



NATIONAAL
ZAKENAUTO
ONDERZOEK
2015

ZAKENAUTO IN NEDERLAND

DATA - ANALYSES - TRENDS

NATIONAAL ZAKENAUTO ONDERZOEK 2015

DATA - ANALYSES - TRENDS

Dit rapport is een beknopte weergave van de resultaten van de achtergronden van het Nationaal Zakenauto Onderzoek 2015.

De digitale versie is te downloaden van de website www.automobielmanagement.nl/NZO.

Inhoudelijk toelichting kan worden verkregen bij de onderzoeker Eric Vousten via eric.vousten@vms-research.nl. Via www.automobielmanagement.nl/NZO kunt u ook de beschikking krijgen over het NZO-dashboard. Marketeers en andere geïnteresseerden kunnen daarmee toegang krijgen tot alle onderzoeksresultaten via een self service dashboard.

Voor overige informatie en bestellingen van dit boekje kunt u contact opnemen met de uitgever van Automobiel Management: m.leenders@mybusinessmedia.nl.



Inhoudsopgave

Voorwoord	6	2.7 Marktaandeelontwikkeling per model	24
Hoofdstuk 1 Belangrijkste conclusies	8	2.8 Het wagenpark zakelijke auto's per augustus 2014	25
Hoofdstuk 2 Marktanalyse op basis van Auto Connect Dashboard	14	Hoofdstuk 3 Samenvatting Berijdersonderzoek	26
2.1 Marktinformatie m.b.t. de zakenauto	15	3.1 Bijtellingsklasse	27
2.2 Verschuiving tussen segmenten	17	3.2 De auto van de zaak	28
2.3 Verschuiving naar brandstofsoort	18	3.3 Bijtelling en bijtellingscategorie	34
2.4 Gemiddelde CO ₂ -footprint van Nederlandse wagenpark wordt kleiner	19	3.4 Gebruik auto en behoefte aan mobiliteit	41
2.5 Voorkeur voor lage bijtelling	20	3.5 Alternatieve mobiliteitsvormen, mobiliteitsbudget en privé-lease	45
2.6 Marktaandeelontwikkeling per merk	22	3.6 Beleid werkgever en autoregeling	56
		3.7 Invloedfactoren op de keuze voor de zakenauto	63

3.8 Stellingen autokeuze en zakelijke mobiliteit	66	4.6 Verwachting over terbeschikkingstelling zakenauto en autokeuze voor de nabije toekomst	110
3.9 De volgende zakenauto	69	4.7 Verwachting m.b.t. alternatieve mobiliteitsvormen	113
3.10 Loyaliteit en attractiviteit	71	4.8 Privé-lease	116
3.11 Persoonlijke kenmerken van de zakelijke rijder	75	4.9 Achtergrondinformatie bedrijf en functie respondent	119
Hoofdstuk 4 Samenvatting Bedrijvenonderzoek	82	Hoofdstuk 5 Verantwoording	126
4.1 Wagenpark	83	Colofon	100
4.2 Beleid werkgever	88		
4.3 Stellingen berijder en mobiliteit	93		
4.4 Zakelijke mobiliteit en de autoregeling	95		
4.5 Andere stellingen over de zakenauto en zakelijke mobiliteit	108		

Voorwoord

Dit onderzoek is alweer de zevende versie van het Nationaal Zakenauto Onderzoek dat tot stand is gekomen door een samenwerking tussen drie partners. Het NZO is in 2009 opgezet door Automobiel Management en RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Informatie en in 2013 is de Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen als derde partner toegetreden. Deze vereniging brengt extra expertise en rugdekking ten behoeve van de continuïteit. Het onderzoek is uitgevoerd door Eric Vousten van VMS | Insight in Vianen.

Het fiscale regime is al een aantal jaren een hot item in de wereld van de zakenauto. Veel is gesproken over het ‘verstoringende effect’ op de markt van de zakenauto maar dat effect zal aanzienlijk minder worden als de in Autobrief 2 voorgestelde maatregelen worden omgezet in wetgeving.

Over wat Autobrief 2 precies gaat betekenen voor de merk- en de modelkeuze en de acceptatie van andere mobiliteitsvormen, is nu (september 2015) nog niet veel te zeggen. Maar dat het grote gevolgen zal hebben, is wel zeker want de berijder kan weer de auto kiezen die hem of haar het beste past. **Gezien het belang van de consequenties van de nieuwe fiscale wetgeving zullen wij eind 2015 of begin 2016 een nieuwe marktinventarisatie op dit vlak laten uitvoeren en u daarover informeren.**

We zijn er trots op dat het onderzoek inmiddels is uitgegroeid tot een nationaal fenomeen dat de automotive branche, de overheden en de politici inzetten bij de vorming van hun beleid en opinie. Voor u ligt opnieuw een rapport waarmee AM, RDC en VNA knelpunten in de zakenautowereld constateren waaruit ook weer nieuwe kansen en mogelijkheden aan de oppervlakte komen.

Vanaf dit jaar is het mogelijk de onderzoeksresultaten van het NZO digitaal te bekijken via het NZO-dashboard. Via dit online tool kunnen geïnteresseerden dieper in de materie duiken voor eigen gebruik.

Via het NZO-dashboard kan men direct putten uit de enorme hoeveelheid data die dit onderzoek heeft opgeleverd.

Voor nadere informatie over de toegang tot het NZO-dashboard en de voorwaarden voor het gebruik ervan, verwijzen wij u graag naar www.automobielmanagement.nl/NZO.

René Stolp
Manager Product Development RDC Group

Peter Brouwer
Hoofdredacteur AM

Renate Hemerik
Directeur VNA



Van links naar rechts: Peter Brouwer, Renate Hemerik, René Stolp en onderzoeker Eric Vousten.

Hoofdstuk 1

Belangrijkste conclusies NZO 2015

1. Berijders: eigen belang groter dan collectief belang

Uit de resultaten van vorige edities van het NZO is naar voren gekomen dat de keuze voor de zakenauto steeds rationeler werd gemaakt. Er werd steeds bewuster voor een lagere bijtellingscategorie gekozen en het belang van 'emotie' telkens opnieuw iets lager ingeschat dan in het voorafgaande jaar. Bovendien heeft de economische situatie ertoe geleid dat ambities over de volgende zakenauto wat lager werden gesteld.

Maar dat beeld is nu aan het kantelen: de bijtelling is weliswaar nog steeds erg belangrijk maar het aandeel zakelijke rijders dat voorziet dat hun volgende auto groter of duurder is dan de huidige, is aanzienlijk toegenomen. Formaat telt dus weer en het mag ook best wat kosten, vindt de zakelijke rijder. Na een aantal jaren van economische stilstand en versobering gaat het veel bedrijven weer voor de wind. De positie van de zakelijke rijder verandert. Er is een duidelijke trend zichtbaar dat eigen belang (weer?) groter wordt dan het collectieve belang: zakelijke rijders blijken duidelijk minder bereid te zijn hun mobiliteit milieubewuster en kostenbewuster in te richten dan een of twee jaar geleden.

De positie van de zakelijke rijder verandert. Er is een duidelijke trend zichtbaar dat eigen belang (weer?) groter wordt dan het collectieve belang.

2. Bedrijven: belang van kostenbesparing op mobiliteit neemt af

Vorig jaar stond kostenbesparing op de zakelijke mobiliteit met stip bovenaan de agenda van bedrijven. Kostenbesparing wordt nu nog steeds gezien als speerpunt, maar het belang ervan wordt wel minder. Meer flexibiliteit creëren voor de medewerkers en aantrekkelijk werkgeverschap is bij de bedrijven juist sterk in belang toegenomen.



3. Hoge attractiviteit voor Tesla, Land Rover, Jaguar, Mercedes en Mazda. De loyaliteit van de berijder jegens de merken is laag maar stabiel

NZO berekent een hoge attractiviteitsindex voor Tesla, Land Rover, Jaguar, Mercedes en Mazda. Dit voorspelt een toenemende belangstelling (en dus een groeiend marktaandeel) voor deze merken in de zakelijke markt. Door het systeem van fiscale bijtelling hebben lage bijtellingsklassen een sterk zuigende werking op de zakelijke aanschaf. Heeft een merk de juiste modellen, is het merk de held. Maar heeft een merk die modellen niet dan heeft het pech. De loyaliteit van de berijders ten opzichte van automerken staat al jaren sterk onder druk en is dit jaar gemiddeld veertig procent. Daarmee is de loyaliteit ten opzichte van vorig jaar in ieder geval niet nog verder gedaald.



4. Er wordt een opschudding van de rangorde van de merken verwacht: extra onderzoek

De verstoring van de markt zal aanzienlijk minder worden als de voorgestelde maatregelen in Autobrief 2 worden omgezet in wetgeving. Wat Autobrief 2 precies betekent voor merk- en modelkeuze en de acceptatie van andere mobiliteitsvormen is nu (september 2015) nog niet te zeggen. Maar dat het grote gevolgen zal hebben voor de verwachte marktposities en marktaandeelontwikkelingen is wel zeker: de berijder kan weer de auto kiezen die hem of haar het beste past. Gezien het belang van de consequenties van de nieuwe fiscale wetgeving zullen de initiatiefnemers van dit onderzoek eind 2015 of begin 2016 een nieuwe marktinventarisatie ter zake laten uitvoeren.

NZO berekent een hoge attractiviteitsindex voor Tesla, Land Rover, Jaguar, Mercedes en Mazda.

5. Mogelijkheden plug-in niet goed benut

Met het toenemen van het aantal plug-in hybride auto's op de Nederlandse wegen is ook de samenstelling van de berijdersgroep veranderd. In het eerste jaar met nul procent bijtelling (2013) waren het vooral ondernemers die kozen voor de plug-in hybride (toen nog met riante aanschafsubsidies), in 2014 en 2015 waren het vooral leaserijders die overstapten op een phev.

Bijna driekwart van alle rijders van plug-ins kan gebruikmaken van een laadpunt op de zaak. Iets meer dan de helft laadt thuis of in de nabijheid. Bijna de helft van de plug-in hybride rijders heeft zowel thuis als op het werk mogelijkheden om op te laden. Opmerkelijk is dat het aandeel rijders dat helemaal níet kan of wil opladen met de jaren is toegenomen tot twintig procent op dit moment. De berijders van het eerste uur (bouwjaar 2013) hebben over het algemeen betere toegang tot oplaadpunten en gebruiken die ook vaker.

De mogelijkheden van de plug-in hybride kunnen aanmerkelijk beter worden benut als zakelijke rijders zowel thuis als op het werk de auto kunnen opladen en als zij worden gestimuleerd om zo vaak mogelijk (ook onderweg) bij te laden. Oplossingen hoeven niet altijd geld te kosten: invoeren van een brandstofbudget of een realistisch normverbruik kan al heel veel bewustzijn en besparing opleveren.

6. De leasemaatschappij is de belangrijkste mobiliteitspartner voor bedrijven

Bedrijven vinden dat de leasemaatschappij de belangrijkste partner is op het gebied van mobiliteit. De merkdealer volgt op plaats 2. Ook bedrijven met een wagenpark in eigendom zien de leasemaatschappij als belangrijke kennisprovider. Alleen de allergrootste bedrijven (met meer dan tweehonderd auto's) hebben intensief contact met andere mobiliteitsleveranciers (dealer, verzekeraar, leverancier mobiliteitskaart, etc.) en maken substantieel vaker gebruik van externe adviseurs.



7. Grote financiële risico's bij werkgevers met poolauto's

De regelgeving rondom de verstrekking van poolauto's blijkt vaak niet bekend of wordt niet goed nageleefd. De Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen (VNA) heeft medio 2014 een afspraak gemaakt met de Belastingdienst. Daarin staan de voorwaarden waaronder een privé gebruikte poolauto buiten het bijtellingsregime kan blijven. Kern is dat de poolauto wordt behandeld als een huurauto en dat de medewerkers voor het privégebruik van die auto een marktconform tarief betalen.

Uit dit NZO blijkt dat veel werkgevers (nog) niet op de hoogte zijn van deze regeling of de regeling om andere redenen niet toepassen. Het risico is dat de privé gebruikte poolauto's door de Belastingdienst worden beschouwd als 'ter beschikking gestelde auto's'. Daardoor lopen zowel de werkgever als alle (!) medewerkers een financieel risico.

Belastingdienst

8. Privélease wordt vaker mogelijk gemaakt door werkgevers.

Maar berijders zien privélease niet zitten voor zakelijk gebruik

Het afgelopen jaar heeft privélease erg veel aandacht gekregen. Privélease is ook een succes te noemen, maar dan vooral op de particuliere markt. In dit NZO is de acceptatie en de intentie voor de zakelijke markt gemeten. Het blijkt dat nu minder bedrijven dan vorig jaar afwijzend staan tegenover privélease en meer bedrijven in hun mobiliteitsbeleid privélease mogelijk maken.

Berijders van een zakelijke auto hebben ondertussen een duidelijker beeld gekregen wat privélease voor hun persoonlijke situatie zou kunnen betekenen. En dat beeld leidt ertoe dat de zakelijke rijder (nog steeds) erg terughoudend is ten aanzien van privélease. Sterker nog: méér berijders dan vorig jaar spreken zich juist duidelijker uit tégen privélease als vervanger van de auto van de zaak.

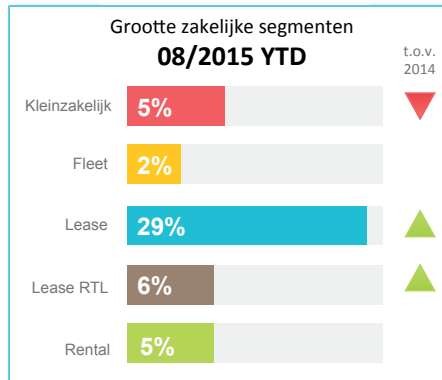
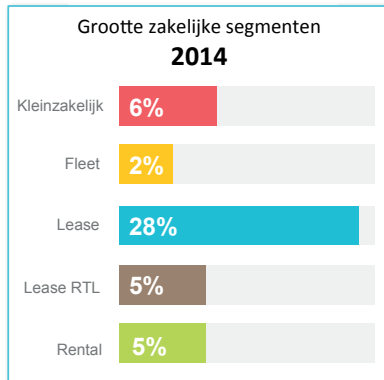
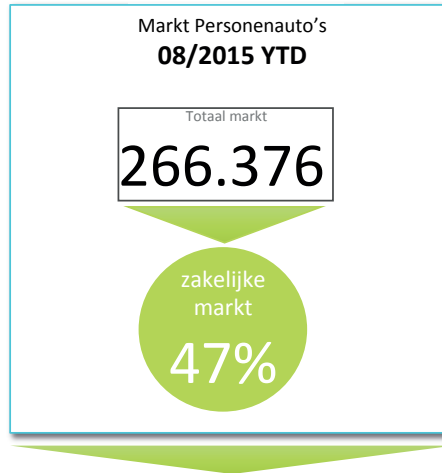
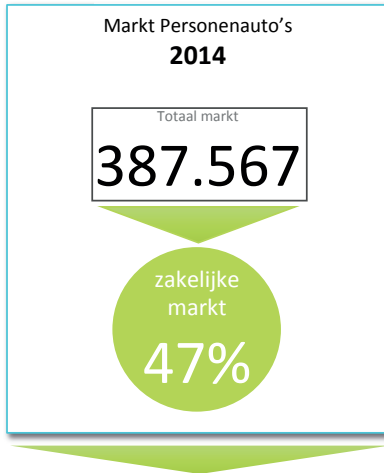


Hoofdstuk 2

Marktanalyse op basis van Auto Connect Dashboard

In dit hoofdstuk worden de trends in de automarkt voor zakelijk gebruikte personenauto's ten aanzien van nieuwverkopen, wagenpark, merkposities en milieukeurmerken behandeld. Hiervoor is gebruik gemaakt van AutoConnect Dashboard van RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Informatie - een geïntegreerd platform met databases en functionaliteit voor het analyseren van statistische automotieve data. In dit deel wordt relevante marktinformatie met betrekking tot het onderwerp zakenauto gepresenteerd.

2.1 Marktinformatie met betrekking tot de zakenauto



Voor de analyse van de markt en de zakelijke markt in het bijzonder, is gebruik gemaakt van het online marktinformatie en analyse-systeem Auto Connect Dashboard van RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Informatie. Alle data hebben betrekking op geregistreerde personenauto's tot en met 08/2015 YTD. Voor de analyses van de zakelijke markt zijn de volgende segmenten (naar soort eigenaar) geclusterd:

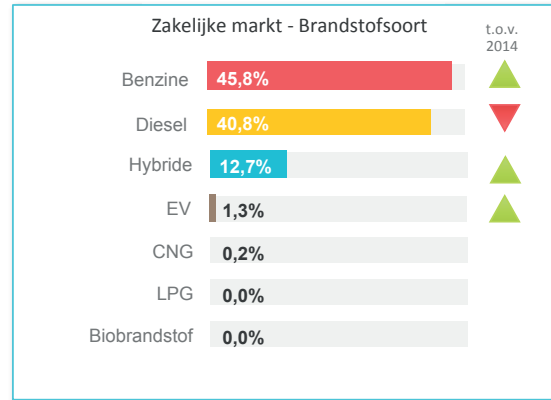
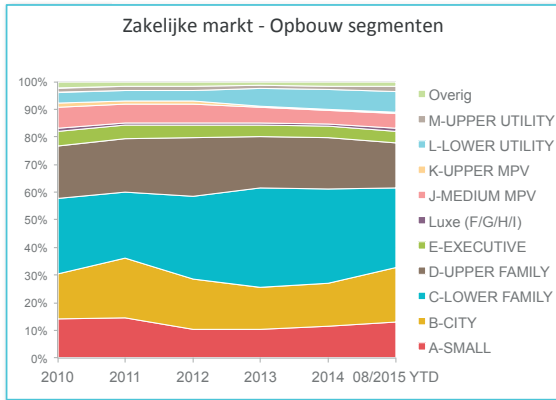
- Klein zakelijk
- Fleetowner
- Leasemaatschappij
- Lease RTL
- Rental

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

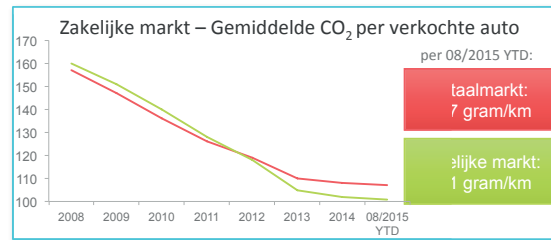
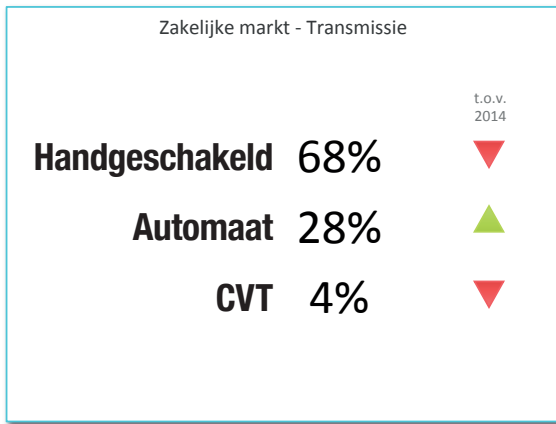
- De segmenten klein zakelijk, fleetowner, leasemaatschappij en rental bestaan volledig uit auto's met een zakelijke bestemming.
- Het RTL-register (Registratie Tenaamstelling Leasemaatschappij) stelt leasemaatschappijen in staat voertuigen in het kentekenregister van de RDW op naam van de lessee of zijn of haar berijders te registreren, terwijl de leasemaatschappij een aantal kentekenhouderverplichtingen die normaal onderdeel zijn van de leaseovereenkomst, op zich kan nemen. In het verleden is het RTL-register ook gebruikt voor registratie van gefinancierde auto's van particulieren. In 2012 is het register opgeschoond en vanaf dat jaar geven de RTL-registraties in toenemende mate een zuiver beeld van zakelijk geregistreerde auto's.
- Het aantal zelfstandigen/zzp'ers is inmiddels aanzienlijk. Velen van hen hebben een zakelijke auto. Deze auto's zijn niet als zodanig te herkennen in de statistiek omdat auto's van eenmanszaken automatisch worden geregistreerd onder privé.
- Daarnaast is er nog een groep zakelijke rijders met een privéauto waarvan het zakelijk gebruik wordt gedeclareerd.
- Kortom: registraties volgens de definitie van een zakelijke auto zijn niet volledig uit de statistiek te herleiden. Met inachtneming van bovenstaande nuanceringen geeft clustering van de vijf segmenten (klein zakelijk, fleetowner, leasemaatschappij, lease RTL en rental) het meest zuivere beeld.

In 2014 zijn ruim 387 duizend personenauto's geregistreerd (een daling van 7% ten opzichte van 2013 en ruim onder het langjarig gemiddelde), iets minder dan de helft daarvan (47%) in de zakelijke markt. Het aantal auto's met een zakelijke bestemming is uiteraard hoger indien ook privé tenaamgestelde personenauto's die ook zakelijk worden gebruikt, in beschouwing worden genomen. Tot en met augustus 2015 zijn in totaal ruim 266 duizend personenauto's geregistreerd, een stijging van +5% ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. Het aandeel zakelijke registraties is met 47% overigens gelijk gebleven. Binnen de zakelijke markt vertegenwoordigen de registraties door leasemaatschappijen verreweg het grootste deel, namelijk 35% van de totaalmarkt per 08/2015 YTD.

2.2 De zakelijke markt: een aantal kenmerken



- De registraties in de segmenten bewegen sterk mee met het aanbod van fiscaal aantrekkelijke auto's in een bepaald segment. Tot en met augustus 2015 groeien vooral de segmenten A (small), B (city), en L (lower utility). De segmenten C en D staan relatief gezien onder druk.
- Ondanks de opkomst van plug-in hybride en ev, zijn benzine en diesel de belangrijkste brandstofsoorten voor de zakelijke markt. Het aandeel benzine stijgt en het aandeel diesel daalt; dit komt met name door aanpassingen in de grens-



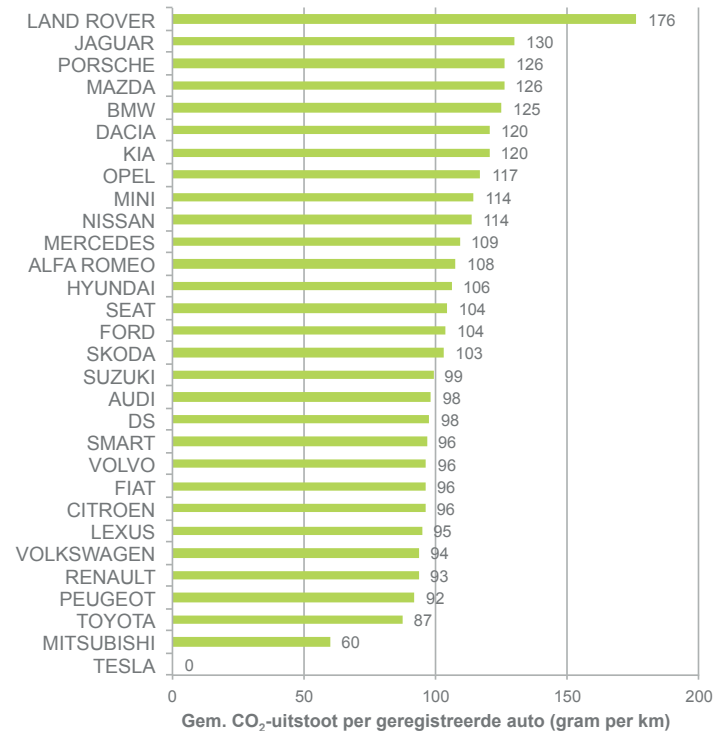
Zakelijke markt - Gemiddelde CO₂ per verkochte auto (naar bijtellingsklasse, per 08/2015 YTD)

0%	4%	7%	14%	20%	25%	Totaal
-	0 g/km	42 g/km	82 g/km	100 g/km	138 g/km	101 g/km

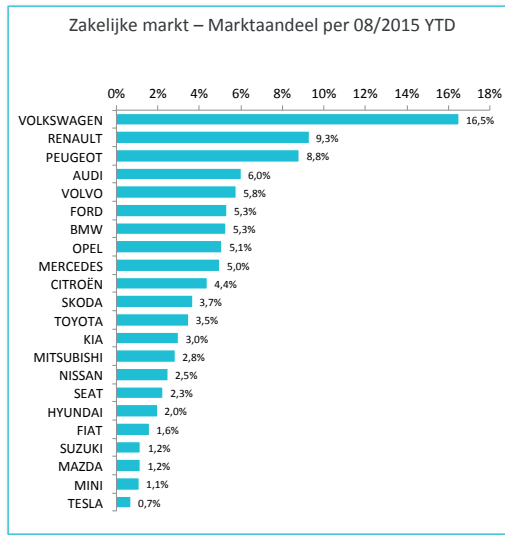
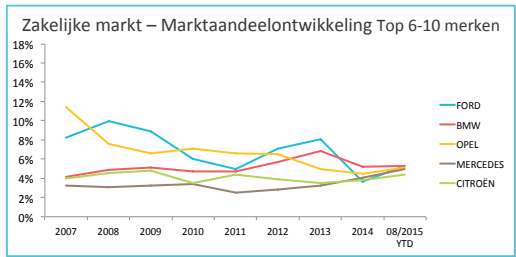
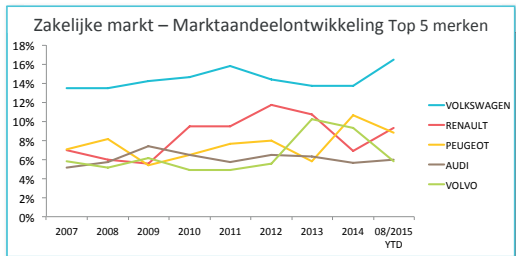
waarden voor de fiscale bijtellingsklassen die per 1 januari 2015 zijn doorgevoerd.

- Mede door de opkomst van (ph)ev is het aandeel zakenauto's met een automatische transmissie toegenomen. Per augustus heeft 32% van alle (nieuw) ingezette zakenauto's een automaat of een cvt.
- De gemiddelde CO₂-uitstoot per geregistreerde auto daalt al jaren. In 2008 lag de gemiddelde CO₂-uitstoot voor zakelijk verkochte auto's nog op 160 gram per kilometer. In 2013 was die al gedaald tot gemiddeld 105 gram per kilometer. En tot en met augustus 2015 ligt deze waarde op 101 gram per kilometer; voor de totaalmarkt (dus inclusief particuliere registraties) is het gemiddelde 107 gram per kilometer. Het zakelijk wagenpark vergroent dus aanmerkelijk sneller dan de particuliere markt.
- Hierna staat een overzicht van de gemiddelde CO₂-uitstoot per merk. Het gemiddelde is berekend voor de 30 grootste merken op basis van de zakelijke registraties in 2015 (tot en met augustus). Belangrijke opmerking met betrekking tot alle CO₂-waarden: deze zijn gebaseerd op de fabrieksopgave conform officiële meetrichtlijnen. De uitstootgegevens kunnen in de praktijk anders uitvallen.

Gemiddelde CO₂-uitstoot per merk
Basis: registraties zakelijke markt 08/2015 YTD



2.3 Zakelijke markt: marktaandeelontwikkeling



- Volkswagen is onbetwist marktleider in het zakelijke segment met 16,5 % marktaandeel per augustus 2015 YTD.
- In de top 5 stijgt VW, Renault herstelt het verlies van 2014, Audi ontwikkelt zich stabiel, Peugeot en Volvo dalen.
- De marktaandeelposities van de top 6-10 liggen per 08/2015 YTD erg dicht bij elkaar. Mercedes stijgt. Ford herstelt het verloren gegane marktaandeel in 2014.

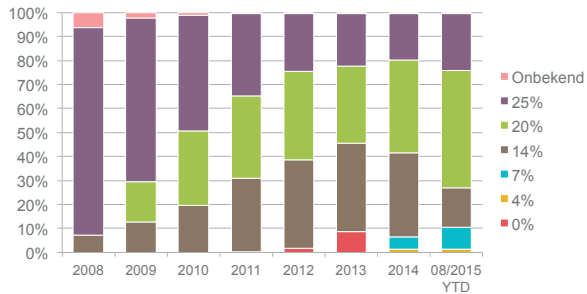


2.4 Zakelijke markt: kenmerken per bijtellingsklasse

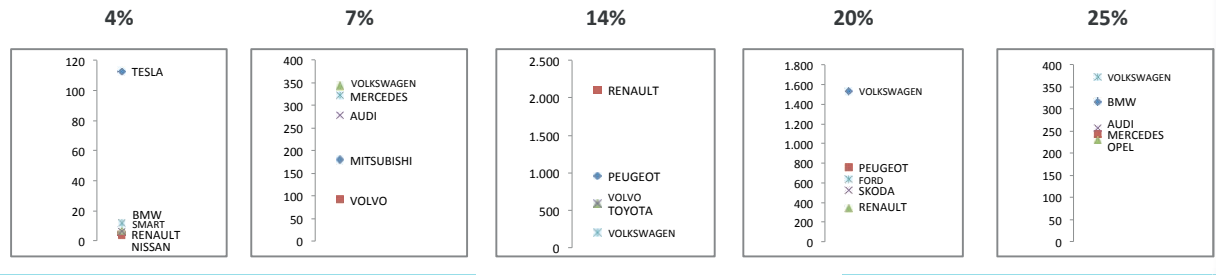
- Dé trend van de afgelopen jaren is duidelijk zichtbaar: elk jaar zijn er méér ‘bijtellingsvriendelijke’ voertuigen geregistreerd dan het voorafgaande jaar. In 2014 behoorde nog maar 20% van alle nieuw geregistreerde zakenauto’s tot de 25% bijtellingsklasse. In 2015 is sprake van een trendbreuk: het aandeel van de 25%-bijtellingsklasse neemt weer toe tot 24%. De 20% bijtellingsklasse groeit. De 14% bijtellingsklasse is (veel) minder aantrekkelijk geworden onder andere door een sterk verminderd aanbod. Het aandeel 4%- (ev) en 7%-bijtellingsklasse (phev) neemt toe; naar alle waarschijnlijkheid zullen naar het einde van het jaar toe zeer veel auto’s in deze klassen worden geregistreerd. Met ingang van 1 januari 2016 worden deze auto’s immers fiscaal minder aantrekkelijk; voor veel merken die plug-in hybrides (of dure ev’s) leveren, geldt dat de beschikbaarheid de beperkende factor is.
- In de grafiek is ook zichtbaar welke merken dominant zijn per bijtellingsklasse; de registraties (in absolute aantallen t/m augustus 2015) bepalen de rangorde van de vijf belangrijkste aanbieders in het segment.



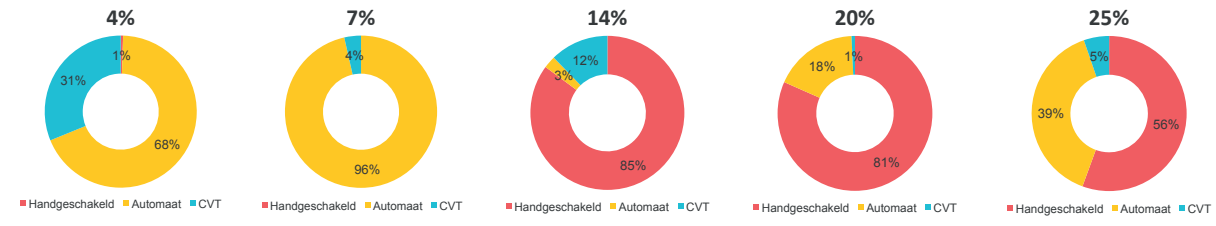
Zakelijke markt – registraties naar bijtellingsklasse



Zakelijke markt – Dominante merkposities per bijtellingsklasse (aantal registraties per 08/2015 YTD)



Zakelijke markt – Transmissie (per bijtellingsklasse per 08/2015 YTD)



2.5 Het wagenpark zakelijke auto's per augustus 2015

Wagenpark per 08/2015					
Soort eigenaar	Aantal Eigenaren/ Fleetowners	Aantal voertuigen	Gem. aantal voertuigen per eigenaar/ fleetowner	Gem. Catalogusprijs (incl. BPM en BTW)	Gem. CO ₂ per km
Prive	7.002.000	7.027.671	1,0	€ 24.586	155
Klein zakelijk	154.240	226.293	1,47	€ 41.632	140
Fleet (PW)	2.948	59.408	20,15	€ 33.689	137
Lease Maatschappij	400	441.515	1.103,79	€ 32.317	107
Lease RTL	65.572	109.497	1,67	€ 31.320	114
Rental	799	31.501	39,43	€ 27.045	120
Totaal zakelijk	223.959	868.214	3,88	€ 34.522	119
Voertuigbranche <i>w.v. bedrijfsvoorraad</i>	7.107	355.361 294.246	50,0 41,4	€ 28.383	149
Totaal	7.233.066	8.251.246	1,1	€ 26.709	151

Op basis van Auto Connect Dashboard is een 'foto' gemaakt van het wagenpark personenauto's per 08/2015.

Een aantal kenmerken:

- Van het totale wagenpark van bijna 8,2 miljoen personenauto's, is ongeveer 90% op privénaam geregistreerd en 10% zakelijk.
- De (oorspronkelijke) gemiddelde prijs van een zakelijke auto ligt zo'n 40% hoger dan van een privé-auto.
- In het segment 'klein zakelijk' (wagenpark tot 10 personenauto's) is de gemiddelde catalogusprijs het hoogst.
- Door het jongere wagenpark is het zakelijke wagenpark gemiddeld schoner dan het particuliere wagenpark (gemiddeld 119 gram CO2/km versus gemiddeld 155 gram CO2/km).
- Bij de foto van het wagenpark per 08/2014 van precies een jaar geleden, was de gemiddelde CO2-uitstoot voor zakelijk 126 en voor particulieren 158 gram per km. Dat is in één jaar een verbetering van respectievelijk 7 gram per km (voor zakelijk) en 3 gram per km (voor privé). De nieuw verkochte zuinige auto's van het afgelopen jaar hebben dus voor een aanzienlijk reductie van de gemiddelde uitstoot van het totale park gezorgd.
- Er zijn ruim 150 duizend kleine zakelijke bedrijven, gemiddeld hebben deze 1,5 personenauto.
- Fleetowners (wagenpark meer dan 10 personenauto's) hebben gemiddeld 20 auto's.

Hoofdstuk 3

Samenvatting Berijdersonderzoek

Dit hoofdstuk is een samenvatting van het berijdersonderzoek van het NZO 2015. Het geeft inzicht in de zakenauto en zijn berijder en de wijze waarop de berijder omgaat met mobiliteitsvraagstukken en autokeuze. Aan het onderzoek is door ruim 3.600 berijders deelgenomen. Alle respondenten rijden in een personenauto.

Meer weten? Resultaten naar eigen inzicht uitsplitsen? Nieuwe dwarsverbanden ontdekken?

Maak dan gebruik van het NZO-dashboard. De online tool waarmee u met een druk op de knop toegang krijgt tot alle resultaten uit het NZO 2015. Met de gedetailleerdheid en in de vorm die u zelf wenst. Ideaal voor het (intern) delen van informatie.

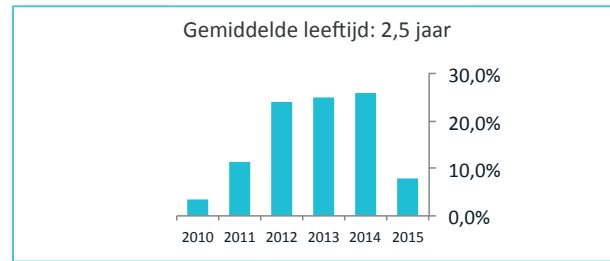
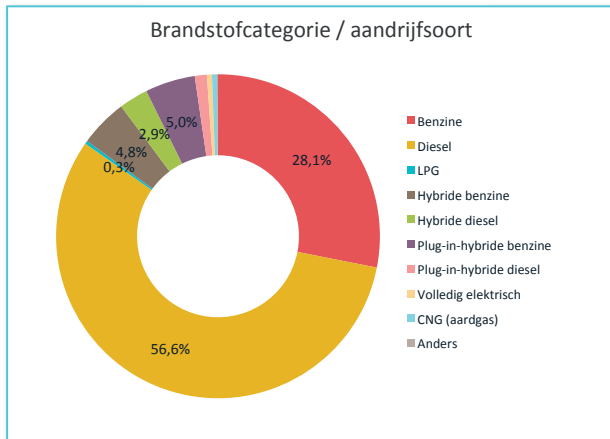
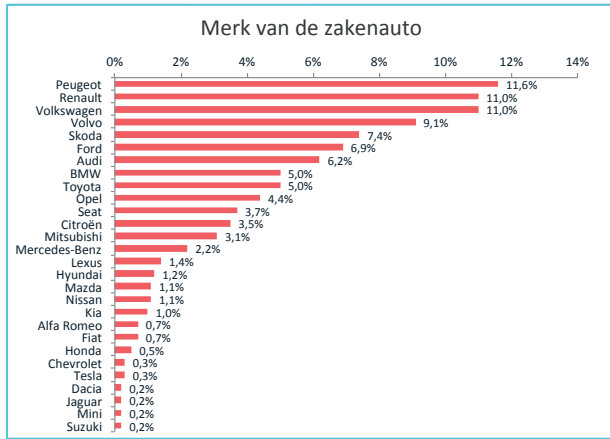


3.1 Bijtellingsklasse

Net als in voorgaande jaren zijn bijtelling en bijtellingsklasse zó belangrijk voor de zakelijke rijder dat hiermee bij de interpretatie van de resultaten van dit NZO sterk rekening gehouden moet worden. Vrijwel alle resultaten in dit hoofdstuk zijn uitgesplitst naar bijtellingsklasse. De volgende bijtellingsklassen worden daarbij gehanteerd:

Bijtellingsklasse huidige zakenauto	Aantal respondenten	Meegenomen in uitsplitsing naar bijtellingsklasse
0% over de catalogusprijs (ik rijd een elektrische auto of een zeer zuinige plug-in hybride auto met een CO2-uitstoot <50g/km die uiterlijk in 2013 is geregistreerd)	91	Ja
4% over de catalogus	10	Ja (indicatieve resultaten)
7% over de catalogus	120	Ja
14% over de catalogusprijs	1.109	Ja
20% over de catalogusprijs	1.264	Ja
25% over de catalogusprijs	587	Ja
35% over de dagwaarde (ik rijd een zogenaamde	5	Nee
Ik weet het niet	92	Nee
Totaal (basis voor uitsplitsing naar bijtellingsklasse)	3.278	
-> Enquête niet volledig afgerond	717	
-> Totaal aantal respondenten	3.611	

3.2 Kenmerken auto van de zaak

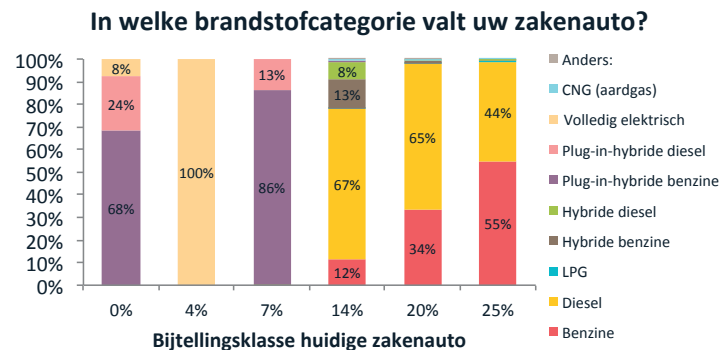


Gem catalogusprijs per bijtellingscategorie

0%	4%	7%	14%	20%	25%	Totaal
€51.607	€68.000	€48.640	€28.387	€33.826	€41.746	€34.518

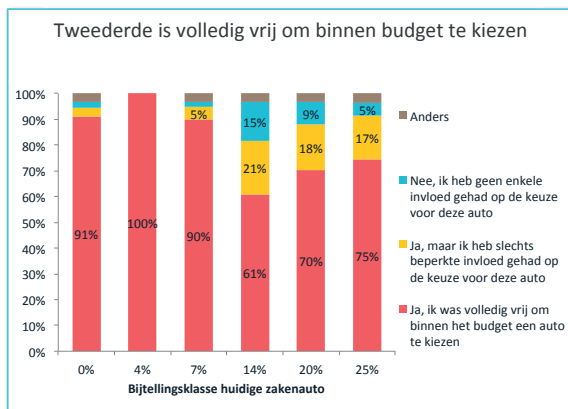
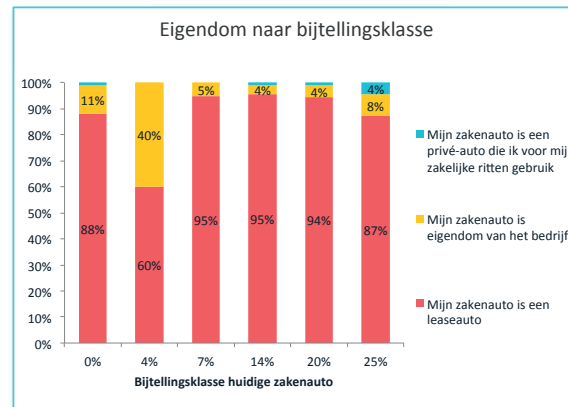
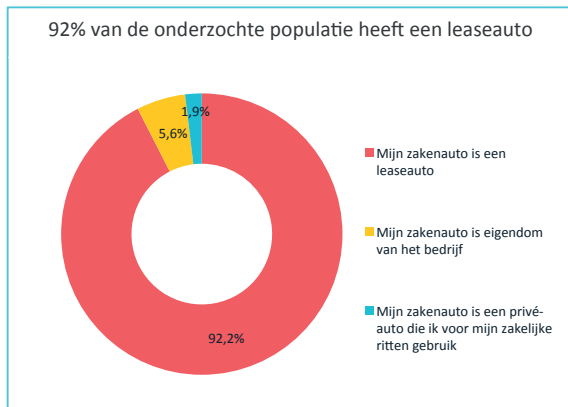
- De zakenauto's van de respondenten zijn over het algemeen jong: 95% is maximaal 5 jaar oud, de gemiddelde leeftijd is 2,5 jaar.
- 84% van de respondenten heeft een zakenauto met een diesel- (56%) of benzinemotor (28%).
- 16% heeft een volledig elektrisch of semi-elektrisch aangedreven voertuig. Onder de respondenten bevinden zich 26 gebruikers van een volledig elektrisch aangedreven auto, 164 met een plug-in hybride en 292 met een hybride. 16% van de onderzochte zakelijke rijders heeft dus ervaring met elektrische aandrijving (in welke vorm dan ook). Vorig jaar was deze groep met 10% aanzienlijk minder omvangrijk.
- Andere brandstofsoorten als LPG (n=10) en CNG (n=14) zijn nauwelijks vertegenwoordigd.

Uitsplitsing brandstofcategorie naar bijtellingsklasse:



- De gemiddelde (opgegeven) consumentenprijs van alle zakenauto's is € 34.518. Een stijging van 2% ten opzichte van het NZO 2014. De segmenten van € 25.000 tot € 40.000 zijn nog steeds het populairst: 55% van alle zakenauto's vallen in deze prijsrange. Maar dat is wel 5 procentpunten minder dan vorig jaar. Het grotere aandeel (relatief dure) auto's uit de 0%- 4%- en 7%-bijtellingscategorie heeft vooral bijgedragen aan het gemiddeld duurder worden van de zakenauto.

Eigendom van de zakenauto



Leaseauto's

95% Operational Lease

45 mnd Gemiddelde looptijd contract

Gemiddelde leaseprijs (incl. brandstof) per bijtellingsklasse

0%	4%	7%	14%	20%	25%	Totaal
€ 1.032	€ 1.396	€ 960	€ 726	€ 867	€ 1.037	€ 857

Eigendom van de zakenauto

Het merendeel van de zakenauto's van de respondenten is geleast (ruim 90%), 6% is eigendom van het bedrijf en in 2% van de gevallen betreft het een privéauto die voor zakelijke ritten wordt gebruikt. Dit is vrijwel dezelfde onderverdeling als bij voorgaande NZO's. Het aandeel 'eigendom van het bedrijf' is in de bijtellingscategorie '0% en 4% bijtelling' relatief het hoogst. Deze categorie is vooral populair bij kleinere bedrijven: de subsidiemogelijkheden bij aanschaf, de kleinschaligheidsinvesteringsaftrek KIA en de milieuinvesteringsaftrek MIA, die met name golden in 2013 en in mindere mate in 2014, dragen daar in belangrijke mate aan bij. Hoe groter het bedrijf, hoe hoger het aandeel lease.

Van de geleaste auto's valt 95% onder de noemer 'full operational lease'. Het aandeel financial lease is relatief het hoogst bij zakenauto's met 4% en 7% bijtelling. Dit zijn auto's waarvoor in verband met fiscale voordelen en/of subsidievoordelen vaker wordt gekozen om ze op de balans van de onderneming te zetten.

Looptijd leasecontract en leasebedrag

De gemiddelde looptijd van een leasecontract is 45 maanden. Auto's uit de 14%-bijtellingscategorie worden gemiddeld iets korter geleast, auto's met 0% iets langer. De grote bedrijven kiezen het vaakst voor lange looptijden.

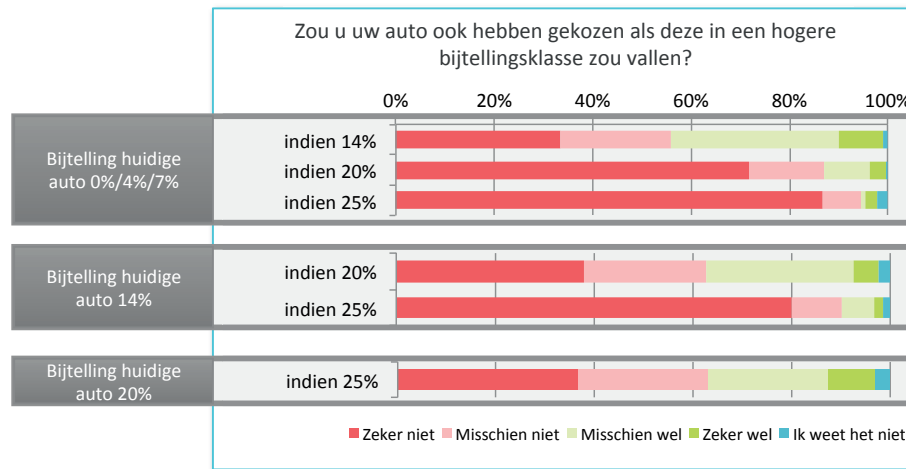
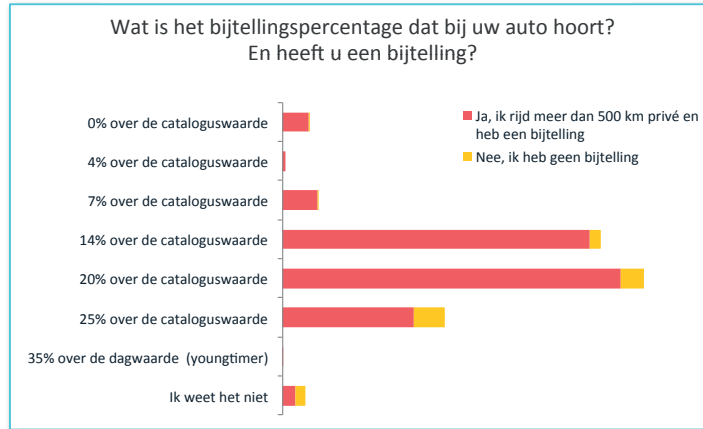
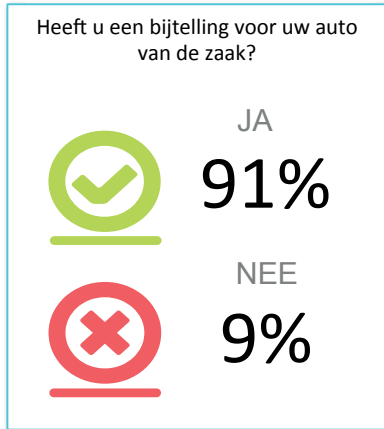
Het gemiddelde leasebedrag (incl. brandstofkosten) van een operationeel leasecontract is € 857 per maand (in NZO 2014: € 846). Van de respondenten weet 26% niet wat het leasebedrag is wat bij zijn/haar zakenauto hoort. Hoe groter het bedrijf, hoe minder de respondenten bekend zijn met de hoogte van het leasebedrag.

De 14%-bijtellingscategorie heeft met gemiddeld € 726 weliswaar het laagste leasebedrag per maand, maar door de andere samenstelling van deze categorie (steeds meer relatief dure hybrides) neemt het gemiddelde leasebedrag elk jaar toe. Voor auto's in de 4%-bijtellingscategorie wordt gemiddeld het hoogste leasebedrag per maand betaald (gemiddeld € 1.396).

Invloed op autokeuze

Twee derde deel van de respondenten geeft aan volledig vrij te zijn geweest om binnen het beschikbare budget een zakenauto te kiezen. Nog eens 18% heeft beperkte invloed gehad op de keuze en 11% geeft aan geen enkele invloed te hebben gehad. Dat komt overigens niet altijd door een sterk restrictief beleid van de werkgever, er kunnen ook heel praktische redenen voor zijn zoals het overnemen van een zakenauto van een vertrokken collega. Naarmate de bedrijfsomvang toeneemt, wordt de keuzevrijheid steeds minder en, opmerkelijk maar zeer goed verklaarbaar, de grootste groep die geen invloed heeft gehad op de keuze rijdt een auto in de 14% bijtellingsklasse (dit betreft bijvoorbeeld standaard auto's in bedrijfskleuren).

3.3 Bijtelling en bijtellingscategorie



Bijtellen en niet-bijtellen

91% van de respondenten rijdt meer dan 500 km privé met de zakenauto en heeft dus te maken met bijtelling. 9% rijdt niet privé en/of houdt een kilometeradministratie bij. Het aandeel zakelijke rijders dat ook privé gebruik maakt van de zakenauto is licht toegenomen ten opzichte van 2014 en dat is een direct gevolg van de groter geworden groep volelektrisch en plug-in hybride rijders. Van die groep rijdt vrijwel iedereen privé met de auto. Van de bestuurders van een auto uit de 25% bijtellingsklasse, rijdt 80% meer dan 500 privékilometers per jaar; 20% maakt dus niet privé gebruik van de zakenauto. Er is een trend waarneembaar dat de afgelopen 3 jaar steeds meer gebruikers van een '25%-bijtellingsauto' de zakenauto niet privé gebruiken om aldus vrijgesteld te zijn van bijtelling.

Bijtellingscategorie huidige zakenauto

82% van de respondentengroep rijdt een zeer zuinige of zuinige auto (0%, 4%, 7% 14% of 20% bijtellingscategorie). Vorig jaar was dit percentage 71% en het jaar daarvoor 58%. De overige 18% maakt gebruik van een auto uit de 25% bijtellingscategorie. Minder dan 1% van de zakelijke rijders heeft een youngtimer van minimaal 15 jaar oud waarvoor een bijtelling geldt van 35% over de dagwaarde. In het vervolg van de rapportage wordt deze groep dan ook buiten beschouwing gelaten.

Lage bijtellingscategorie is vaak negatieve keuze, maar minder dan voorgaande jaren

Voor de bestuurder is fiscale bijtelling nog steeds erg belangrijk: van de zakelijke bestuurders die voor een (zeer) zuinige auto gekozen hebben (resp. 0%, 7%, 14% en 20% bijtelling), zou een groot deel zeker tot een andere keuze zijn gekomen als hun auto in een hogere bijtellingscategorie zou vallen. Het belangrijkste verschil ten opzichte van de meting van vorig jaar is dat bestuurders van een plug-in hybride auto meer bereid lijken te zijn een hogere bijtelling voor hun auto te accepteren. Een hoger bijtellingspercentage dan wat nu bij de auto hoort, wordt minder resoluut afgewezen. Wellicht is de zakelijke bestuurder door alle informatievoorziening en publicaties omtrent de veranderende fiscale bijtelling mentaal al voorbereid op hogere bijtelling?


3.4 Tevredenheid over de zakenauto

Net Promoter Score

Hoe waarschijnlijk is het dat u uw zakenauto zou aanbevelen aan een vriend of collega?

NPS: +16

NPS per merk

Alfa Romeo ☹️ +16	Citroën ☹️ +13	Ford ☹️ +10	Opel ☹️ -11	Peugeot ☹️ -2
Seat ☹️ -4	Skoda 😊 +37	Toyota 😊 +21	Volkswagen ☹️ +15	
Audi 😊 +31	BMW 😊 +38	Volvo 😊 +35	MB 😊 +47	Renault ☹️ -1

NPS per bijtellingsklasse

0%	4%	7%	14%	20%	25%	Totaal
+17	+40	+24	+11	+22	+13	+16

NPS gerelateerd aan invloed op autokeuze

ik was volledig vrij om binnen het budget te kiezen +25	ik heb beperkte invloed gehad op de keuze +8	ik heb geen enkele invloed gehad op de keuze -34
---	--	--

Net Promoter Score

Dit jaar is de tevredenheid over de zakenauto uitgedrukt als Net Promoter Score (NPS): feitelijk is dit de waarschijnlijkheid dat de respondent de zakenauto aanbeveelt aan vrienden en bekenden. Een positieve score houdt in dat er meer promoters zijn dan criticasters. De gemiddelde NPS-score is +16. Er zijn ook verschillen zichtbaar:

- Per merk: de aanbeveling heeft een sterke correlatie met het merk waarin men rijdt. De premiummerken (Audi, BMW, Mercedes, Volvo) en Skoda en Toyota scoren hoog. Opel, Peugeot, Renault en Seat scoren relatief laag.
- Per bijtellingsklasse: met name de zakenauto's uit de 4% (volledig elektrisch) en 7% bijtellingscategorie (plug-in hybride) worden relatief vaak aanbevolen (NPS respectievelijk +40 en +24). In het NZO 2014 hebben we ook al geconstateerd dat de tevredenheid van deze groep rijders relatief hoog is. De hoge score bij deze categorie rijders kan zeker positief beïnvloed zijn door de gunstige bijtelling, maar het lijkt ondertussen aannemelijk dat de (rij-) eigenschappen van elektrische en plug-in hybrides de berijders ook overtuigen. Twee populaire modellen uitgelicht: de Volvo V60 plug-in hybrid heeft een NPS van + 29 (hoger dan gemiddeld) en de Mitsubishi Outlander PHEV een NPS van +7 (lager dan gemiddeld).
- Naarmate de invloed op de keuze voor de zakenauto minder wordt, daalt de aanbeveling. Voor sommige merken (die relatief

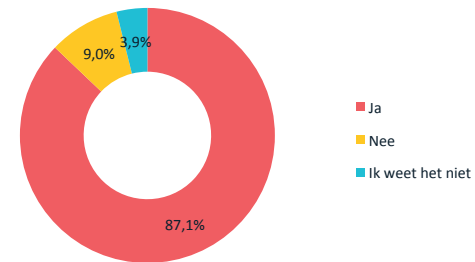
vaak ingezet worden als standaard bedrijfsauto) is dit een fenomeen om rekening mee te houden bij de interpretatie van klanttevredenheidsonderzoeken. Het blijkt dat de NPS-score van gebruikers van een mobiliteitsbudget (hetgeen hoge mate van keuzevrijheid impliceert) veel hoger is dan gemiddeld.



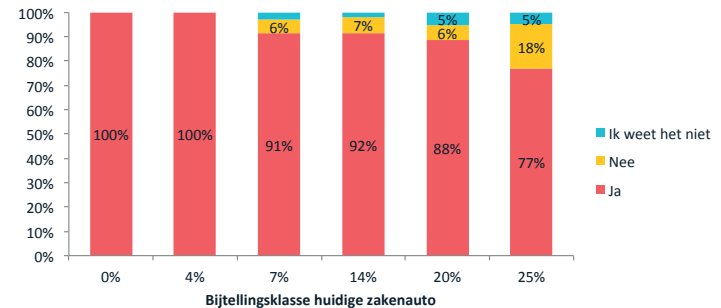
3.5 De verwachting voor volgend jaar?

- De meerderheid (93%) van de respondenten verwacht ook volgend jaar (nog steeds) een zakenauto ter beschikking te hebben.
- Het grootste deel hiervan (88%) verwacht hun zakenauto volgend jaar ook privé te gaan gebruiken.
- 8% is van plan de zakenauto volgend jaar niet privé te gebruiken, dat is een lichte stijging ten opzichte van NZO 2014.
- Dit betreft vooral bestuurders van een auto uit de 20% of 25% bijtellingsklasse. Van de groep met een 25% bijtellingsauto verwacht zelfs 18% de auto niet privé te gebruiken, 5% weet het niet.
- Er is een tendens waarneembaar dat meer bestuurders van een zakenauto uit de 14%, 20% en 25% bijtellingsklasse overwegen er geen privékilometers meer mee te rijden om aldus vrijgesteld te zijn van bijtelling.

Gaat u volgend jaar (in 2016) uw huidige zakenauto privé gebruiken (> 500 km per jaar)?



Gaat u volgend jaar (in 2016) uw huidige zakenauto privé gebruiken (> 500 km per jaar)?

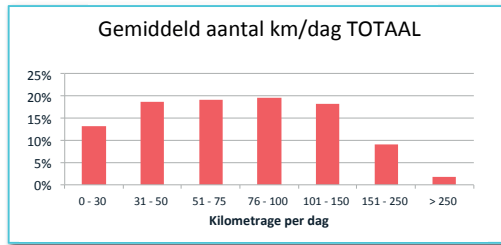


3.6 Gebruik plug-in hybride en laadgedrag

Gemiddeld aantal km/dag
TOTAAL

88 km

volgens opgave berijders

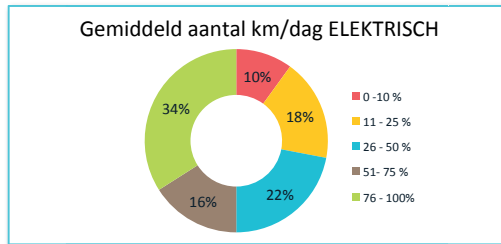


De discussie over de plug-in hybride wordt heftig gevoerd. Het verschil tussen werkelijk verbruik en fabrieksopgave, inzet bij hoge jaarkilometrages, slecht laadgedrag, export van gebruikte plug-ins (en subsidies) naar het buitenland, het zijn hoofdpijndossiers voor werkgevers. Dit zijn slechts een paar onderwerpen waarbij de plug-in of het gebruik van de plug-in niet positief wordt benaderd. Ook de politiek is zich gaan mengen in de discussie en nieuwe maatregelen zullen ongetwijfeld zorgen voor het minder aantrekkelijk worden van de plug-in hybride voor zakelijke rijders.

Gemiddeld aantal km/dag
ELEKTRISCH

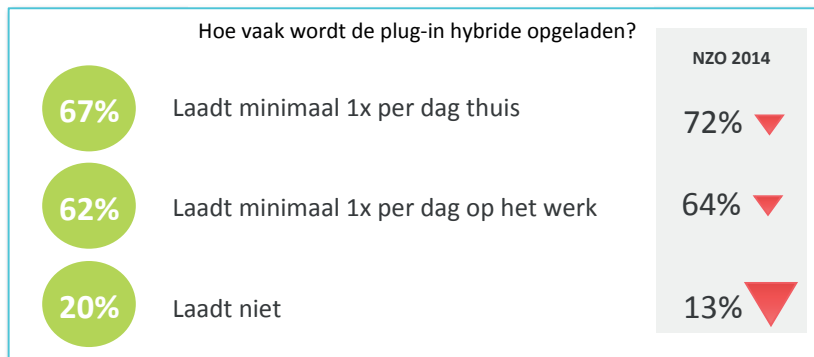
44 km

volgens opgave berijders



Heeft beschikking
over laadpunt thuis
èn op het werk

47%



Hoe stimuleert uw werkgever optimaal PHEV-gebruik?



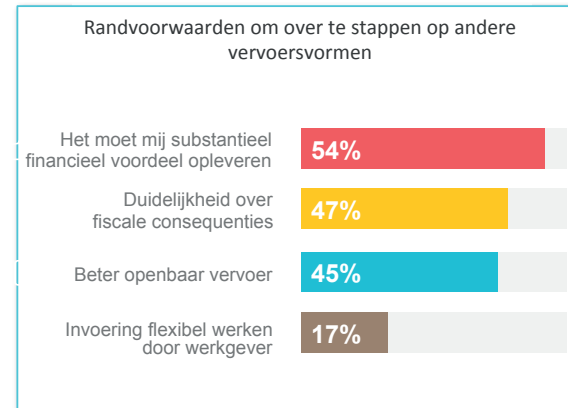
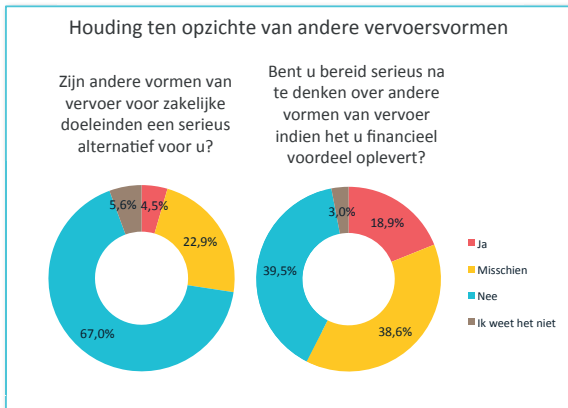
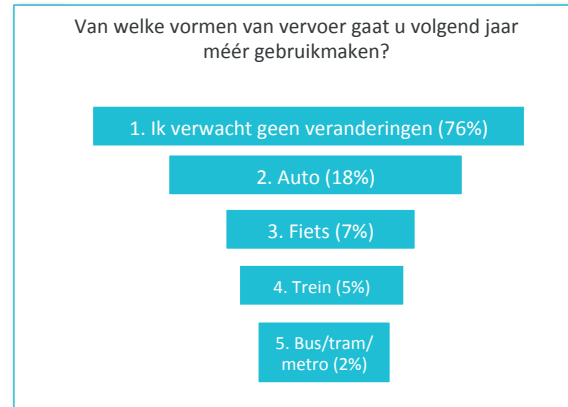
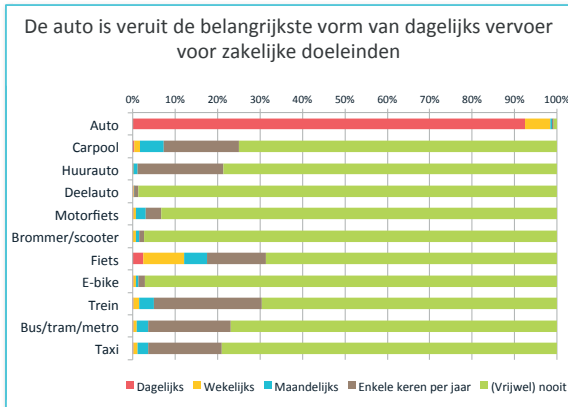
Van de bestuurders van een plug-in hybride is een aantal aspecten van gebruik en laadgedrag (of -gewoonte) nader onderzocht. Gemiddeld wordt met een plug-in hybride 88 kilometer per dag gereden (NZO 2014: 101 km), de respondenten geven aan dat daarvan gemiddeld 44 kilometer volledig elektrisch is. In 67% van de gevallen wordt minimaal eenmaal per dag op het huisadres geladen en in 62% minimaal eenmaal per dag op het werkadres. Van andere oplaadpunten wordt nauwelijks gebruikgemaakt: de helft maakt af en toe (een aantal malen per maand) gebruik van een publiek laadpunt. Deze uitkomsten zijn erg vergelijkbaar met de resultaten van het NZO van vorig jaar. Een derde van de respondenten (NZO 2014: een kwart) met een plug-in hybride laadt niet elke dag en 20% (NZO 2014: 13%) laadt bijna nooit. Het aandeel dat (bijna) nooit laadt, is dus fors toegenomen. En dat is best opmerkelijk: het afgelopen jaar is het

aantal plug-in hybride auto's weliswaar toegenomen maar de publieke laadinfrastructuur ook. Blijkbaar is het aandeel bestuurders dat niet kan of niet wil laden toegenomen.

Toegang tot laadinfrastructuur niet optimaal

Bijna driekwart van de plug-in hybride bestuurders kan gebruikmaken van een laadpunt op de zaak. Iets meer dan de helft laadt thuis of in de nabijheid van huis. 47% van de plug-in hybride bestuurders heeft zowel thuis als op de zaak laadmogelijkheden en 83% van alle plug-in hybride bestuurders heeft een laadpas of mobiliteitspas waarmee onderweg gebruikgemaakt kan worden van openbare laadpunten. Aan de andere kant van het spectrum bevindt zich een kleine groep (6% van het totaal) die geen laadpunt op de zaak, geen laadpunt thuis én geen laadpas heeft.

3.7 Alternatieve mobiliteitsvormen, mobiliteitsbudget en privélease



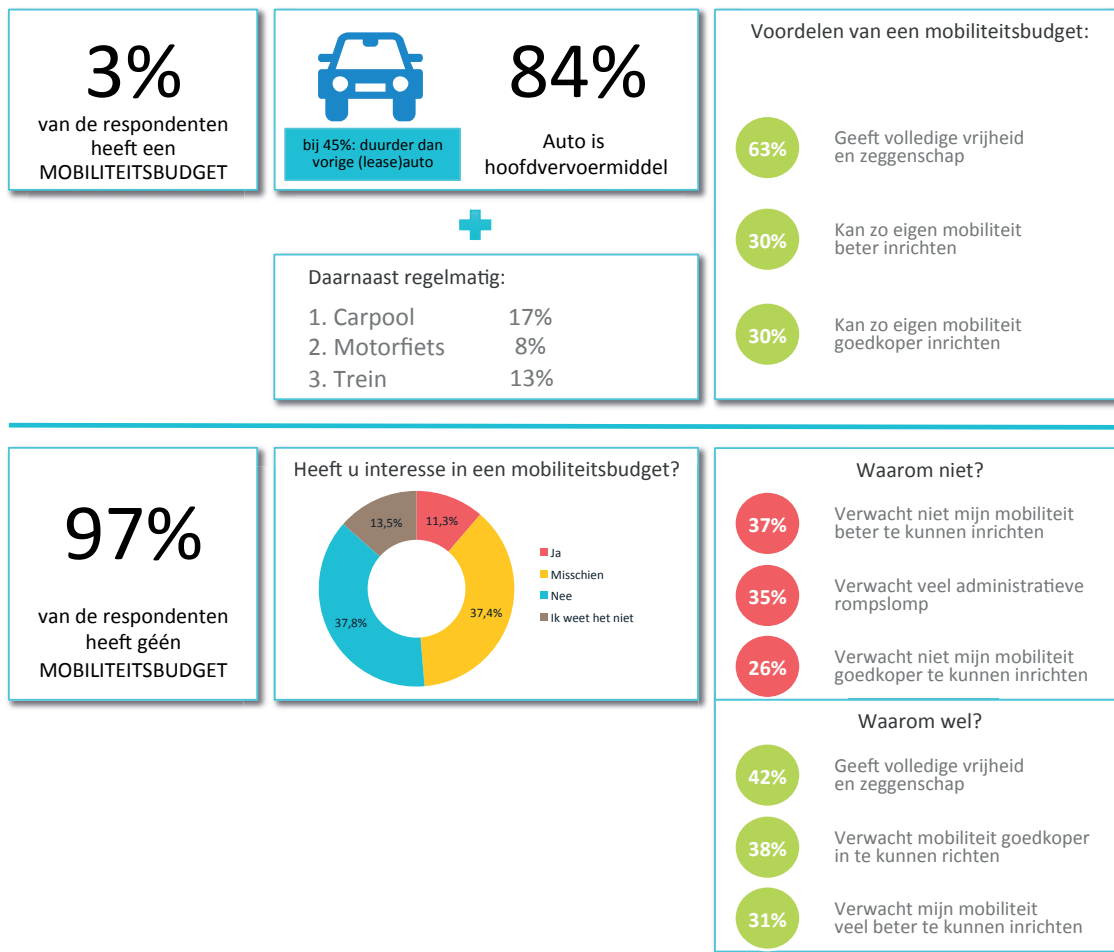
3.7.1. Houding zakelijke rijder ten opzichte van andere vervoersvormen

- Voor zakelijk verkeer is de auto het belangrijkste vervoermiddel: 93% gebruikt de zakenauto dagelijks.
- Van andere vervoersvormen dan de auto wordt nauwelijks gebruikgemaakt.
- Indien respondenten gevraagd wordt één jaar vooruit te kijken en in te schatten van welke vormen van zakelijk vervoer men méér gebruik zal maken, wordt door bijna 80% geantwoord dat de huidige situatie niet zal veranderen. 18% verwacht méér gebruik te gaan maken van de zakenauto. De fiets (7%) en de trein (5%) worden in beperkte mate genoemd. Opvallend is dat de fiets aanmerkelijk vaker als alternatief wordt genoemd voor zakelijke ritten met de auto dan in voorgaande onderzoeken. Berijders van een 0%, 4% of 7% bijtellingsauto maken nu het meeste gebruik van de fiets voor zakelijke ritten. Zakelijke rijders die overwegen vaker de fiets te pakken, zijn juist de berijders van een 14%, 20% of 25% bijtellingsauto. Overigens gaat het dan vooral om de gewone, met spierkracht aangedreven fiets. De e-bike is weliswaar zeer populair maar die wordt nog niet veel genoemd; het aantal gewone fietsen is dan ook vele malen groter.
- Andere vormen van vervoer (en dan eventueel gecombineerd met een kleinere, goedkopere zakenauto) zijn voor slechts 4% een serieus alternatief en “misschien” voor nog eens 23%. Voordat de zakelijke rijder overstapt op andere vormen van vervoer moet aan een aantal randvoorwaarden worden voldaan. De belangrijkste zijn: het moet een substantieel financieel voordeel opleveren, voor langere tijd moet duidelijkheid zijn over de fiscale consequenties en de openbaar vervoer voorzieningen en aansluitingen moeten verbeteren. Indien overstappen op andere vervoersvormen een financieel voordeel oplevert, is 19% van alle respondenten bereid hierover serieus na te denken en 38% is daartoe misschien bereid. Berijders van een elektrisch aangedreven auto en kleine bedrijven en/of zzp'ers hebben de grootste bereidheid. Blijkbaar zijn deze groepen gevoeliger voor financieel voordeel.

3.7.2 Mobiliteitsbudget

Achtergronden mobiliteitsbudget

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



Veel meer stellingen over mobiliteitsbudget worden gedetailleerd beschreven in het NZO-dashboard.



Zakelijke rijders die gebruikmaken van een mobiliteitsbudget

Ten opzichte van 2013 is het aantal gebruikers van een mobiliteitsbudget niet veranderd. Van alle respondenten heeft 3% een mobiliteitsbudget. De vrijheid en zeggenschap over de eigen mobiliteit en het beter kunnen inrichten van de eigen mobiliteit worden (nog steeds) als belangrijkste voordelen gezien. Meer dan 80% heeft met het budget een auto van de zaak gekozen als hoofdvervoermiddel. Opvallend is dat deze auto vaak in dezelfde prijsklasse valt als de vorige leaseauto (45%) of duurder is (45%).

Zakelijke rijders met een mobiliteitsbudget maken iets vaker dan andere zakelijke rijders gebruik van andere vervoersvormen. Vooral de fiets en het Openbaar Vervoer zijn populair.

Conclusie: Ondanks dat meer werkgevers vaker een mobiliteitsbudget aanbieden (zie hoofdstuk 4), is er geen toename zichtbaar in het aantal zakelijke rijders dat ervan gebruikmaakt. Bovendien wordt het mobiliteitsbudget traditioneel ingevuld met een 'auto van de zaak'.

Zakelijke rijders die niet gebruikmaken van een mobiliteitsbudget

Na een korte uitleg over het principe van het mobiliteitsbudget, staat de helft hier positief tegenover (11% is geïnteresseerd, 38% is misschien geïnteresseerd). 38% wijst het mobiliteitsbudget af en 13% weet het niet. Vrijwel vergelijkbare uitkomsten als vorig jaar. Toen

constateerden we een verminderde interesse in het mobiliteitsbudget ten opzichte van het jaar dáárvoor (NZO 2013).

Conclusie: De laatste jaren is het fenomeen mobiliteitsbudget steeds bekender geworden, meer werkgevers bieden hun werknemers een mobiliteitsbudget aan (al dan niet als alternatief voor de leaseauto), maar de intentie om ervan gebruik te maken is niet toegenomen.

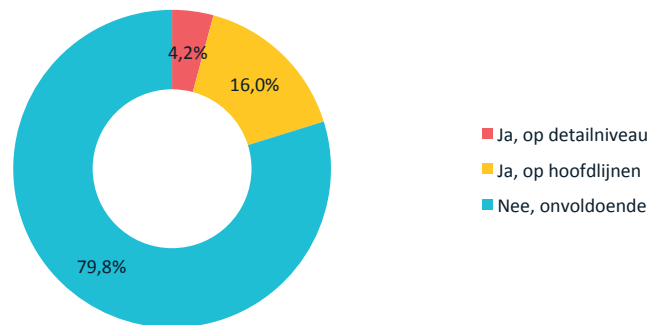
38% van de respondenten is bij voorbaat **niet** geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget. Men verwacht zelf niet in staat te zijn de eigen mobiliteit beter en/of goedkoper in te richten. Bovendien worden

meer lasten dan lusten verwacht: administratieve rompslomp en meer risico's voor eigen rekening. Andere argumenten die genoemd worden: het werk en/of de woonplaats vereisen een auto, het is geen optie als ik zelf een auto moet kopen, de werkgever bepaalt, ik ben tevreden met de huidige situatie.

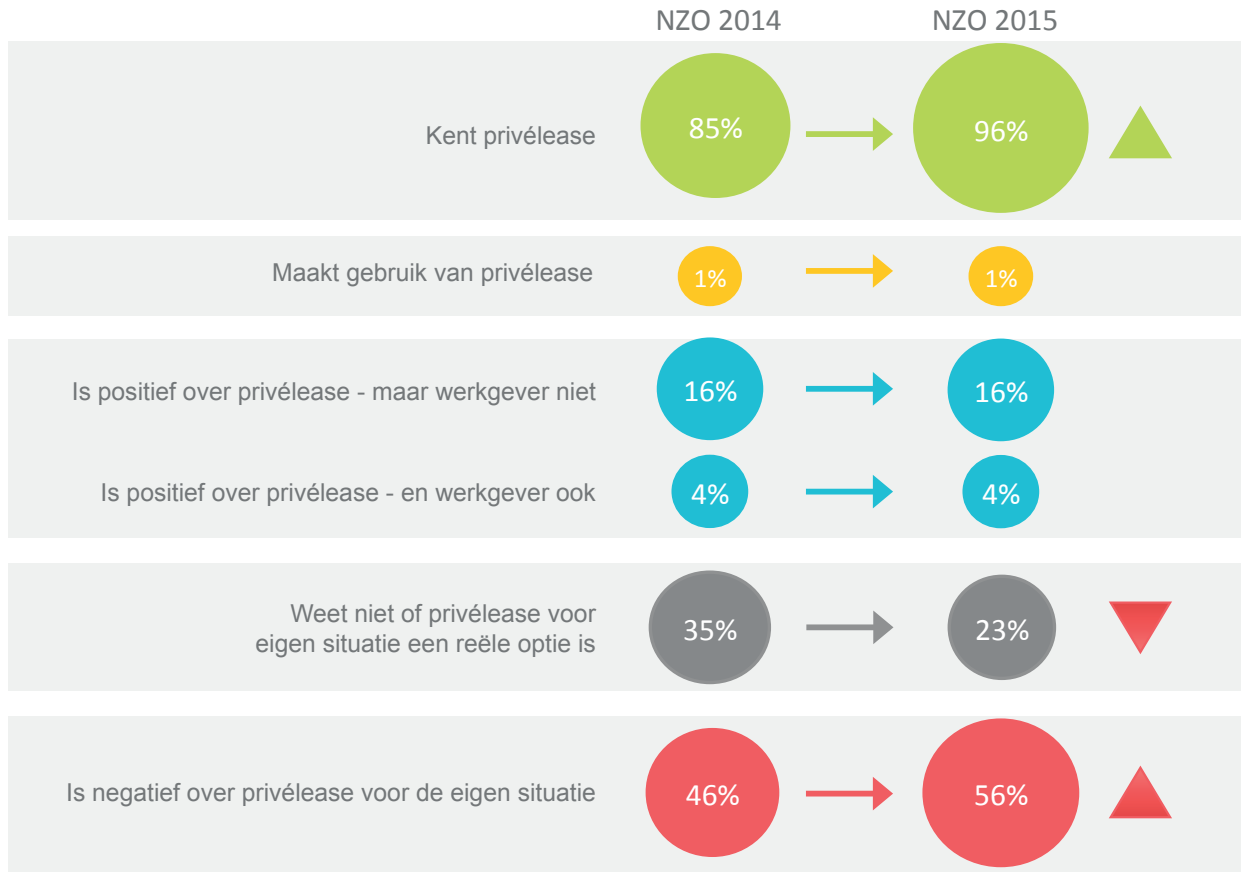
De groep die in principe **wél** enthousiast is over het mobiliteitsbudget, waardeert vooral de vrijheid en eigen verantwoordelijkheid die horen bij het zelf inrichten van de mobiliteitsbehoefte. Een grote groep gaat er bovendien vanuit dat de eigen mobiliteitsbehoefte beter en goedkoper kan worden ingevuld (zelfde beeld als in 2013 en 2014).

Ondanks de toegenomen bekendheid van het mobiliteitsbudget hebben zakelijke rijders nog steeds weinig inzicht in de details en de (financiële) consequenties van een mobiliteitsbudget. 80% geeft aan onvoldoende kennis te hebben en slechts 3% geeft aan op detailniveau kennis te hebben van de materie.

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



Bekendheid privélease neemt sterk toe, maar zakelijke rijder is nog steeds terughoudend



3.7.3 Privélease

96% van de zakelijke rijders heeft weleens gehoord van privélease. Vorig jaar was dat 85%. De bekendheid van privélease is dus sterk toegenomen. Het aantal gebruikers van privélease is (met 1% van het totaal aantal zakelijke rijders) gelijk gebleven. Gebruikers hebben zonder uitzondering positieve ervaringen met privélease.

Een paar kanttekeningen die worden gemaakt:

- “De ervaringsperiode is nog erg kort”
- “Vooral geschikt voor tweede auto: duidelijk kostenplaatje en een mooi jonge auto”
- “Let op de eindafrekening”

Van alle respondenten vindt bijna twee derde deel dat privélease niet een reële optie is voor de eigen situatie. 66% geeft aan dat het niet past binnen het beleid van de werkgever, 56% ziet het zelf niet zitten. 21% staat er in beginsel positief tegenover. In slechts in 4% van de gevallen is er een juiste match waarbij zowel werkgever als werknemer positief zijn over privélease. Een aanzienlijk deel van de respondenten (23%) weet het niet. De respondenten spreken zich duidelijker uit dan vorig jaar, want toen scoorde ‘weet niet’ 35%. Overigens impliceert dit dat het aandeel zakelijke rijders dat negatief is over privélease of privélease niet als een reële optie voor de eigen situatie beschouwd, is toegenomen. En wel van 46% in 2014 naar 56% nu.



WEL

Belangrijkste redenen om juist wel positief te staan tegenover privélease:

- Geeft vrijheid om te kiezen wat ik wil
- Zonder investering toch een nieuwe auto rijden
- Misschien kan ik er wel geld aan overhouden
- Het is goedkoper dan mijn huidige situatie



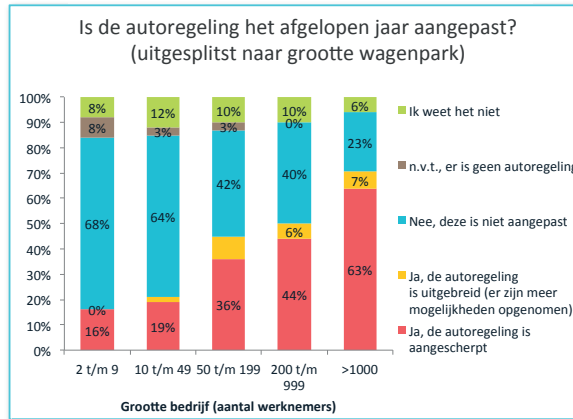
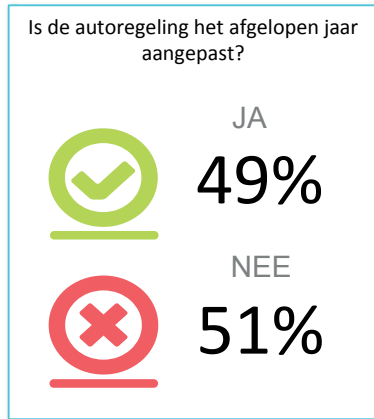
NIET

Belangrijkste redenen om niet positief te staan tegenover privélease:

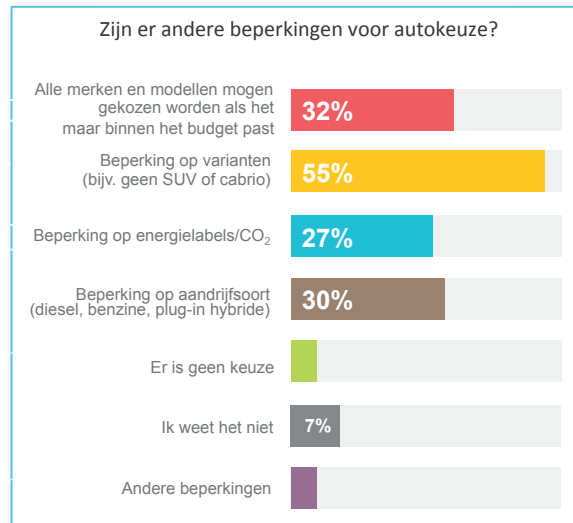
- Privélease is duurder dan de huidige situatie
- Langdurende financiële verplichting is onaantrekkelijk
- Toenemende verantwoordelijkheid
- Onbekendheid
- Er zitten diverse addertjes onder het gras, waarbij je als leaserijder toch meer moet betalen dan vooraf werd gesuggereerd
- Negatieve geluiden in de pers over afhandeling van minime schades en krasjes



3.8 Beleid werkgever en autoregeling



- Merken top-10 meest genoemde merken die gekozen mogen worden
1. VW 76%
 2. BMW 56%
 3. Ford 52%
 4. Audi 46%
 5. Opel 45%
 6. Renault 42%
 7. Peugeot 40%
 8. Volvo 39%
 9. Skoda 36%
 10. Mercedes 35%



3.8.1 De autoregeling

Bijna 50% van de werkgevers van de respondenten heeft het afgelopen jaar de autoregeling aangepast. Dat is meer dan het normale percentage (zo'n 40%) dat we de afgelopen jaren hebben gemeten. Overigens zijn het vaak dezelfde (grote) bedrijven die regelmatig de regels actualiseren of herzien

- In vrijwel alle gevallen betekent de aanpassing een aanscherping c.q. een versoering van de regeling: het beperken van de keuze, het verlagen van budget, langere looptijden, goedkoop tanken en het verhogen van doorbelastingen
- Indien er sprake is van een versoepeling van de autoregeling, heeft dat in de meeste gevallen betrekking op een uitbreiding van de autokeuze (met bijvoorbeeld plug-in hybride) of een uitbreiding van de mobiliteitskeuze (bijvoorbeeld invoering persoonlijk mobiliteitsbudget)
- Hoe groter het bedrijf, hoe vaker aanpassing van de autoregeling heeft plaatsgevonden

Beperkingen binnen de autoregeling

- In ongeveer de helft van de gevallen is het aantal merken waaruit kan worden gekozen beperkt
- Hoe groter het bedrijf, hoe vaker sprake is van restrictief merkenbeleid

- De respondenten noemen gemiddeld 5 tot 6 merken waaruit kan worden gekozen

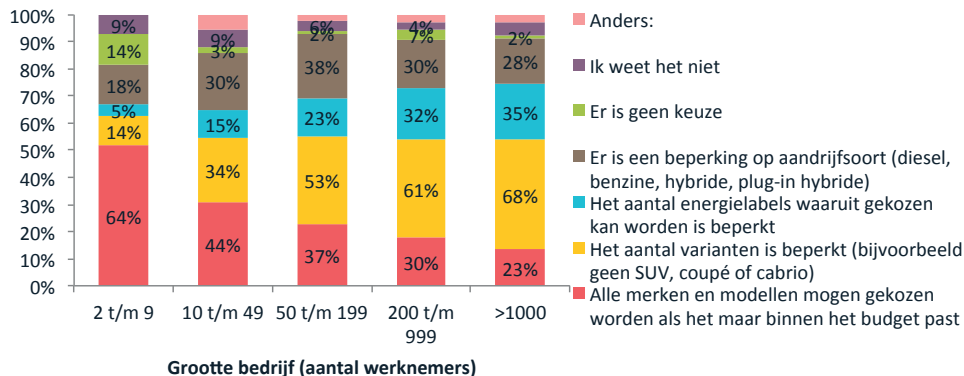
Andere beperkingen voor autokeuze

- Het aantal varianten (bijvoorbeeld geen SUV, coupé of cabrio)
- Aandrijfsort
- Budget
- Energielabels
- Grotere bedrijven hanteren vaker en meer beperkingen

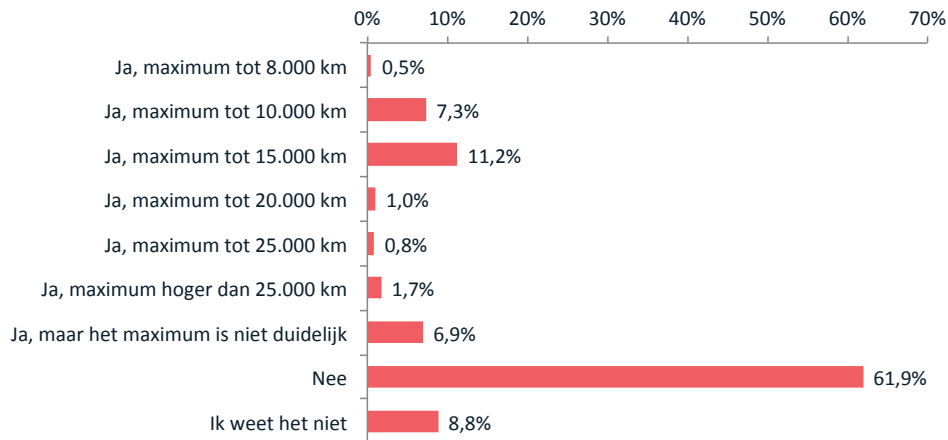
Beperking op kilometers privégebruik

- In bijna 40% van de autoregelingen zijn bepalingen opgenomen om het privégebruik te maximaliseren. Dat is een toename ten opzichte van vorig jaar
- In de meeste gevallen ligt het maximum voor privékilometers op 10.000 of 15.000 km per jaar
- Ruim 60% van de bedrijven heeft dus géén kilometerbeperking voor privégebruik

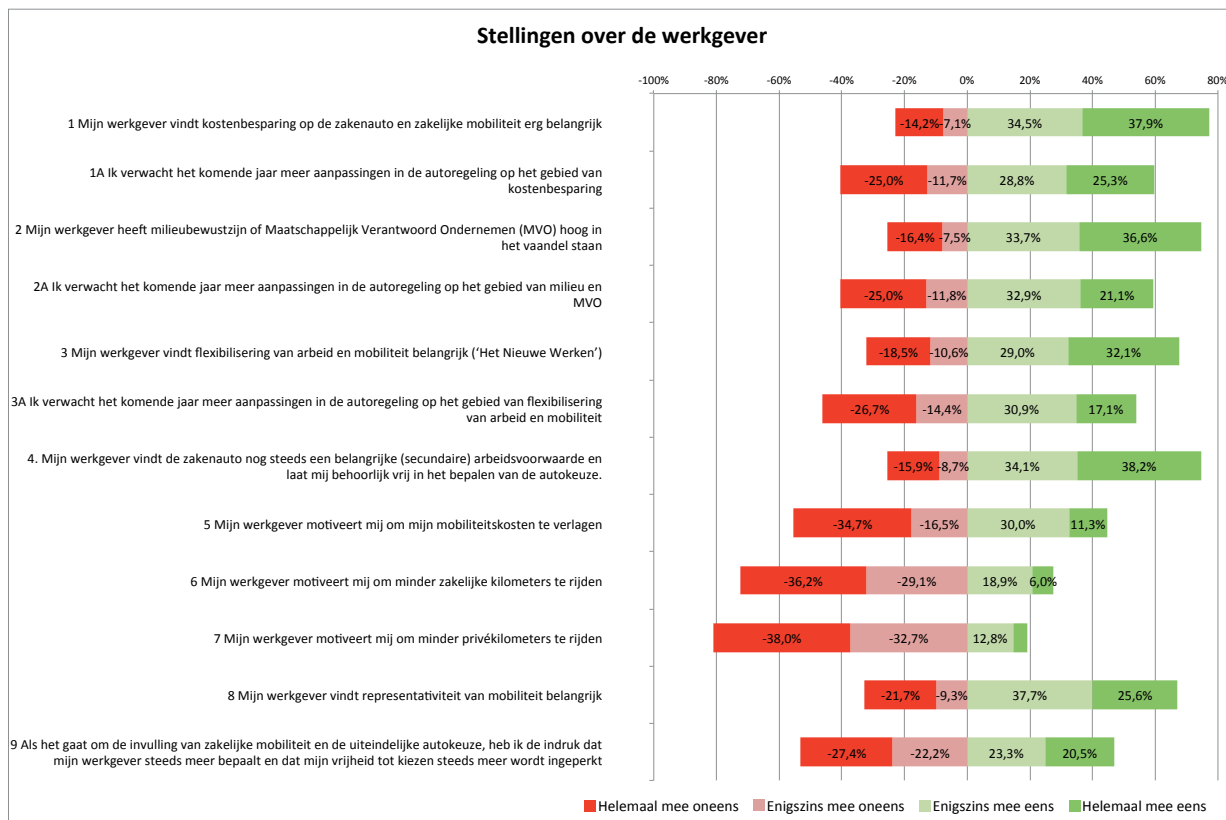
Zijn er andere beperkingen voor autokeuze? (meerdere antwoorden mogelijk)



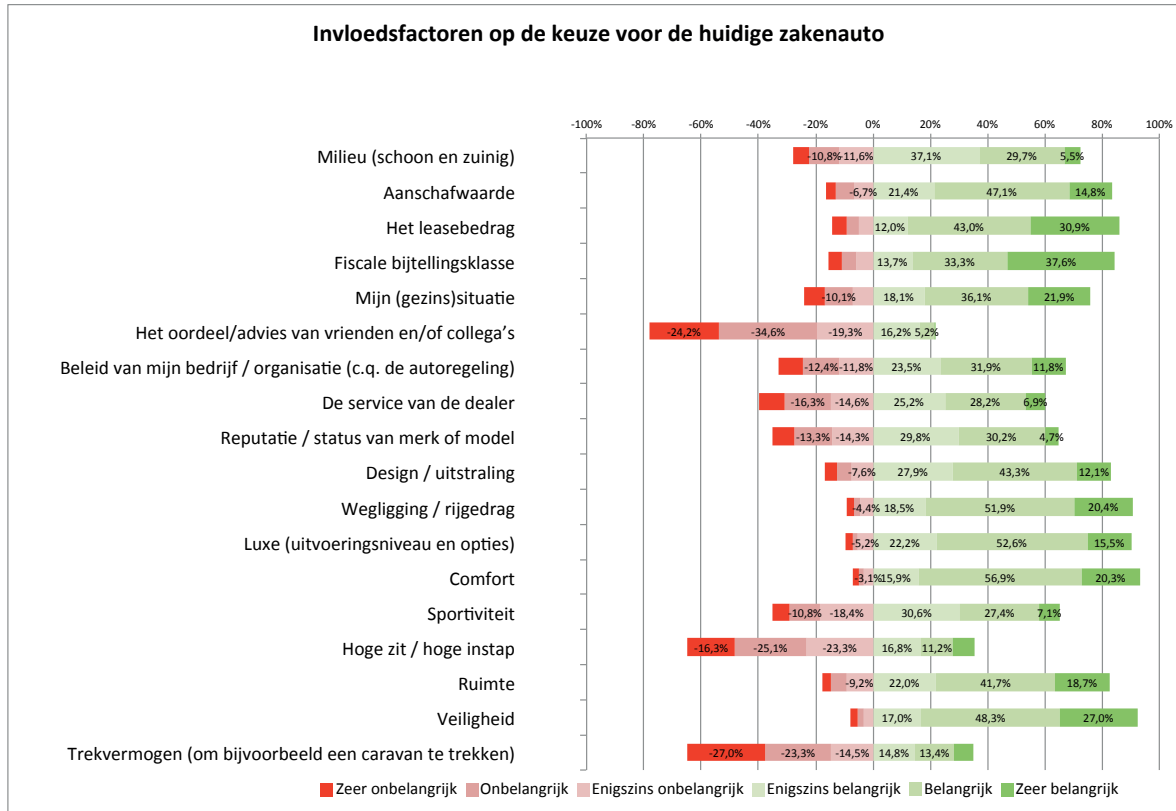
Is er een beperking op kilometers voor privégebruik?



3.8.2 Stellingen over de werkgever



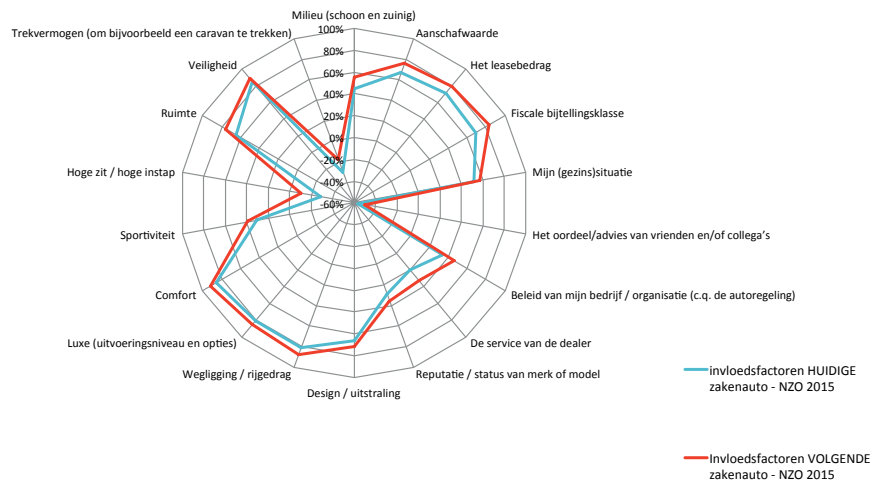
3.9 Invloedsfactoren op de keuze voor de zakenauto



Voor 18 aspecten (invloedsfactoren) is gevraagd hoe belangrijk ze zijn bij de keuze van de zakenauto. Dat is gevraagd met betrekking tot de keuze voor de huidige zakenauto en ook met betrekking tot de volgende zakenauto (ervan uitgaande dat de respondent op dit moment voor de keuze zou staan).

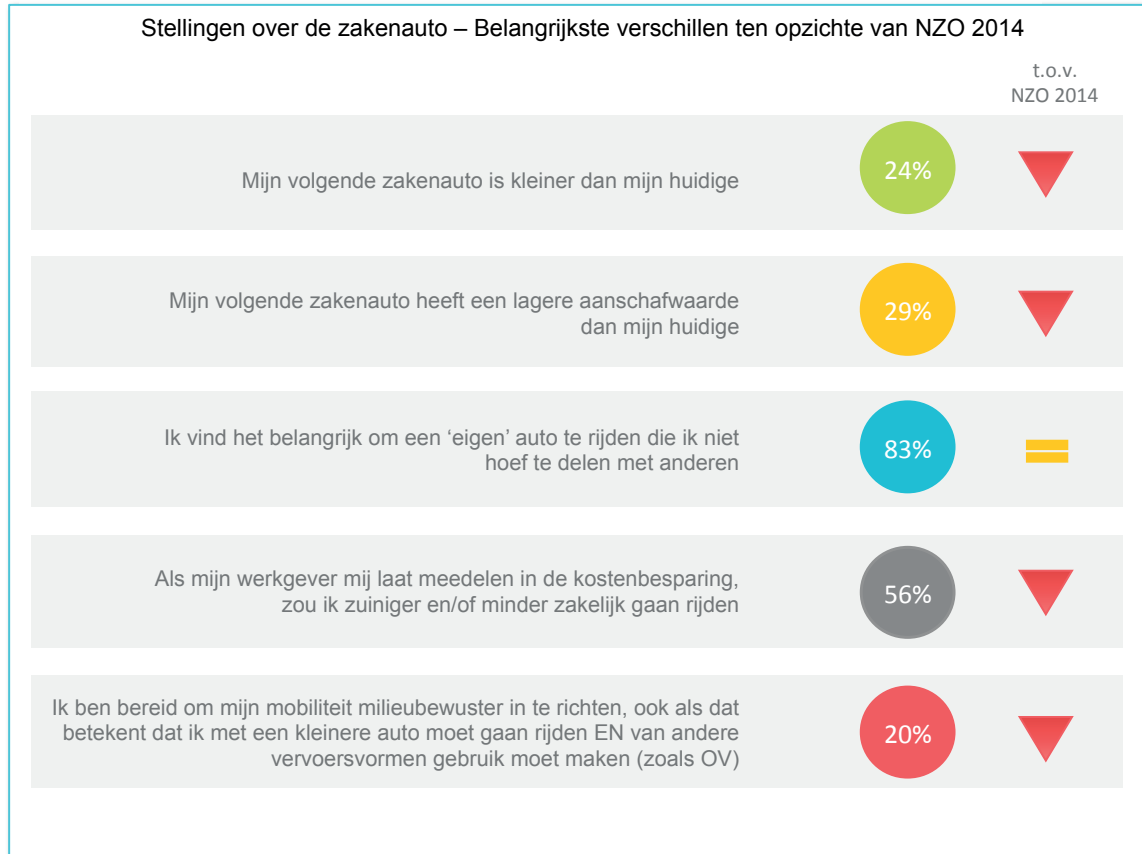
- Alle direct aan de auto gerelateerde invloedsfactoren scoren hoog. Elk jaar opnieuw. Alleen de factoren 'milieu', 'aanschafwaarde' en 'fiscale bijtellingsklasse' verschuiven: hun belang wordt elk jaar groter. Ook in 2015 is een verdere toename zichtbaar. Aan de andere kant constateerden we dat de factor 'reputatie/status van merk of model' in belang afnam. Aan deze trend lijkt in 2015 een einde te zijn gekomen: het belang van status is weer terug op het niveau van 4 jaar geleden. Het vergrote aanbod van bijtellingsvriendelijke auto's zal daaraan zeker hebben bijgedragen: er is anno 2015 veel meer te kiezen en

Invloedsfactoren volgende zakenauto versus huidige zakenauto



andere factoren dan bijtelling alléén worden belangrijker.

3.10 Stellingen autokeuze en zakelijke mobiliteit



Stellingen met betrekking tot de volgende auto

- De afgelopen jaren was er duidelijk sprake van een ontwikkeling op een aantal gebieden. De keuze voor de volgende auto werd steeds rationeler gemaakt, er werd steeds bewuster voor een lagere bijtellingscategorie gekozen en het belang van 'emotie' werd telkens iets lager ingeschat dan het voorgaande jaar. In de vorige editie van het NZO constateerden we al dat deze tendens zich niet heeft doorgezet. In 2014 lagen deze waarden op hetzelfde niveau als in 2013. En dat beeld is ook zichtbaar in 2015, met één belangrijke kanttekening: formaat telt weer. Het aandeel zakelijke rijders dat voorziet dat hun volgende auto kleiner is of goedkoper dan de huidige, is aanzienlijk afgenomen.

Stellingen met betrekking tot de zakenauto als secundaire arbeidsvoorwaarde

- De zakenauto wordt gezien als een belangrijke arbeidsvoorwaarde. De respondenten vinden het belangrijk om een 'eigen' auto te rijden die niet gedeeld hoeft te worden met anderen (83% me eens)

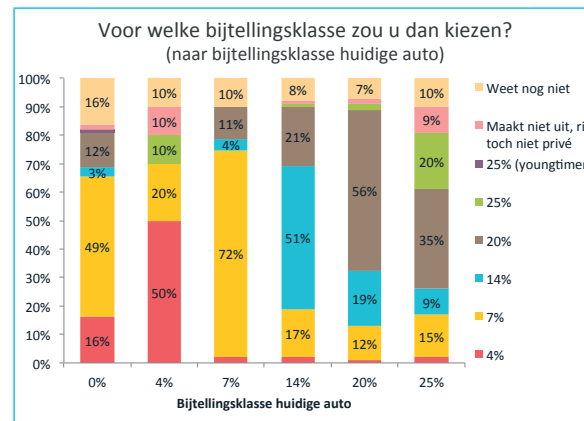
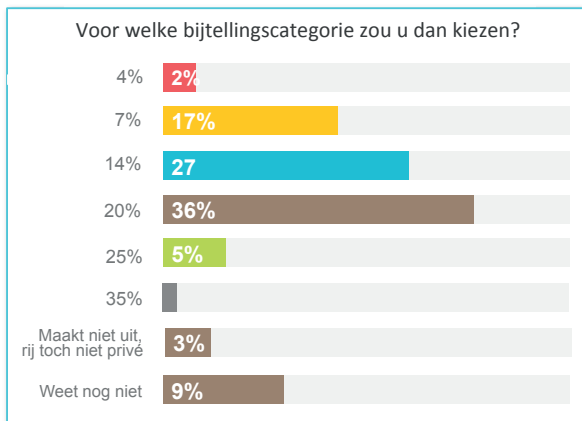
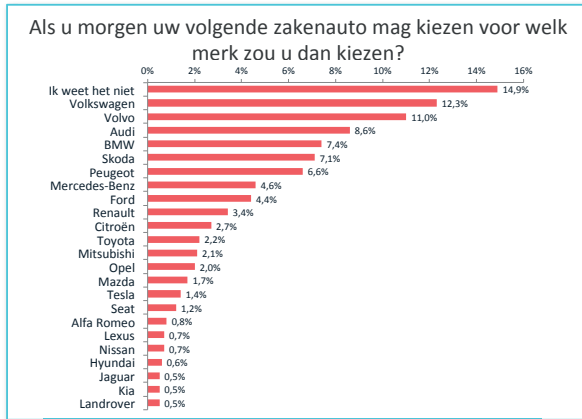
Stellingen met betrekking tot kostenbesparing en milieubewustheid in relatie tot invulling mobiliteit

- Het aandeel zakelijke rijders dat bereid is zuiniger en/of minder te rijden als de werkgever daar een beloning tegenover zet, daalt licht (gemiddeld van 60% naar 56%). De bereidheid is het hoogst bij rijders die werkzaam zijn bij grote(re) bedrijven.
- De bereidheid om de mobiliteit milieubewuster en kostenbewuster in te richten, zelfs als dat betekent dat er met een kleinere auto gereden moet worden, is laag (met 20%) en is bovendien afgenomen ten opzichte van vorig jaar.

Veel meer stellingen over autokeuze en zakelijke mobiliteit worden gedetailleerd beschreven in het NZO-dashboard.



3.11 De volgende zakenauto



Uit de NZO-metingen blijkt dat zakelijke rijders een redelijk duidelijk beeld hebben van het auto-aanbod, bijbehorende bijtellingsklassen en vrij nauwkeurig kunnen aangeven welk merk/model ze zouden kiezen (als ze morgen voor de keuze worden gesteld). Bijna 15% weet het (nog) niet. Dezelfde merken top-5 als vorig jaar: Volkswagen, Volvo, Audi, BMW, Skoda. Alleen de rangorde is iets veranderd. Zie voor meer informatie over loyaliteit en attractiviteit de volgende paragraaf.

Bijtellingscategorie volgende zakenauto

- Zakenauto's met een lage bijtelling blijven onverminderd populair. De respondenten hebben niet alleen aangegeven welk merk en model ze (morgen) zouden kiezen, maar ook in welke bijtellingscategorie de gekozen uitvoering valt.
- Op basis van de huidige kennis en de huidige situatie kiest 84% voor een (zeer) zuinige auto (resp. 2% voor 4% bijtelling, 17% voor 7% bijtelling, 27% voor 14% bijtelling en 36% voor 20% bijtelling).
- Slechts 5% (2014: 6%, 2013: 7%) kiest voor een auto met 25% bijtelling. Overigens kan bij deze categorie naar alle waarschijnlijkheid een groot deel van de groep (totaal 3%) die het niet uitmaakt omdat geen privékilometers gereden worden en dus ook geen bijtelling wordt betaald, opgeteld worden.
- De youngtimer doet niet meer mee als serieus alternatief voor zakelijke mobiliteit.
- 9% weet het nog niet.

3.12 Loyaliteit en attractiviteit

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

3.12.1 Loyaliteit ten opzichte van het merk

In het NZO 2013 werd al geconstateerd dat de loyaliteit sterk was gedaald naar gemiddeld 43%. In 2014 heeft de daling zich nog verder doorgezet tot een (gemiddeld) niveau van 40%. In 2015 is de daling tot stand gebracht: de gemiddelde loyaliteit is bij 40% blijven steken. Bijzonderheden: de premiummerken staan bovenaan de ladder met loyaliteitspercentages tussen de 50% en 70%. Mercedes en Audi zijn na een stevige daling in 2014, het afgelopen jaar opmerkelijk sterk gestegen. Ook bestuurders van een VW, Ford, Citroën, Kia en Mitsubishi zijn aanmerkelijk loyaler aan hun merk dan bij de vorige meting. Toyota, Lexus en Alfa Romeo dalen.

Mijn volgende auto heeft hetzelfde merk als mijn huidige auto

	NZO 2015	NZO 2014	index
1 Mercedes-Benz	68,6%	45,6%	150
2 BMW	63,0%	61,1%	103
3 Tesla	62,5%		
4 Audi	59,9%	42,1%	142
5 Volvo	50,5%	51,0%	99
6 Volkswagen	48,8%	33,0%	148
7 Skoda	48,0%	45,3%	106
8 Mazda	47,2%	48,3%	98
9 Ford	37,2%	22,9%	163
10 Citroën	35,2%	19,2%	183
11 Kia	33,3%	20,6%	162
12 Nissan	32,4%	34,2%	95
13 Mitsubishi	29,2%	20,4%	143
14 Toyota	28,4%	38,7%	73
15 Hyundai	28,1%	28,3%	100
16 Peugeot	26,6%	25,7%	103
17 Lexus	26,2%	33,3%	79
18 Alfa Romeo	23,8%	50,0%	48
19 Opel	23,7%	18,8%	126
20 Renault	19,8%	20,0%	99

3.12.2 Attractiviteit

In 2011 is de attractiviteitsindex geïntroduceerd. De attractiviteitsindex geeft aan hoe aantrekkelijk, oftewel hoe attractief de zakelijke rijder bepaalde merken vindt. De meting is een momentopname, het geeft inzicht in de merkvoorkeur op dit moment; toekomstige, nu nog onbekende modelintroducties en/of grote marketingcampagnes kunnen de werkelijke merkvoorkeur uiteraard beïnvloeden. Desondanks blijkt de attractiviteitsindex van het NZO al vier jaar lang nauwkeurig de richting van de marktaandeelontwikkeling te voorspellen.

Conclusies NZO 2015:

Van de merken met een hoog marktaandeel in het zakelijke segment

hebben vooral Mercedes, BMW, Audi, Volvo en VW een hoge attractiviteitsindex. Bij de kleinere merken vallen de hoge posities op van Tesla, Land Rover, Jaguar en Mazda. Al deze merken hebben of een hoge 'intrinsieke' aantrekkelijkheid of aantrekkelijke nieuwe modellen of fiscaal gunstige modellen of een combinatie hiervan. Deze merken kunnen het komende jaar rekenen op een groeiende belangstelling.

Veel volumemerken hebben een lage attractiviteitscore; ze worden dus niet (zonder meer) aantrekkelijk gevonden door de zakelijke rijder. Als deze merken ook nog te maken hebben met een lage loyaliteit van huidige rijders, zal er veel uit de kast moeten worden gehaald om de aantrekkelijkheid voor de zakelijke markt te vergroten en daarmee de marktpositie veilig te stellen.

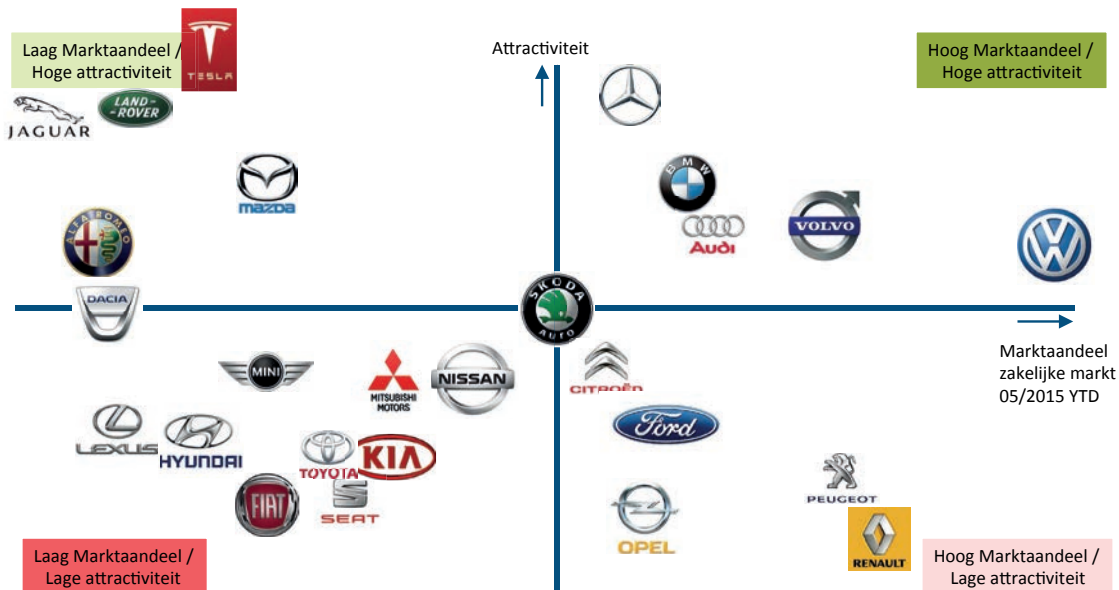
In het NZO 2014 waren de conclusies: Tesla, Mitsubishi, Volvo, Mercedes, Mazda, BMW en in mindere mate Alfa Romeo, Audi en Skoda hebben een hoge attractiviteitsindex. Alle merken hebben of een hoge 'intrinsieke' aantrekkelijkheid of aantrekkelijke nieuwe modellen of fiscaal gunstige modellen of een combinatie hiervan. Deze merken kunnen het komende jaar rekenen op een groeiende belangstelling. Er zijn geen merken met een neutrale attractiviteitsindex: of ze worden aantrekkelijk gevonden en scoren hoog of ze bieden in de ogen van de zakelijke rijder te weinig toegevoegde waarde en scoren laag. Een lage score is er voor veel volumemerken: Citroën, Volkswagen, Peugeot, Renault, Ford, Opel. Actie is vereist om de aantrekkelijkheid voor de zakelijke markt te vergroten. Meer informatie over de (gerealiseerde) marktaandelen in hoofdstuk 2.



	Het merk van mijn huidige zakenauto is:	Het merk van mijn volgende zakenauto is:	Attractiviteitsindex	
Tesla	0,3%	1,4%	521	++
Landrover	0,1%	0,5%	335	++
Jaguar	0,2%	0,5%	239	++
Mercedes-Benz	2,3%	4,6%	206	++
Mazda	1,1%	1,8%	154	+
BMW	5,0%	7,5%	151	+
Audi	6,2%	8,6%	139	+
Volvo	9,1%	11,0%	121	+
Alfa Romeo	0,7%	0,8%	112	+
Volkswagen	11,0%	12,2%	111	+
Dacia	0,2%	0,2%	98	o
Skoda	7,4%	7,1%	96	o
Citroën	3,5%	2,7%	78	-
Mini	0,3%	0,2%	74	-
Nissan	1,1%	0,7%	68	-
Mitsubishi	3,1%	2,1%	68	-
Ford	6,9%	4,5%	65	-
Peugeot	11,5%	6,6%	57	-
Hyundai	1,1%	0,6%	51	-
Opel	4,4%	2,0%	46	-
Lexus	1,4%	0,7%	46	-
Kia	1,1%	0,5%	45	-
Toyota	5,0%	2,3%	45	-
Honda	0,5%	0,2%	37	-
Seat	3,7%	1,3%	34	-
Renault	10,9%	3,4%	31	-
Fiat	0,8%	0,2%	26	--

Rangorde merken
op basis van de
attractiviteitsindex
NZO 2015

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



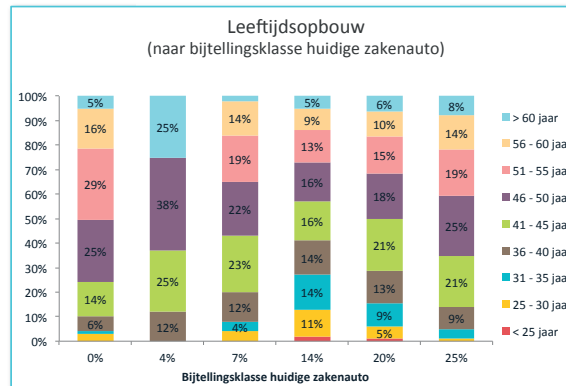
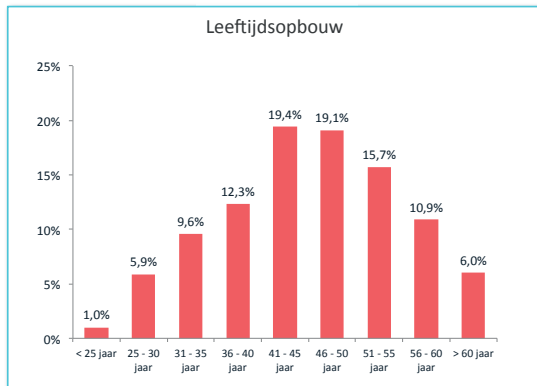
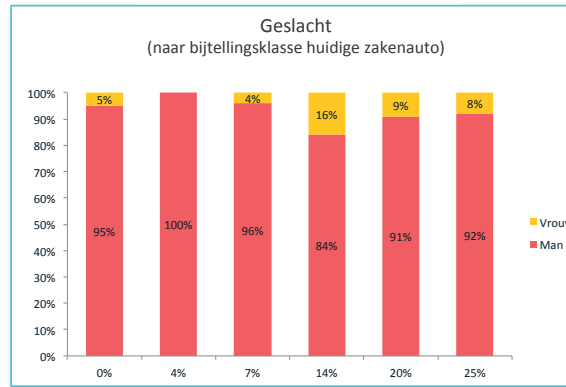
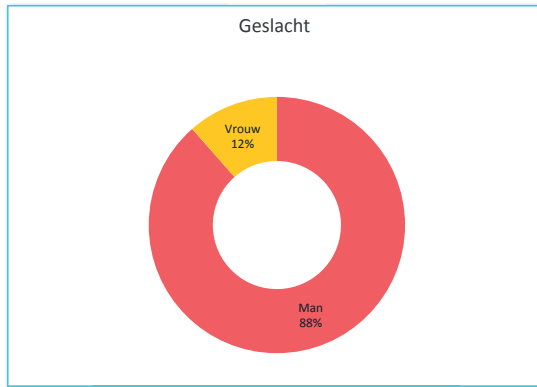
De attractiviteitsindex is een betrouwbare voorspeller van de toekomstige marktaandeelontwikkeling in de zakelijke markt

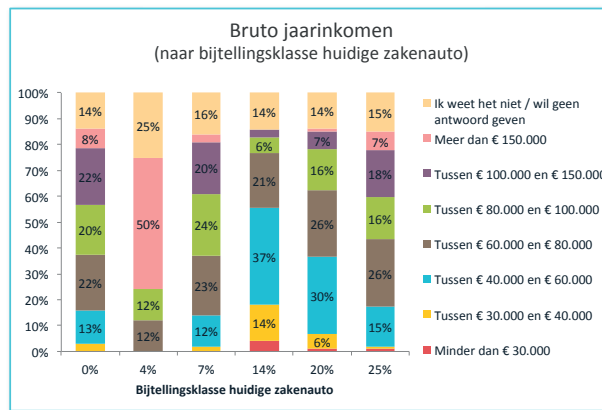
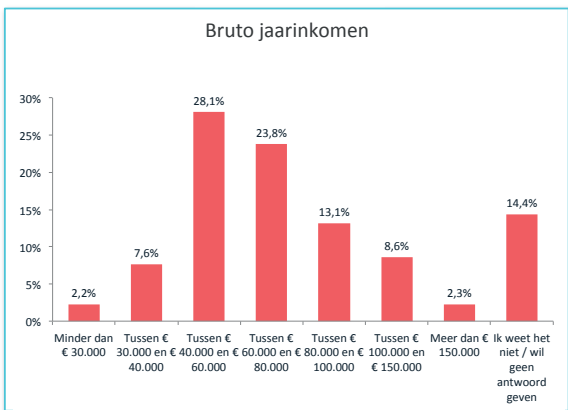
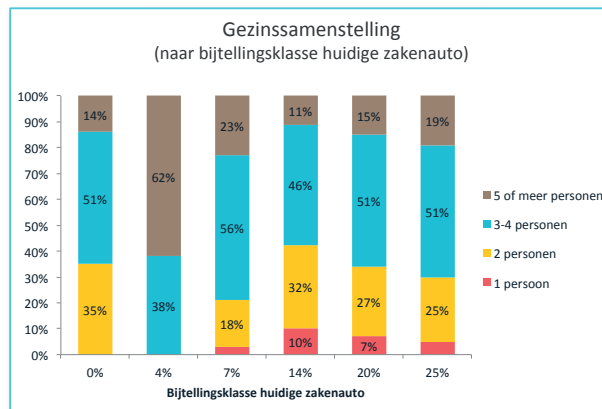
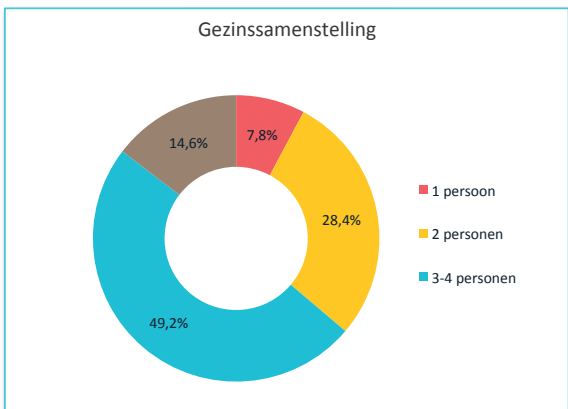
Belangrijk: De fiscale regelgeving gaat, na het overgangsjaar 2016, met ingang van 1 januari 2017 behoorlijk op de schop. De belangrijkste invloedfactoren voor de keuze van de zakelijke auto – bijtelling en aanschafwaarde – zullen dan drastisch veranderen. Dit heeft grote gevolgen voor de aantrekkelijkheid van segmenten en afzonderlijke merken en modellen en dus voor de verwachte marktposities en marktaandeelontwikkelingen. Het NZO streeft ernaar om marktontwikkelingen goed en zo actueel mogelijk in kaart te brengen.

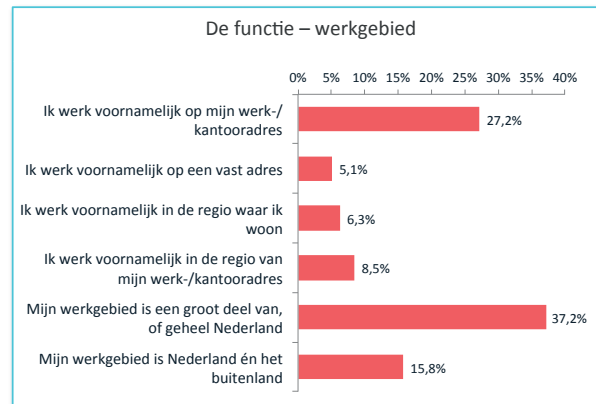
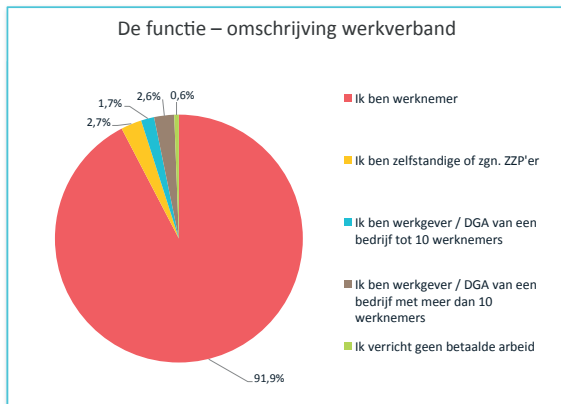
Gezien het belang van de consequenties van de nieuwe fiscale regelgeving zullen de initiatiefnemers van het NZO eind 2015 / begin 2016 een compacte marktinventarisatie laten uitvoeren. De NZO Update zal worden gepubliceerd in *Automobiel Management Magazine* en op de website van AM. De resultaten van de update worden, indien beschikbaar, direct toegankelijk gemaakt in het NZO-dashboard.

3.13 Persoonlijke kenmerken van de zakelijke rijder

Een aantal kenmerken van het profiel van de onderzochte populatie zakelijke rijders is in de volgende grafieken op een rijtje gezet.

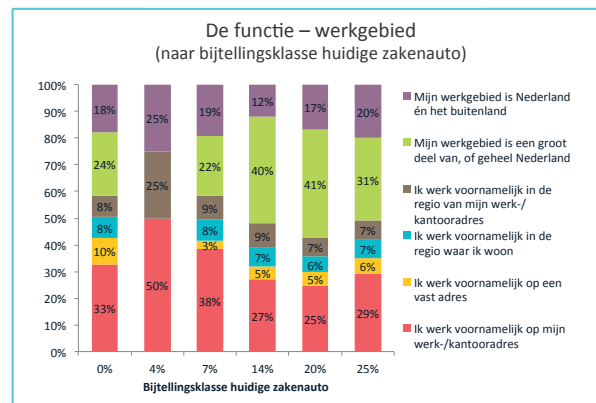




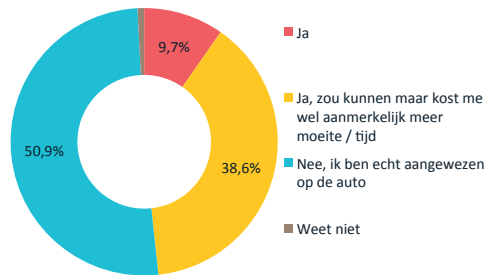


Meer informatie in het NZO-dashboard

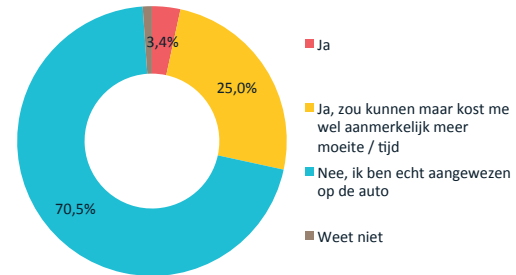
Meer informatie over zaken als de tweede (privé)auto in het huishouden, het gemiddelde kilometrage per segment of het gebruik van in car-telematica en de bereidheid anderen inzage te geven in voertuig- en gebruikersdata, is te vinden via het NZO-dashboard.



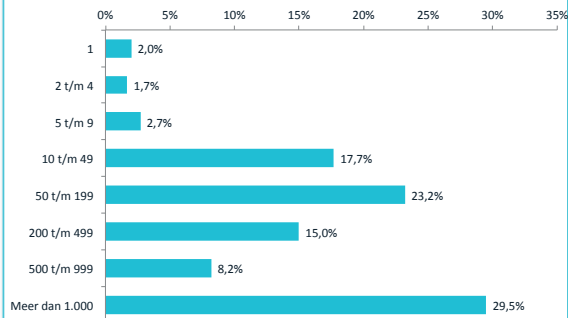
Alternatieven voor woon-werk verkeer – kunt u makkelijk gebruikmaken van andere vervoersvormen dan de auto?



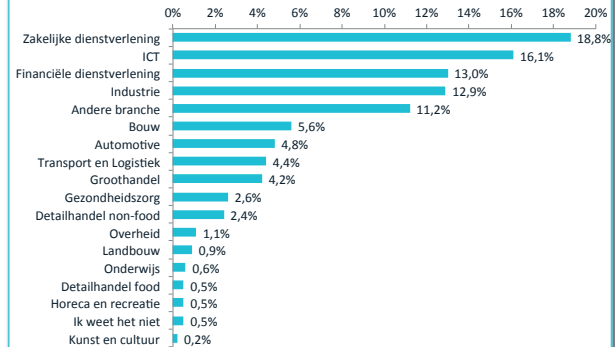
Alternatieven voor zakelijke ritten – kunt u makkelijk gebruikmaken van andere vervoersvormen dan de auto?



De werkgever – aantal medewerkers



De werkgever - branche



Hoofdstuk 4

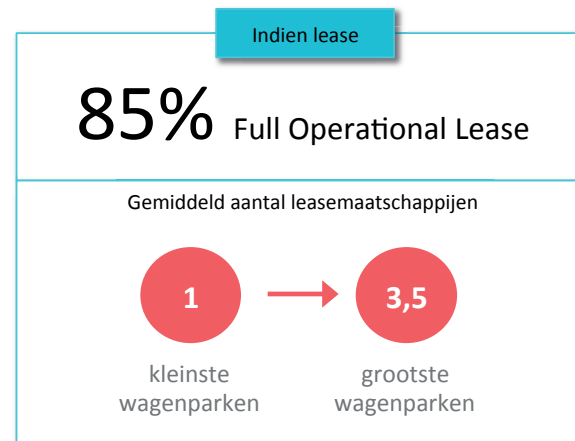
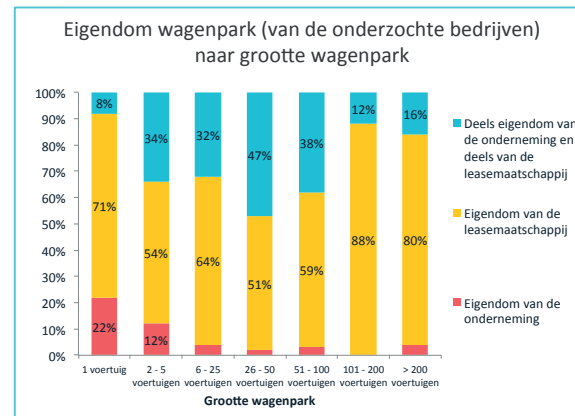
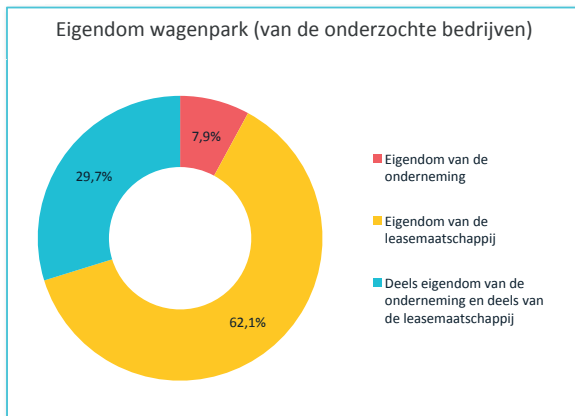
Samenvatting Bedrijvenonderzoek

Dit hoofdstuk is een samenvatting van het bedrijvenonderzoek van het NZO 2015. Dit jaar hebben ruim vierhonderd respondenten, allen (mede)verantwoordelijk voor het wagenpark, deelgenomen aan het onderzoek. 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.

32 procent van de bedrijven biedt zakelijke rijders een fiets van de zaak aan als alternatief.



4.1 Wagenpark



Samenstelling wagenpark

- Aan het NZO Bedrijvenonderzoek 2015 hebben 405 voor het wagenpark (mede)verantwoordelijke functionarissen deelgenomen. In de respondentengroep zijn ten opzichte van het NZO 2014 minder wagenparken met 1 voertuig vertegenwoordigd. Omdat wagenparkgrootte vaak een verklarende variabele is, worden de resultaten in deze rapportage, indien relevant, uitgesplitst naar grootte van het wagenpark.
- Lease is sterk vertegenwoordigd: 62% heeft het wagenpark geheel ondergebracht bij een leasemaatschappij, 30% gedeeltelijk. 8% van de respondenten heeft het wagenpark geheel in eigendom, dit betreft vooral kleinere wagenparken.

Leaseconstructie

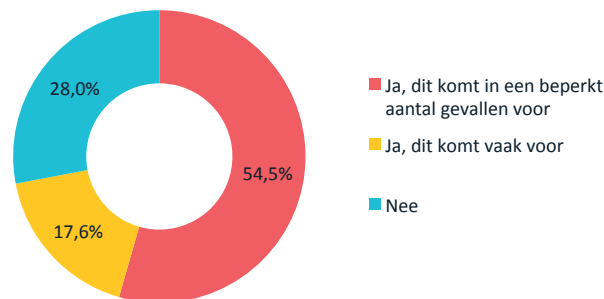
Full operational lease is de meest voorkomende leasevorm.

- Vooral bij grotere wagenparken komen vaker combinaties van leasevormen voor.
- Wagenparkbeheer door derden (outsourcing operationeel wagenparkbeheer) wordt relatief weinig teruggekoppeld.
- Het aantal leasemaatschappijen waarvan wordt gebruikgemaakt is rechtevenredig met de wagenparkgrootte en varieert van gemiddeld 1 bij de kleinste wagenparken tot gemiddeld 3,5 bij de grootste wagenparken.

Privé-auto's voor zakelijk gebruik

- Bij bijna driekwart van de bedrijven worden in meer of mindere mate ook privé-auto's gebruikt voor zakelijke ritten waarbij de berijder een vergoeding ontvangt.

In ons bedrijf zijn er ook medewerkers die hun privé-auto inzetten voor zakelijke ritten en daarvoor een kilometervergoeding ontvangen

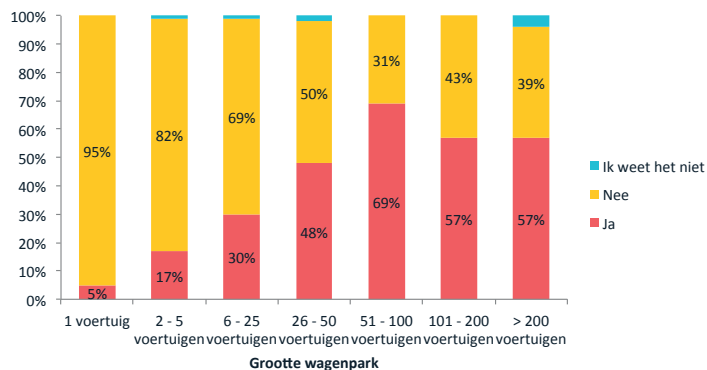


32%

van de bedrijven heeft
poolauto's



Medewerkers kunnen gebruikmaken van een poolauto (naar grootte wagenpark)



10%

van de bedrijven staat
toe dat een poolauto
ook privé wordt gebruikt

Wordt er bij privégebruik een
marktconforme huurvergoeding in
rekening gebracht aan de berijder?

JA



54%

NEE



46%

Wat is de reden dat de medewerker geen
marktconforme vergoeding hoeft te betalen
voor privégebruik van een poolauto?

“Er is nooit een vergoeding in rekening gebracht, nu
is er sprake van een soort “verworven” recht”

“Een vergoeding in rekening brengen is lastig en
vergt veel administratieve rompslomp”

“Past niet bij de flexibiliteitseisen van het werk”

Poolauto's

- Bij iets meer dan 30% van de onderzochte bedrijven zijn poolauto's aanwezig die door medewerkers kunnen worden gebruikt voor zakelijke ritten.
- Vooral bij de grote bedrijven zijn vaker poolauto's beschikbaar.
- De regelgeving rondom de verstrekking van poolauto's blijkt vaak niet bekend of wordt niet goed nageleefd. De VNA heeft medio 2014 een afspraak gemaakt met de Belastingdienst ('Brancheregeling Privégebruik Deelauto') waarin de voorwaarden staan waaronder een privé gebruikte poolauto buiten het bijtellingsregime kan blijven. Kern is dat de poolauto wordt behandeld als een huurauto en dat de medewerkers voor het privégebruik een marktconform tarief betalen.


Uit het NZO blijkt dat veel werkgevers (nog) niet op de hoogte zijn van deze regeling of deze om andere redenen niet toepassen. Risico is dat de privé gebruikte poolauto's door de Belastingdienst beschouwd wordt als ter beschikking gestelde auto's waardoor zowel de werkgever als alle (!) medewerkers een financieel risico lopen.



4.2 Beleid werkgever

MVO is niet zo'n groot thema:
54%
vindt het belangrijk of zeer belangrijk

Het wagenpark speelt een belangrijke rol in onze 'groene' profilering:
68%



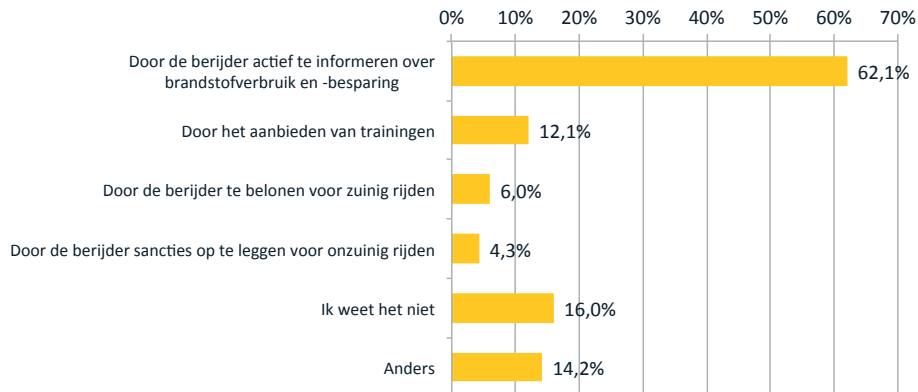
Belangrijkste maatregelen m.b.t. milieubesparing:

Stimuleren aanschaf zuinige auto's	64%
Stimuleren zuinig rijden	41%
Stimuleren minder rijden	25%

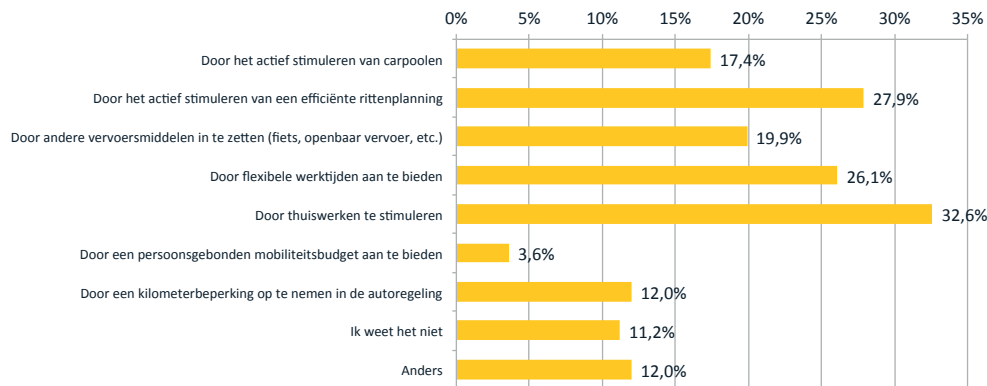
4.2.1 Maatregelen in het kader van milieubesparing

- Het stimuleren van de aanschaf van zuinige zakenauto's en het stimuleren van zuinig rijden worden het vaakst genoemd als maatregel in het kader van milieubesparing.
- Minder rijden (bijvoorbeeld door carpoolen, efficiëntere rittenplanning) wordt door 25% van de bedrijven gestimuleerd.
- Het stimuleren van openbaar vervoer wordt door slechts 11% van de bedrijven genoemd.

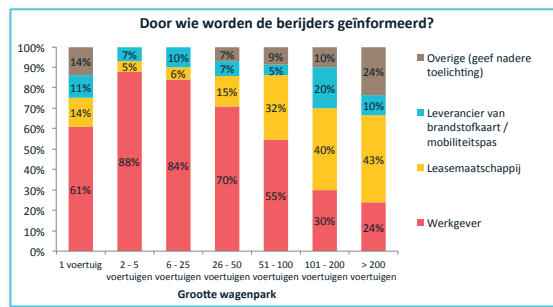
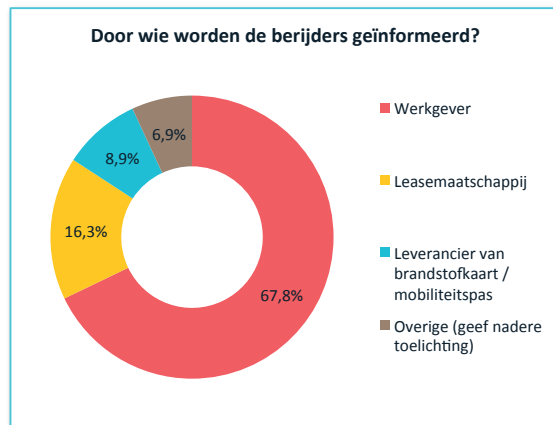
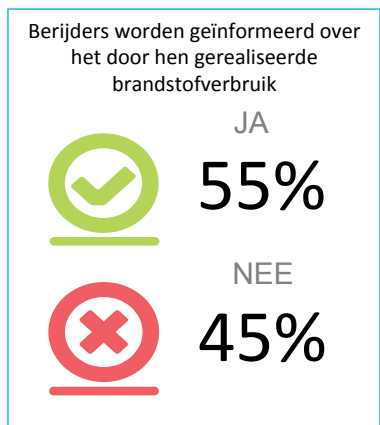
Hoe stuurt uw organisatie op ZUINIG rijden? (meerdere antwoorden mogelijk)



Hoe stuurt uw organisatie op MINDER (of efficiënter) rijden? (meerdere antwoorden mogelijk)



4.2.2 Brandstofverbruik en bewustwording

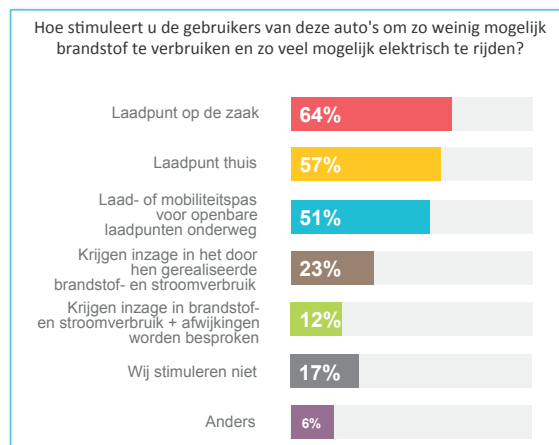
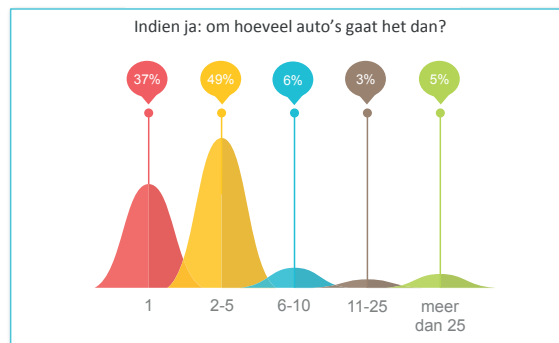
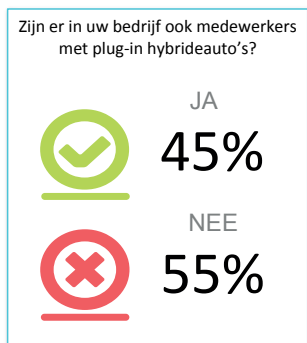


- De helft van de deelnemende bedrijven informeert de berijders over het gerealiseerde brandstofverbruik. Dit varieert van dagelijks tot eenmaal per jaar. De andere helft informeert de berijders in het geheel niet over het gerealiseerde brandstofverbruik. Bij de grootste bedrijven vindt terugkoppeling naar de berijder in bijna 90% van de gevallen plaats, dat is een toename ten opzichte van voorgaande jaren.
- Er wordt gebruik gemaakt van geautomatiseerde emails, online tools en apps die de gebruiker direct informeren. Maar ook het 'piepsysteem' wordt veelvuldig gehanteerd: bij excessen (steverige afwijkingen van de norm) wordt er contact opgenomen met de berijder.
- Hoe groter de wagenparken hoe professioneler met informatievoorziening wordt omgesprongen. Toch komt ook bij zo'n 20% van de grootste bedrijven de informatie niet bij de berijder terecht.



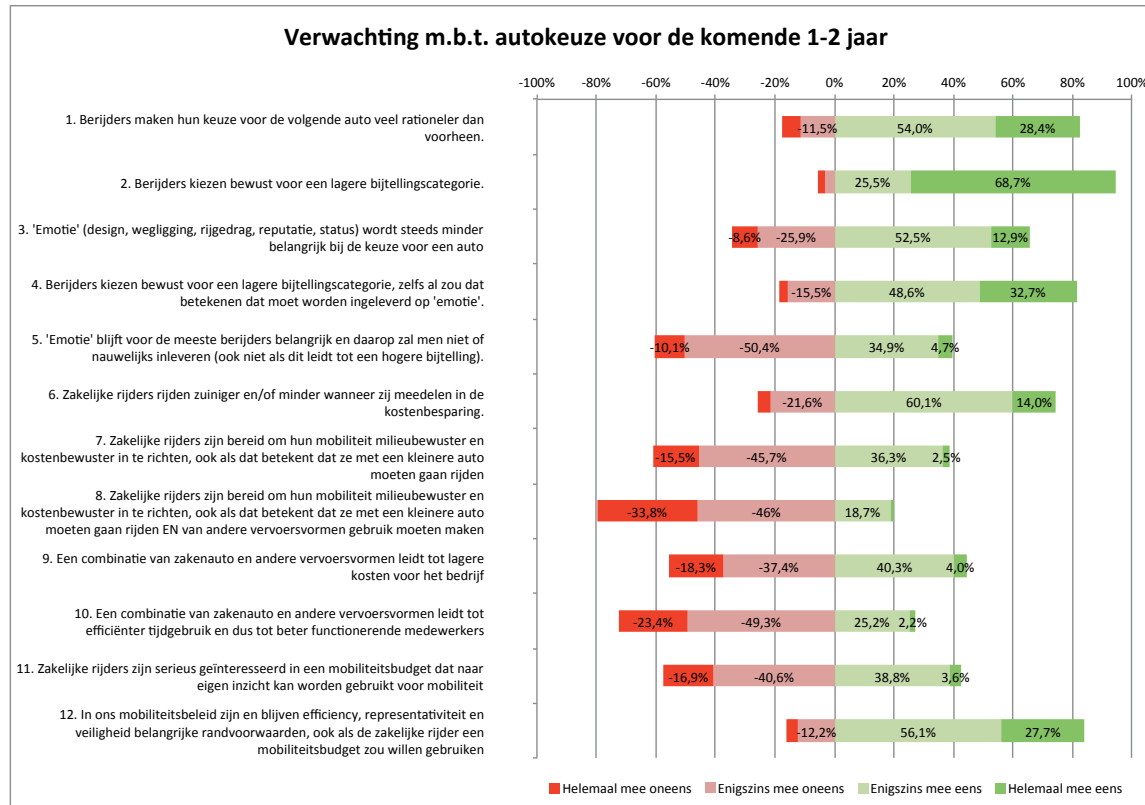
De helft van de deelnemende bedrijven informeert de bestuurders over het gerealiseerde brandstofverbruik.

4.2.3 De status van plug-in hybride



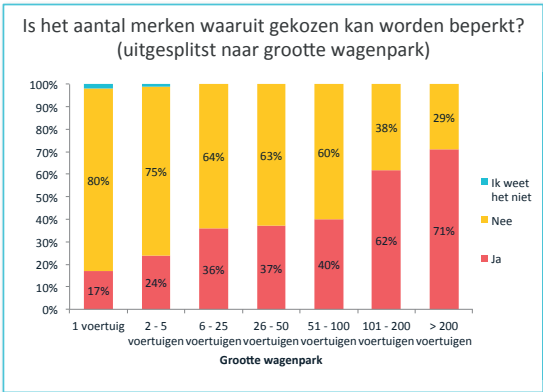
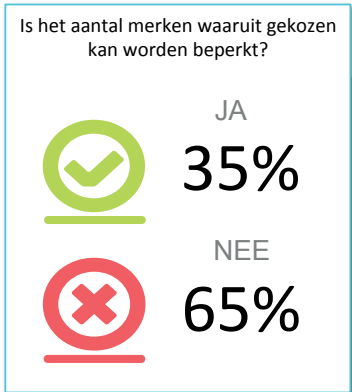
- Inmiddels heeft de helft van alle bedrijven één of meer medewerkers met een plug-in hybride: Veel bedrijven kunnen dus niet om de plug-in hybride en het gebruik daarvan, heen.
- Beleid om PHEV-gebruik te optimaliseren is niet overal ingevoerd: Slechts tweederde faciliteert de plug-in hybride rijder(s) met een laadpunt op het werk. Minder dan tweederde biedt een laadpunt thuis aan. Bij 48% van de bedrijven kunnen berijders zowel thuis als op de zaak beschikken over een oplaadpunt.

4.3 Stellingen berijder en mobiliteit



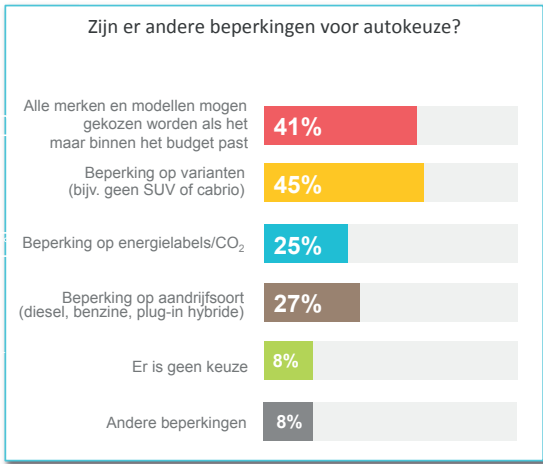
De volgende stellingen hebben vooral betrekking op de zakelijke rijder. Hoe kijkt het bedrijf naar werknemers met een zakenauto en waar zijn de veranderingen ten opzichte van voorgaande jaren? De waarden in de grafiek spreken voor zich. Het fenomeen mobiliteitsbudget bestaat al een aantal jaren, maar de interesse van zakelijke rijders hierin wordt nog steeds niet erg hoog ingeschat. Opvallend is dat men vindt dat de bereidheid van zakelijke rijders om hun mobiliteit milieubewuster en kostenbewuster in te richten is afgenomen ten opzichte van vorig jaar.

4.4 Zakelijke mobiliteit en de autoregeling

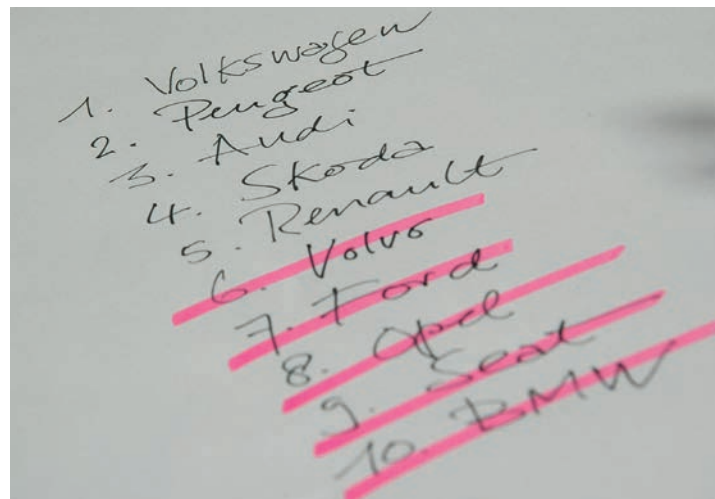


Merken top-10 ("op de lijst" indien beperkte keuze)

1. VW	77%
2. Peugeot	53%
3. Audi	51%
4. Skoda	49%
5. Renault	47%
6. Volvo	41%
7. Ford	39%
8. Opel	38%
9. Seat	38%
10. BMW	33%



35% van de werkgevers beperkt het aantal merken waaruit kan worden gekozen. Voor merken is het dus van belang om bij deze werkgevers 'op de lijst' te komen. Tweederde beperkt de merkenkeuze niet. Neemt niet weg dat ook zij sommige varianten uitsluiten of juist sturen op bijvoorbeeld CO2-uitstoot. Het merendeel van de grootste wagenparken doet zaken met zeven tot tien merken.

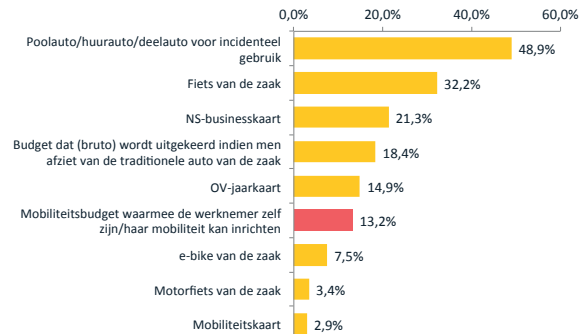


Meer inhoudelijke informatie over de autoregeling, de restricties waar bestuurders mee te maken hebben (eigen bijdrage, afkoopregelingen, etc.) en de onderwerpen in de autoregeling waar aanpassingen zijn doorgevoerd, zijn te vinden in het NZO-dashboard.



Alternatieven voor de zakenauto en het mobiliteitsbudget

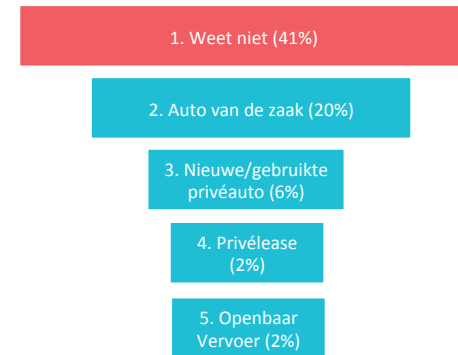
Wij bieden zakelijke rijders nu al de volgende vormen van zakelijk vervoer aan als alternatief voor de huidige auto van de zaak



Hoe vaak wordt er voor het mobiliteitsbudget gekozen?



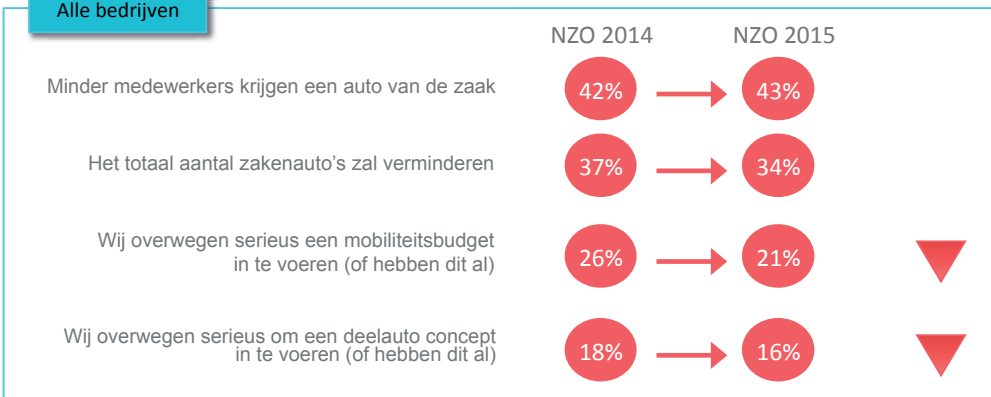
Concrete invulling van het mobiliteitsbudget:



- Ongeveer tweederde van de bedrijven biedt de medewerkers met een auto van de zaak desgewenst een alternatief aan.
- Poolauto/huurauto (49%), fiets van de zaak (32%) en openbaar vervoer worden het vaakst genoemd. Opvallend is dat poolauto/huurauto aanmerkelijk hoger scoort dan vorig jaar.
- Bij 13% van de bedrijven wordt een mobiliteitsbudget aangeboden, dat is ongeveer dezelfde score als vorig jaar (11%).
- Indien een mobiliteitsbudget wordt aangeboden wordt daar slechts weinig gebruik van gemaakt.
- Zakelijke rijders met een mobiliteitsbudget kiezen vaak voor een auto van de zaak. Privélease scoort laag.
- Opvallend is overigens dat de ‘weet niet-scores’ erg hoog zijn. Dat betekent dus dat relatief veel functionarissen die in hun bedrijf verantwoordelijk zijn voor mobiliteit, niet weten in welke mate gebruik wordt gemaakt van het mobiliteitsbudget en hoe dit vervolgens wordt ingevuld. Een paar (voorzichtige) verklaringen daarvoor:
 - Wellicht wordt in het bedrijf weinig gebruikgemaakt van het mobiliteitsbudget en is het geen actueel onderwerp waarmee men zich dagelijks bezig houdt.
 - Wellicht is er weinig interesse in de vervolkeuzes omdat men niet gelooft in het concept mobiliteitsbudget.
 - Wellicht is er weinig interesse omdat men vindt dat de verantwoordelijkheid voor de besteding van het budget bij de werknemer ligt.

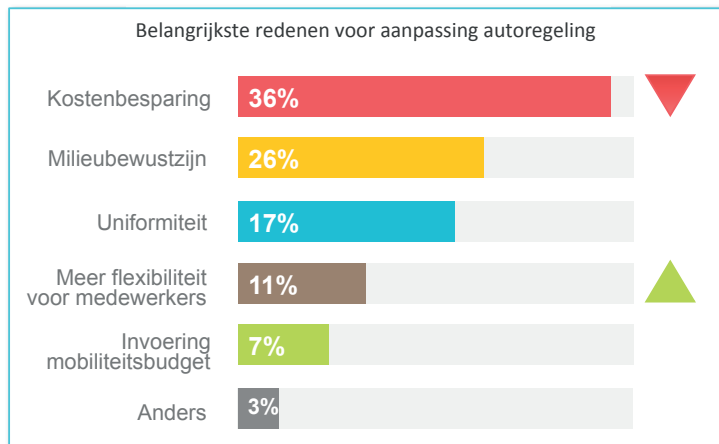


Alle bedrijven



34%

verwacht dat de autoregeling het komende jaar wordt aangepast



Toekomstverwachting

De respondenten is ook gevraagd naar de ontwikkelingen die zij op korte termijn verwachten met betrekking tot zakelijke mobiliteit. De ervaring leert overigens dat de grote wagenparken / bedrijven de meest uitgesproken mening hebben over de toekomst.

- 43% verwacht dat aan minder medewerkers een auto ter beschikking zal worden gesteld, het percentage is vrijwel gelijk aan vorig jaar
- 34% verwacht dat het totale aantal zakenauto's in het bedrijf zal verminderen (was in NZO 2014: 37%)
- De intentie om over te gaan op de invoering van een mobiliteitsbudget danwel een deelautoconcept in te voeren, neemt af.

Verwachte aanpassingen op de autoregeling

- Een derde van de bedrijven verwacht dat de autoregeling het komende jaar zal worden aangepast. Dat is overigens lager dan voorgaande jaren: wellicht hebben veel bedrijven inmiddels gewenste veranderingen doorgevoerd en/of verlaagt de verbeterde bedrijfseconomische positie van het bedrijf de noodzaak tot versobering. Naarmate de bedrijfsgrootte toeneemt wordt er steeds vaker van uitgegaan dat er aanpassingen zullen worden doorgevoerd in de autoregeling; bij deze bedrijven is verandering en aanpassing aan de actualiteit een continu proces.
- Kostenbesparing is nog steeds de belangrijkste reden om de autoregeling aan te passen. Maar ten opzichte van vorig jaar is de score aanmerkelijk afgenomen (van 44% naar 36%). Meer flexibiliteit creëren voor medewerkers is juist in belang toegenomen.

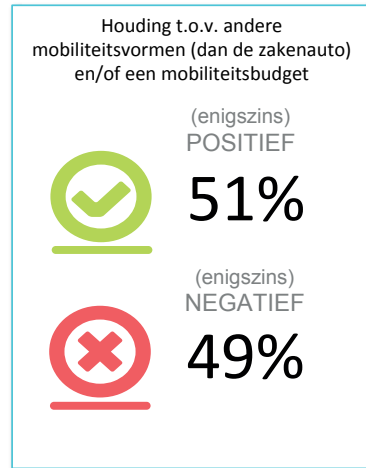


Meer informatie over de mening van bedrijven over mobiliteit in het algemeen, de zakelijke rijder in het bijzonder en de verwachte ontwikkelingen is te vinden in het NZO-dashboard.

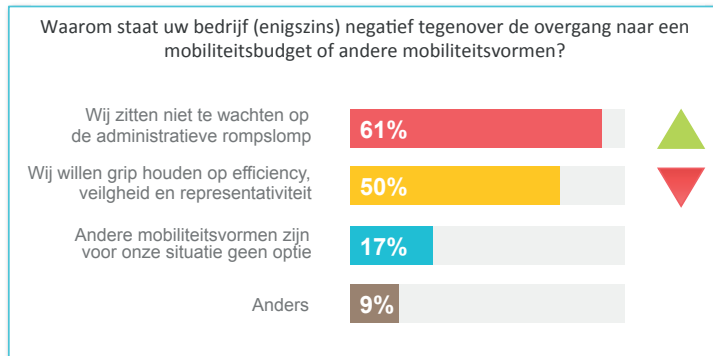
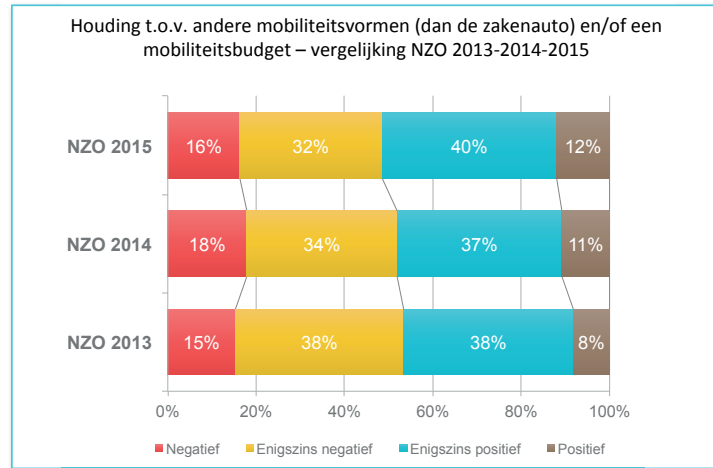
4.5 Houding t.o.v. alternatieve mobiliteitsvormen en/of een mobiliteitsbudget

De positieve houding ten opzichte van alternatieve mobiliteitsvormen en/of een mobiliteitsbudget is (heel) licht toegenomen. Eigenlijk staan alleen de allergrootste bedrijven (met een wagenpark groter dan 200 voertuigen) hier aanmerkelijk positiever tegenover (75% positief en 25% negatief).

Grip op efficiency, veiligheid en representativiteit enerzijds en de verwachte administratieve rompslomp anderzijds worden als belangrijkste verklaringen naar voren gebracht. Overigens is de huiver voor meer administratieve rompslomp sterk toegenomen ten opzichte van de meting in 2014.



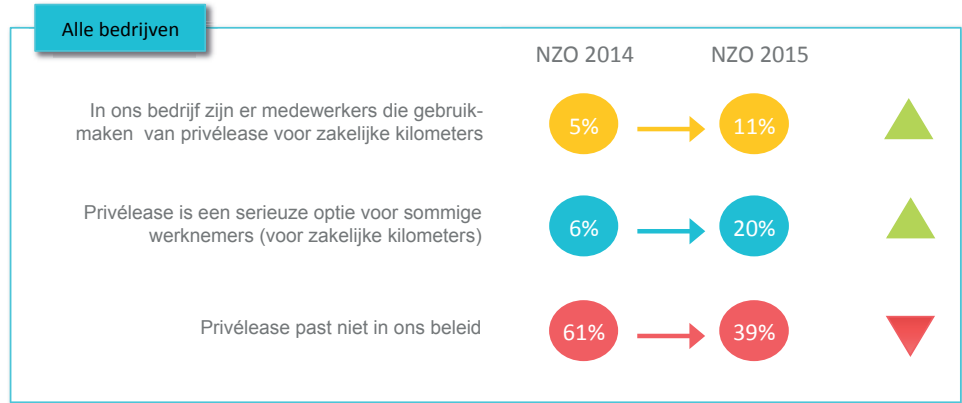
Bijna twee op de tien bedrijven geeft als argument dat andere mobiliteitsvormen gewoon geen realistisch alternatief zijn voor de huidige zakenauto.



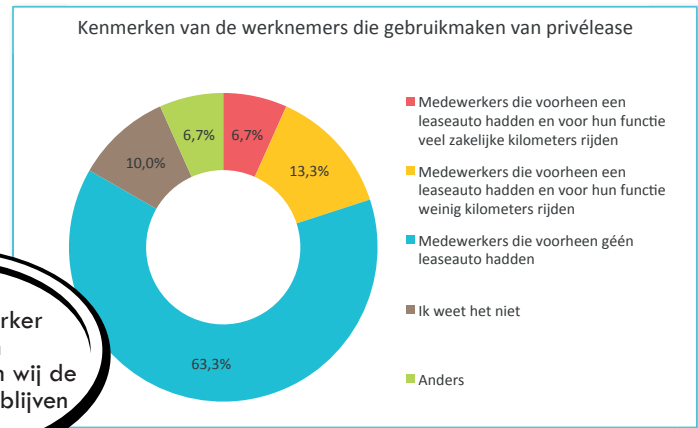
4.6 Privélease

'Grote stijging privélease beïnvloedt de business case met onze leveranciers'

- 11% van de onderzochte bedrijven heeft medewerkers die gebruik maken van privélease (voor zakelijke doeleinden), via kilometervergoeding of onderdeel van een mobiliteitsbudget. Dit is een verdubbeling ten opzichte van vorig jaar.
- Vorig jaar wees nog driekwart van de respondenten privélease af als reële optie voor de medewerkers in hun bedrijf die zakelijke ritten maken. Voor een belangrijk deel omdat het niet in het huidige beleid paste (NZO 2014: 61%, NZO 2015: 39%). Hier is dus een grote omslag waarneembaar: meer bedrijven hebben privélease in hun mobiliteitsbeleid mogelijk gemaakt.



11%
heeft werknemers die gebruikmaken van privélease

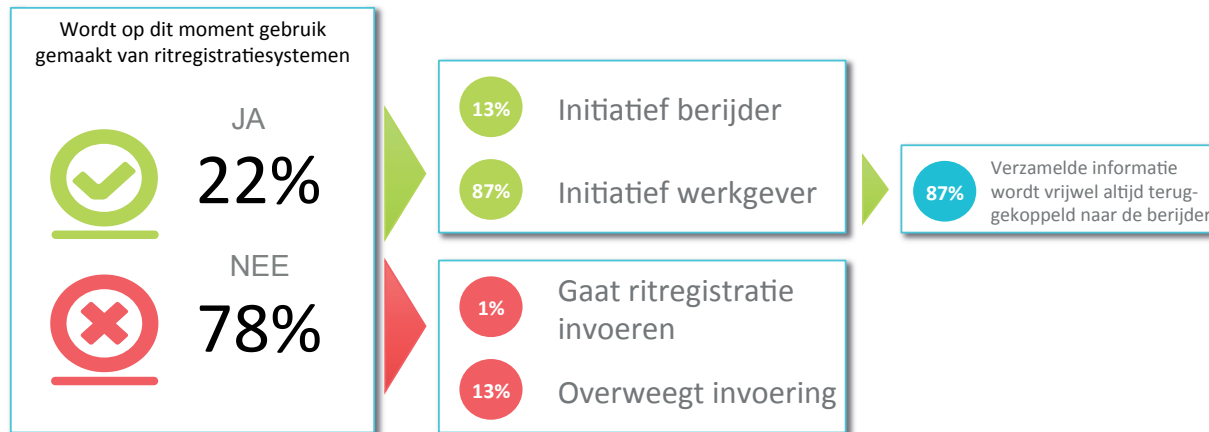


'Als een medewerker interesse heeft in privélease geven wij de contacten, maar blijven er verder buiten'



4.7 Telematica

Ritregistratiesystemen komen langzaam maar zeker in steeds meer wagenparken voor. Inmiddels heeft 22% van de bedrijven één of meer auto's met een ritregistratiesysteem. Van de bedrijven waar nu geen ritregistratiesystemen worden gebruikt, overweegt 13% invoering. 1% heeft concrete plannen voor invoering.



Er wordt nauwelijks gebruikgemaakt van in car telematica c.q. van voertuigdata en/of gebruiksdata die via het voertuig wordt verzameld.

- Met name grote bedrijven vinden het zinvol om dergelijke data te (gaan) gebruiken.

In moderne auto's kan veel informatie worden verzameld over de (technische) toestand van de auto en over het gebruik van de auto (bijvoorbeeld remmen, accelereren, snelheid, etc.) en over geografische locaties.

Is het volgens u zinvol om dergelijke informatie te gebruiken voor meer inzicht en/of sturing?



JA
33%



NEE
67%

Wat houdt u tegen om te beginnen?

Geen prioriteit / onvoldoende interesse

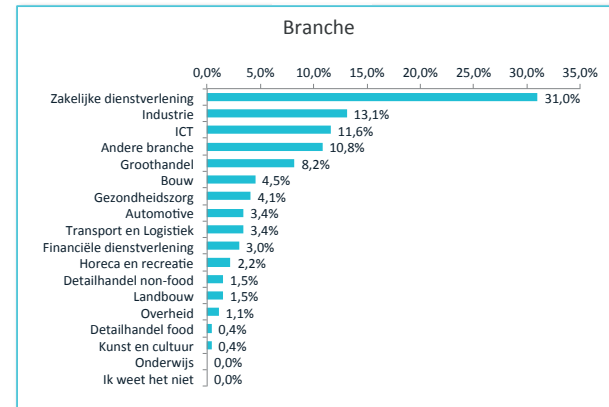
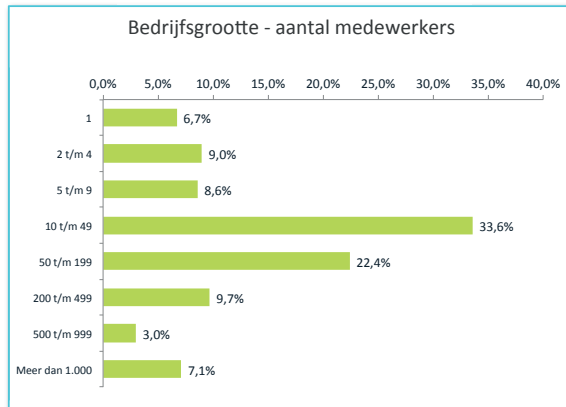
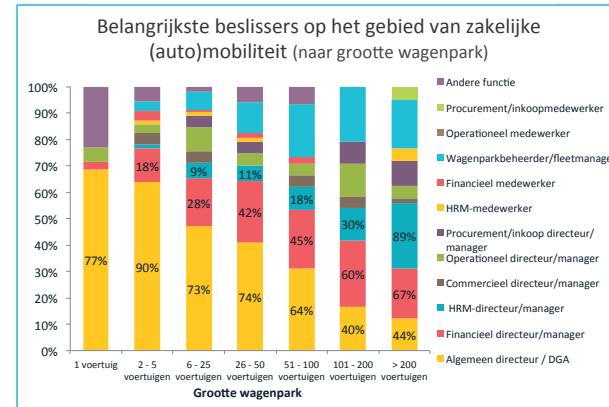
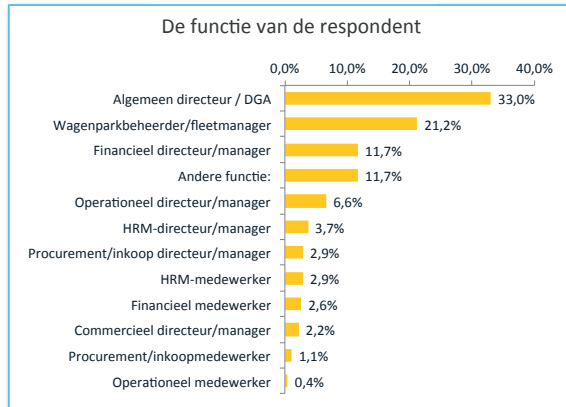
Inbreuk op privacy

We gebruiken al andere zinvolle data

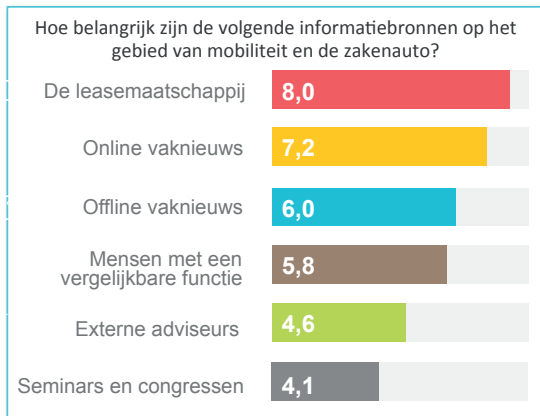
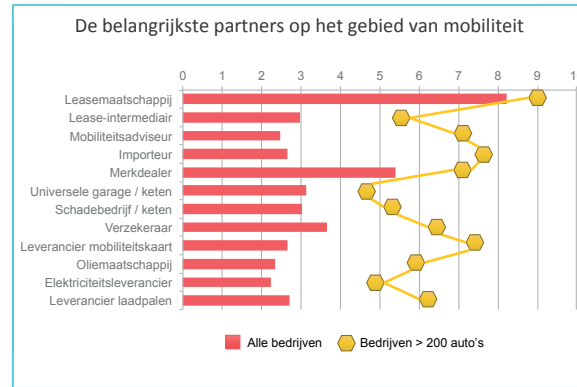
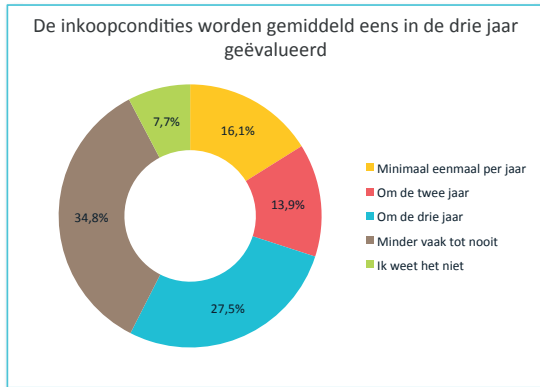
Gedoe

- Kleinere bedrijven zijn wat terughoudend.
- Er zijn nogal wat barrières te overbruggen voordat plannen worden omgezet in daden. Waarschijnlijk kan er pas sprake zijn van brede(re) acceptatie en implementatie wanneer er concrete, gestandaardiseerde productproposities vanuit de markt worden aangeboden die bewezen effectief zijn en weinig tot geen belasting opleveren voor het bedrijf.

4.8 Achtergrondinformatie bedrijf en functie respondent



4.9 Mobiliteitspartners en behoefte aan advies



- Bedrijven hebben de meeste behoefte aan ondersteuning op de volgende gebieden (top 4)
1. Tips voor concrete kostenbesparing (40%)
 2. Beter en/of goedkoper organiseren van wagenparkbeheer (23%)
 3. In kaart brengen van de kosten en baten van nieuwe mobiliteitsvormen (19%)
 4. Het maken van een realistische afweging mbt voor- en nadelen van een mobiliteitsbudget versus de auto van de zaak (19%)

Evalueren inkoopcondities

De inkoopcondities worden in het algemeen niet frequent geëvalueerd. Gemiddeld eens in de drie jaar. De grote bedrijven doen dit iets vaker, maar minder vaak dan je zou verwachten gezien hun omvang, de kostenimpact van mobiliteit en de mankracht die vaak beschikbaar is.

De leasemaatschappij is onbetwist de belangrijkste partner op het gebied van mobiliteit. De merkdealer volgt op de tweede plaats. De rangorde van belangrijke partners geeft uitgesplitst naar wagenparkgrootte, voor alle klassen vrijwel hetzelfde beeld. Alleen de allergrootste bedrijven (met meer dan 200 auto's) hebben intensief contact met andere mobiliteitsleveranciers (dealer, verzekeraar, leverancier mobiliteitskaart, etc.) en maken substantieel vaker gebruik van externe adviseurs. Overigens is voor hen de leasemaatschappij nog belangrijker.

Meer informatie over onder andere het mediagebruik is te vinden in het NZO-dashboard.



De leasemaatschappij is voor de bedrijven onbetwist de belangrijkste partner op gebied van mobiliteit. De merkdealer volgt op de tweede plaats.



Hoofdstuk 5

Verantwoording

5.1 Achtergrond

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek wordt sinds 2009 uitgevoerd. Deze rapportage (in 2015) is dus de zevende editie van het jaarlijkse onderzoek naar de zakenauto. Doelstelling is het uitvoeren van kwalitatief hoogstaand, betrouwbaar en actueel onderzoek op het gebied van de zakenauto. Bovendien wil het NZO onderbouwde en relevante conclusies met toegevoegde waarde presenteren aan de autobranche en andere belangstellenden. Het NZO geeft inzicht in wensen en eisen, maatregelen en gedrags(veranderingen), toetst actuele thema's en heeft een voorspellende waarde, alles vanuit het perspectief van de rijder én van de werkgever. De continuïteit van het onderzoek en de onderzoeksresultaten staan centraal, maar elk jaar worden specifieke onderwerpen nader uitgelicht. In 2014 stond 'willen en mogen' centraal. De zakelijke rijder heeft wensen en behoeften maar die heeft de werkgever ook. Sterker nog, het lijkt er op dat de werkgever steeds vaker de touwtjes in handen wil houden. Oftewel: wat wil de werkgever en wat mag de zakelijke rijder (nog)? Welke keuzes worden gemaakt, nu en in de toekomst, op het gebied van de zakenauto en andere mobiliteitsaspecten? Voor de 2015-editie is deze lijn vast gehouden en wordt bovendien bijzondere aandacht geschonken aan:

- Flexibilisering zakelijke mobiliteitsoplossingen
- Betalen naar gebruik
- Inzet van sturingsmechanismen door de werkgever en de effectiviteit ervan
- Verkrijgen van klantinzicht met betrekking tot oriëntatie, keuze en inkoop van zakelijke mobiliteit
- Rol van connectiviteit en telematica; visie op connectiviteit, telematica en privacy.

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

5.2 Verantwoording

Er zijn twee onderzoeken uitgevoerd:

1. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2015 – BEDRIJVEN
2. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2015 – BERIJDEERS

Beide onderzoeken hebben plaatsgevonden door middel van een internet-enquete in de periode mei - juni 2015. Indien een e-mail-adres 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.

Response

Bedrijvenonderzoek

Aantal respondenten:	405
Aantal volledig ingevulde vragenlijsten:	264

Berijdersonderzoek

Aantal respondenten:	3.611
Aantal volledig ingevulde vragenlijsten:	2.894

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

Ruim 3.600 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 92 procent relatief hoog. Dankzij de hoge response en de voldoende hoge aantallen rijders met een zakenauto die eigendom is van het bedrijf, kunnen desondanks resultaten goed geïnterpreteerd en indien nodig verbijzonderd worden.

5.3 Opzet rapportage/NZO-dashboard

De rapportage is in vijf delen opgesplitst:

1. Belangrijkste conclusies
2. Marktanalyse o.b.v. Auto Connect Dashboard
3. Samenvatting Berijdersonderzoek
4. Samenvatting Bedrijvensonderzoek
5. Verantwoording van het onderzoek

Interesse in gedetailleerde informatie en/of andere dwarsdoorsneden? Met het NZO wordt enorm veel data verzameld. Daarvan is (slechts) een deel terug te vinden in deze rapportage. Uitgebreide onderzoeksresultaten en gedetailleerde analyses kunt u nu zelf genereren in het NZO-dashboard. Via een zeer gebruiksvriendelijke webbased tool selecteert u vragen/onderwerpen waarvan u meer wilt weten. U kunt zelfs dwarsverbanden of crossings aanbrengen in de resultaten. Het enige wat u nodig heeft, is een licentie om toegang te krijgen tot het NZO-dashboard.

Via de websites van Automobiel Management www.automobielmanagement.nl/NZO vindt u alle informatie.



Colofon

Nationaal Zakenauto Onderzoek 2015

24 september 2015

NZO 2015 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

Eric Vousten – principal researcher

Redactie

Automobiel Management – Deventer

Illustratie omslag: Luuk Poorthuis – Diemen

Opmaak: BureauOMA – Wehl

Druk

Drukkerij Roelofs – Enschede



NATIONAAL
ZAKENAUTO
ONDERZOEK
2015

ZAKENAUTO IN NEDERLAND

DATA - ANALYSES - TRENDS