met de introductie van nieuwe, door de zakelijke markt goed geaccepteerde, modellen. Daarna volgt een veld met veel

- spelers die allemaal rond de 5% marktaandeel scoren.
- Top-5 modellen in de zakelijke markt zijn Astra, UPI, Golf, Clio en Mégane. Samen zijn ze goed voor zo'n 15% van alle geregistreerde modellen.
- Het segment van de volledig elektrisch aangedreven personenauto's bestond in 2016 uit iets meer dan 3.000 voertuigen. Tot en met augustus 2017 is dat aantal al gerealiseerd; de outlook voor 2017 is positief. Maar het aandeel van de elektrische auto zal in 2017 niet boven de

3% uitkomen. Het nog relatief beperkte aanbod speelt daarbij een grote rol. Binnen het segment neemt Tesla met 42% de koppositie in. Runners up zijn Hyundai (met de Ioniq) en BMW (met de i3). Ook Renault heeft met de Zoe een hoger marktaandeel gescoord. De nieuwe Leaf wordt in september verwacht, afhankelijk van de beschikbaarheid zal dat een positief effect hebben op het marktaandeel van Nissan.



**Zakelijke markt - Registraties Full-EV per merk**

|                | 2014         |             | 2015         |             | 2016         |             | 08/2017 YTD  |             |
|----------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
|                | Aantal       | %           | Aantal       | %           | Aantal       | %           | Aantal       | %           |
| TESLA          | 1.118        | 50.2%       | 1.476        | 59.0%       | 1.786        | 58.8%       | 1.323        | 41.7%       |
| HYUNDAI        | 2            | 0.1%        | 10           | 0.4%        | 41           | 1.3%        | 454          | 14.3%       |
| BMW            | 141          | 6.3%        | 95           | 3.8%        | 228          | 7.5%        | 382          | 12.0%       |
| NISSAN         | 498          | 22.4%       | 335          | 13.4%       | 517          | 17.0%       | 345          | 10.9%       |
| RENAULT        | 161          | 7.2%        | 134          | 5.4%        | 126          | 4.1%        | 309          | 9.7%        |
| VOLKSWAGEN     | 70           | 3.1%        | 77           | 3.1%        | 200          | 6.6%        | 245          | 7.7%        |
| MERCEDES-BENZ  |              |             | 126          | 5.0%        | 90           | 3.0%        | 43           | 1.4%        |
| SMART          | 216          | 9.7%        | 196          | 7.8%        | 1            | 0.0%        | 20           | 0.6%        |
| KIA            | 6            | 0.3%        | 42           | 1.7%        | 34           | 1.1%        | 16           | 0.5%        |
| OVERIGE MERKEN | 16           | 0.7%        | 11           | 0.4%        | 16           | 0.5%        | 39           | 1.2%        |
| <b>TOTAAL</b>  | <b>2.228</b> | <b>100%</b> | <b>2.502</b> | <b>100%</b> | <b>3.039</b> | <b>100%</b> | <b>3.176</b> | <b>100%</b> |

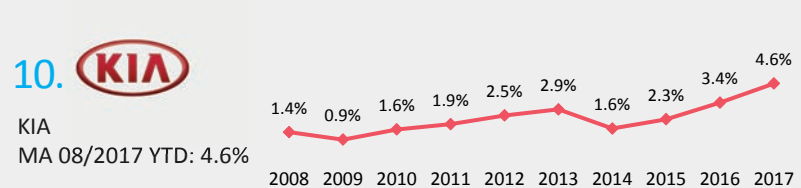
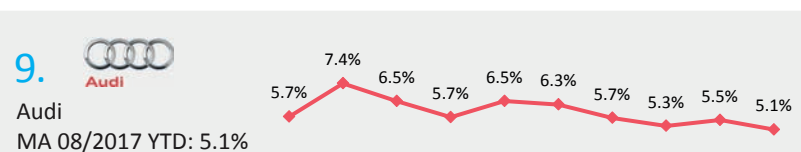
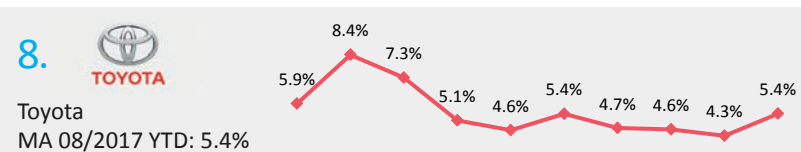
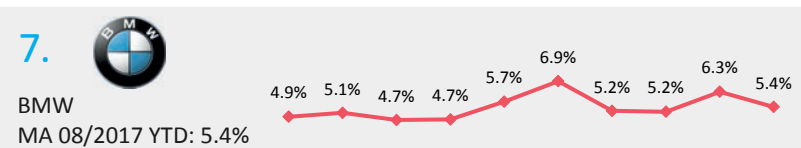
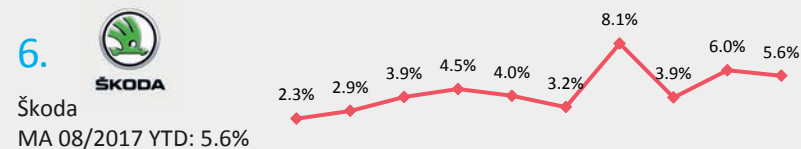
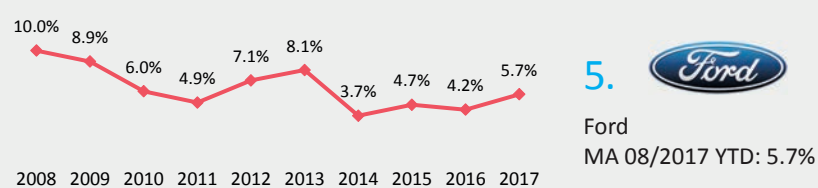
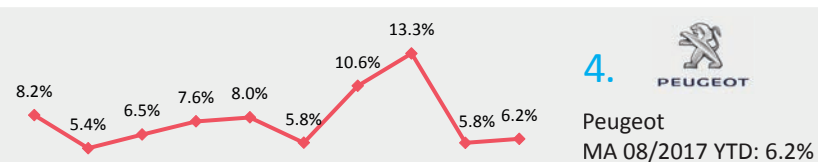
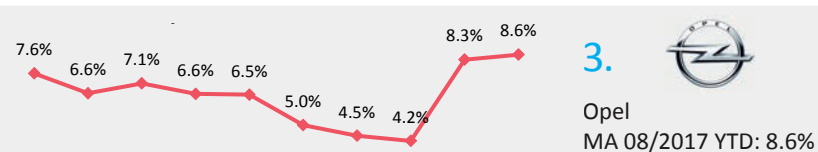
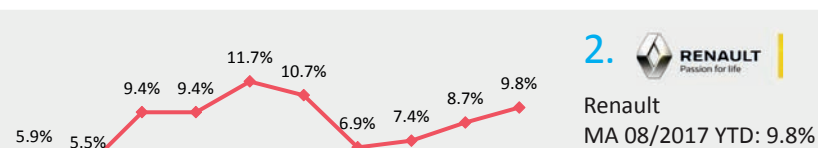
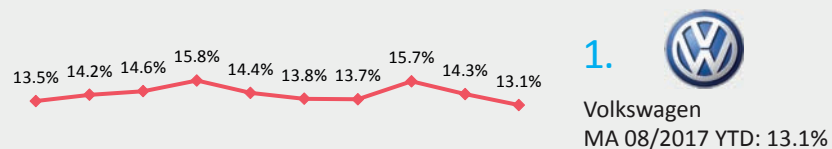
**Zakelijke markt – Marktaandeelontwikkeling (07/2017 YTD t.o.v. gehele jaar 2016)**



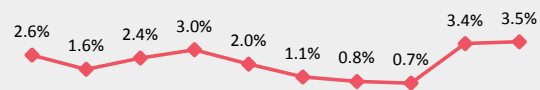




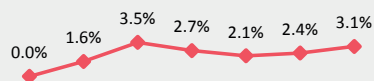
## Zakelijke markt - merkposities



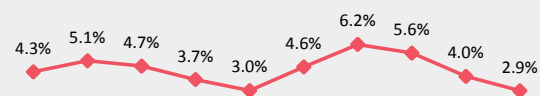
## Zakelijke markt - modelposities



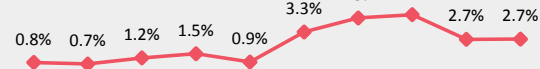
**1.**   
Opel Astra  
MA 08/2017 YTD: 3.5%



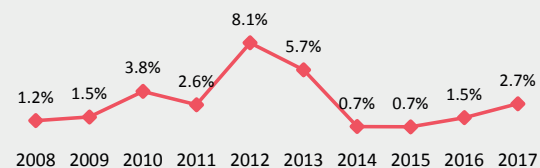
**2.**   
VW UP!  
MA 08/2017 YTD: 3.1%



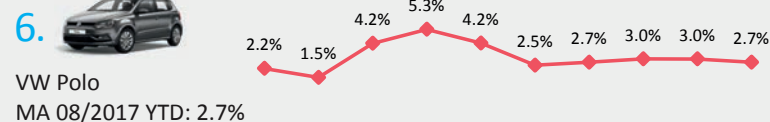
**3.**   
VW Golf  
MA 08/2017 YTD: 2.9%



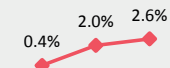
**4.**   
Renault Clio  
MA 08/2017 YTD: 2.7%



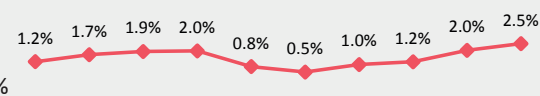
**5.**   
Renault Mégane  
MA 08/2017 YTD: 2.7%



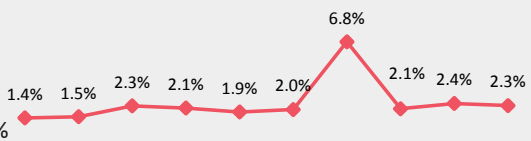
**6.**   
VW Polo  
MA 08/2017 YTD: 2.7%



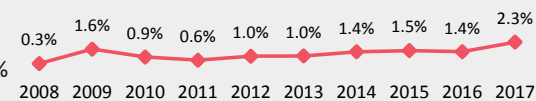
**7.**   
Opel Karl  
MA 08/2017 YTD: 2.6%



**8.**   
Toyota Aygo  
MA 08/2017 YTD: 2.5%



**9.**   
Škoda Octavia  
MA 08/2017 YTD: 2.3%



**10.**   
Ford Fiesta  
MA 08/2017 YTD: 2.3%

# Hoofdstuk 3

## BERIJDERSONDERZOEK

Dit hoofdstuk is een samenvatting van het berijdersonderzoek van het NZO 2017. Het geeft inzicht in de zakenauto en zijn berijder en de wijze waarop de berijder omgaat met mobiliteitsvraagstukken en autokeuze. Aan het onderzoek is door bijna 3.700 respondenten deelgenomen. Hiervan blijven na schoning 3.478 respondenten over die de basis vormen voor deze onderzoeksrapportage.

| Kleuren behorende bij verklarende kenmerken (berijders)  |
|----------------------------------------------------------|
| Blauw: auto gerelateerd                                  |
| Groen: alternatieven, o.a. mobiliteitsbudget, privélease |
| Oranje: volgende auto                                    |
| Rood: beleid werkgever                                   |
| Paars: socio-demografische kenmerken                     |







## 3.1 Kenmerken van de zakelijke rijder

De onderzochte populatie zakelijke rijders bestaat uit 3.478 personen. Dé zakelijke rijder bestaat niet, uiteraard. Er zijn veel onderlinge verschillen als het gaat om achtergrond, werksituatie, keuzefactoren en veranderingsbereidheid. Maar er zijn ook gemeenschappelijke kenmerken die weer gebruikt kunnen worden om zakelijke rijders te segmenteren.

Meer inzicht in segmenten (of persona's) kunt u vinden in paragraaf 4: Zes profielen van zakelijke rijders. In deze paragraaf worden de belangrijkste persoonlijke kenmerken van de onderzochte populatie zakelijke rijders op een rijtje gezet. De schets levert het volgende beeld op van de zakelijke rijder:

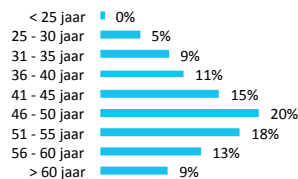


- Meer dan de helft van de zakelijke rijders in de onderzochte populatie is tussen de 40 en 55 jaar. Het merendeel verdient tussen de veertig en zestig duizend euro per jaar, twee derde heeft een huishouden van drie personen of meer, een vijfde woont in de stad, een derde werkt voornamelijk op een vast werk-(of woon)adres, 88% is werknemer (bijna 12% is ZZP'er of DGA).
- De bedrijven waarvoor men werkt zijn divers qua grootte (aantal werknemers) en branche: 11% werkt bij kleine bedrijven tot 10 werknemers en 29% bij bedrijven met meer dan 1.000 werknemers. De helft van alle respondenten werkt in de branches zakelijke dienstverlening, ICT en industrie.

### Socio-demografische gegevens zakelijke rijder

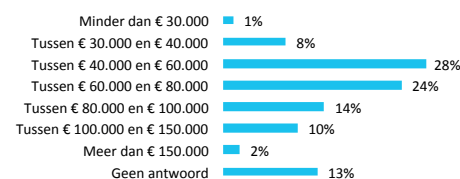
Gemiddelde leeftijd is **47.5 jaar**

#### Wat is uw leeftijd?



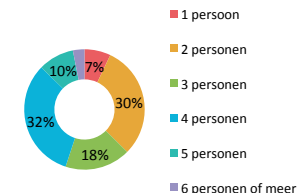
Gemiddeld jaarinkomen is **€71.800,-**

#### Wat is uw bruto-jaarinkomen?



Gemiddeld huishouden bestaat uit **3.2 personen**

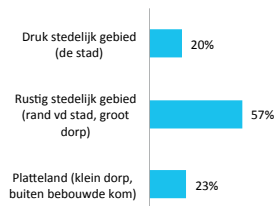
#### Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden?



### Woonomgeving & werksituatie

**20%** woont in de stad

#### Waar woont u?



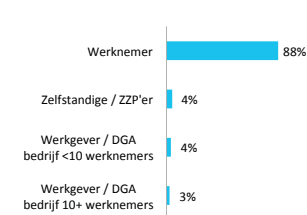
**1/3** werkt op een vast adres

#### Mijn werkgebied is ...



**88%** is werknemer

#### Welke omschrijving past het beste bij uw situatie?

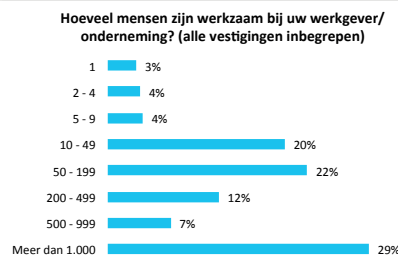




- Het gemiddelde jaarkilometrage is met 37.100 gelijk aan de meting van vorig jaar.
- Meer dan 90% van alle respondenten met een auto van de zaak rijdt meer dan 500 km privé en komt dus in aanmerking voor bijtelling. Vanaf 2015 is dit percentage behoorlijk stabiel. Maar de verwachting is dat dit percentage volgend jaar zal afnemen tot 88%. Meer zakelijke rijders dan voorheen verwachten namelijk volgend jaar hun zakenauto buiten de bijtelling te houden. Dit betreft vooral bestuurders van een zakenauto die binnen 12 maanden moet worden vervangen.
- De zakelijke rijder rijdt gemiddeld 13.700 privé kilometers per jaar (in 2016 lag dit op 13.100 km). Dit is in lijn met het weggebruik van de gemiddelde Nederlander (bron CBS: gemiddeld rijdt een Nederlandse auto 13.000 km per jaar). De privé kilometers worden voor twee derde gemaakt met de zakenauto en verder met een andere privéauto.

## Grootte bedrijf & branche

De **HELFT** werkt bij een bedrijf met >200 werknemers



Drie sectoren omvatten **52%** van de zakelijke rijders



## Gebruik - kilometrages

### NZO 2017:

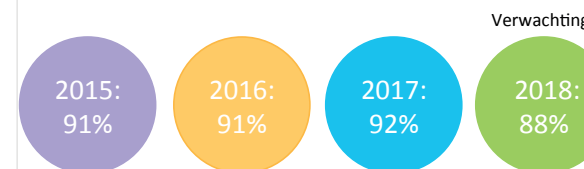
|                          |   |           |
|--------------------------|---|-----------|
| Totaal gemiddeld         | : | 37.100 km |
| Woon-werkkilometers      | : | 16.500 km |
| Privé-kilometers         | : | 9.200 km  |
| Met een andere privéauto | : | 4.500 km  |

### NZO 2016:

|                          |   |           |
|--------------------------|---|-----------|
| Totaal gemiddeld         | : | 37.100 km |
| Woon-werkkilometers      | : | 17.600 km |
| Privé                    | : | 9.100 km  |
| Met een andere privéauto | : | 4.000 km  |

### Privégebruik zakenauto

Komt u in aanmerking voor een bijtelling? (% ja)



## 3.2 Huidige en volgende zakenauto

Een belangrijk element in het NZO is de volgende autokeuze. Om voorkeuren goed te kunnen meten zijn vragen gesteld over de huidige auto en over de volgende auto, ervan uitgaande dat die morgen zou mogen worden gekozen. Hieruit kunnen veel zaken worden afgeleid zoals merk- en modelvoorkeur, voorkeur voor brandstofsoort/aandrijfsoort en bijtellingsklasse. Ook dit jaar is traditiegetrouw het marktsentiment in kaart gebracht.

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

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

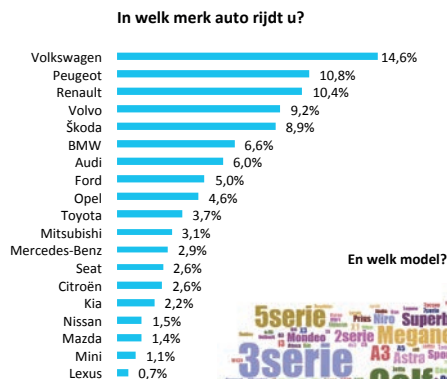
Verder is de tevredenheid van merken gemeten en uitgedrukt in de NPS (Net Promoter Score, of aanbeveling). Ook is het belang van 17 aspecten (invloedsfactoren) op de keuze van de zakenauto in een spinnenweb weergegeven.

Waar relevant worden resultaten vergeleken met eerdere metingen.



## 3.2.1 Kenmerken huidige zakenauto

### Huidige zakenauto



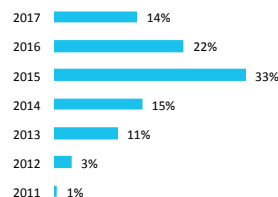
### En welk model?



### Kenmerken zakenauto

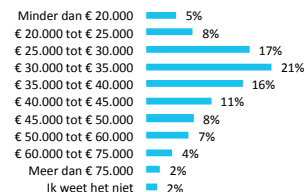
Gemiddelde leeftijd van de zakenauto is **2.8 jaar**

#### Bouwjaar zakenauto



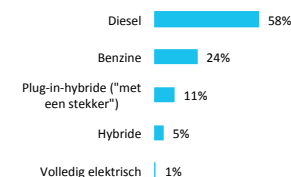
Gemiddelde nieuwwaarde is **€37.100,-**

#### Wat is de nieuwwaarde van deze zakenauto?



**82%** is benzine en diesel

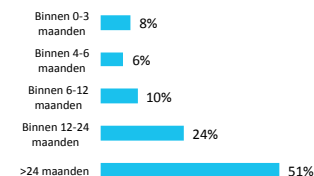
#### In welke brandstofcategorie/aandrijving valt uw zakenauto?



### Looptijd & einde leasecontract

**24%** moet binnen 12 maanden nieuwe keuze maken

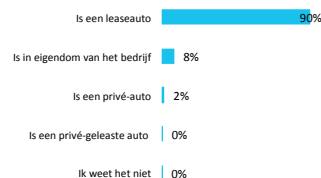
#### Wanneer loopt het leasecontract voor uw leaseauto af?



### Eigendom & bijtelling

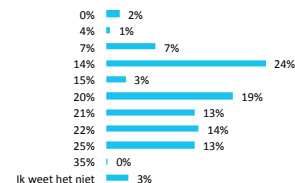
**90%** is lease

#### Mijn zakenauto...



**70%** heeft een gunstige bijtellingsauto

#### Huidige bijtellingscategorie



- De merkaandelen binnen de onderzochte populatie komen in grote lijnen goed overeen met de merkposities in het zakelijke wagenpark.
- De traditioneel sterke modellen in de zakelijke markt zijn goed vertegenwoordigd (Golf, Octavia, 3-serie, Passat) en dat geldt ook voor de runners-up van de afgelopen jaren (308, Clio, Outlander, V60).
- 82% heeft een auto die is uitgerust met een traditionele verbrandingsmotor, 1% rijdt volledig elektrisch en 11% heeft een plug-in hybride.
- In 90% van de gevallen is de auto geleast.
- 70% van de respondenten heeft een auto met een gunstige bijtelling (alle bijtellingsklassen behalve 22% en 25%).
- De helft van de respondenten heeft nog meer dan 24 maanden te gaan voordat de auto vervangen wordt, een kwart vervangt binnen 12 tot 24 maanden en bij het resterende kwart staat vervanging de komende 12 maanden op de rol.



## 3.2.2 Net Promoter Score (aanbeveling)

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

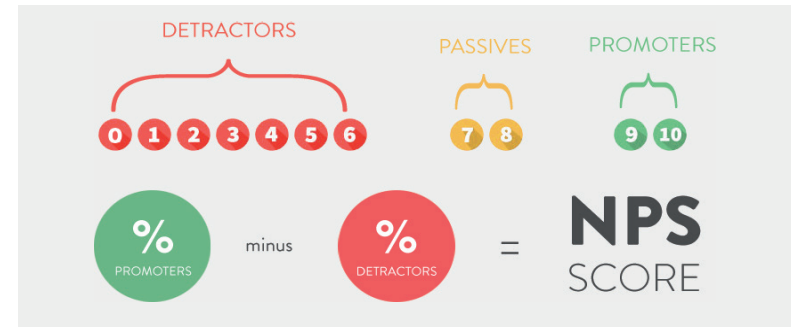
De NPS peilt bij de respondent in welke mate hij/zij in dit geval de zakenauto zou aanbevelen. Concreet wordt aan de respondent de volgende **vraag** gesteld: In welke mate zou u uw huidige zakenauto aanbevelen aan vrienden/familie/collega's? Hierop kan een antwoord gegeven worden op een **11-puntenschaal**,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

Berekening van de Net Promoter Score

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

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

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



NPS - door de jaren heen



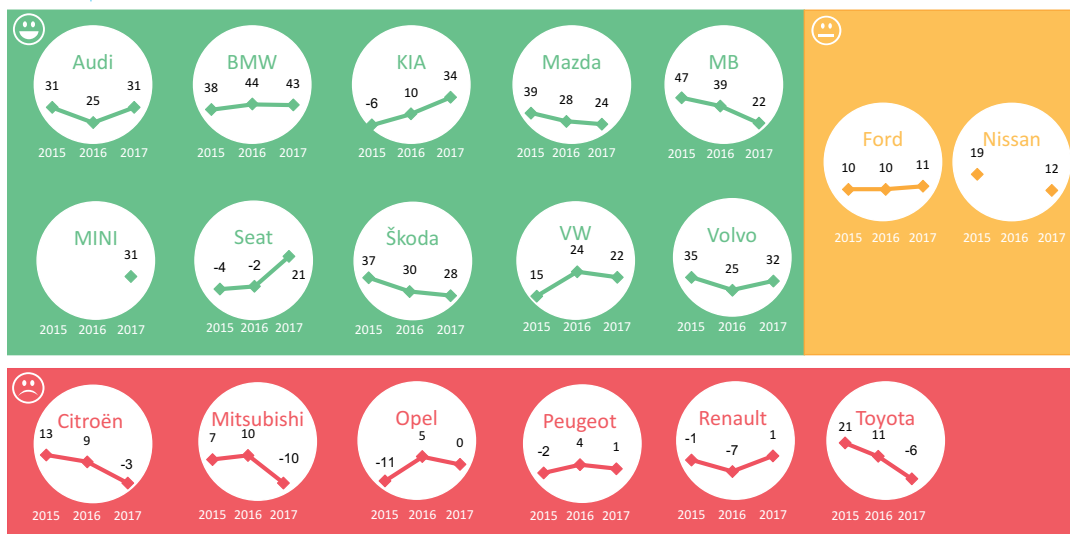


- De gemiddelde NPS is +17; een lichte stijging ten opzichte van vorig jaar.
- Per bijtellingsklasse zijn grote verschillen zichtbaar: in de 15% en 25% bijtellingsklasse is de aanbeveling het hoogst, in de 14% bijtellingsklasse het laagst.
- Indien wordt gekeken naar het einde van de gebruiksduur van de huidige zakenauto, valt op dat bestuurders die nog een lange (lease)termijn voor de boeg hebben, een aanmerkelijk hogere score voor aanbeveling afgeven dan de bestuurders die op korte termijn moeten wisselen.
- De ontwikkeling van de NPS per merk is in een aantal gevallen aanzienlijk: BMW, Škoda en Volvo ontvangen een stabiele en hoge waardering; KIA en Seat stijgen sterk; de NPS voor Citroën, Mitsubishi, Toyota en Mercedes daalt sterk.

## NPS - naar einde leasecontract & Bijtelling

| Bijtellingsklasse:   | 0%/4%/7% | 14% | 15% | 20%/21% | 22%/25% |
|----------------------|----------|-----|-----|---------|---------|
| NPS:                 | 13       | 5   | 34  | 16      | 29      |
| Einde leasecontract  |          |     |     |         | NPS     |
| Binnen 0-3 maanden   |          |     |     |         | -4      |
| 4-6 maanden          |          |     |     |         | +4      |
| Binnen 6-12 maanden  |          |     |     |         | +1      |
| Binnen 12-24 maanden |          |     |     |         | +16     |
| >24 maanden          |          |     |     |         | +23     |

## NPS - per merk



## 3.2.3 Invloedsfactoren op de keuze van de zakenauto



In de meting van 2016 werd een duidelijke trendbreuk met het verleden geconstateerd: in voorgaande jaren speelde bijtellingsklasse een meer dan prominente rol. In de meting van vorig jaar werd echter een toenemend belang zichtbaar van andere invloedsfactoren dan bijtellingsklasse. Het belang van veiligheid, comfort, wegligging, design/reputatie en service van de dealer is toen toegenomen. Datzelfde beeld is ook dit jaar weer zichtbaar. Eén opvallende mutatie: de toename van 'beleid van mijn bedrijf / organisatie'.

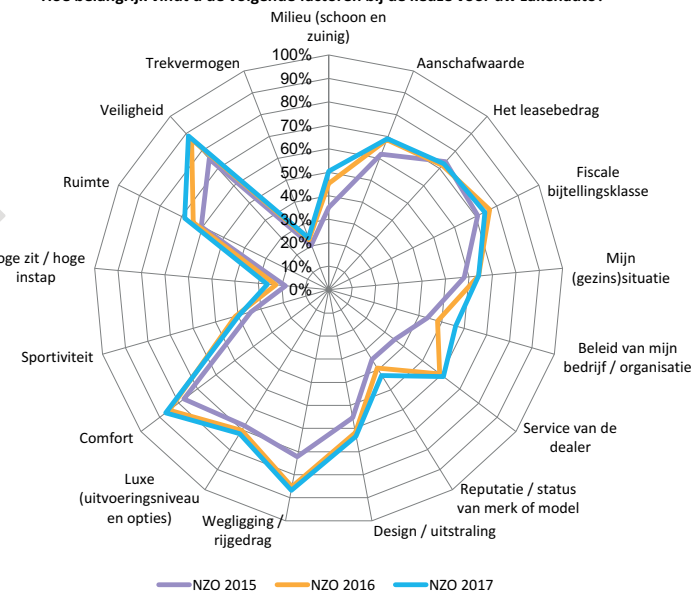
### Belangrijkste invloedsfactoren

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| Veiligheid                | 89% |
| Comfort                   | 87% |
| Wegligging/rijgedrag      | 87% |
| Fiscale bijtellingsklasse | 74% |
| Leasebedrag               | 73% |

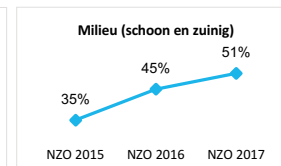
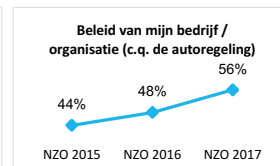
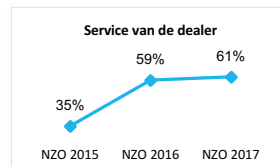
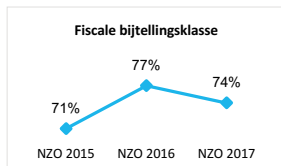
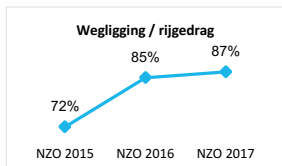
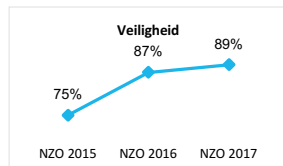
### Minst belangrijke invloedsfactoren

|                      |     |
|----------------------|-----|
| Milieu               | 51% |
| Reputatie/status...  | 43% |
| Sportiviteit         | 40% |
| Hoge zit/hoge instap | 26% |
| Trekvermogen         | 24% |

### Hoe belangrijk vindt u de volgende factoren bij de keuze voor uw zakenauto?



— NZO 2015 — NZO 2016 — NZO 2017



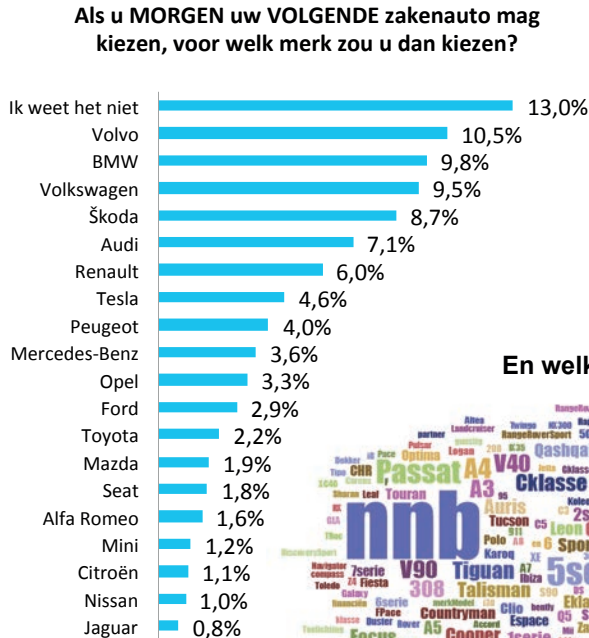


# 3.2.4 Kenmerken volgende zakenauto

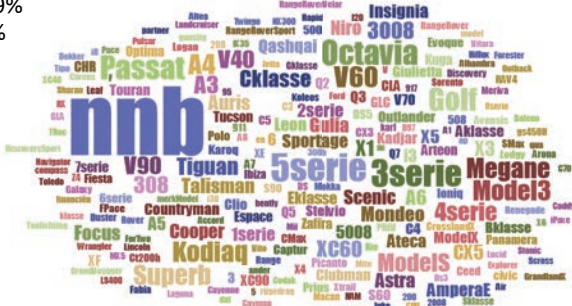


- Het is in vorige edities al eerder geconstateerd: over het algemeen heeft de zakelijke rijder een behoorlijk goed beeld van de auto die men zou kiezen als men nu voor de keuze zou staan. Opmerkelijk is dat de top-10 ranglijst uit (vrijwel) dezelfde merken bestaat als vorig jaar. Van alle respondenten weet 13% (nog) niet voor welke auto men zou kiezen.
- De groep die nu met een lage bijtellingsauto (0%, 4% of 7%) rijdt, is sterk geïnteresseerd in Tesla (17%). Overigens weet een vijfde van deze groep berijders nog niet wat de volgende keuze wordt.
- De vertaling naar loyaliteit en attractiviteit per merk is op de volgende bladzijden zichtbaar.
- 13% van alle rijders zou nu een volledig elektrisch aangedreven auto (met 4% bijtelling) kiezen. In 2016 was dit 7%. Vooral de berijders van een lage bijtellingsauto (0%, 4% of 7%) zijn geïnteresseerd in een elektrisch aangedreven auto. Van hen zou bijna de

Merk - model



En welk model?



- helft kiezen voor een elektrische auto.
- De sterk afnemende interesse in diesel is duidelijk zichtbaar (van 58% huidige auto naar 41% volgende auto).
- De stellingen over het formaat en de aan-

Bijtelling van -> naar

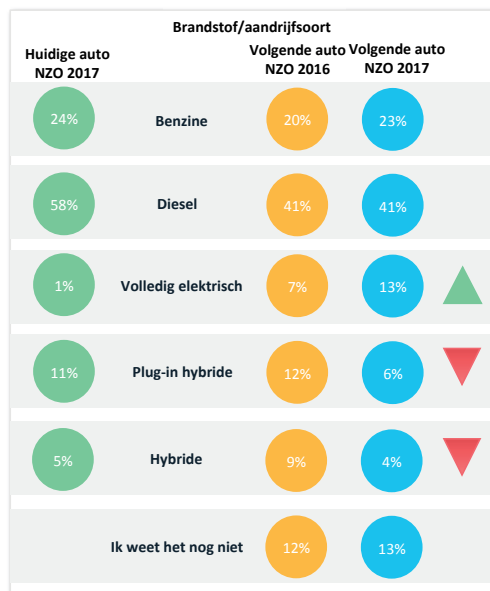
| Bijtelling huidige auto | Bijtelling volgende auto | Aandeel |
|-------------------------|--------------------------|---------|
| 0%/4%/7%                | 4%                       | 45%     |
|                         | 22%                      | 38%     |
|                         | ?                        | 17%     |
| 14%                     | 4%                       | 12%     |
|                         | 22%                      | 74%     |
|                         | ?                        | 13%     |
| 15%                     | 4%                       | 22%     |
|                         | 22%                      | 56%     |
|                         | ?                        | 23%     |
| 20%/21%                 | 4%                       | 7%      |
|                         | 22%                      | 83%     |
|                         | ?                        | 10%     |
| 22%/25%                 | 4%                       | 11%     |
|                         | 22%                      | 79%     |
|                         | ?                        | 10%     |

schaafwaarde van de volgende auto worden enigszins ontkennend beantwoord: slechts 22% verwacht dat de volgende auto kleiner is en 29% verwacht dat de volgende auto een lagere aanschafwaarde heeft. Opmerkelijk is

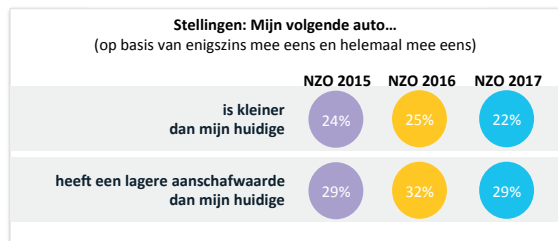
dat de berijders van een lage bijtellingsauto (0%, 4% of 7%) hierover een andere mening hebben. Van hen verwacht 28% een kleinere auto dan de huidige en 56% verwacht een lagere catalogusprijs.



## Keuze aandrijfsoort



## Stellingen



## 3.2.5 Rangorde automerken op basis van Loyaliteit



- De gemiddelde loyaliteit van alle merken tezamen is 38%. Dit is een daling ten opzichte van vorig jaar (43%). Het feit dat andere keuzefactoren relatief belangrijker worden dan bijtellingsklasse heeft blijkbaar een sterk effect op loyaliteit. Of, anders geformuleerd, veel van de merken die vanwege gunstige bijtelling aantrekkelijk waren voor zakelijke rijders, hebben nu onvoldoende te bieden om deze rijders aan zich te blijven binden.

| Loyaliteit: Mijn volgende zakenauto is hetzelfde merk als mijn huidige zakenauto |    |          |    |          |    |          |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|----------|----|----------|----|----------|
|                                                                                  | #  | NZO 2015 | #  | NZO 2016 | #  | NZO 2017 |
| Tesla                                                                            | 3  | 63%      | 1  | 80%      | 1  | 71%      |
| BMW                                                                              | 2  | 63%      | 2  | 69%      | 2  | 68%      |
| Alfa Romeo                                                                       | 18 | 24%      | 4  | 63%      | 3  | 63%      |
| Mini                                                                             | -  |          | -  |          | 4  | 58%      |
| Hyundai                                                                          | 15 | 28%      | 19 | 18%      | 5  | 50%      |
| Volvo                                                                            | 5  | 51%      | 5  | 52%      | 6  | 50%      |
| Škoda                                                                            | 7  | 48%      | 7  | 48%      | 7  | 48%      |
| Audi                                                                             | 4  | 60%      | 6  | 51%      | 8  | 47%      |
| KIA                                                                              | 11 | 33%      | 12 | 35%      | 9  | 44%      |
| Lexus                                                                            | 17 | 26%      | 21 | 17%      | 10 | 42%      |
| Mercedes-Benz                                                                    | 1  | 69%      | 3  | 67%      | 11 | 41%      |
| Mazda                                                                            | 8  | 47%      | 10 | 37%      | 12 | 39%      |
| Nissan                                                                           | 12 | 32%      | 8  | 46%      | 13 | 35%      |
| Volkswagen                                                                       | 6  | 49%      | 11 | 37%      | 14 | 33%      |
| Renault                                                                          | 20 | 20%      | 15 | 25%      | 15 | 33%      |
| Toyota                                                                           | 14 | 28%      | 9  | 44%      | 16 | 32%      |
| Opel                                                                             | 19 | 24%      | 14 | 28%      | 17 | 32%      |
| Ford                                                                             | 9  | 37%      | 13 | 33%      | 18 | 30%      |
| Seat                                                                             | 21 | 13%      | 17 | 22%      | 19 | 28%      |
| Citroën                                                                          | 10 | 35%      | 18 | 21%      | 20 | 23%      |
| Peugeot                                                                          | 16 | 27%      | 20 | 18%      | 21 | 21%      |
| Mitsubishi                                                                       | 13 | 29%      | 16 | 23%      | 22 | 8%       |



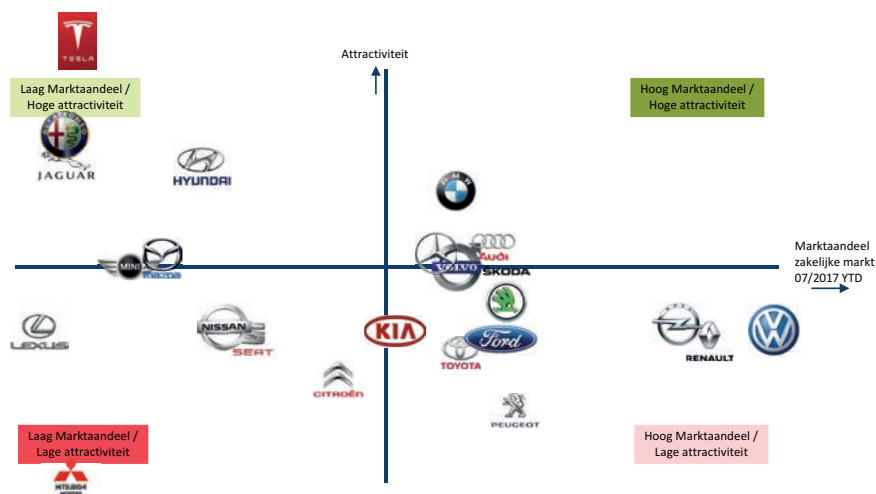
## 3.2.6 Rangorde automerken op basis van de Attractiviteitsindex



De attractiviteit is een indicator voor de mate waarin een merk interessant wordt gevonden. Het is een relatieve positie en geeft aan in welke verhouding zakelijke rijders voor een merk zouden kiezen ten opzichte van het aantal huidige zakelijke rijders van dit merk. Een attractiviteitsindex van 100 betekent dat er evenveel rijders voor dit merk zouden kiezen als dat er nu in rondrijden. Een index van 150 betekent dat er 50% meer rijders voor dit merk zouden kiezen dan nu. Er zijn vele factoren die het marktaandeel uiteindelijk bepalen maar op basis van het huidige marktsentiment kan gesteld worden dat bij een hoge attractiviteitsindex, er meer interesse in het merk is en dus een stijgend marktaandeel valt te verwachten. Het omgekeerde

geldt ook: bij een lage attractiviteitsindex is de interesse laag en staat (bij gelijkblijvende omstandigheden) de merkpositie onder druk.

De attractiviteit van merken laat sterke verschuivingen zien ten opzichte van de meting in 2016. Tesla, Alfa Romeo en Jaguar hebben wederom de hoogste attractiviteit. Bijzonder is dat de posities van deze drie merken ten opzichte van 2016 ook nog eens flink zijn gestegen. (Veel) meer rijders dan nu zijn dus geïnteresseerd in deze merken. Grote stijgers ten opzichte van vorig jaar zijn Hyundai (plaats 4!), Mini, Mazda, Opel, Lexus, en Kia. Grote dalers zijn de traditionele toppers in het premium-segment Mercedes-Benz en Audi, Nissan, Volkswagen en Mitsubishi.



| Attractiviteitsindex |          |    |          |
|----------------------|----------|----|----------|
| #                    | NZO 2016 | #  | NZO 2017 |
| 1                    | 1330     | 1  | 1615     |
| 2                    | 369      | 2  | 494      |
| 3                    | 250      | 3  | 380      |
| 15                   | 55       | 4  | 190      |
| 6                    | 136      | 5  | 130      |
| 9                    | 87       | 6  | 105      |
| 7                    | 116      | 7  | 104      |
| 8                    | 103      | 8  | 102      |
| 4                    | 149      | 9  | 102      |
| 10                   | 81       | 10 | 98       |
| 11                   | 75       | 11 | 85       |
| 18                   | 44       | 12 | 67       |
| 20                   | 40       | 13 | 66       |
| 19                   | 43       | 14 | 58       |
| 5                    | 146      | 15 | 58       |
| 17                   | 46       | 16 | 57       |
| 12                   | 73       | 17 | 56       |
| 14                   | 60       | 18 | 54       |
| 13                   | 60       | 19 | 53       |
| 15                   | 58       | 20 | 52       |
| 21                   | 39       | 21 | 41       |
| 23                   | 28       | 22 | 34       |
| 22                   | 36       | 23 | 10       |

|               |    |      |    |      |    |
|---------------|----|------|----|------|----|
| Tesla         | 1  | 1330 | 1  | 1615 | ++ |
| Alfa Romeo    | 2  | 369  | 2  | 494  | ++ |
| Jaguar        | 3  | 250  | 3  | 380  | ++ |
| Hyundai       | 15 | 55   | 4  | 190  | +  |
| BMW           | 6  | 136  | 5  | 130  | +  |
| Mazda         | 9  | 87   | 6  | 105  | +  |
| Audi          | 7  | 116  | 7  | 104  | +  |
| Volvo         | 8  | 103  | 8  | 102  | 0  |
| Mercedes-Benz | 4  | 149  | 9  | 102  | 0  |
| Mini          | 10 | 81   | 10 | 98   | 0  |
| Škoda         | 11 | 75   | 11 | 85   | -  |
| Opel          | 18 | 44   | 12 | 67   | -  |
| Lexus         | 20 | 40   | 13 | 66   | -  |
| Kia           | 19 | 43   | 14 | 58   | -  |
| Nissan        | 5  | 146  | 15 | 58   | -  |
| Seat          | 17 | 46   | 16 | 57   | -  |
| Volkswagen    | 12 | 73   | 17 | 56   | -  |
| Toyota        | 14 | 60   | 18 | 54   | -  |
| Renault       | 13 | 60   | 19 | 53   | -  |
| Ford          | 15 | 58   | 20 | 52   | -  |
| Citroën       | 21 | 39   | 21 | 41   | -  |
| Peugeot       | 23 | 28   | 22 | 34   | -  |
| Mitsubishi    | 22 | 36   | 23 | 10   | -- |

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

### 3.3 Invulling van de zakelijke mobiliteit

Zakelijke mobiliteit heeft veel gezichten. Het is in meer of mindere mate functioneel gereedschap, een aantrekkelijke arbeidsvoorwaarde, een kostenpost, een visitekaartje voor bedrijf en/of berijder. De afgelopen jaren is er veel gesproken over het veranderen van de invulling van zakelijke mobiliteit. Soms kostengedreven, soms vanuit duurzaamheidsoverwegingen, soms om meer flexibiliteit te bieden aan medewerkers. Vaak is het een combinatie van deze factoren. Invoering

van een mobiliteitsbudget, het aanbieden van een combinatie van verschillende vervoersvormen, of juist het beperken van allerlei keuzemogelijkheden zijn daarvan voorbeelden. Waarmee wordt de zakelijke rijder geconfronteerd? Wat vindt de zakelijke rijder daarvan en welke concrete veranderingsbereidheid volgt daaruit? Deze onderwerpen staan centraal in de volgende paragrafen.



## 3.3.1 Invulling zakelijke mobiliteit en tevredenheid

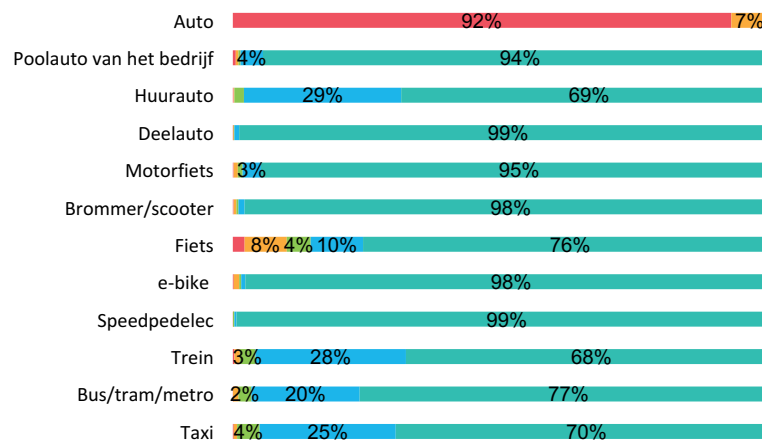


• Het gebruik van alternatieven is in de loop der jaren niet of nauwelijks toegenomen; de auto blijft een bijzonder sterke positie innemen in de totale mobiliteitsbehoefte van zakelijke rijders. Als er al gebruik wordt gemaakt van alternatieven heeft dat steevast te maken met praktische overwegingen of 'nood'situaties: zakenreizen in het buitenland of gemak en flexibiliteit. Het gebruik is ook beperkt vanwege het aanbod van alternatieven: méér dan de helft heeft geen alternatieven tot zijn beschikking of de alternatieven kosten meer moeite en/of tijd.

### Gebruik andere vervoersvormen

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

■ Dagelijks ■ Wekelijks ■ Maandelijks ■ Enkele keren per jaar ■ Nooit



Belangrijkste reden dat u gebruik maakt van deze mobiliteitsvorm(en) ?  
(open vraag)

1. Zakenreizen naar het buitenland

2. Flexibiliteit (bijv afspraken bij meerdere klanten)

3. Auto in onderhoud

4. Geen andere optie (aangewezen auto)

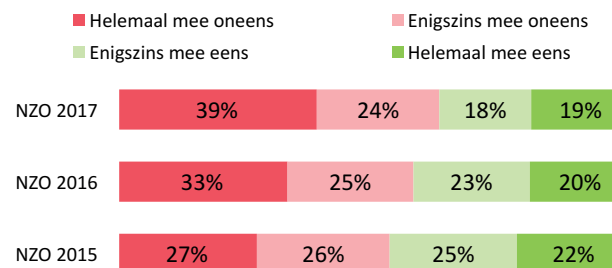


## 3.3.1 Invulling zakelijke mobiliteit en tevredenheid

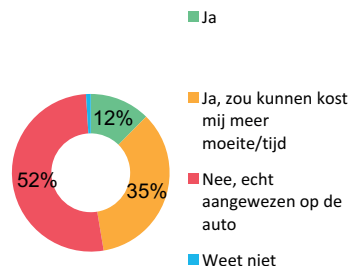


- Volgens de respondenten bieden werkgevers in 37% van de gevallen andere mobiliteitsvormen aan naast een zakenauto.
- Drie kwart van de respondenten is zeer tevreden over de wijze waarop de huidige zakelijke mobiliteit is ingericht. Een op de twintig (5%) is zeer ontevreden. Tevredenheid en ontevredenheid worden in sterke mate bepaald door keuzevrijheid en flexibiliteit.
- Opvallend is dat de groep waarvan het leasecontract of de gebruiksduur van hun auto binnen 3 maanden afloopt, relatief ontevreden is en vaker de wijze van inrichting wil veranderen. Blijkbaar zorgt het actief bezig zijn met de volgende keuze voor meer 'awareness', wat leidt tot een groter gevoel van ongenoegen dan voorheen.
- Een kwart van de berijders geeft aan de zakelijke mobiliteit anders te willen inrichten. 6% voelt daartoe een sterke behoefte. Redenen: meer (keuze)vrijheid en flexibiliteit, de wil om elektrisch te rijden (maar dat is niet toegestaan), lagere persoonlijke kosten.

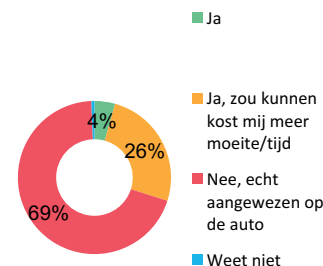
### Mijn werkgever biedt andere mobiliteitsvormen aan naast een zakenauto



### Kunt u voor uw WOON-WERKVERKEER makkelijk gebruik maken van andere vervoersvormen dan de auto?

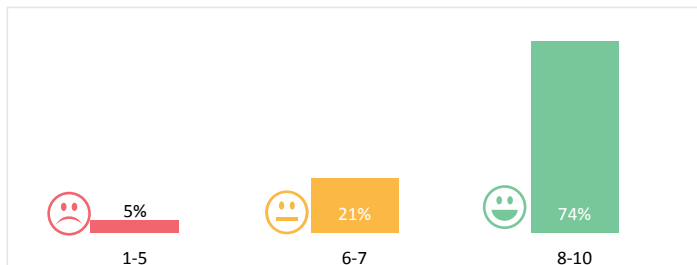


### En voor ZAKELIJK VERKEER?



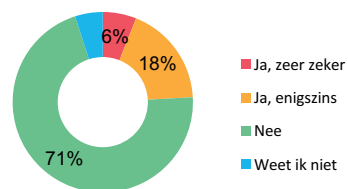
## Tevredenheid over de huidige invulling

In hoeverre bent u tevreden over de wijze waarop uw huidige zakelijke mobiliteit is ingericht?



| Waarom deze score?                 | Waarom deze score?         | Waarom deze score?                     |
|------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------|
| Geen vrij keuze                    | Beperkt merk/modellen      | Het is prima geregeld                  |
|                                    | Meer budget                | Veel vrije keuze                       |
| Te weinig budget                   | Kan flexibeler             | Veel flexibiliteit (mobiliteitsbudget) |
|                                    | Beperkt in privékilometers | Auto staat altijd ter beschikking      |
| Weinig flexibiliteit/keuzevrijheid | Te hoge bijtelling         |                                        |

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



Waarom wilt u veranderen?

- 1 Meer vrijheid en flexibiliteit (ook mobiliteitsbudget en OV)
- 2 Wil graag elektrisch gaan rijden
- 3 Meer keuze in merken/modellen
- 4 Bijtelling te hoog en minder eigen bijdrage



Kenmerken van de groep respondenten die aangeven hun huidige zakelijke mobiliteit te willen veranderen (JA )

Bevelen in mindere mate de huidige zakenauto aan: NPS -12 t.o.v. NPS +17

Hebben vaker beperkte invloed gehad op de huidige zakenauto: 37% t.o.v. 25% gem.

Hebben vaker te maken met een merkenbeperking: 71% t.o.v. 44% gem.

En ook vaker te maken met beperking op aantal varianten, het aantal energielabels en aandrijfsoort

Vaker ontevreden over de inrichting van de huidige zakelijke mobiliteit: 40% t.o.v. 5% gemiddeld

Veel vaker geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget: 29% t.o.v. 8% gem.

Vaker werkzaam bij grote bedrijven: 39% t.o.v. 29% gem.

Vaker jonger dan gem: 23% van deze groep is maximaal 35 jaar oud

## 3.3.2 Behoefte aan verandering en intenties



- De concrete veranderingsbereidheid c.q. de intentie om de komende drie jaar daadwerkelijk gebruik te maken van een of meerdere alternatieven is laag en niet of nauwelijks veranderd ten opzichte van vorig jaar. Opvallend is dat van de groep respondenten die nadrukkelijk aangeven dat zij de inrichting van hun zakelijke mobiliteit willen veranderen, de intentie nauwelijks hoger is dan het gemiddelde. Hun wens tot verandering is blijkbaar sterk 'auto'-gerelateerd.

### Intentie tot gebruik

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

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

### 3.3.3 Mobiliteitsbudget

Bij een mobiliteitsbudget krijgt de zakelijke rijder een budget van de werkgever dat naar eigen inzicht gebruikt mag worden voor mobiliteit. Meestal zijn er wel randvoorwaarden voor de invulling van het budget. Alle zakelijke ritten kunnen volledig ten laste worden gebracht van het mobiliteitsbudget. Het bedrag dat men overhoudt kan bruto worden uitgekeerd; daar wordt dus belasting over betaald. In dit hoofdstuk komen de volgende onderwerpen aan bod: Wordt er gebruikgemaakt van een mobiliteitsbudget? Is er interesse voor een mobiliteitsbudget? Hoe ziet de groep eruit die interesse heeft in een mobiliteitsbudget? Wat is de intentie tot gebruik?



### 3.3.3 Mobiliteitsbudget

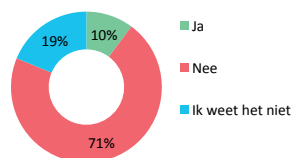


- Een op de tien respondenten geeft aan dat hun werkgever een mobiliteitsbudget aanbiedt. Twee op de tien weet dat overigens niet.
- 4% van de respondenten maakt gebruik van een mobiliteitsbudget, hetzelfde aandeel als vorig jaar.
- Gebruikers van een mobiliteitsbudget zijn best tevreden. Opvallend is dat de invulling (zoals ook in voorgaande edities is geconstateerd) vrijwel altijd een auto van de zaak is zonder daarbij gebruik te maken van alternatieve vervoersvormen.
- Twee derde van de gebruikers van een mobiliteitsbudget maakt geen gebruik van hulpmiddelen om ritten te registreren en/of administratie af te wikkelen. Opvallend, want het fiscaal sluitend administreren is een voorwaarde.
- De interesse onder zakelijke rijders in een mobiliteitsbudget neemt de afgelopen jaren gestaag af. In 2015 en 2016 had 11% van de respondenten interesse, in 2017 is dit gedaald naar 8%. En de groep die het mobiliteitsbudget nadrukkelijk afwijst is toegenomen van 38% tot 52%.
- Desondanks neemt de positieve intentie tot gebruik van het mobiliteitsbudget in de komende drie jaar licht toe: van 4% in 2016 tot 6% in 2017. Waarschijnlijk wordt deze stijging mede veroorzaakt doordat steeds meer bedrijven actief een mobiliteitsbudget aanbieden (in 2017 biedt 34% van de bedrijven een mobiliteitsbudget aan vs 28% in 2016).

#### Gebruik mobiliteitsbudget

**10%** werkt bij bedrijven waar een mobiliteitsbudget wordt aangeboden

Biedt uw werkgever een mobiliteitsbudget aan?



**Maakt u gebruik van een mobiliteitsbudget?**

Ja: 4% Nee: 96%

NZO 2016: 4%  
NZO 2015: 3%

**Voordelen:**

1. 61% volledige vrijheid en zeggenschap
2. 40% kan zo mijn mobiliteit beter inrichten
3. 37% mijn mobiliteit goedkoper inrichten

**Nadelen:**

1. 32% ik zie geen nadelen
2. 22% niet goedkoper dan een auto van de zaak
3. 13% ik ben er qua auto op achteruit gegaan

**Hoe is dit budget het beste te omschrijven?**

**57% 'Autokeuzebudget'**

Als ik een goedkopere of schonere auto kies dan de norm, steek ik het verschil (of een deel) in eigen zak. Een duurdere/minder schone auto: dan betaal ik bij.

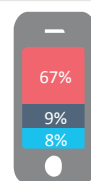
**19% 'Afziebudget'**

Ik zie af van een auto van de zaak en krijg daarvoor een vaste bruto vergoeding die ik naar eigen inzicht kan gebruiken voor het betalen van mijn reiskosten.

**11% 'Gebruiksbudget'**

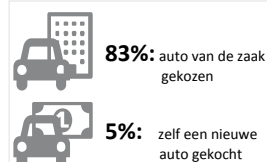
(ook wel bonus/malus leasebudget)  
Budget bevat prikkels om minder en zuiniger te rijden en/of op andere manieren te reizen (fiets, OV, carpool).

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



Ik gebruik geen hulpmiddelen  
Registratie/declaratie-portal werkgever  
Mobiliteitskaart

**Hoe is het mobiliteitsbudget ingevuld?**



**Kenmerken van de groep respondenten die gebruikmaken van een mobiliteitsbudget**

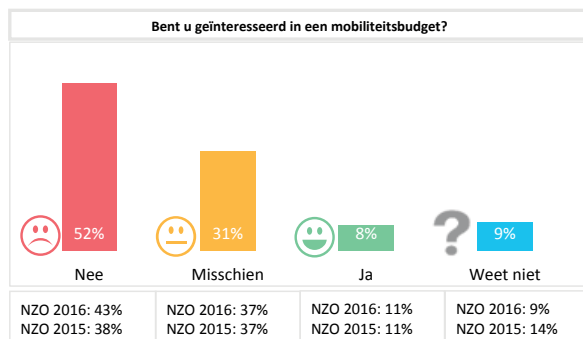
Vaker werkzaam bij bedrijven met 50-199 medewerkers: 38% t.o.v. 22% gem.

Vaker wat jonger dan gemiddeld

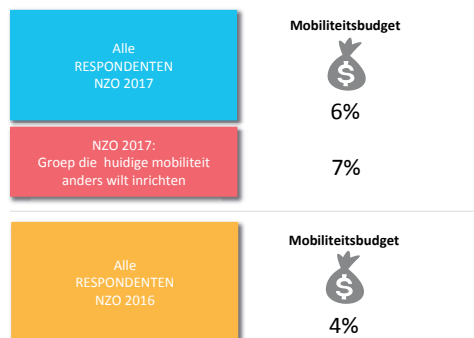
Iets vaker een tweepersoonshuishouden



## Interesse en intentie tot gebruik



Hoe groot is de kans dat u de komende drie jaar gebruik gaat maken van een mobiliteitsbudget (Kans 60 - 100%)?



Redenen die genoemd worden:

- Huidig contract loopt nog lang door/net afgesloten
- Ik ben afhankelijk van auto, geen ov-mogelijkheden
- Werkgever is er (nog niet) mee bezig / biedt het (nog niet) aan
- Ik weet er (nog) te weinig van
- Het is opgelegd door werkgever
- Het past beter bij mijn wensen en behoeften



Kenmerken van de groep respondenten die aangeven interesse te hebben in een mobiliteitsbudget (o.b.v. JA)

- Rijden gemiddeld vaker in een VW (19%)
- Bevelen in mindere mate de huidige zakenauto aan: NPS +4 t.o.v. NPS +17
- Vinden milieu (schoon en zuinig), bijtelling en gezinssituatie belangrijkere invloedsfactoren op de keuze voor de zakenauto dan gemiddeld
- Rijden vaker met een wat goedkopere auto: €36.400 t.o.v. €37.150 gemiddeld en is vaker een leaseauto
- Hebben vaker te maken met een merkenbeperking: 55% t.o.v. 44% gem.
- En ook vaker te maken met beperking op aandrijfsoort: 41% t.o.v. 30% gem.
- Verwachten vaker dat de volgende zakenauto een lagere aanschafwaarde heeft en ook kleiner is dan gem.
- Kiezen vaker voor een 4% auto oftewel een volledig elektrische auto: 23% t.o.v. 13% gem.
- Vaker ontevredenover de inrichting van huidige zakelijke mobiliteit: 18% t.o.v. 5% gem.
- Hebben vaker de behoefte om de wijze waarop zakelijke mobiliteit momenteel is ingericht te veranderen: 21% t.o.v. 6% gem.
- Vaker werkzaam bij grote bedrijven: 35% t.o.v. 29% gem.



- Privélease is een groot fenomeen in de mobiliteitsmarkt, maar vooral voor particulieren. Als mogelijkheid voor het invullen van de zakelijke mobiliteitsbehoefte (bijvoorbeeld bij een mobiliteitsbudget) speelt het nauwelijks een rol. De intentie tot gebruik ligt op een onveranderd laag niveau.
- Noot: De onderzochte populatie bestaat uit zakelijke rijders ofwel werknemers die een auto gebruiken voor zakelijk verkeer. Werknemers die alleen gebruikmaken van andere vervoersvormen (zoals het openbaar vervoer) zijn in dit onderzoek niet meegenomen. Dit betekent dat het gebruik van een mobiliteitsbudget, de interesse hierin en het toekomstig potentieel in de praktijk anders (wellicht hoger) zou kunnen uitvallen dan in dit onderzoek wordt gemeten.

#### INTENTIE TOT GEBRUIK

Hoe groot is de kans dat u de komende drie jaar gebruik gaat maken van privélease (Kans 60 - 100%)

| Alle<br>RESPONDENTEN<br>NZO 2017                                                                                                 | Privélease<br>privé                                                                       | Privélease<br>zakelijk                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                  | <br>4% | <br>3%                                              |
| NZO 2017:<br>Groep die huidige mobiliteit<br>anders wilt inrichten                                                               | 6%                                                                                        | 6%                                                                                                                                     |
| Alle<br>RESPONDENTEN<br>NZO 2016                                                                                                 | Privélease<br>privé                                                                       | Privélease<br>zakelijk                                                                                                                 |
|                                                                                                                                  | <br>4% | <br>3%                                              |
| Toelichting van respondenten die intentie tot gebruik privélease hoog inschatten (60-100%):                                      |                                                                                           | Toelichting van respondenten die intentie tot gebruik privélease laag inschatten (0-50%):                                              |
| 1. 45% ik hoef niet te investeren in een auto<br>2. 29% meer vrijheid om te kiezen<br>3. 25% volgens mij is het goedkoper dan nu |                                                                                           | 1. 45% past niet in beleid werkgever<br>2. 26% volgens mij is het duurder dan nu<br>3. 14% ik zie op tegen aan gaan lange verplichting |







### 3.3.4 De werkgever als facilitator van zakelijke mobiliteit

Aan de respondenten is gevraagd wat volgens hen de visie is van hun werkgever op het gebied van mobiliteit, op welke wijze gedrag of keuzes worden gestuurd en welke beperkingen op autokeuze er zijn.

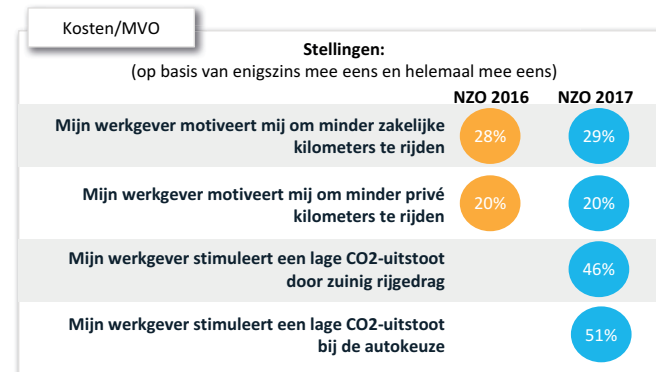
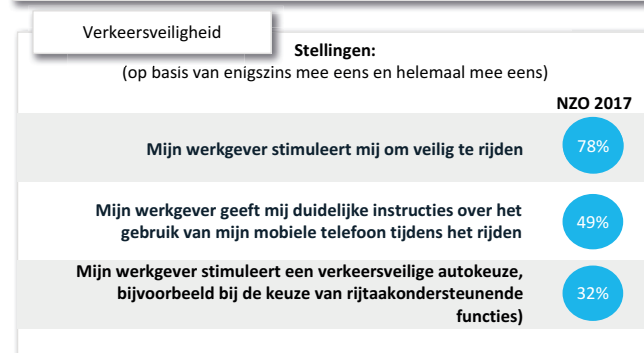
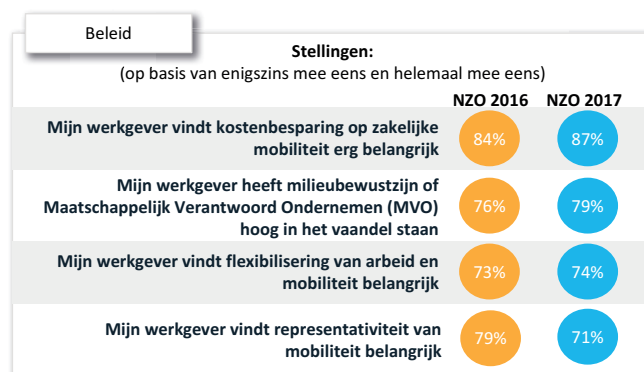
- Kostenbesparing op zakelijke mobiliteit is in de perceptie van zakelijke rijders het belangrijkste thema voor werkgevers.
- De helft geeft aan dat de werkgever lage CO<sub>2</sub>-uit-

stoot actief stimuleert bij de autokeuze en/of door zuinig rijgedrag te bevorderen.

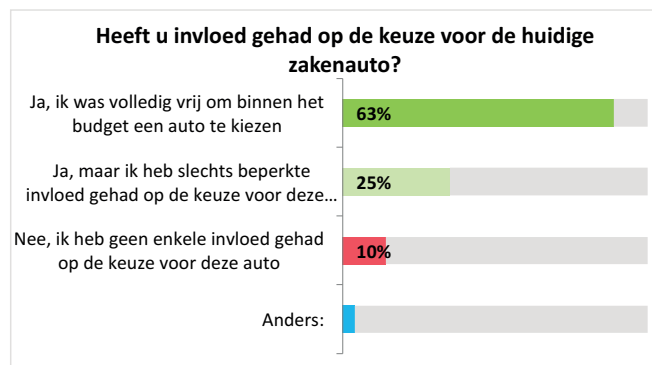
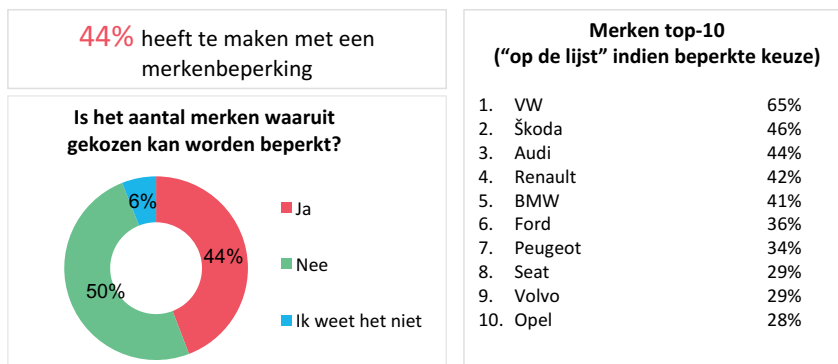
- Bijna 8 op de 10 werkgevers spoort aan om veilig te rijden. Stimuleren van een veilige autokeuze gebeurt in mindere mate (in 32% van de gevallen).
- In de helft van de gevallen wordt teruggekoppeld dat de werkgever duidelijke instructies geeft over het veilig gebruiken van de smartphone in de auto.

- Beperkingen in autokeuze: 44% heeft te maken met een merkenbeperking. Toch geeft bijna twee derde aan volledig vrij te zijn geweest om binnen het budget een auto te kiezen. Een op de tien geeft aan geen enkele invloed te hebben gehad op de keuze voor de auto.

#### Stellingen over de werkgever



## Beperkingen in autokeuze



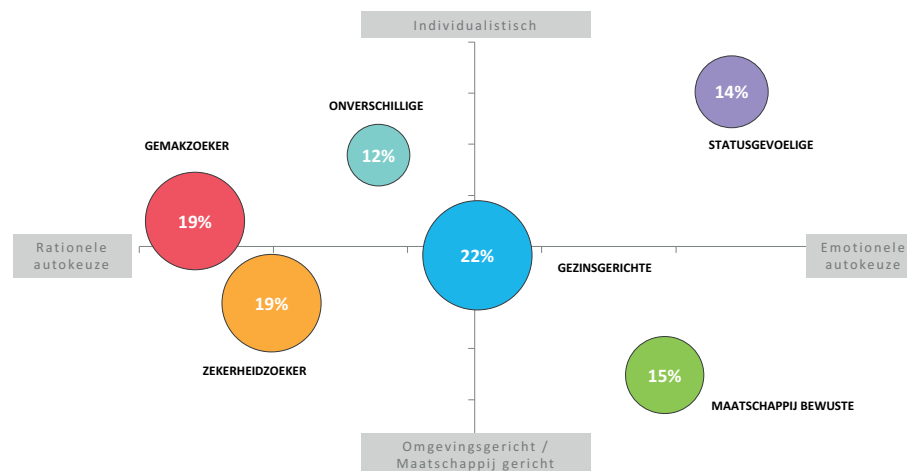
|                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kenmerken van de groep respondenten die geen invloed op hun huidige zakenauto gehad hebben                                |
| Rijden gemiddeld vaker in een Peugeot, Renault of Škoda                                                                   |
| Bevelen in mindere mate de huidige zakenauto aan: NPS -16 t.o.v. NPS +17                                                  |
| Rijden vaker een auto met een lagere cataloguswaarde dan gemiddeld: €27.900,- t.o.v. €37.150,- gem. (-€9.250,-)           |
| Volgende auto is vaker een diesel: 48% t.o.v. 41% gem.                                                                    |
| Vaker ontevreden over de inrichting van huidige zakelijke mobiliteit: 15% t.o.v. 5% gem.                                  |
| Hebben vaker de behoefte om de wijze waarop zakelijke mobiliteit momenteel is ingericht te veranderen: 16% t.o.v. 6% gem. |
| Hebben vaker te maken met een merkenbeperking: 59% t.o.v. 44% gem.                                                        |
| Vaker jonger: 21% is tussen de 25-30 jaar t.o.v. 5% gem.                                                                  |
| Bruto-jaarsalaris is vaker tussen de €30.000,- en €40.000,-: 26% t.o.v. 7% gem.                                           |
| Wonen vaker in een druk stedelijk gebied: 30% t.o.v. 20%                                                                  |



## 4. Zes profielen van zakelijke rijders

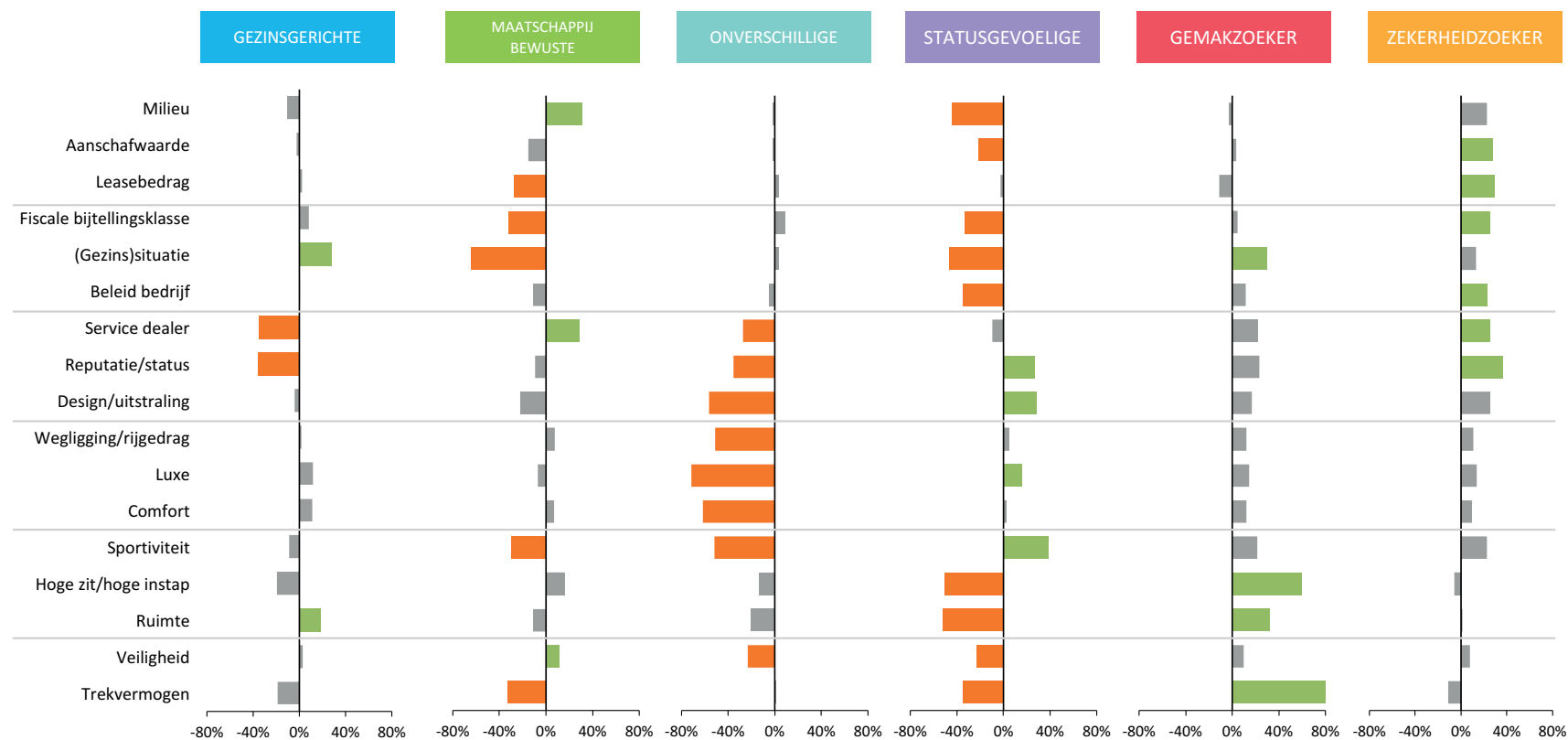
De onderzoeksresultaten geven inzicht in onderwerpen als de achtergrond van zakelijke rijders, kenmerken van de huidige auto, keuzefactoren, de volgende autokeuze, intenties met betrekking tot het daadwerkelijk veranderen van de inrichting van de huidige zakelijke mobiliteit, etcetera. We hebben met behulp van clusteranalyse op de keuzefactoren gemeenschappelijke kenmerken gevonden waardoor verschillende groepen zakelijke rijders gedefinieerd kunnen worden. Dit heeft geleid tot zes groepen van zakelijke rijders. Vervolgens zijn aan deze groepen kenmerken toegevoegd (privé, zakelijk, invulling zakelijke mobiliteit, keuzecriteria en kenmerken auto) waardoor er een set gelaagde en kleurrijke profielen is ontstaan.

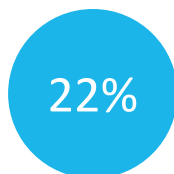
In nevenstaande grafiek zijn de profielen geplot op een assenkruis: op de horizontale as autokeuze en op de verticale as omgevingsgerichtheid. De grootte van de cirkels en de percentages geven de omvang aan van de groep binnen de totale populatie zakelijke rijders. De uitgewerkte profielen zijn te vinden op de volgende pagina's.



## Segmentatie: belang keuzecriteria

Waar wijken segmenten positief/negatief af van het gemiddelde?





## Gezinsgerichte

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

### Profiel privé

-  Overwegend man
-  Vaker jong (< 45 jaar)
-  Vaker grote huishoudens (4-5 pers)

### Profiel zakelijk

-  Vaker werkzaam in ICT
-  Vaker middelgroot of groot bedrijf (50+ werknemers)
-  Heeft meer dan gemiddeld een vaste werkplek

### Invulling zakelijke mobiliteit

-  OV is optie, maar kost meer moeite/tijd
-  Niet open voor een mobiliteitsbudget. Indien toch mb, dan vaker ingevuld door zelf een nieuwe auto te kopen.

### Keuzecriteria

- 

Belang keuzecriteria hoger dan gemiddeld:

  - Gezins(situatie)
  - Ruimte
- 

Belang keuzecriteria lager dan gemiddeld:

  - Service van de dealer
  - Reputatie / status

### Kenmerken auto

-  Rijden vaker in een Ford, Mitsubishi, Peugeot, Renault, Škoda
-  Vaker diesel
-  Meer dan gemiddeld een lease auto
-  Vaker bijtelling van 14% of 22%
-  Zitten qua rij kilometers vaker in de middencategorie (30.000-50.000 km per jaar)

15%

## Maatschappij bewuste

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

### Profiel privé



Overwegend man



Veelal ouder (46+ jaar)



Vaker 1- of 2-persoons huishouden

### Profiel zakelijk



Vaker industrie, zakelijke dienstverlening



Vaker klein bedrijf  
(tot 50 werknemers)



Werkt zowel door heel NL en in het  
buitenland

### Invulling zakelijke mobiliteit



OV geen optie, afhankelijk van auto



Niet open voor een mobiliteitsbudget.  
Indien toch mb, dan vaker invullen door: zelf  
auto leasen (privé lease), huidige privé auto  
gebruiken, zelf nieuwe auto kopen

### Keuzecriteria



Belang keuzecriteria  
hoger dan gemiddeld:

- Milieu
- Veiligheid
- Service van de dealer

Belang keuzecriteria  
lager dan gemiddeld:

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

### Kenmerken auto



Rijden meer dan gemiddeld in een Audi, Toyota, Volvo



Vaker hybride



Vaker duurdere auto (€60-€75 k)



Auto in eigendom van bedrijf of privé bezit



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



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

12%

## Onverschillige

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

### Profiel privé



Relatief vaak vrouw



Vaker jong (< 35 j.) of juist ouder (46-55 j.)



Vaker grote huishoudens (5+ pers)

### Profiel zakelijk



Vaker financiële dienstverlening



Vaker middelgroot bedrijf  
(50-499 werknemers)



Meer dan gemiddeld vaste werkplek

### Invulling zakelijke mobiliteit



OV mogelijkheden zijn aanwezig  
Vaker gebruik van fiets en trein



Vaker geïnteresseerd in een  
mobiliteitsbudget, dat meer dan  
gemiddeld wordt ingevuld door gebruik  
van de huidige privé auto

### Keuzecriteria



Belang keuzecriteria hoger dan gemiddeld: geen

Belang keuzecriteria  
lager dan gemiddeld:

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

### Kenmerken auto



Rijden meer dan gemiddeld in een Mitsubishi, Peugeot,  
Toyota, Škoda



Vaker diesel



Vaker goedkopere auto (< €30 k)



Meestal een lease auto



Vaker bijtelling van 14%



Auto relatief vaak uit bouwjaar 2012-2015



14%

## Satusgevoelige

"Zien en gezien worden" is het motto van deze zakelijke rijder

### Profiel privé



Overwegend man



Veelal jonger (< 45 jaar)



Vaker 1- of 2-persoons huishouden



Wonen vaker in de stad

### Profiel zakelijk



Vaker ICT, zakelijke dienstverlening



Vaker klein bedrijf  
(tot 50 werknemers)



Meer dan gemiddeld vaste werkplek

### Invulling zakelijke mobiliteit



OV kan, maar kost meer moeite/tijd



Minste interesse in een mobiliteitsbudget.  
Indien toch mb, dan vaker invullen door  
gebruik van huidige privé auto

### Keuzecriteria



Belang keuzecriteria  
hoger dan gemiddeld:

- Reputatie
- Design
- Sportiviteit
- Luxe

Belang keuzecriteria  
lager dan gemiddeld:

- Hoge zit/instap
- Ruimte
- Trekvermogen
- Fiscale bijtellingsklasse
- Aanschafwaarde
- Veiligheid
- Milieu
- Gezins(situatie)
- Beleid organisatie

### Kenmerken auto



Rijden meer dan gemiddeld in een Audi, BMW, Mini, Tesla



Vaker benzine



Relatief vaak duurdere auto (€60 k of meer), jonge auto (2017)



Vaker auto in eigendom van bedrijf of privé lease



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



Zitten relatief weinig op de weg (< 30.000 km per jaar)

19%

## Gemakzoeker

Zijn vaak onderweg, "wonen" zagezegd in hun auto, dus een praktische auto is prioriteit nummer 1

### Profiel privé

-  Overwegend man
-  Veelal ouder (46-55 jaar)
-  Vaker groot huishouden (4-5 personen)
-  Wonen vaker op het platteland

### Profiel zakelijk

-  Vaker werkzaam in bouw, industrie
-  Vaker groot bedrijf (500+ werknemers)
-  Werkt vaker in NL en het buitenland

### Invulling zakelijke mobiliteit

-  OV geen optie, afhankelijk van auto
-  Maken meeste gebruik van de auto (tov andere segmenten), het minst van de fiets
-  Niet open voor een mobiliteitsbudget.



Belang keuzecriteria  
hoger dan gemiddeld:

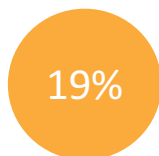
- Trekvermogen
- Hoge zit/instep
- Ruimte
- Gezins(situatie)

Belang keuzecriteria  
lager dan gemiddeld:

- Geen enkele

### Kenmerken auto

-  Rijden vaker in een Ford, Mitsubishi, Nissan, Renault, Škoda
-  Vaker diesel
-  Nieuwwaarde vaker in middencategorie (€35-€40 k)
-  Auto relatief vaak in eigendom van bedrijf
-  Bijtelling meer dan gemiddeld 20%/22%
-  Relatief vaak jonge auto (bouwjaar 2017)
-  Zijn vaak onderweg (vaker 50.000+ km per jaar)



## Zekerheidzoeker

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

### Profiel privé



Meer dan gemiddeld vrouw



Relatief vaak jonger (< 45 jaar)



Vaker 1-persoons huishouden



Wonen vaker in de stad

### Profiel zakelijk



Vaker werkzaam in ICT



Relatief vaak bij een groot bedrijf  
(500+ werknemers)

### Invulling zakelijke mobiliteit



OV geen optie, afhankelijk van auto



Iets hogere interesse in een  
mobiliteitsbudget, waarbij een auto  
van de zaak wordt gekozen.

### Keuzecriteria



Belang keuzecriteria  
hoger dan gemiddeld:

- Aanschafwaarde
- Leasebedrag
- Fiscale bijtellingsklasse
- Beleid bedrijf
- Service dealer
- Reputatie

Belang keuzecriteria  
lager dan gemiddeld:

- Geen enkele

### Kenmerken auto



Rijden meer dan gemiddeld in een Audi, BMW, Volkswagen



Vaker diesel



Meer dan gemiddeld een lease auto



Vaker bijtelling van 14%/22%



Relatief vaak jonge auto (bouwjaar 2017)

# Hoofdstuk 4

## BEDRIJVENONDERZOEK

Dit hoofdstuk is een samenvatting van het bedrijvenonderzoek van het NZO 2017. Er hebben weer zo'n zevenhonderd respondenten deelgenomen aan het onderzoek, waarvan het merendeel (mede) verantwoordelijk is voor het wagenpark en/of het mobiliteitsbeleid. Hun mening over zakelijke mobiliteit en hun visie op de toekomst is belangrijk, vooral omdat werkgevers de afgelopen jaren steeds meer sturing geven aan de keuzes die de zakelijke rijder maakt op het gebied van mobiliteit en het gedrag dat daaruit voortvloeit. De economische ontwikkeling en de situatie op de arbeidsmarkt hebben flinke invloed op de wijze waarop zakelijke mobiliteit wordt gefaciliteerd. Dat werd voor het eerst duidelijk zichtbaar in de vorige editie van het NZO. Op de volgende pagina's vindt u de resultaten van de meest recente meting.

Kleuren behorende bij verklarende kenmerken (bedrijven)

Blauw: Kenmerken & Beleid

Oranje: Wat wordt belangrijk gevonden

Zeegroen: Verwachtingen







## 4.1 Kenmerken van de onderzochte bedrijven

De onderzochte populatie bestaat uit 682 bedrijven. De respondenten zijn allen (mede)verantwoordelijk voor het wagenpark en/of het mobiliteitsbeleid. Bij kleinere bedrijven is dat vaak de directie of de financieel manager en bij grote bedrijven veelal de wagenparkbeheerder of de fleetmanager. Net als bij rijders geldt ook voor bedrijven dat hét gemiddelde bedrijf niet bestaat. Er zijn veel verschillen die bepalen dat er anders wordt omgegaan met zakelijke mobiliteit en de visie daarop voor de toekomst. We hebben gezocht naar de gemeenschappelijke kenmerken om zo segmenten te herkennen en profielen te bouwen. Bedrijfsprofielen en de verschillen daartussen zijn niet in deze rapportage opgenomen maar op verzoek wel beschikbaar.

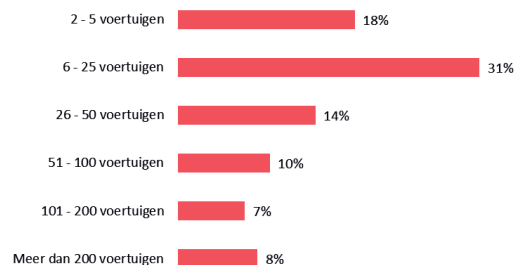
In deze paragraaf worden de belangrijkste kenmerken van de onderzochte bedrijven op een rijtje gezet.



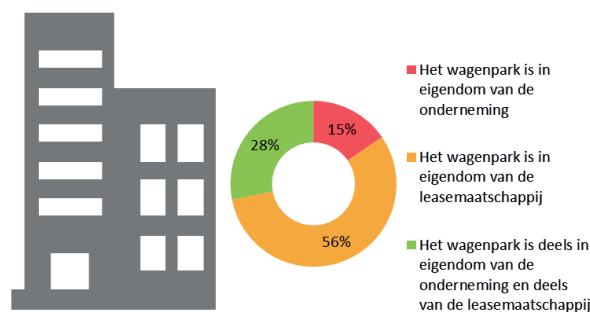
De schets levert het volgende beeld op:

- De omvang van het wagenpark personenauto's geeft, uitgesplitst naar wagenparkgrootte, een redelijk getrouw beeld van de werkelijke opbouw van het wagenpark van fleetowners (conform de beschikbare gegevens van RDC). In de 'echte markt' is het aandeel fleetowners met 2-5 en 6-25 voertuigen hoger dan de verhouding in de onderzochte populatie aangeeft.
- Vier op de tien respondenten geeft aan dat hun wagenpark uitsluitend uit personenauto's bestaat. In twee derde van de gevallen zijn er binnen het bedrijf ook medewerkers die hun (al dan niet geleaste) privé-auto inzetten voor zakelijke ritten en daarvoor een kilometervergoeding ontvangen.
- In meer dan de helft van de gevallen is het wagenpark uitsluitend in eigendom van de leasemaatschappij. Bij 28% zijn auto's in het wagenpark zowel geleast als in eigendom van het bedrijf. Bij 15% zijn alle auto's in eigendom van het bedrijf. Vooral bij de kleinste wagenparken (tot 5 personenauto's) is het aandeel 'eigendom van bedrijf' met 20% relatief hoog.
- Indien er sprake is van lease, wordt in meer dan 80% van de gevallen gebruik gemaakt van full operational lease.
- Een derde van de respondenten geeft aan dat de meeste medewerkers in hun bedrijf voornamelijk op een vast adres werken.
- Zes op de tien is verantwoordelijk voor het wagenpark van een bedrijf met 10 tot 199 medewerkers, drie op de tien voor een bedrijf met meer dan 200 medewerkers.
- De branches zakelijke dienstverlening, industrie en ICT zijn het meest vertegenwoordigd (samen 48%)

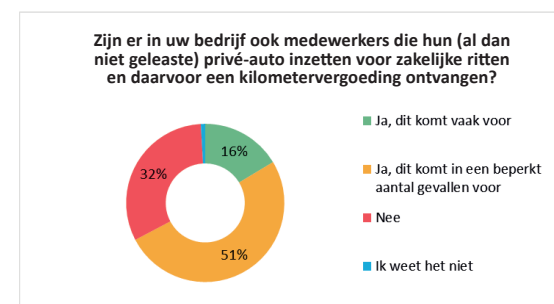
### Wat is de omvang van het wagenpark personenauto's en bestelwagens in uw bedrijf?



### Bij wie is het wagenpark van uw onderneming in eigendom?



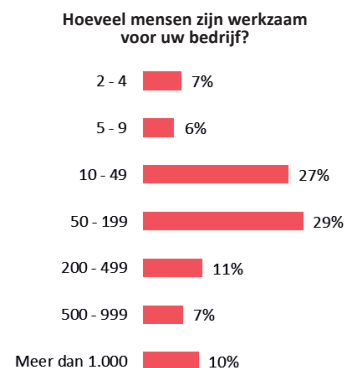
### 67% van de bedrijven heeft medewerkers die hun privéauto voor zakelijke ritten gebruiken



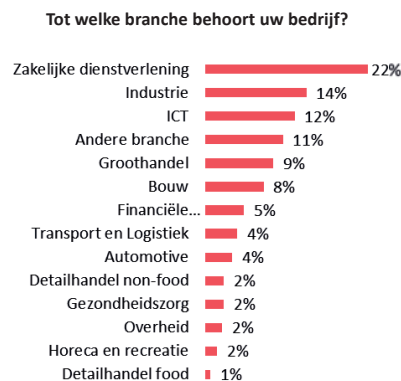
### 34% van de zakelijke rijders werkt voornamelijk op een vast adres



### 29% van de bedrijven heeft 50-199 medewerkers



### 22% werkt in de zakelijke dienstverlening



### 34% is algemeen directeur



## 4.2 De werkgever als facilitator van zakelijke mobiliteit

Zakelijke rijders hebben wensen over de invulling van hun zakelijke en privé-mobiliteit. Maar de werkgever faciliteert. De algemene ontwikkeling is dat de werkgever een steeds belangrijkere rol speelt bij het keuzeproces; dat wordt ook teruggekoppeld door berijders (zie blz. 28).

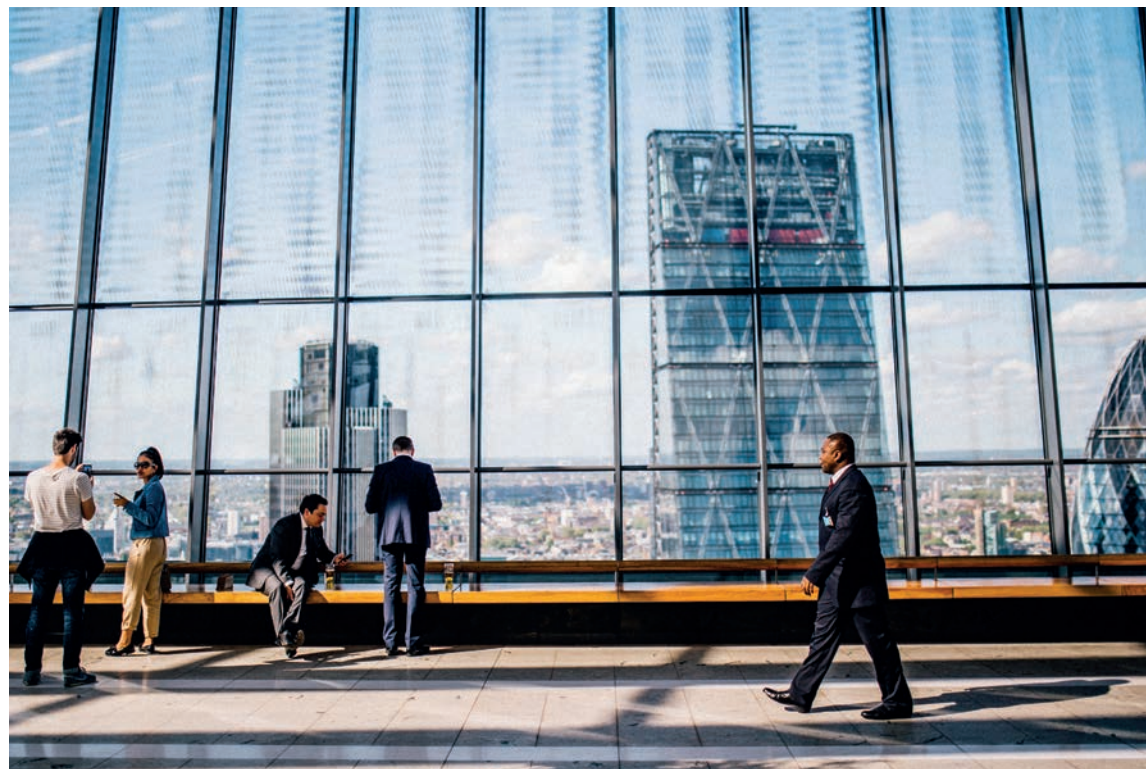
In de volgende paragrafen komen achtereenvolgens aan de orde:

### Huidige invulling van zakelijke mobiliteit:

- Zijn er beperkingen in autokeuze?
- Zijn er mogelijkheden om te kiezen voor een volledig elektrisch aangedreven auto?
- Worden er alternatieven voor de auto aangeboden? Wat is het profiel van bedrijven die alternatieven aanbieden?
- Indien een mobiliteitsbudget wordt aangeboden: hoe vaak wordt hiervan gebruik gemaakt? Wat is de tevredenheid? En wat zijn kritische factoren voor het succesvol invoeren van een mobiliteitsbudget?
- In welke mate wordt gebruik gemaakt van privélease (voor zakelijke ritten)?

### Visie op zakelijke mobiliteit:

- Wat vinden bedrijven belangrijk: stellingen over zakelijke mobiliteit
- Op basis van welke criteria wordt het mobiliteitsbeleid vormgegeven?



- Is er behoefte om de huidige situatie aan te passen?
- Wat zijn dan de meest voor de hand liggende oplossingen?

### Concrete veranderingen:

- Terugkijkend: wat is de meest opvallende ontwikke-

ling geweest van de afgelopen drie jaar?

- Vooruitkijkend: Wat zijn in het algemeen de verwachtingen voor de komende jaren? Wat is de concrete intentie om daadwerkelijk veranderingen door te voeren (zoals de introductie van een mobiliteitsbudget)?

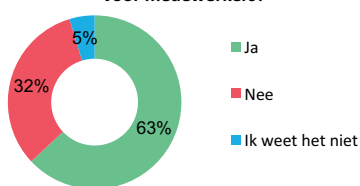
## 4.2.1 Huidige invulling van zakelijke mobiliteit

### 4.2.1.1 Beperkingen in autokeuze

#### De regeling en het beleid

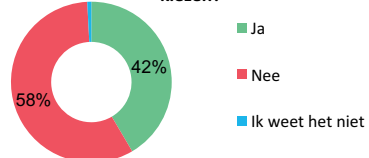
63% van de bedrijven heeft een auto/-mobiliteitsregeling

Heeft uw bedrijf een autoregeling/mobiliteitsregeling voor medewerkers?



42% heeft een merkenbeperking

Is er een beperking op het aantal merken waaruit de berijder kan kiezen?



NZO 2015: 35%  
NZO 2016: 35%

Merken top-10  
("op de lijst" indien beperkte keuze)  
NZO 2016

|     |         |     |   |
|-----|---------|-----|---|
| 1.  | VW      | 71% | ↓ |
| 2.  | Škoda   | 51% | ↑ |
| 3.  | Volvo   | 48% | ↑ |
| 4.  | Audi    | 47% | ↓ |
| 5.  | Peugeot | 45% | ↑ |
| 6.  | BMW     | 44% | ↑ |
| 7.  | Renault | 44% | ↑ |
| 8.  | Ford    | 38% | ↑ |
| 9.  | Opel    | 38% | — |
| 10. | Seat    | 32% | ↓ |

Op grond waarvan wordt vastgesteld of een merk wordt toegelaten?

- Kosten
- Betrouwbaarheid/kwaliteit
- Uitstraling/representativiteit van het merk
- Specifieke functionele eisen
- Herkomst (bijv. alleen Europese auto's)

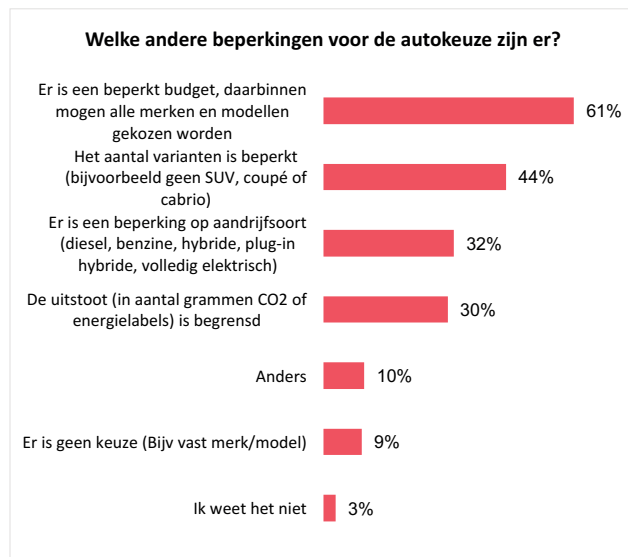


- Zes op de tien bedrijven heeft een autoregeling of een mobiliteitsregeling.
- 42% van alle bedrijven heeft een merkenbeperking. Dat is een toename ten opzichte van 2016 (was: 35%). Naarmate het wagenpark groter wordt, is er vaker sprake van een merkenbeperking. Bij wagenparken met meer dan

200 voertuigen is dit percentage al opgelopen tot 65%.  
• Indien het aantal merken is beperkt, staat in zeven van de tien gevallen Volkswagen op de lijst. Hoewel de positie van Volkswagen iets lager is dan vorig jaar, is de voor-sprong op de nummer 2 erg groot. Škoda, Volvo, Audi en Peugeot maken de merken top-5 vervolgens compleet.

- Als het gaat om autokeuze is in het merendeel van de gevallen budget de (enige) beperkende factor. Ten opzichte van NZO 2016 is deze factor bovendien sterk toegenomen. Beperking in aandrijfsoorten en/of uitstoot komen vaker voor dan vorig jaar.

## 4.2.1.1 Beperkingen in autokeuze



t.o.v. NZO  
2016



| Kenmerken van de bedrijven die een merkenbeperking hebben:                                                                                                   |                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vaker grote wagenparken >100 voertuigen: 27% t.o.v. 15% gem. en vaker >1.000 medewerkers: 19% t.o.v. 10% gem.                                                | Vinden een afgewogen mobiliteitsaanbod met veel individuele keuzemogelijkheden minder vaak een belangrijke (secundaire) arbeidsvoorwaarde: 51% t.o.v. 65% gem. |
| Hebben vaker een autoregeling/mobiliteitsregeling voor medewerkers: 70% t.o.v. 63% gem.                                                                      | Hebben vaker (enigszins) de behoefte om de wijze waarop de zakelijke mobiliteit is ingericht, te veranderen: 39% t.o.v. 34% gem.                               |
| Hebben ook vaker een beperking op aandrijfsoort / brandstof: 42% t.o.v. 31% gem.                                                                             | Kostenbesparing wordt als belangrijkste reden genoemd om te veranderen: 75% t.o.v. 66% gem.                                                                    |
| Medewerkers hebben minder vaak de mogelijkheid om te kiezen voor een full-EV: 32% t.o.v. 44% gem.                                                            | Zijn van mening dat medewerkers (enigszins) de behoefte hebben om de huidige ingerichte mobiliteit te veranderen: 47% t.o.v. 31% gem.                          |
| In de autoregeling/mobiliteitsbeleid wordt vaker uitgebreid aandacht besteed aan verkeersveiligheid: 29% t.o.v. 20% gem.                                     | Verwachten m.b.t. het wagenpark voor de komende 1-2 jaar een sterke(re) focus op veilig rijden c.q. veiligheidsopties in de auto: 72% t.o.v. 65% gem.          |
| Er zijn vaker richtlijnen met betrekking tot gebruik van de smartphone tijdens het rijden: 48% t.o.v. 38% gem.                                               | En ook een sterke(re) focus op lage CO2-uitstoot door middel van autokeuze: 73% t.o.v. 67% gem.                                                                |
| Vinden de zakenauto minder vaak een belangrijke arbeidsvoorwaarde en laten de berijder minder vaak vrij in het bepalen van de autokeuze: 61% t.o.v. 74% gem. |                                                                                                                                                                |



## 4.2.1.2 Keuze voor een volledig elektrisch aangedreven auto

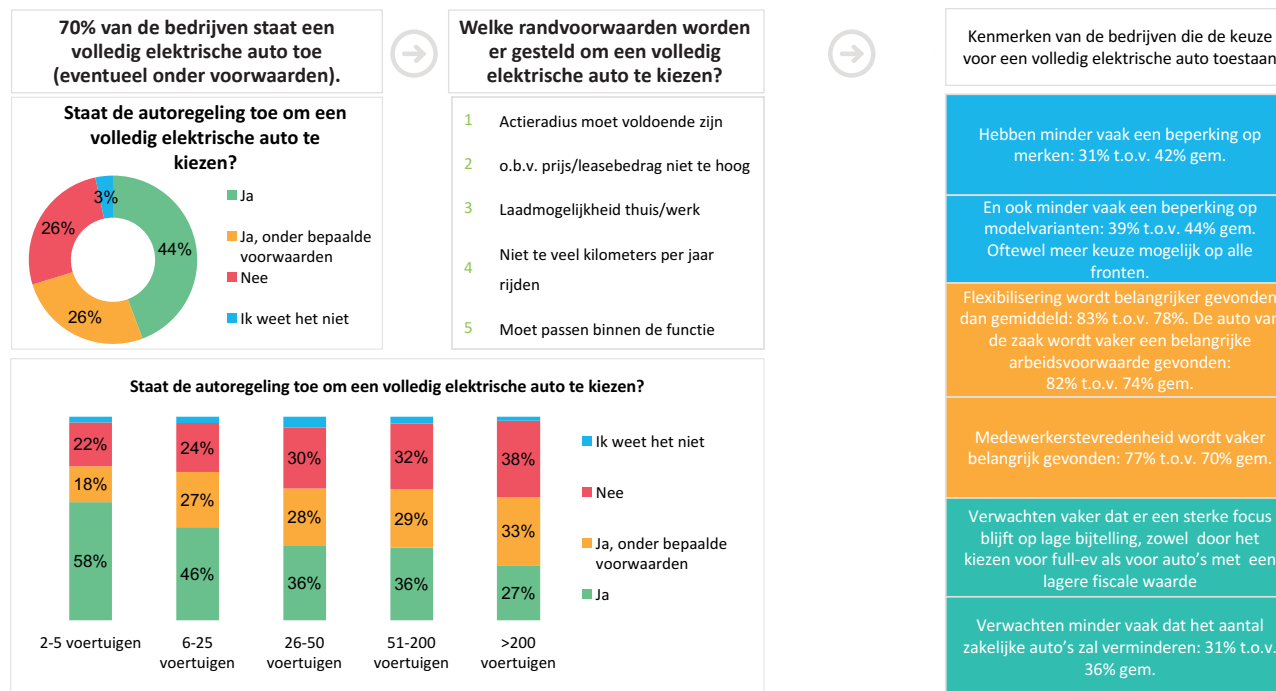


- Bij 70% van de onderzochte bedrijven staat de autoregeling toe om voor een volledig elektrisch aangedreven auto te kiezen. Hoe groter het bedrijf, hoe minder vaak er gekozen mag worden voor een Full-EV.
- Een derde van die bedrijven stelt aan de keuze van een Full EV wel randvoorwaarden. Belangrijke randvoorwaarden zijn: voldoende actieradius, beperkt jaarkilometrage, moet

passen bij de functie, prijs/leasebedrag moet redelijk zijn, laadmogelijkheden thuis en op werk moeten zijn gewaarborgd.

- Bedrijven die een volledig elektrische auto toestaan leggen vaak minder beperkingen op aan hun medewerkers, vinden flexibilisering belangrijk en hebben medewerkerstevredenheid hoog in het vaandel staan.

### Keuze voor Full-EV



## 4.2.1.3 Keuze voor alternatieven

### Keuze voor een budget



Het mobiliteitsbudget is een containerbegrip geworden voor allerlei financiële afspraken tussen werkgever en werknemer om zakelijke mobiliteit te financieren. Er worden drie soorten budget onderscheiden: een afziebudget, een autokeuzebudget en een gebruiksbudget. Bij 34% van de bedrijven kunnen medewerkers gebruikmaken van een budget. Een afziebudget wordt het vaakst aangeboden (68%), daarna volgen een autokeuzebudget (50%) en een gebruiksbudget (eigenlijk de meest ultieme vorm van het mobiliteitsbudget) met 23%.

#### Keuze voor alternatieve mobiliteitsvormen

Zeven op de tien bedrijven biedt een of meerdere alternatieve vervoersvormen aan. Openbaar vervoer is de belangrijkste optie met 43%. Poolauto van het bedrijf en fiets zijn sterk gestegen ten opzichte van NZO 2016.

#### Keuze voor mobiliteitskaarten

Bij één op de drie bedrijven kunnen medewerkers gebruikmaken van een mobiliteitskaart. De NS-businesskaart en de OV-kaart zijn het meest gebruikt.

Belangrijkste reden om alternatieven voor de auto van de zaak aan te bieden: voldoen aan de wens van medewerkers naar meer keuze en meer flexibiliteit. Dit wordt in meer dan 50% van de gevallen genoemd. Duurzaam en verantwoord ondernemen en lagere mobiliteitskosten worden in mindere mate als reden opgevoerd. Interessant is het daadwerkelijk gebruik door medewer-



kers van het mobiliteitsbudget. De afgelopen jaren bieden meer bedrijven een budget aan. Het gebruik is niet hoog, maar er is wel een verschuiving merkbaar: respondenten geven aan dat medewerkers ten opzichte van 2016 minder

vaak nooit voor het mobiliteitsbudget kiezen (nooit in 2017: 15% en in 2016: 32%) maar in een sterk toenemend aantal gevallen vooral in beperkte mate (in 2017: 55% en in 2016: 37%).

## De werkgever als facilitator van zakelijke mobiliteit

**34%** van de bedrijven biedt een mobiliteitsbudget aan.

### Welk soort budgetten biedt u aan?

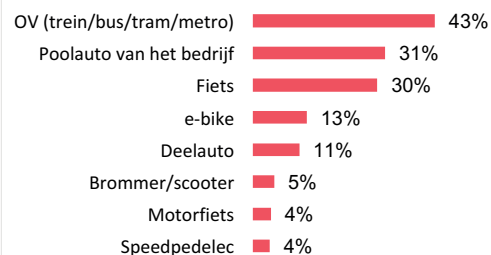
Een **'afziebudget'**: ik zie af van een auto van de zaak en krijg daarvoor een vaste bruto vergoeding die ik naar eigen inzicht kan gebruiken voor het betalen van mijn reiskosten: **68%**

Een **'autokeuzebudget'**: als ik een goedkopere of schonere auto kies dan de norm, steek ik het verschil (of een deel daarvan) in eigen zak. Een duurdere of minder schone auto kan ook: dan betaal ik bij: **50%**

Een **'gebruiksbudget'** (ook wel genoemd bonus/malus leasebudget): Dit budget bevat ook prikkels om minder en zuiniger te rijden en/of op andere manieren te reizen (fiets, OV, carpool): **23%**

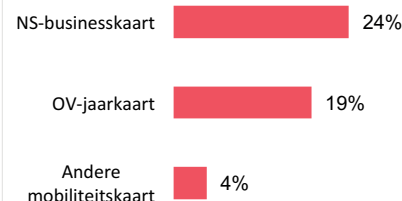
**72%** van de bedrijven biedt alternatieven aan

### Welke van de alternatieven worden geboden?



**32%** van de bedrijven biedt een mobiliteitskaart aan

### & welke van de mobiliteitskaarten?



### Waarom biedt u deze alternatieven voor de zakenauto aan? (op basis van enigszins mee eens en helemaal mee eens)



### Hoe vaak wordt er voor een mobiliteitsbudget gekozen?

|           | NZO 2015 | NZO 2016 | NZO 2017 |
|-----------|----------|----------|----------|
| Nooit     | 39%      | 32%      | 15%      |
| Beperkt   | 12%      | 37%      | 55%      |
| Vaak      | 7%       | 17%      | 13%      |
| Weet niet | 41%      | 14%      | 17%      |

## 4.2.1.4 Tevredenheid over het mobiliteitsbudget



*Tevredenheid van het bedrijf dat het mobiliteitsbudget aanbiedt:*

- 39% van de bedrijven is tevreden. Vooral vanwege de flexibiliteit die het biedt, tevreden gebruikers en lagere (mobiliteits)kosten.
- 23% is ontevreden. Men vindt dat het mobiliteitsbudget te weinig mogelijkheden biedt, dat het een statisch model is, dat er met een te laag budget moet worden gewerkt en dat het (veel) extra werk oplevert.
- Vier op de tien is gematigd positief. Dat heeft vooral te maken met de (nog) geringe ervaring die is opgebouwd.

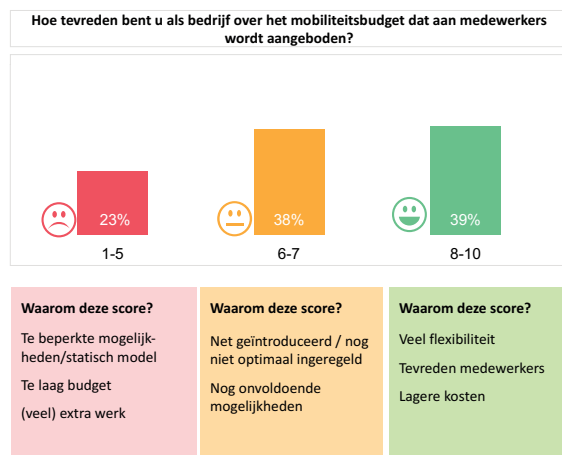
*Tevredenheid van de medewerkers over het mobiliteitsbudget dat hen wordt aangeboden (inschatting door bedrijven):*

- 38% schat in dat medewerkers erg tevreden zijn. Dat meet men af aan de positieve reacties van medewerkers over de toegenomen keuzevrijheid en de ruimte om persoonlijke wensen in te vullen.
- 17% schat in dat medewerkers ontevreden zijn, vooral vanwege de te lage vergoeding.

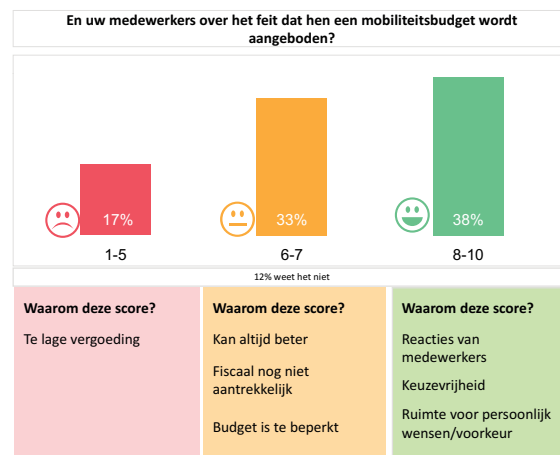
*Tevredenheid van de gebruikers van een mobiliteitsbudget (inschatting door bedrijven):*

- Bijna de helft schat in dat de gebruikers van een mobiliteitsbudget tevreden tot zeer tevreden zijn: "gebruikers geven aan tevreden te zijn en bovendien hebben ze er zelf voor gekozen".
- Een op de tien schat in dat gebruikers ontevreden zijn. Dat wordt dan vooral veroorzaakt doordat een mobiliteitsbudget ook voor de werknemers bewerkelijk is, dat men er nog niet aan gewend is of dat een beperkt budget parten speelt.

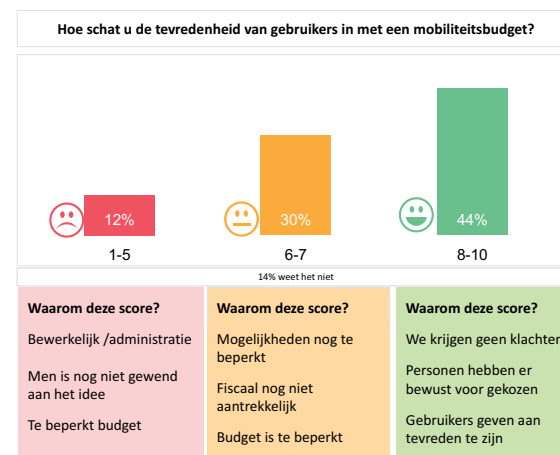
### Tevredenheid als bedrijf...



### Tevredenheid medewerkers...



### Tevredenheid gebruikers...



## 4.2.1.5 Kritische factoren om een mobiliteitsbudget succesvol in te voeren



- Niet (de inrichting van) het mobiliteitsbudget maar de communicatie óver het mobiliteitsbudget is misschien wel de belangrijkste kritische factor voor een succesvolle introductie: draagvlak onder medewerkers en goede voorlichting staan in de top-5.
- De mogelijkheid om van andere vervoersvormen gebruik te kúnnen maken en een voldoende hoog budget worden gezien als randvoorwaarden.
- De extra administratieve rompslomp die het mobiliteitsbudget met zich meebrengt (voor zowel bedrijf als gebruiker) moet beperkt en te overzien zijn. Als dit niet goed geregeld is neemt de weerstand snel toe.

### Kritische succesfactoren...

**Wat zijn volgens u de kritische factoren om een mobiliteitsbudget succesvol in te voeren?**

1. Draagvlak medewerkers
2. Mogelijkheid om van andere vervoersvormen gebruik te kunnen maken
3. Budget moet voldoende zijn
4. Goede voorlichting
5. Beperkte administratieve rompslomp





## 4.2.1.6 Privélease

Privélease (ook wel private lease, auto abonnement of leaseabonnement genoemd) is een constructie waarbij een particulier een auto huurt voor een vast bedrag per maand. Bij privélease zijn (meestal) alle kosten inbegrepen met uitzondering van de brandstof. Worden gedurende de contractperiode meer kilometers gereden dan vooraf overeengekomen, dan zal dit in rekening worden gebracht.



- 11% van de onderzochte bedrijven heeft medewerkers in het bedrijf met een privé leaseauto die ook wordt gebruikt voor zakelijke ritten. Dit percentage is vrijwel gelijk aan 2015 en 2016.
- Opvallend is dat ten opzichte van 2016 vaker wordt aangegeven dat medewerkers met een privé leaseauto die zakelijk wordt gebruikt voorheen geen leaseauto hadden. Dat kan er op duiden dat gebruikers van privélease vaker 'instromers' zijn die in plaats van een auto van de zaak een kilometervergoeding krijgen voor zakelijke kilometers.
- Het enthousiasme voor privélease voor zakelijke doeleinden is weliswaar licht toegenomen maar door de helft van de

bedrijven wordt het resoluut afgewezen. Bij grote bedrijven wordt privélease vaker als een reële optie ingeschat, maar deze bedrijven bieden dan ook vaker een mobiliteitsbudget aan waaruit privélease kan worden gefinancierd.

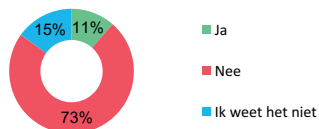
### Privélease voor privé

- Een privélease arrangement voor de (tweede) privéauto van medewerkers wordt in beperkte mate aangeboden door bedrijven: het gebeurt in slechts 6% van de gevallen en 7% heeft plannen om dit te introduceren. Bij grote bedrijven liggen deze percentages veel hoger.

### Wordt er zakelijk gereden met een privé geleaste auto?

11% heeft medewerkers in het bedrijf met een privélease auto die ook zakelijk wordt gebruikt.

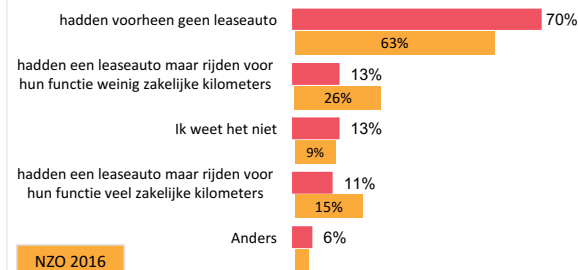
Zijn er medewerkers die hun privé geleaste auto voor zakelijke ritten gebruiken?



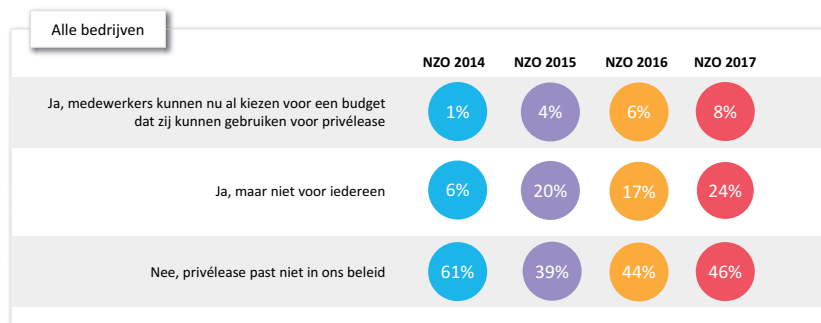
NZO 2014: 5%  
NZO 2015: 11%  
NZO 2016: 12%



#### Deze medewerkers...

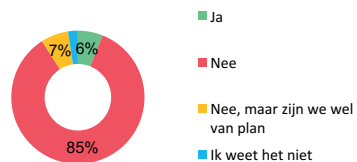


## Is privélease een (serieuze) optie?



6% biedt medewerkers een arrangement voor privélease van de (tweede) privé auto aan

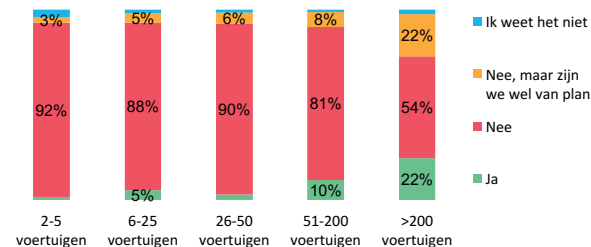
Biedt u de medewerkers een arrangement voor privélease van de (tweede) privé auto aan (bijvoorbeeld in samenwerking met een leasemaatschappij)?



### Kenmerken van de bedrijven die aangeven privélease een optie te vinden (maar niet voor iedereen)

|                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vaker grote wagenparken vanaf 100 voertuigen: 27% t.o.v. 15% gem. en meer >1.000 medewerkers: 17% t.o.v. 10% gem.       | Hebben vaker medewerkers met een privéleaseauto: 20% t.o.v. 11% gem.                                                                                                                                       |
| Voertuigen zijn vaker in eigendom van de leasemaatschappij: 62% t.o.v. 50% gem.                                         | Er zijn vaker richtlijnen voor smartphone-gebruik tijdens het rijden: 47% t.o.v. 38% gem.                                                                                                                  |
| Hebben vaker een auto-/mobiliteitsregeling voor medewerkers: 74% t.o.v. 63% gem.                                        | Vinden vaker milieubewustzijn/MVO en flexibilisering van arbeid en mobiliteit belangrijker dan gem. resp. 94% t.o.v. 88% gem. en 88% t.o.v. 78% gem.                                                       |
| Stellen ook vaker auto's van de zaak ter beschikking: 85% t.o.v. 77% gem.                                               | Ervaren vaker de behoefte om de wijze waarop de zakelijke mobiliteit is ingericht (enigszins) te veranderen: 49% t.o.v. 34% gem.                                                                           |
| Hebben vaker alleen een beperking op varianten: 55% t.o.v. 44% gem.                                                     | Overwegen (enigszins) vaker een mobiliteitsbudget in te voeren: 34% t.o.v. 4% gem.                                                                                                                         |
| De autoregeling staat vaker toe om (onder voorwaarden) voor een volledig elektrische auto te kiezen 77% t.o.v. 70% gem. | Verwachten ook vaker dat medewerkers steeds meer open zullen staan voor andere vervoersvormen: 63% t.o.v. 51% gem. en dat er minder auto's van de zaak ter beschikking worden gesteld: 44% t.o.v. 36% gem. |

### Biedt u de medewerkers een arrangement voor privélease van de (tweede) privé auto aan (bijvoorbeeld in samenwerking met een leasemaatschappij)?



## 4.2.2 Visie op mobiliteit

### 4.2.2.1 Stellingen over zakelijke mobiliteit



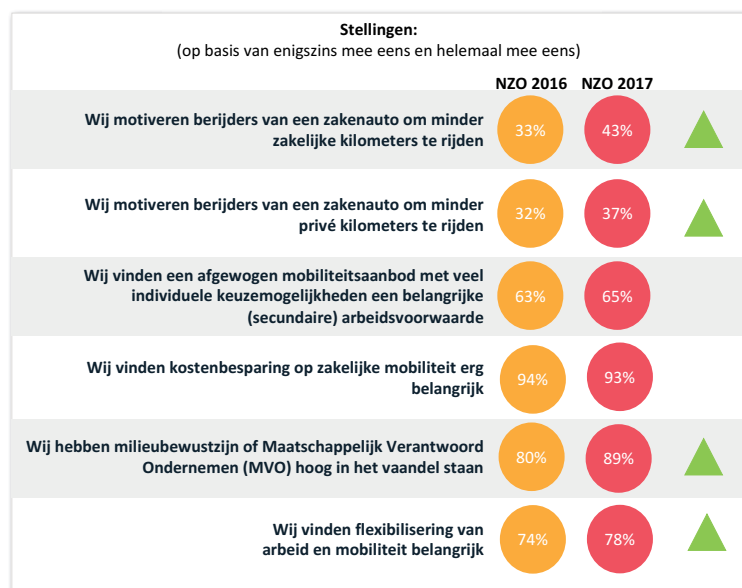
• Ten opzichte van NZO 2016 is te constateren dat milieubewustzijn en maatschappelijk verantwoord ondernemen belangrijker worden gevonden. In mindere mate geldt dit ook voor flexibilisering van arbeid en mobiliteit. Als het gaat om de eigen stimulerende rol, wordt duidelijk

teruggekoppeld dat zakelijke rijders vaker worden gemotiveerd om minder zakelijke en privé kilometers te rijden.

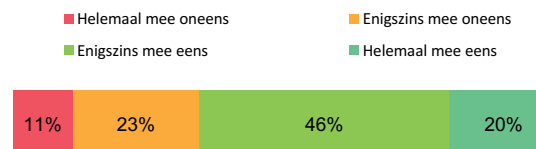
• Hoog milieubewustzijn is, als het zakelijke mobiliteit betreft, sterk gekoppeld aan CO<sub>2</sub>-uitstoot. Driekwart van alle bedrijven geeft aan een lage

CO<sub>2</sub>-uitstoot te stimuleren door middel van (het sturen op de) autokeuze. Naarmate bedrijven groter worden vindt deze sturing overigens steeds sterker plaats. Tweederde stimuleert een lage CO<sub>2</sub>-uitstoot door zuinig rijgedrag te bevorderen.

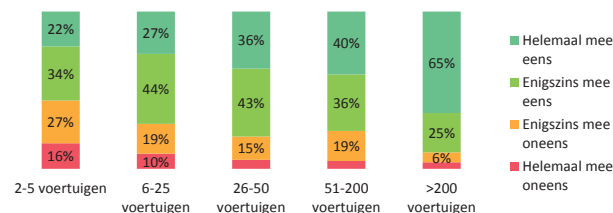
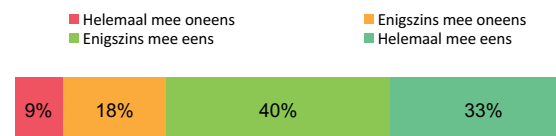
#### Stellingen over zakelijke mobiliteit



#### Wij stimuleren een lage CO<sub>2</sub>-uitstoot door zuinig rijgedrag



#### Wij stimuleren een lage CO<sub>2</sub>-uitstoot door middel van autokeuze





## 4.2.1.2 Criteria die de inrichting van het mobiliteitsbeleid bepalen

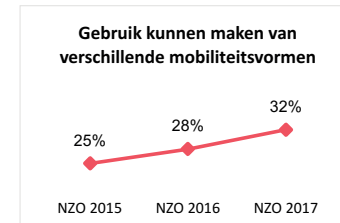
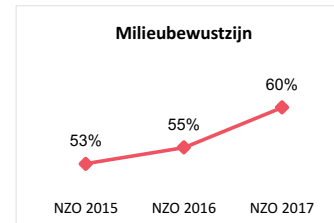
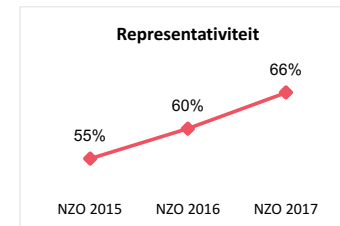
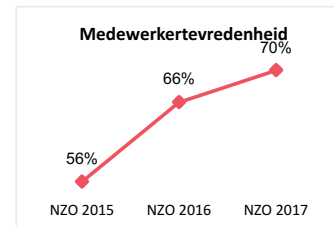
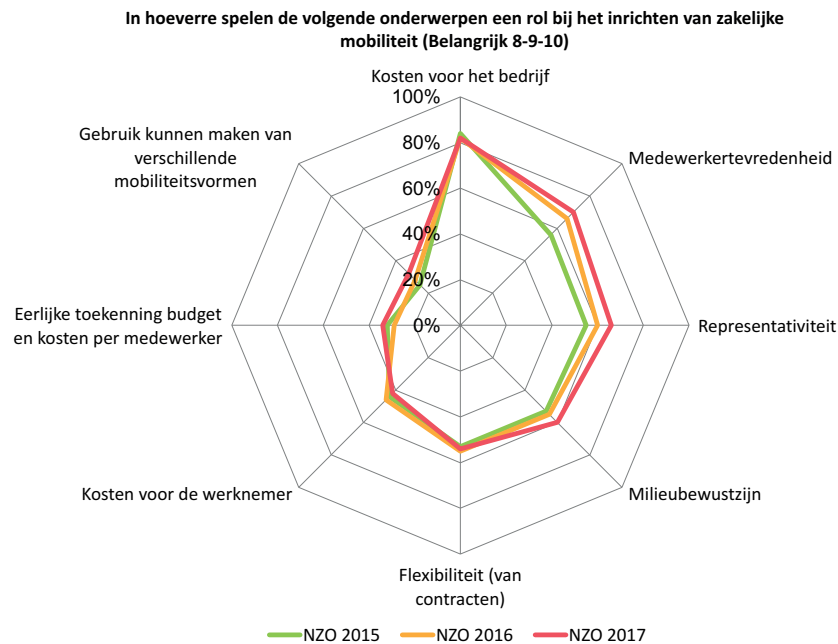


• Kosten van mobiliteit is en blijft het belangrijkste criterium voor de inrichting van het mobiliteitsbeleid. Opvallend zijn de posities van de criteria medewerkertevredenheid, representativiteit en (in mindere mate) milieubewustzijn. In het NZO 2016 werd al een sterke toename van het be-

lang van deze criteria gemeten ten opzichte van het voorgaande jaar. In het huidige NZO zijn deze onderwerpen opnieuw significant belangrijker geworden. Verder neemt het belang van 'gebruik kunnen maken van verschillende mobiliteitsvormen' ook gestaag toe.

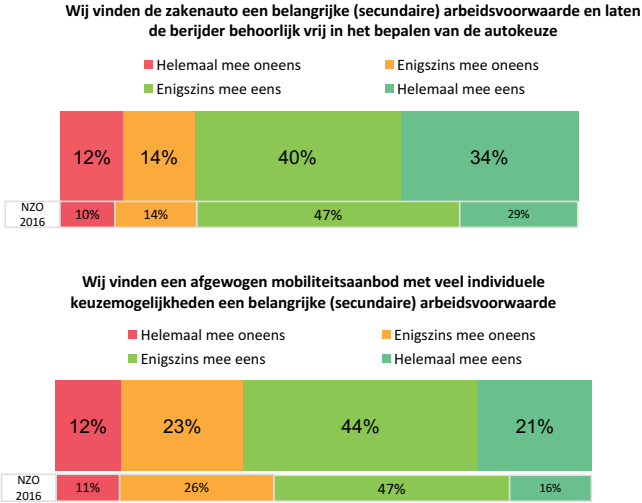
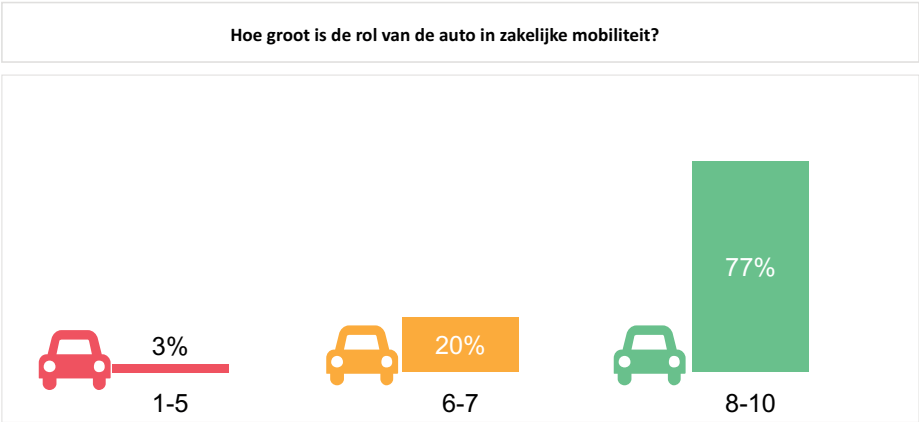
• Acht op de tien bedrijven dicht de auto een zeer belangrijke rol toe bij een goede invulling van de zakelijke mobiliteit. Bij grote wagenparken wordt de rol van de auto hoger ingeschat.

### Wat wordt belangrijk gevonden?





# De zakenauto, hoe belangrijk is deze (nog)?



## 4.2.1.3 Behoeft om huidige situatie aan te passen



- Een derde van alle bedrijven heeft behoefte om de wijze waarop de zakelijke mobiliteit van medewerkers is ingericht, te veranderen. Belangrijke redenen daarvoor zijn kostenbesparing, milieubewustzijn, méér flexibiliteit voor werknemers en invoering van een mobiliteitsbudget.
- Iets minder dan een derde van de bedrijven is van mening dat medewerkers hun huidige zakelijke mobiliteit willen veranderen. Als belangrijkste reden wordt genoemd dat zakelijke rijders de behoefte hebben aan

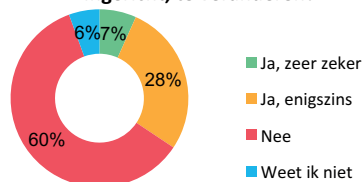
meer flexibiliteit, daarna volgen kostenbesparing en milieubewustzijn.

- Als aan de bedrijven die willen veranderen wordt gevraagd om spontaan de meest voor de hand liggende oplossingen te noemen ontstaat het volgende rijtje: elektrisch rijden (mogelijk maken), invoeren mobiliteitsbudget, sturen op minder km's en minder CO<sub>2</sub>, meer flexibiliteit creëren.

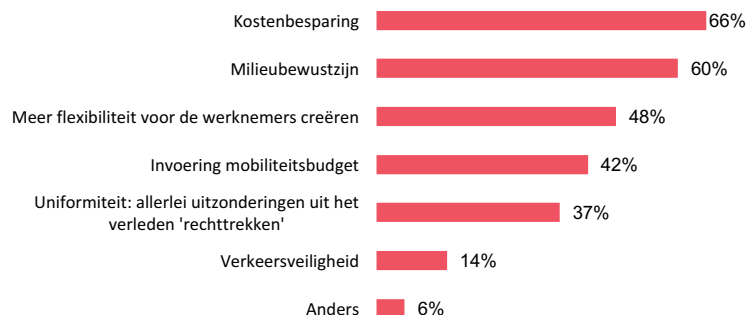
### Behoeft aan veranderingen (binnen het bedrijf)

**35%** heeft zeker de behoefte om de wijze waarop de zakelijke mobiliteit van medewerkers is ingericht, te veranderen

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



### Wat zijn volgens u daarvoor de belangrijkste redenen?



**Kenmerken van de bedrijven die behoefte hebben om de wijze waarop de zakelijke mobiliteit nu is ingericht, te willen veranderen**

Vaker grote wagenparken >200 voertuigen: 24% t.o.v. 8% gem. en vaker >1.000 medewerkers: 24% t.o.v. 10% gem.

Hebben vaker een autoregeling/mobiliteitsregeling voor medewerkers: 91% t.o.v. 63% gem.

Hebben ook vaker een beperking op varianten en uitstoot CO<sub>2</sub>: resp. 58% t.o.v. 44% gem. en 51% t.o.v. 30% gem.

Vinden flexibilisering en kostenbesparing vaker belangrijker dan gem. resp. 89% t.o.v. 78% gem. en 98% t.o.v. 93% gem.

Hebben vaker de overtuiging dat een combinatie van zakenauto en andere vervoersvormen tot lagere kosten leidt: 72% t.o.v. 62% gem.

Verwachten vaker dat er aan minder medewerkers een auto van de zaak ter beschikking zal worden gesteld: 54% t.o.v. 37% gem.

Maar ook dat medewerkers veel vaker openstaan voor alternatieven: 76% t.o.v. 51% gem.

Overwegen ook vaker om een mobiliteitsbudget in te voeren: 50% t.o.v. 15% gem.

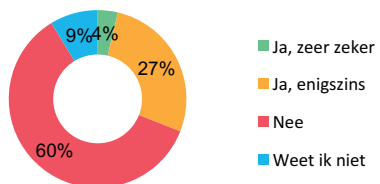
En verwachten dat zakelijke rijders serieus geïnteresseerd zijn in een mobiliteitsbudget: 70% t.o.v. 55% gem.

## Hebben medewerkers behoefte aan verandering?

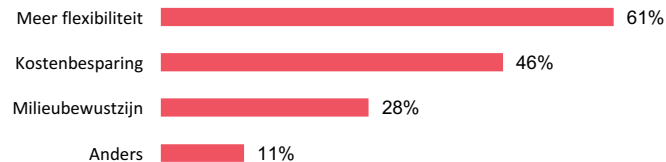
**4%** verwacht dat medewerkers zeer zeker hun huidige zakelijke mobiliteit willen veranderen



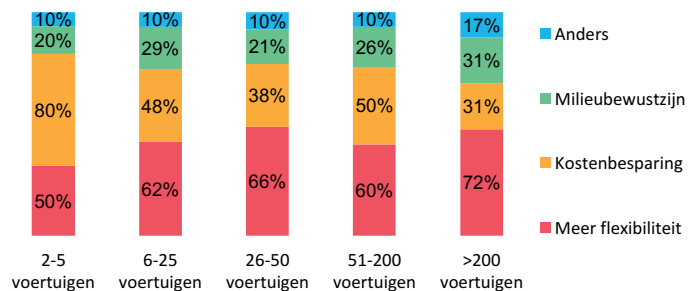
**Denkt u dat medewerkers binnen uw bedrijf de behoefte hebben om de wijze waarop de zakelijke mobiliteit voor hen is ingericht, te veranderen?**



**Wat zijn volgens u daarvoor de belangrijkste redenen?**



**Wat zijn volgens u daarvoor de belangrijkste redenen?**



## 4.2.1.4 Concrete veranderingen



### Terugkijken: Wat is de meest opvallende ontwikkeling geweest van de afgelopen drie jaar?

- Als respondenten drie jaar terugkijken en aangeven welke belangrijke veranderingen in de autoregeling / de mobiliteitsregeling hebben plaatsgevonden dan noemen zij de volgende mijlpalen: het mogelijk maken van elektrisch aangedreven voertuigen, het in algemene zin verduurzamen van het wagenpark, het aanpakken c.q. opschudden van de regeling en het invoeren van een mobiliteitsbudget. Het antwoord 'we hebben geen veranderingen doorgevoerd' scoort best hoog (4e plaats) en relateert de vernieuwingsdrang op mobiliteitsgebied die bij sommige bedrijven duidelijk zichtbaar is: niet alle bedrijven zijn actief op dit gebied.

### Vooruitkijken: Wat zijn de verwachtingen voor de komende jaren?

#### Mobiliteitsbudget

- 15% van de bedrijven overweegt om een mobiliteitsbudget in te voeren. Een stevige toename ten opzichte van 2016 (was: 5%).
- Hoe groter het bedrijf hoe vaker er wordt overwogen om een mobiliteitsbudget in te voeren.
- Van alle bedrijven die overwegen een mobiliteitsbudget in te voeren verwacht twee derde dat de kans groot is dat dit de komende drie jaar daadwerkelijk zal worden gerealiseerd. In NZO 2016 was dit iets meer dan een derde.
- Met andere woorden: het aantal bedrijven dat serieuze voorbereidingen treft om een mobiliteitsbudget in te voeren neemt toe. Maar voor de kleine (en in mindere mate middelgrote bedrijven) heeft het geen prioriteit.
- Bedrijven zijn realistischer in hun verwachting over de deelname van medewerkers dan voorheen: 20% gaat ervan uit dat het merendeel van de medewerkers gebruik gaat maken van het mobiliteitsbudget (was in 2016: 57%).

#### Penetratie alternatieve vervoersvormen

- De verwachte toename van alternatieve vervoersvormen blijft steken op het niveau van 2016.

### Terugkijken



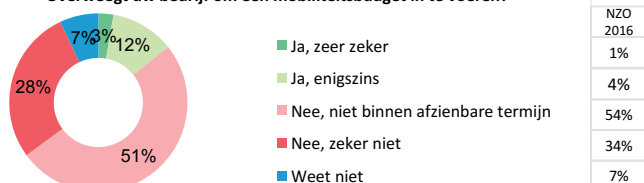
| NZO 2016 |                                        |
|----------|----------------------------------------|
| 1.       | Vergroening/verduurzaming van het park |
| 2.       | Autoregeling(en) strakker geworden     |
| 3.       | Minder (lease)auto's                   |
| 4.       | Invoering van een mobiliteitsbudget    |
| 5.       | Meer sturing/controle                  |

| NZO 2017 |                                        |
|----------|----------------------------------------|
| 1.       | Elektrische auto's toegevoegd          |
| 2.       | Vergroening/verduurzaming van het park |
| 3.       | Autoregeling(en) strakker geworden     |
| 4.       | Geen veranderingen                     |
| 5.       | Invoering van een mobiliteitsbudget    |

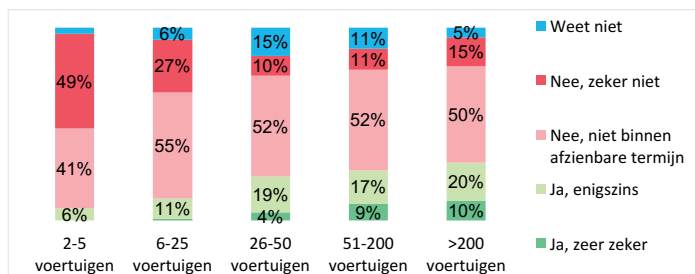
## Vooruitkijken

**15%** overweegt de invoering van een mobiliteitsbudget

Overweegt uw bedrijf om een mobiliteitsbudget in te voeren?



|          |
|----------|
| NZO 2016 |
| 1%       |
| 4%       |
| 54%      |
| 34%      |
| 7%       |



## Intenties komende 3 jaar...

### VERWACHTE ONTWIKKELING

Hoe groot is de kans dat u de komende 3 jaar een mobiliteitsbudget aanbiedt aan uw werknemers? (Kans 60 - 100%)

**Mobiliteitsbudget**



68%

Respondenten die invoering van een mobiliteitsbudget overwegen (NZO 2017: 15%)

Respondenten die invoering van een mobiliteitsbudget overwegen (NZO 2016: 5%)

38%

En dat het merendeel van de zakelijke rijders in uw bedrijf de komende 3 jaar gebruik gaat maken van een mobiliteitsbudget? (Kans 60 -100%)

21%

Zakelijke rijders zijn serieus geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget dat naar eigen inzicht kan worden gebruikt voor mobiliteit

■ Helemaal mee oneens ■ Enigszins mee oneens ■ Enigszins mee eens ■ Helemaal mee eens







## VERWACHTE ONTWIKKELING

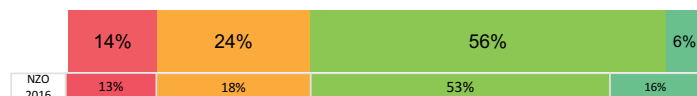
Penetratie alternatieve vormen

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

|                                      | Deelauto                                                                             | Poolauto                                                                              | Fiets                                                                                 | e-Bike                                                                               | OV                                                                                    |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Alle RESPONDENTEN NZO 2017           |  8% |  15% |  12% |  9% |  14% |
| Bedrijfsgrootte - aantal medewerkers |                                                                                      |                                                                                       |                                                                                       |                                                                                      |                                                                                       |
| Klein (10 t/m 49)                    |  6% |  12% |  10% |  4% |  8%  |
| Middel-groot (200 t/m 499)           | 10%                                                                                  | 22%                                                                                   | 14%                                                                                   | 12%                                                                                  | 14%                                                                                   |
| Groot >1000                          | 14%                                                                                  | 27%                                                                                   | 22%                                                                                   | 15%                                                                                  | 16%                                                                                   |
| Alle RESPONDENTEN NZO 2016           | 6%                                                                                   | 16%                                                                                   | 13%                                                                                   | 12%                                                                                  | 14%                                                                                   |

Een combinatie van zakenauto en andere vervoersvormen leidt tot lagere kosten voor het bedrijf

■ Helemaal mee oneens ■ Enigszins mee oneens ■ Enigszins mee eens ■ Helemaal mee eens



# 4.2.1.4 Concrete veranderingen



## Verwachtingen zakelijke mobiliteit op de korte termijn (1-2 jaar)

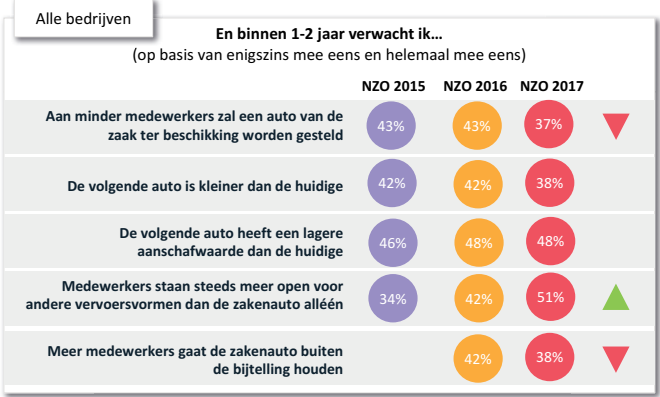
- 37% van de bedrijven verwacht dat het aantal medewerkers met een auto van de zaak zal afnemen. In 2016 werd dit nog door 43% verwacht. Respondenten van bedrijven met grote wagenparken zijn overigens heel stellig in de afname van het aantal zakelijke auto's: van hen verwacht twee derde een afname.
- Inmiddels verwacht meer dan de helft (was 34% in 2015) dat medewerkers steeds meer openstaan voor andere vervoersvormen dan de zakenauto alléén. Bij grote bedrijven (die hebben vaker actief beleid

op alternatieven en daar zijn medewerkers al vertrouwd met meer keuzemogelijkheden) veronderstelt bijna 70% dat medewerkers positief zijn over alternatieven.

- Een groot deel van de bedrijven verwacht dat er een sterke fo-

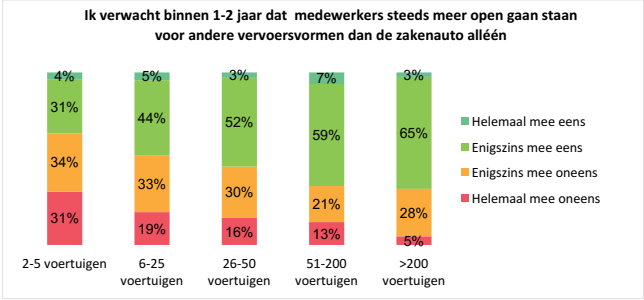
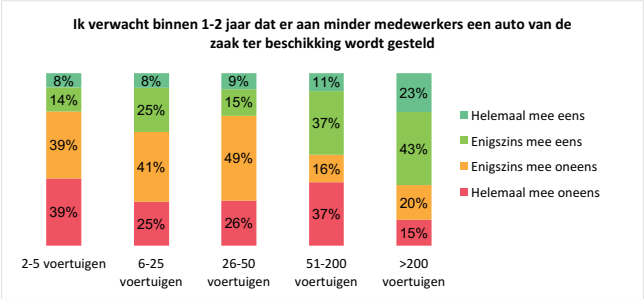
cus blijft op lage bijtelling. Bijna zeven op de tien verwacht dat bestuurders een auto gaan kiezen met een lagere fiscale waarde. Bijna de helft verwacht dat de meeste medewerkers over zullen stappen op een volledig elektrische auto.

## Verwachting korte termijn (1-2 jaar)



Ik verwacht dat er een sterke focus blijft op lage bijtelling: de meeste medewerkers gaan een volledig elektrische auto kiezen

■ Helemaal mee oneens ■ Enigszins mee oneens ■ Enigszins mee eens ■ Helemaal mee eens



Ik verwacht dat er een sterke focus blijft op lage bijtelling: de meeste medewerkers gaan een auto met een lagere fiscale waarde kiezen

■ Helemaal mee oneens ■ Enigszins mee oneens ■ Enigszins mee eens ■ Helemaal mee eens







### Verwachtingen zakelijke mobiliteit op iets langere termijn (3 jaar)

- Als bedrijven iets verder vooruitkijken staan op de mobiliteitsagenda voor de komende drie jaar deze onderwerpen:
  1. Elektrisch rijden mogelijk maken.
  2. Milieubewustzijn stimuleren (en daarmee duurzame keuzes en CO<sub>2</sub> reductie realiseren).
  3. Flexibiliteit van werken, van reizen en van contractuele verplichtingen.
  4. Verminderen aantal zakelijke auto's.

### Veranderingen binnen 3 jaar...



## 4.3 Verkeersveiligheid

Verkeersveiligheid wordt een steeds groter thema. Dat heeft enerzijds te maken met de toenemende afleiding in het verkeer (onder andere als gevolg van de smartphone) maar anderzijds zeker ook met het toegenomen aanbod van allerlei veiligheidsvoorzieningen in moderne auto's. Hoe gaat de werkgever om met verkeersveiligheid?



## Instructies of voorwaarden...

**20%** heeft instructies/voorwaarden opgenomen met betrekking tot verkeersveiligheid

**Zijn in de autoregeling / het mobiliteitsbeleid instructies of voorwaarden opgenomen met betrekking tot verkeersveiligheid?**

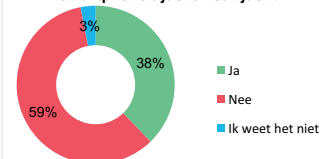


- Twee op de tien bedrijven heeft uitgebreide instructies en/of voorwaarden opgenomen in het mobiliteitsbeleid met betrekking tot verkeersveiligheid. Een derde geeft aan summier aandacht aan verkeersveiligheid te besteden en een derde besteedt hier niet of nauwelijks aandacht aan.
- Opvallend is dat er geen grote verschillen bestaan tussen kleine en grote bedrijven. Verkeersveiligheid is blijkbaar (op dit moment) voor het merendeel van de bedrijven ongeacht de bedrijfsgrootte van ondergeschikt belang.
- Vier op de tien bedrijven heeft richtlijnen voor het gebruik van de smartphone tijdens het rijden. Deze richtlijnen bestaan voornamelijk uit het uitsluitend toestaan van handsfree bellen, verbieden van mail/app/social media tijdens het rijden of het volledig verbieden van gebruik in de auto. Opvallend is dat de meeste richtlijnen (nog) betrekking hebben op bellen en niet op het gebruikmaken van andere smartphonefuncties.

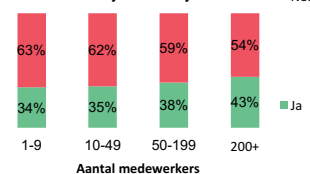
## Richtlijnen smartphonegebruik

**38%** heeft richtlijnen opgenomen voor het gebruik van de smartphone tijdens het rijden

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



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



**Wat houden deze richtlijnen in?**

1. Alleen handsfree bellen toegestaan
2. Smartphone helemaal niet gebruiken tijdens rijden
3. Geen gebruik van mail/app/social media tijdens rijden
4. Volgen van de wet- en regelgeving



## 4.3 Verkeersveiligheid

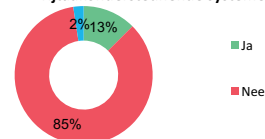


- 13% van de bedrijven stelt eisen aan de aanwezigheid van rijtaakondersteunende systemen oftewel ADAS (Advanced Driver Assisted Systems). Vooral de aanwezigheid van (adaptive) cruise control, lane departure warning en emergency brake worden dan verplicht gesteld.
- Bedrijven vinden het lastig om aan te geven welke verantwoordelijkheid zij hebben als het gaat om verkeersveiligheid. Er is een grote groep die aangeeft dat die verantwoordelijkheid beperkt is. De werkgever kan adviseren en faciliteren maar de berijder zelf is en blijft verantwoordelijk. Een kleinere groep vindt juist dat de verantwoordelijkheid van de werkgever zeer groot is, vooral omdat gebruik en dus ook misbruik vaak werkgerelateerd zullen zijn en dus tot de invloedssfeer van de werkgever behoren.
- Twee derde van alle respondenten verwacht overigens dat er de komende 1-2 jaar veel aandacht zal uitgaan naar veilig rijden en de aanwezigheid van veiligheidsopties in de auto. Dat zou betekenen dat verkeersveiligheid binnen een zeer kort tijdsbestek is geëvolueerd van beperkt relevant tot zeer relevant.

### ADAS...

13% stelt eisen met betrekking tot de aanwezigheid van bepaalde ADAS

Worden er eisen gesteld met betrekking tot de aanwezigheid van bepaalde ADAS (Advanced Driver Assisted Systems) oftewel rijtaakondersteunende systemen?



Hoe omschrijft u de verantwoordelijkheid die u als werkgever heeft met betrekking tot Verkeersveiligheid?

1. Adviserende rol
2. Voorzieningen bieden (winterbanden, carkit)
3. Beperkt, verantwoordelijkheid ligt uiteindelijk bij werknemer
4. Volgen van wet- en regelgeving



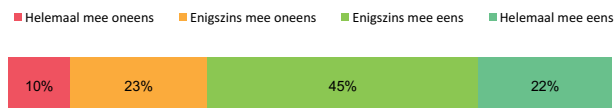
Welke systemen betreft het dan?

1. (Adaptive) Cruise Control
2. Lane Departure Warning
3. Emergency Brake

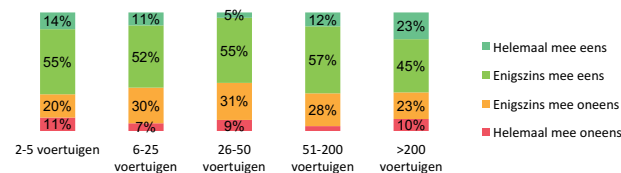
### Verkeersveiligheid binnen 1-2 jaar...

67% verwacht meer aandacht voor verkeersveiligheid

Ik verwacht binnen 1-2 jaar een sterke(re) focus op veilig rijden c.q. veiligheidsopties in de auto



Ik verwacht binnen 1-2 jaar een sterke(re) focus op veilig rijden c.q. veiligheidsopties in de auto





# Hoofdstuk 5

## **VERANTWOORDING**



## Achtergrond

Al negen jaar op rij wordt het Nationaal Zakenauto Onderzoek uitgevoerd. Doelstelling is het uitvoeren van kwalitatief hoogstaand, betrouwbaar en actueel onderzoek op het gebied van de zakenauto. Bovendien wil het NZO onderbouwde en relevante conclusies met toegevoegde waarde presenteren aan de automotive en mobiliteitsbranche en andere belangstellenden. Het NZO geeft inzicht in wensen en eisen, maatregelen en gedrag(sveranderingen), toetst actuele thema's en heeft voorspellende waarde. Alles vanuit het perspectief van de berijder én van de werkgever. Continuïteit van het onderzoek en de onderzoeksresultaten staan centraal, maar elk jaar worden specifieke onderwerpen nader uitgelicht.

Voor deze editie is gezocht naar een nieuwe balans tussen data/informatie en toelichtende teksten. Alle relevante informatie is nu per onderwerp bijeengebracht, daardoor ontstaan logische 'informatieflows' die de lezer helpen bij het interpreteren van de conclusies. Compact weergegeven en gedetailleerd waar nodig; we hopen dat deze insteek zorgt voor een nog toegankelijker NZO.

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

- Wat is de ontwikkeling van de (voorkeurs)positie van automerken?

- Welke intrinsieke en extrinsieke factoren bepalen de keuze voor de zakenauto?
- Hoe tevreden is de zakelijke rijder over de huidige invulling van (zakelijke) mobiliteit? In welke mate is er behoefte aan alternatieven?
- Wat is de concrete veranderingsbereidheid om over te stappen op een mobiliteitsbudget? Of om gebruik te maken van privélease? Trends ten opzichte van vorig jaar?
- Hoe zijn zakelijke rijders te segmenteren?
- Hoe kijken werkgevers naar de ontwikkeling van zakelijke mobiliteit in de nabije toekomst?
- Wat is de verwachte penetratie van de volledig elektrische auto?
- Hoe tevreden zijn werkgevers over de huidige invulling van (zakelijke) mobiliteit? In welke mate is er behoefte aan alternatieven?
- Wat zijn de kenmerken van bedrijven die een mobiliteitsbudget aanbieden? Hoe succesvol is het mobiliteitsbudget bij deze bedrijven? Wat zijn volgens hen kritische succesfactoren?
- Hoe gaan werkgevers om met verkeersveiligheid? Worden er eisen gesteld aan de aanwezigheid van bepaalde ADAS (Advanced Driver Assisted Systems of rijtaakondersteunende systemen)?

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek is tot stand gekomen door een samenwerking tussen Automobiel Management, RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Infor-

matie en de Vereniging van Nederlandse Autolease-maatschappijen (VNA). Onderzoek en analyse zijn uitgevoerd door VMS | Insight.

## Verantwoording

Er zijn twee onderzoeken uitgevoerd:

1. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2017 – BEDRIJVEN
2. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2017 – BERIJDERS

Beide onderzoeken hebben plaatsgevonden door middel van een internetenquête in de periode juni - juli 2017. 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 op websites.

Om het aantal responderende bedrijven te optimaliseren is samengewerkt met Fleet Profile. Fleet Profile is een direct marketing organisatie die zich specifiek richt op de markt voor zakelijke mobiliteit in de Benelux. Fleet Profile beschikt over een uniforme database met de TOP 30.000 organisaties en instellingen in de Benelux, inclusief gegevens over de DMU. De database bevat ook informatie over het wagenpark en mobiliteitsaspecten. Via de database van Fleet Profile zijn bedrijven uitgenodigd voor deelname. Dit heeft



geleid tot een hoge respons op het bedrijvenonderzoek enerzijds en een verbeterde balans eigendom/lease anderzijds.

### Response

Bedrijvenonderzoek

Aantal respondenten: 698

Aantal respondenten na schoning: 682

Berijdersonderzoek

Aantal respondenten: 3.680

Aantal respondenten na schoning: 3.478

De deelnemende bedrijven vertegenwoordigen een mooie dwarsdoorsnede van Nederlandse bedrijven met een wagenpark. Alle wagenparken zijn (naar omvang wagenpark) goed vertegenwoordigd. De response is ruim voldoende om betrouwbare resultaten te genereren. Indien statistisch verantwoord is nader ingezoomd op gedetailleerde resultaten.

Meer dan drieëneenhalfduizend berijders hebben gerespondeerd op het berijdersonderzoek; de betrouwbaarheid van de resultaten is hoog en het biedt mogelijkheden om diepgaande analyses te maken. Het aandeel leaserijders is met 90% relatief hoog. Dankzij de hoge response en de voldoende hoge aantallen rijders met een zakenauto die eigendom is van het bedrijf, kunnen desondanks resultaten goed

geïnterpreteerd en indien nodig verbijzonderd worden.

De rapportage is in vijf delen opgesplitst:

1. Belangrijkste conclusies
2. Marktanalyse o.b.v. AutoMotive Dashboard
3. Resultaten Berijdersonderzoek
4. Resultaten Bedrijvenonderzoek
5. Verantwoording van het onderzoek

## Colofon

### Nationaal Zakenauto Onderzoek 2017

27 september 2017

### NZO 2017 is een initiatief van

Automobiel Management (AM) – Deventer

RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Informatie – Amsterdam

Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen (VNA) – Bunnik

### Research, analyse en rapportage

VMS | Insight – Vianen

### Redactie

Automobiel Management – Deventer

Opmaak: Bureau OMA – Wehl

### Druk

Drukkerij Roelofs – Enschede

### Copyright © NZO 2017

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



NATIONAAL  
ZAKENAUTO  
ONDERZOEK

# ZAKENAUTO IN NEDERLAND

2017 DATA - ANALYSES - TRENDS