



NATIONAAL
ZAKENAUTO
ONDERZOEK
2016

ZAKENAUTO IN NEDERLAND

DATA - ANALYSES - TRENDS

NATIONAAL ZAKENAUTO ONDERZOEK 2016
DATA - ANALYSES - TRENDS

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

Inhoud

Voorwoord	5	3.2.1 Huidige zakenauto: merk, model & bijtellingscategorie	20
		3.2.2 Net Promoter Score (aanbeveling)	21
Hoofdstuk 1 Belangrijkste conclusies	6	3.2.3 Invloedsfactoren op de keuze van de zakenauto	22
		3.2.4 Als u MORGEN uw VOLGENDE zakenauto mag kiezen?	23
Hoofdstuk 2 Marktanalyse op basis van AutoMotive Dashboard	10	3.2.5 Rangorde automerken op basis van Loyaliteit	24
2.1 De zakelijke markt	11	3.2.6 Rangorde automerken op basis van de Attractiviteitsindex	25
2.2 De zakelijke markt - een aantal kenmerken	12	3.2.7 Als u IN 2017 uw VOLGENDE zakenauto mag kiezen?	26
2.3 De zakelijke markt - merkposities	13	3.3 De auto als arbeidsvoorwaarde	27
		3.4 Alternatieve mobiliteitsvormen	29
Hoofdstuk 3 Samenvatting Berijdersonderzoek	14	3.4.1 Gebruik	30
3.1 Nieuwe bijtellingsregels	16	3.4.2 Intentie tot gebruik	31
3.1.1 Nieuwe bijtellingsregels – mening	17	3.5 Mobiliteitsbudget	32
3.1.2 Nieuwe bijtellingsregels - het leasecontract	18	3.5.1 Gebruik	34
3.2 Huidige en volgende zakenauto	19	3.5.2 Intentie tot gebruik	35

Voorwoord

Met het Nationaal Zakenauto Onderzoek geven de drie partners jaarlijks een heldere inkijk in de markt van de zakelijke rijder. De initiatiefnemers Automobiel Management, RDC|Centraal Bureau Mobiliteit Informatie en de Vereniging van Nederlandse Autolease-maatschappijen (VNA) hebben naast een actuele samenvatting van de omvang en bewegingen van deze markt gekeken naar de gevolgen van het toekomstige belastingregime. Iets wat een behoorlijke verschuiving in de voorkeuren van de zakelijke rijders laat zien. De ruim drieëneenhalfduizend respondenten en de ruim zevenhonderd bedrijven die bevestigd zijn lijken de wissels te verzetten en voorzichtig een andere koers te varen. Het onderzoek en de rapportage lagen in de vertrouwde handen van Eric Vousten van VMS|Insight.

Naast de gevolgen van de veranderingen van het fiscale regime zien we de opkomst van privélease. Door de automobiemarkt omarmd als een nieuwe loot die nieuwe impulsen aan de markt zal geven. Niet geheel uit de lucht gegrepen. De Nederlander lijkt privélease als een serieus alternatief te beschouwen ten opzichte van een auto kopen. De zakelijke rijder is hierin terughoudender. Hij/zij blijft graag trouw aan de huidige constructie met een leaseauto. Wel staat de berijder vaker open voor nieuwe mobiliteitsvergoedingen. Het mobiliteitsbudget vindt langzaam, maar gestaag zijn weg.

Zoals gezegd blijft de auto favoriet nummer één, maar de voorkeursposities van merken zijn sterk aan verandering onderhevig. Zeker nu de fiscaliteit een kleinere rol gaat spelen en het economische tij een stuk vriendelijker is. Merken die 'weg' waren omdat het motorengamma fiscaal slecht uitpakte, vinden de weg terug en staan bij velen weer op het verlanglijstje.

Deze uitgave van het NZO 2016 geeft veel informatie over de zakelijke markt. Mocht u eventueel een verdere verdieping op bijvoorbeeld merkniveau willen dan kunt u contact opnemen met Eric Vousten.

Namens de samenstellers:

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

CONCLUSIES NZO 2016

1. Nieuwe bijtellingsregels: bedrijven blij, berijders ontevreden

- Bedrijven zijn tevreden over de vereenvoudiging van de nieuwe bijtellingsregels, ze leiden per saldo tot meer 'rust' in het bedrijf. Werkgevers verwachten dat veel medewerkers andere keuzes zullen gaan maken. Vooral de grote werkgevers faciliteren hun medewerkers met het aanbieden van meerdere keuzemogelijkheden/flexibiliteit.
- Driekwart van de zakelijke rijders is niet blij met de nieuwe bijtellingsregels, vooral vanwege de hogere fiscale bijtelling bij een volgende auto. Een derde verwacht andere keuzes te gaan maken in hun zakelijke mobiliteit. En dan gaat het vooral om een andere autokeuze. Bij doorvragen blijkt dat deze groep niet vaker dan gemiddeld concrete intenties heeft om zaken echt anders aan te pakken.
- Er zijn twee groepen te onderscheiden. De eerste groep zoekt naar de laagste bijtelling (skosten) door te kiezen voor een elektrische auto of een auto met een lagere catalogusprijs, of door de auto niet meer privé te rijden en zo de bijtelling te ontlopen. De andere groep gaat juist op zoek naar een nieuwe balans in (bijtellings)prijs/prestatie: er is meer ruimte voor emotie en persoonlijke voorkeur.

2. De keuze wordt weer reuze: meer aandacht voor de auto zélf en (opmerkelijk) voor de service van de dealer.

- Bij de keuze voor een zakelijke auto nemen emotionele factoren (weer) in belang toe, maar bijtelling blijft nog steeds een belangrijke overweging. Opvallend is dat de 'service van de dealer' veel belangrijker wordt, wellicht omdat hierop de afgelopen jaren het gemakkelijkst is 'ingeleverd' ten gunste van een lagere bijtelling.
- De gemiddelde loyaliteit van alle merken tezamen is 43%: Dit betekent dat gemiddeld 43 van de 100 respondenten hetzelfde merk zullen kiezen als waar ze nu in rijden. Per merk zijn er stevige verschillen te constateren.
- De attractiviteit van merken wordt nu veel minder bepaald door een gunstige bijtelling. Merken met plug-in hybrides die in 2014 en 2015 hoog scoorden op de attractiviteitsladder, vallen nu sterk terug (bijvoorbeeld Mitsubishi, maar ook Volvo). Een sterk imago en/of nieuwe modelintroducties en/of aansprekende reclamecampagnes lijken een grotere invloed te hebben op de aantrekkelijkheid van een automerk.

3. Vooral berijders die nu al een auto met gunstige bijtelling rijden, vinden volledig elektrische voertuigen aantrekkelijk.

- Als de zakelijke rijders uit het onderzoek MORGEN een nieuwe auto zouden mogen kiezen, staan Volvo, Volkswagen, BMW en Audi hoog op het verlanglijstje. De meeste berijders zouden dan een auto uit de 21% bijtellingsklasse kiezen. Voor lage bijtelling (4% of 15%) wordt voornamelijk gekozen door berijders die nu al een auto met gunstige bijtelling rijden.
- Het marktsentiment ziet er anders uit als de zakelijke rijders NA 1/1/2017 een nieuwe auto zouden mogen kiezen.
 - Het lijkt erop dat de respondenten veel merken na 1/1/2017 minder aantrekkelijk vinden. Tesla, Alfa Romeo, Jaguar, Landrover, Nissan, Mercedes-Benz en BMW mogen zich echter verheugen in een warme belangstelling.
 - Traditionele brandstoffen zijn populair. Volledig elektrisch neemt sterk toe. Plug-in hybride neemt in populariteit af.
 - Veruit de meeste berijders zouden een auto met 22% bijtelling kiezen. Voornamelijk berijders die nu al een auto met een gunstige bijtelling rijden,

kiezen voor een volledig elektrische auto.

- Overigens bestaat de groep die nog niet weet voor welke bijtellingscategorie te kiezen voornamelijk bestaat uit bestuurders van een auto in een lage bijtellingscategorie. Blijkbaar is bijtelling voor hen een serieuzer keuze probleem.

4. Actief merkbeperkingsbeleid leidt tot stevige verschuivingen op de shortlist

- Vooral bedrijven met een wagenpark groter dan 100 voertuigen beperken het aantal merken. Audi, Skoda en BMW hebben hun positie verbeterd. Renault, Peugeot, Ford en Seat staan minder vaak 'op de lijst'. VW staat overigens ongewijzigd op de eerste plaats.

5. Meer ruimte voor alternatieve vervoersvormen, maar weinig effectief gebruik

- Alternatieve vervoersvormen worden weliswaar steeds vaker mogelijk gemaakt door werkgevers, maar zullen een kleine rol blijven spelen. Zo verwacht slechts 14% van de bedrijven dat het OV-gebruik de komende drie jaar zal verdubbelen. Van de bedrijven met meer dan 1.000 werknemers verwacht ongeveer een derde dat het gebruik van alternatieve vormen over drie jaar is verdubbeld.

6. Het mobiliteitsbudget wordt vaker aangeboden en zakelijke rijders hebben vaker de intentie om daarvan gebruik te maken.

- Het mobiliteitsbudget lijkt met een opmars bezig te zijn: 20% van alle bedrijven (50% van de grote bedrijven) acht de kans groot dat dit de komende drie jaar wordt aangeboden. De verwachting is dat de nieuwe bijtellingsregels een positieve impuls geven aan het mobiliteitsbudget. De zakelijke rijder kan dan zelf zijn mobiliteit inrichten en zo de fiscale bijtelling ontlopen.
- Het aantal gebruikers van een mobiliteitsbudget is gestegen naar 4,3% (was in 2015: 3%). Van alle zakelijke rijders overweegt 27% een mobiliteitsbudget te kiezen. Dat is vrijwel gelijk aan 2015. Bij de groep die interesse heeft, is de concrete intentie om de komende 3 jaar te kiezen voor een mobiliteitsbudget 7%. Voor de totale respondentengroep is deze intentie 4%.

7. De zakelijke rijder loopt niet warm voor privélease

- De bekendheid van het product privélease is verder toegenomen tot 97%. Van alle respondenten maakt 2,5% gebruik van privélease voor zakelijke doeleinden (t.o.v. 1% in 2015).

- De privélease-gebruiker voldoet vaak aan de volgende kenmerken: is minder afhankelijk van de auto als vervoersmiddel, werkt vaker op een vast kantooradres, rijdt iets minder kilometers per jaar, is vaker zzp'er of zelfstandige, kiest een iets duurdere auto waarbij vaker met het 'hart' wordt gekozen.
- Een vijfde van alle zakelijke rijders staat in principe positief tegenover privélease (gelijk aan 2015). Van deze groep geeft 10% aan de komende drie jaar waarschijnlijk tot zeer waarschijnlijk gebruik te gaan maken van privélease voor zakelijke doeleinden. Voor privédoeleinden is deze intentie 15%. Voor de totale respondentengroep zijn deze percentages resp. 4% en 5%.
- Het verwachte toenemende gebruik van het mobiliteitsbudget (onder andere om de hogere fiscale bijtelling te ontlopen vanaf 2017) kan zeker positieve gevolgen hebben voor privélease.

8. Het belang van de zakenauto als arbeidsvoorwaarde neemt (weer) toe

- De zakenauto is nog steeds een belangrijke secundaire arbeidsvoorwaarde voor werkgevers en werknemers. Kleinere bedrijven houden vaak traditioneel vast aan alleen de zakenauto terwijl (vooral) grote bedrijven een scala aan mobiliteits-opties willen bieden.

- Uit alle metingen komt naar voren dat steeds meer rekening wordt gehouden met de medewerker (lees: de zakelijke rijder) en dat bij de invulling van het mobiliteitsbeleid, 'medewerkerstevredenheid' het belangrijkste speerpunt is geworden ná 'kosten voor het bedrijf'.

9. Belangrijke ontwikkelingen op het gebied van mobiliteit voor de komende drie jaar, volgens de bedrijven:

Modern mobiliteitsbeleid is een employee benefit die inspeelt op de flexibilisering van arbeid en mobiliteit .

- De algemene verwachting is dat flexibilisering van arbeid en mobiliteit voor steeds meer verandering zorgt in het mobiliteitsbeleid.
- Bij de inrichting van het mobiliteitsbeleid neemt medewerkerstevredenheid een bijzonder hoge positie in (10%-punten hoger dan vorig jaar).
- Volgens werkgevers staan medewerkers steeds vaker open voor andere vervoersvormen dan de zakenauto alléén.

De belangrijkste uitdagingen voor de toekomst: elektrificering en flexibilisering.

Bedrijven zien op de wat langere termijn (3 jaar) als grootste veranderingen op zich af komen: elektrifi-

cering van het wagenpark (op één) en flexibilisering van mobiliteit (op twee).

Minder zakenauto's.

Aanzienlijk méér vertegenwoordigers van bedrijven dan in 2015 voorzien dat het totaal aantal zakenauto's in hun bedrijf zal afnemen

IFRS: wel op de agenda maar wordt niet gezien als disruptor.

- 17% van de onderzochte bedrijven volgt IFRS. Opmerkelijk, omdat dit aandeel veel hoger is dan het aandeel beursgenoteerde ondernemingen waarvoor de richtlijn bindend wordt. IFRS kan ook vrijwillig gevolgd worden.
- Van alle bedrijven die IFRS volgen, verwacht meer dan 60% geen implicaties voor de inrichting van (auto)mobiliteit. Ruim 20% weet het nog niet. Ook bij de grote bedrijven wordt opmerkelijk vaak verwacht dat IFRS geen invloed zal hebben op de wijze waarop het bedrijf omgaat met (auto) mobiliteit.

Hoofdstuk 2

Marktanalyse op basis van AutoMotive Dashboard

In dit hoofdstuk worden de trends in de automarkt voor zakelijk gebruikte personenauto's behandeld. Hiervoor is gebruik gemaakt van AutoMotive Dashboard van RDC - een geïntegreerd platform met databases en functionaliteit voor het analyseren van statistische automotive data. In dit deel wordt een aantal wetenswaardigheden met betrekking tot het onderwerp zakenauto gepresenteerd.

Alle data hebben betrekking op geregistreerde personenauto's tot en met 07/2016.

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 het commercieel gebruik. Dit behoeft enige toelichting:

- De segmenten klein zakelijk, fleetowner, leasemaatschappij en rental bestaan volledig uit auto's met een zakelijke bestemming.
- Het RTL-register (Registratie Tenaamstelling Leasemaatschappij) stelt leasemaatschappijen in staat om voertuigen

in het kentekenregister van de RDW op naam van de lessee of haar bestuurders te registreren, terwijl de leasemaatschappij een aantal kentekenhouderverplichtingen op zich kan nemen. De lessee kan zakelijk zijn of particulier (bij privélease).

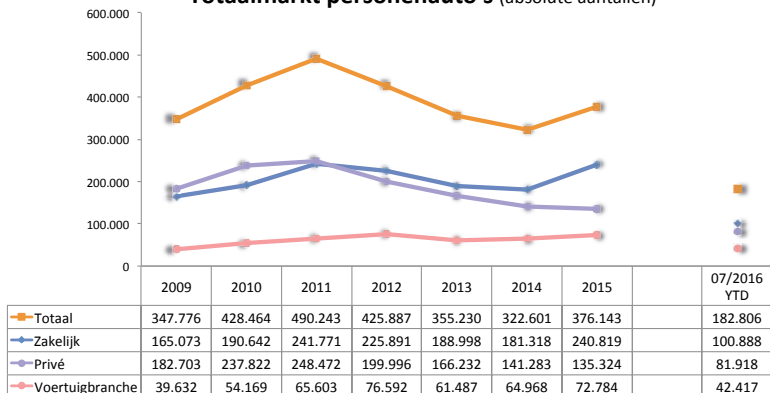
- Het aantal zelfstandigen/zzp'ers is inmiddels aanzienlijk. Velen van hen hebben een zakelijke auto. Deze auto's zijn niet als zodanig te herkennen in de statistiek omdat auto's van eenmanszaken automatisch worden geregistreerd onder privé.

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

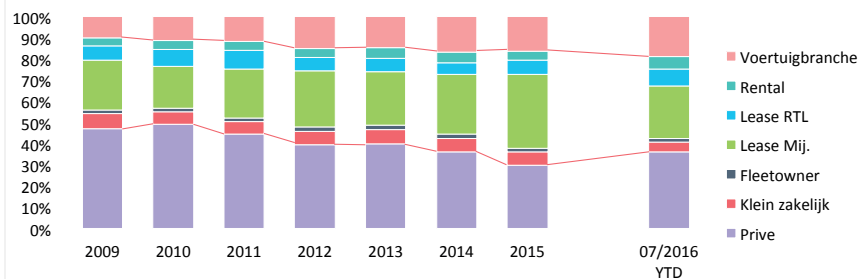
Kortom: registraties volgens de definitie van een zakelijke auto zijn niet volledig uit de statistiek te herleiden. Met inachtneming van bovenstaande nuanceringen geeft clustering van de vijf segmenten (klein zakelijk, fleetowner, leasemaatschappij, lease RTL en rental) het meest zuivere beeld.

2.1 De zakelijke markt

Totaalmarkt personenauto's (absolute aantallen)



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



De zakelijke markt is een optelling van de volgende segmenten:

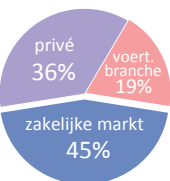
- Klein zakelijk
- Fleetowner
- Leasemaatschappij
- Lease RTL
- Rental

Privélease kan onder Leasemaatschappij of Lease RTL worden geregistreerd, maar is feitelijk Privé

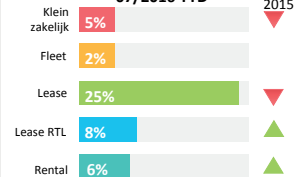


- Het aandeel zakelijke personenauto's is de afgelopen jaren toegenomen. Vooral de (veranderingen in de) fiscale bijtellingsklassen hebben er voor gezorgd dat het zakelijk aandeel in 2015 zelfs is toegenomen tot 54% van de totaalmarkt. Per 07/2016 Year to Date (YTD) is het zakelijk aandeel 45%.
- Vanwege de eindsprint einde 2015, neemt tot en met 07/2016 het aandeel lease en kleinzakelijk af.
- Desondanks is leasing veruit het belangrijkste segment met 33% van alle (zakelijke én privé) registraties.

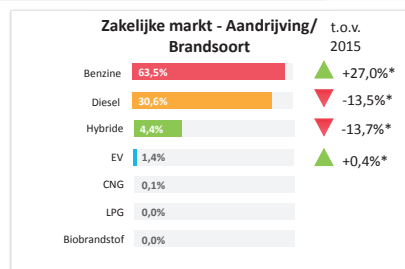
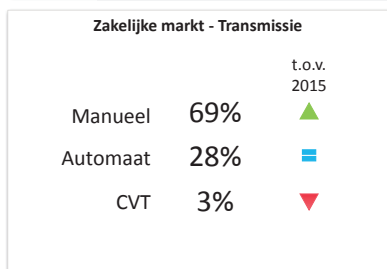
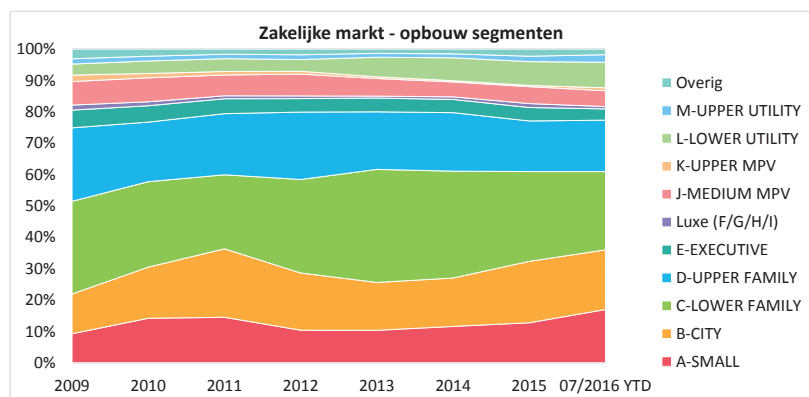
Markt Personenauto's 07/2016 YTD



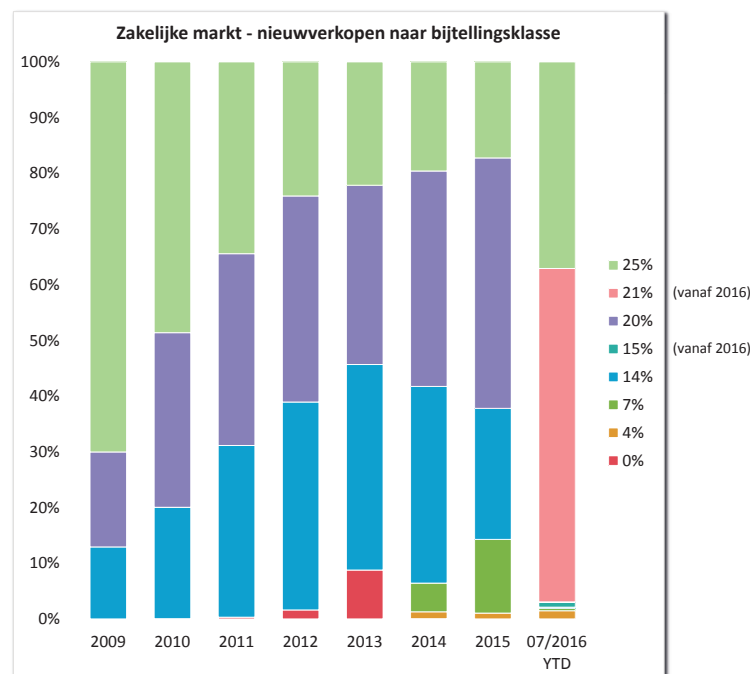
Grootte zakelijke segmenten 07/2016 YTD t.o.v. 2015



2.2 De zakelijke markt - een aantal kenmerken



*Dit betreft een verschil in procentpunten

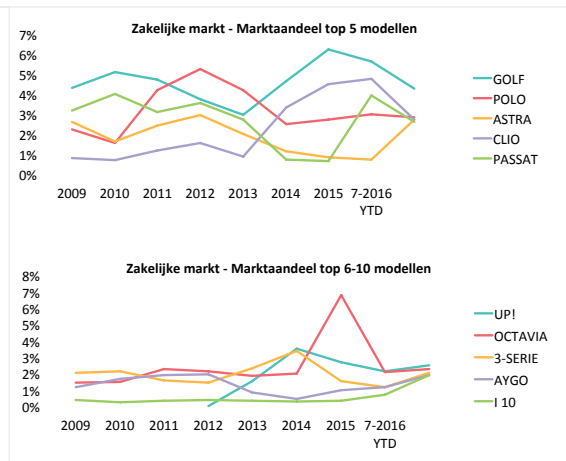
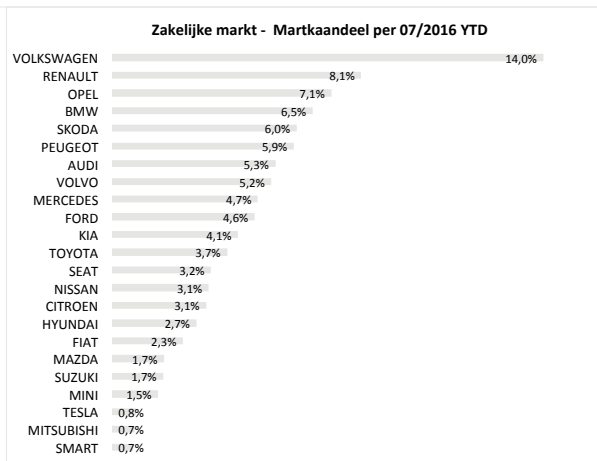
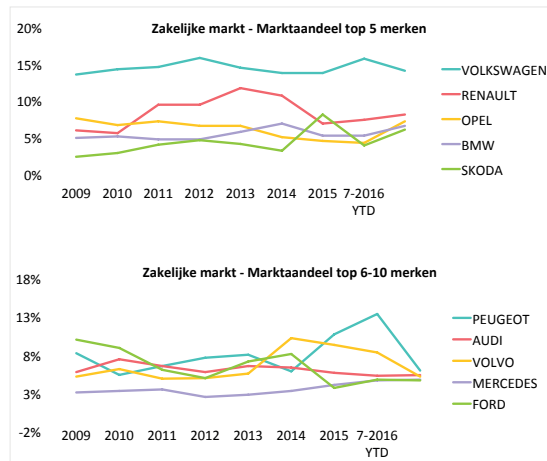


- In de zakelijke markt groeien het A- en B-segment ten koste van het C-segment.
- Het L-segment (Lower Utility) neemt gestaag in omvang toe. Door de vraag naar dit soort auto's en het almaar groter wordende aanbod van Tiguan- en Sportage-achtige SUV's, zal de groei van dit segment continueren.
- De opkomst van de plug-in hybride heeft (zeker in 2014 en 2015) gezorgd voor een sterke verschuiving van handmatige transmissie naar automatische transmissie en CVT en van de traditionele brandstoffen naar (semi-)elektrische aandrijving. Tot en met 07/2016 is

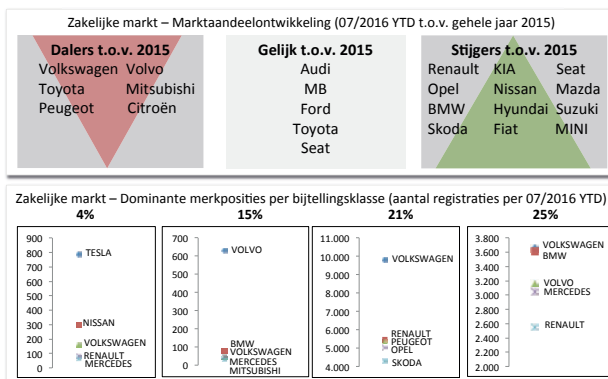
weer een sterke verschuiving in omgekeerde richting zichtbaar: Met name het aandeel benzine is sterk toegenomen.

- Met betrekking tot bijtellingsklassen is op te merken dat in 2016 het aandeel EV (met 4% bijtelling) licht toeneemt maar dat plug-in hybride (met 7% bijtelling in 2015 en 15% bijtelling in 2016) zeer sterk terugvalt (van resp. 13% in 2015 naar 1% per 07/2016 YTD).

2.3 De zakelijke markt - merkposities



- Het marktaandeel van Volkswagen is weliswaar gedaald van 16,5% naar 14,0% per 07/2016 YTD, maar daarmee bezet het merk nog steeds, met ruime afstand, de eerste plaats op de zakelijke markt.
- In de top-5 ontwikkelen Renault, Opel, BMW en Skoda zich positief ten opzichte van 2015. De hoogvliegers van 2015, Peugeot en Volvo, zijn uit de top-5 verdwenen.
- Per bijtellingsklasse zijn de rangordes opmerkelijk: In de 25%-klasse is de markt redelijk verdeeld, in de 21%-klasse is het vooral Volkswagen die de dienst uitmaakt



en in het segment met 15% bijtelling is het Volvo die met kop en schouders boven de concurrenten uitsteekt.

Hoofdstuk 3

BERIJDERSONDERZOEK

Dit hoofdstuk is een samenvatting van het berijdersonderzoek van het NZO 2016.

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 3.500 berijders deelgenomen. Alle respondenten rijden in een personenauto.



3.1 Nieuwe bijtellingsregels

Met ingang van 1 januari 2017 veranderen de regels voor fiscale bijtelling. Vanaf dat moment zijn er nog maar twee bijtellingscategorieën: 4% voor volledig elektrisch aangedreven personenauto's en 22% voor alle overige personenauto's. Deze nieuwe percentages gelden alleen bij een eerste tennaamstelling van de auto in 2017. Auto's die in (of voor) 2016 voor het eerst tennaamgesteld zijn, behouden

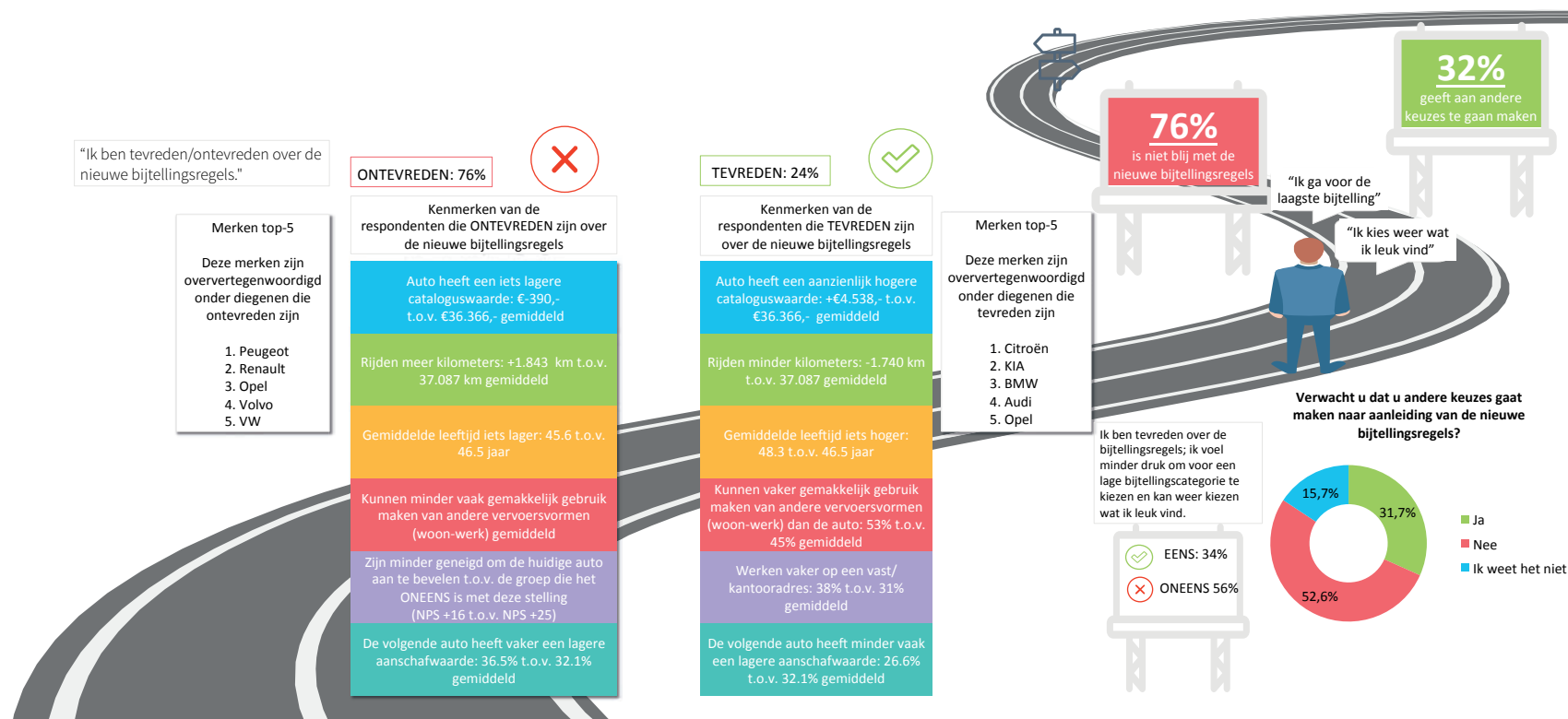
hun eventuele verlaagde bijtelling voor een duur van maximaal 60 maanden. In welke mate zijn de nieuwe bijtellingsregels aanleiding voor de zakelijke rijder om andere keuzes te maken met betrekking tot zakelijke mobiliteit?

In dit hoofdstuk komen de volgende onderwerpen aan bod:

- Wat vindt de zakelijke rijder van de nieuwe bijtellingsregels?
- Worden er andere keuzes gemaakt?
- Indien het leasecontract afloopt in 2016 of 2017: zijn de nieuwe bijtellingsregels aanleiding om de contractsbeëindiging te vervroegen of vertragen, om zo in aanmerking te komen voor een gunstiger bijtellingsstarief?



3.1.1 Nieuwe bijtellingsregels - mening



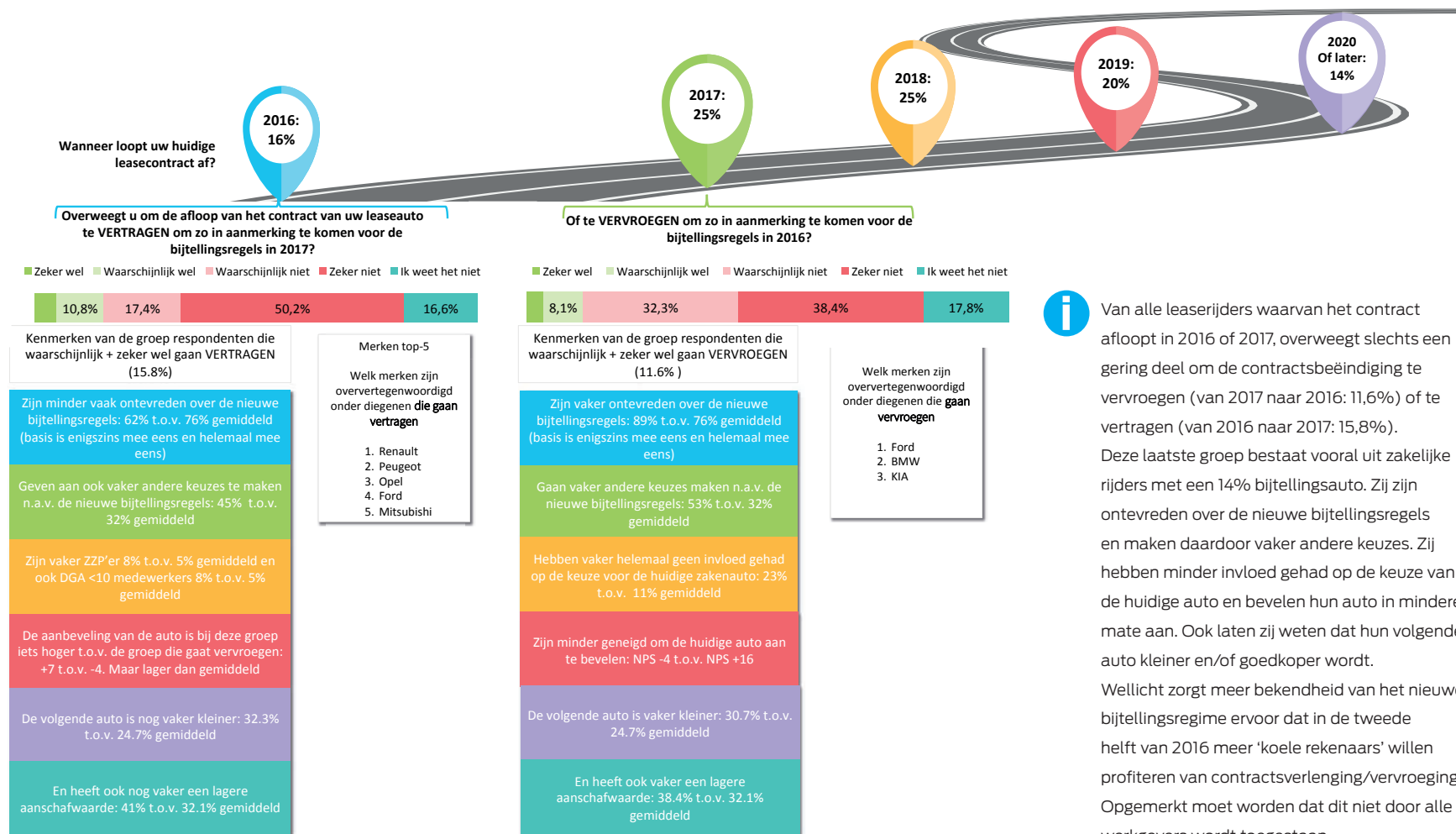
• Driekwart van de zakelijke rijders is niet blij met de nieuwe bijtellingsregels, vooral vanwege de hogere fiscale bijtelling bij een volgende auto. Een derde verwacht dan ook andere keuzes te gaan maken in hun zakelijke mobiliteit. En dan gaat het vooral om een andere auto-keuze. Bij doorvragen blijkt dat deze groep niet vaker

dan gemiddeld concrete intenties heeft om zaken echt anders aan te pakken.

• Er zijn twee groepen te onderscheiden. De eerste groep zoekt naar de laagste bijtelling (skosten) door te kiezen voor een elektrische auto of een auto met een lagere catalogusprijs, of door de auto niet meer privé te rijden

en zo de bijtelling te ontlopen. De andere groep gaat juist op zoek naar een nieuwe balans in (bijtellings)prijs/prestatie: er is meer ruimte voor emotie en persoonlijke voorkeur.

3.1.2 Nieuwe bijtellingsregels - het leasecontract



i Van alle leaserijders waarvan het contract afloopt in 2016 of 2017, overweegt slechts een gering deel om de contractsbeëindiging te vervroegen (van 2017 naar 2016: 11,6%) of te vertragen (van 2016 naar 2017: 15,8%). Deze laatste groep bestaat vooral uit zakelijke rijders met een 14% bijtellingsauto. Zij zijn ontevreden over de nieuwe bijtellingsregels en maken daardoor vaker andere keuzes. Zij hebben minder invloed gehad op de keuze van de huidige auto en bevelen hun auto in mindere mate aan. Ook laten zij weten dat hun volgende auto kleiner en/of goedkoper wordt. Wellicht zorgt meer bekendheid van het nieuwe bijtellingsregime ervoor dat in de tweede helft van 2016 meer 'koele rekenaars' willen profiteren van contractsverlenging/vervroeging. Opgemerkt moet worden dat dit niet door alle werkgevers wordt toegestaan.

3.2 Huidige en volgende zakenauto

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 behalen. Door de gebruikte methodiek in combinatie met de grootte en de samenstelling van de respondentengroep levert het NZO inmiddels een betrouwbare indicatie op voor de toekomstige marktposities. Ook dit jaar is traditiegetrouw het marktsentiment in kaart gebracht.

Om loyaliteit en attractiviteit te kunnen meten zijn vragen gesteld over de huidige auto en over de volgende auto, ervan uitgaande dat die morgen zou mogen worden gekozen.

Omdat de nieuwe bijtellingsregels naar verwachting grote gevolgen hebben voor het keuzegedrag van zakelijke rijders, is (na een korte toelichting over de nieuwe bijtellingsregels) ook gevraagd welke keuze ná 1 januari 2017 zal worden gemaakt.

Verder is de tevredenheid van merken gemeten en uitgedrukt in de NPS (Net Promoter Score, of aanbeveling). En is het belang van 18 aspecten (invloedsfactoren) op de keuze van de zakenauto in een spinnenweb weergegeven.

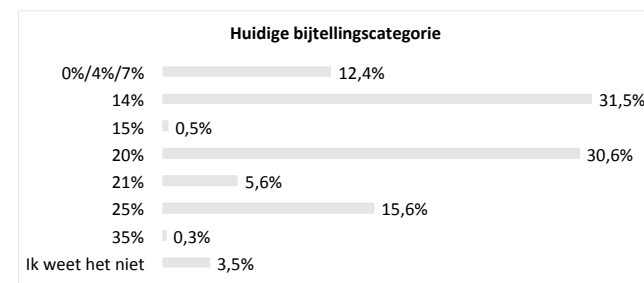
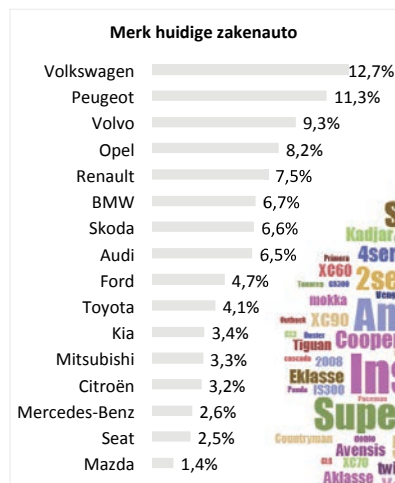


Achtereenvolgens komen in dit hoofdstuk aan de orde:

- Huidige zakenauto: merk, model, bijtellingsklasse
- Net Promoter Score (aanbeveling)
- Invloedsfactoren op de keuze van de zakenauto
- Als u MORGEN uw volgende zakenauto mag kiezen?

- Volgende auto, bijtelling, brandstof/aandrijfsoort
- Loyaliteit, attractiviteit
- Als u in 2017 (na invoering van de nieuwe bijtellingsregels) uw volgende zakenauto mag kiezen?
- Volgende auto, bijtelling, brandstof/aandrijfsoort

3.2.1 Huidige zakenauto: merk, model & bijtellingscategorie



Heeft u een bijtelling voor uw auto van de zaak (in 2016)?



JA: 91%



NEE: 9%



En volgend jaar (in 2017)?



JA: 82%



NEE: 14%

4% weet het nog niet



- De opbouw van automerken van de respondenten komt aardig overeen met de daadwerkelijke verhouding in de markt.
- Ruim 80% heeft een auto uit een gunstige bijtellingsklasse. Slechts 15,6% heeft een auto met 25% bijtelling.
- Bijna een op de tien zakelijke rijders rijdt niet privé met de

auto en heeft geen bijtelling voor de auto van de zaak. Dat is hetzelfde beeld als vorig jaar. Opvallend is dat naar de toekomst toe, een aanmerkelijk groter aandeel (14%) verwacht niet (meer) privé met de zakenauto te rijden om zo de bijtelling te ontlopen.

3.2.2 Net Promoter Score (aanbeveling)

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

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

Berekening van de Net Promoter Score

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

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

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



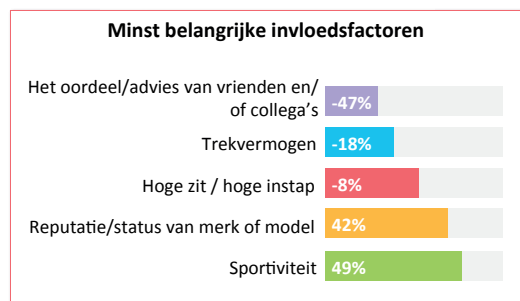
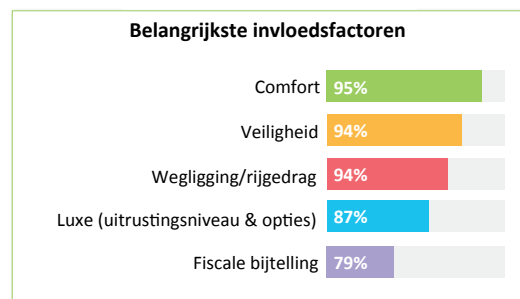
NPS per merk:

Alfa Romeo ☹️ +6	Audi 😊 +25	BMW 😊 +44	Citroën ☹️ +9	Ford 😊 +10	Mercedes-Benz 😊 +39	Mitsubishi 😊 +10	
Opel ☹️ +5	Peugeot ☹️ +4	Renault ☹️ -7	Seat ☹️ -2	Skoda 😊 +30	Toyota 😊 +11	Volkswagen 😊 +24	Volvo 😊 +25



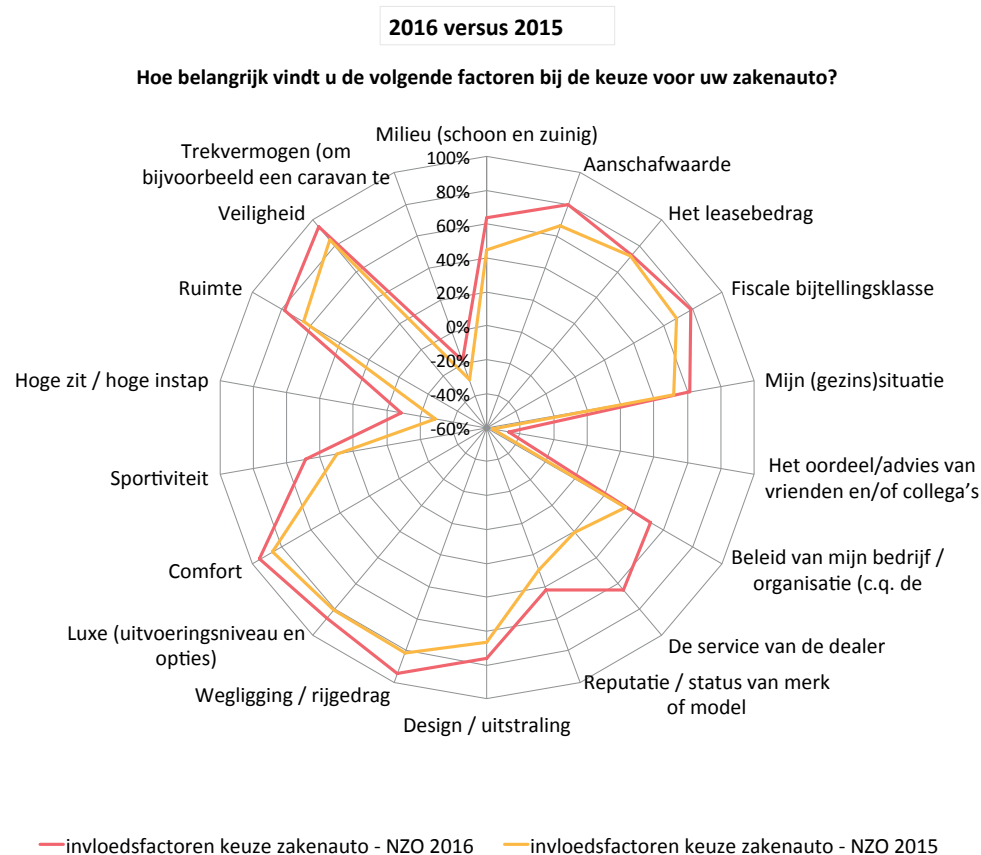
- De gemiddelde NPS is +16; gelijk aan de meting in 2015.
- Per merk zijn soms grote verschillen zichtbaar: De premiummerken staan bovenaan maar leveren allemaal (op BMW na) punten in. De NPS van Opel, Toyota en Volkswagen is toegenomen. Van Peugeot en Renault afgenomen.

3.2.3 Invloedsfactoren op de keuze van de zakenauto

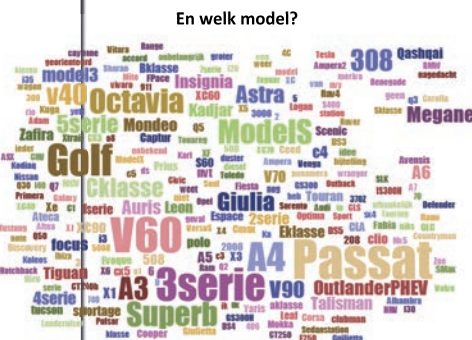
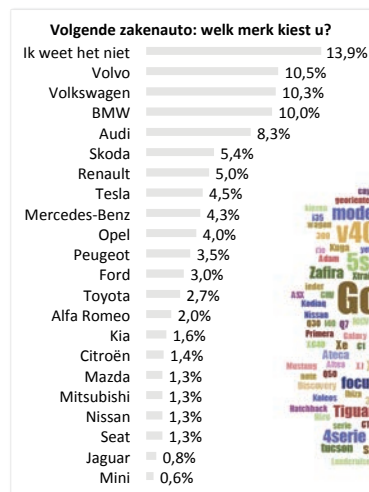


i De auto doet er weer toe: emotionele factoren nemen (weer) in belang toe, maar bijtelling blijft nog steeds een belangrijke overweging.

Opvallend is dat de invloedsfactor 'service van de dealer' sterk in belang toeneemt. Een verklaring hiervoor kan zijn dat de (service van de) dealer wellicht de factor is waarop de afgelopen jaren het gemakkelijker is 'ingeleverd' ten gunste van een lagere bijtelling.



3.2.4 Als u MORGEN uw VOLGENDE zakenauto mag kiezen?



Bijtelling huidige auto	Bijtelling volgende auto	Aandeel
0%/4%/7%	4%	31%
	15%	48%
14%	21%	18%
	25%	3%
20%	4%	9%
	15%	29%
25%	21%	59%
	25%	3%
25%	4%	4%
	15%	14%
25%	21%	74%
	25%	8%
25%	4%	4%
	15%	17%
25%	21%	34%
	25%	46%

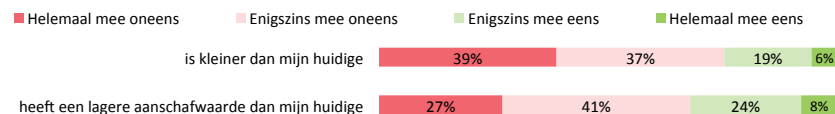
Brandstof/aandrijfsysteem	
Huidige auto	Volgende auto
26%	Benzine 20%
56%	Diesel 41%
1%	Volledig elektrisch 7%
8%	Plug-in hybride 12%
9%	Hybride 9%
Ik weet het nog niet 12%	



- Bijna 14% van de respondenten weet niet welke auto men zou kiezen als men nu voor de keuze zou worden gesteld. 86% heeft een duidelijk beeld van de volgende keuze. Vooral Volvo, Volkswagen, BMW en Audi staan hoog op het verlanglijstje. De doorvertaling naar loyaliteit en attractiviteit per merk is op de volgende bladzijde zichtbaar.
- De meeste bestuurders zouden een auto uit de 21% bijtellingsklasse kiezen. Voor lage bijtelling (4% of 15%) wordt voornamelijk gekozen door bestuurders die nu al een auto met gunstige bijtelling (0%/4%/7% of 14%) rijden.

- De respondenten hebben over het algemeen een duidelijk beeld van de bijtellingskeuze die ze gaan maken: 15% van de bestuurders met een 0%/4%/7% of 14% auto weten het nog niet. Voor bestuurders van een 20% of 25% auto is dit percentage slechts 7%.

Mijn volgende auto...



- Meer dan 60% zou voor een auto met traditionele verbrandingsmotor kiezen.
- Er is een sterk toenemende interesse zichtbaar in volledig elektrisch aangedreven en plug-in hybride voertuigen.

3.2.5 Rangorde automerken op basis van Loyaliteit - NZO 2016



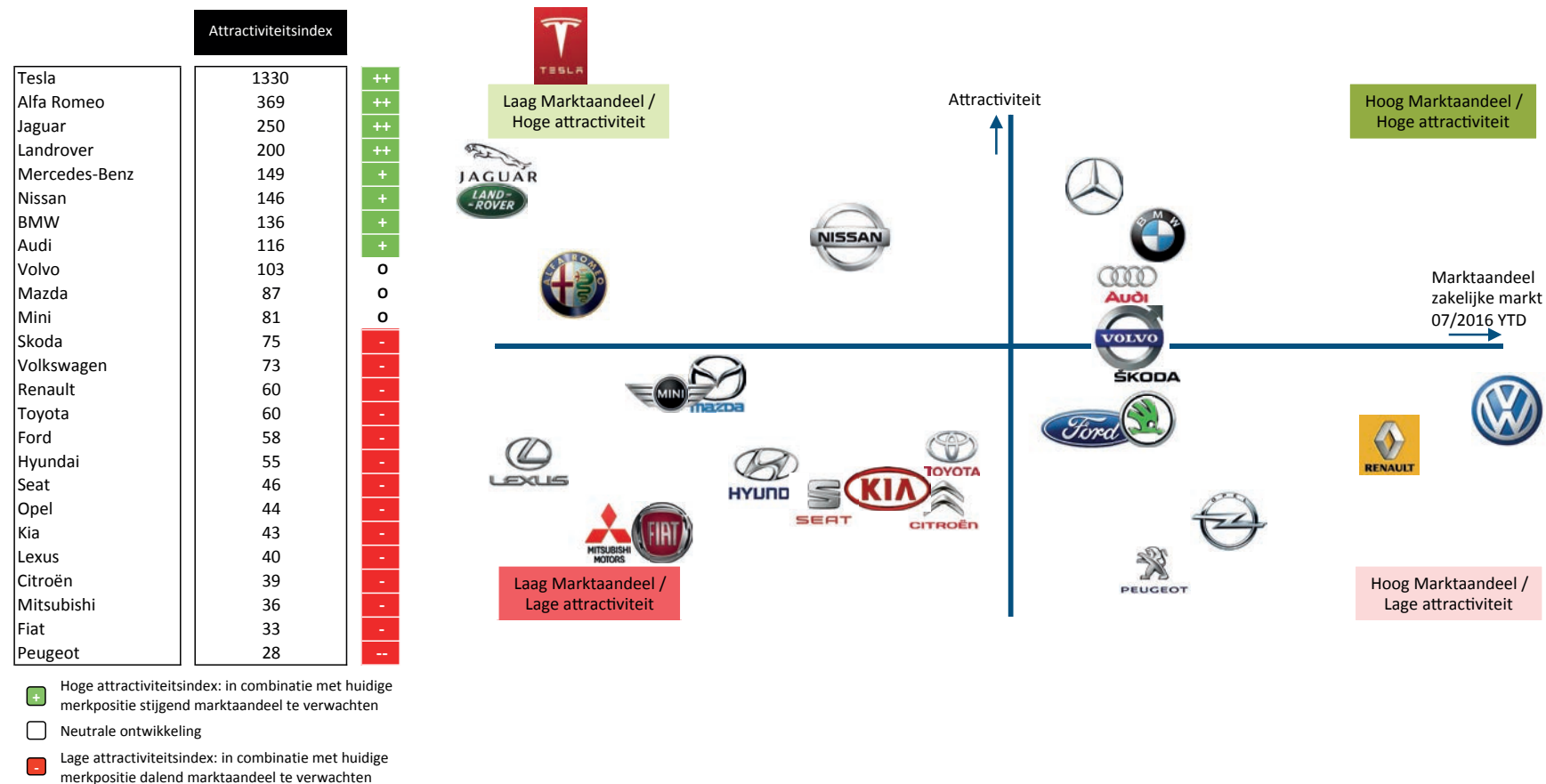
- De gemiddelde loyaliteit van alle merken tesamen is 43%: Dit betekent dat gemiddeld 43 van de 100 respondenten hetzelfde merk zullen kiezen als waar ze nu in rijden. Per merk zijn er stevige verschillen te constateren.
- De attractiviteit van merken wordt veel minder dan voorgaande jaren bepaald door gunstige bijtelling.

Merken met plug-in hybride modellen die in 2014 en 2015 hoog scoorden op de attractiviteitsladder, vallen nu sterk terug (bijvoorbeeld Mitsubishi, maar ook Volvo). Een sterk imago en/of nieuwe modelintroducties en/of aansprekende reclamecampagnes lijken een grotere invloed te hebben op de gepercipieerde aantrekkelijkheid van een automerk.

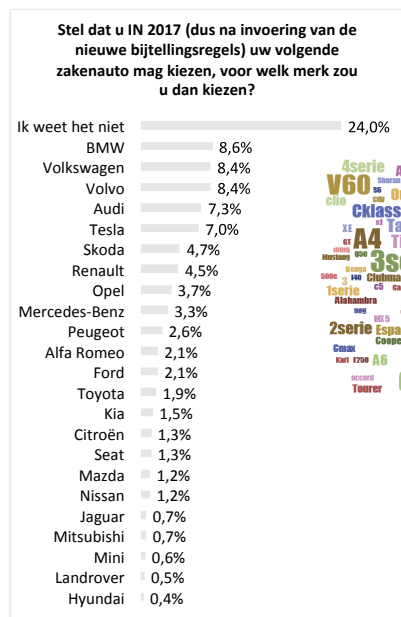
Mijn volgende zakenauto heeft hetzelfde merk als mijn huidige zakenauto

	NZO 2016 (MORGEN kiezen)		NZO 2015		
Tesla	1	80,0%	3	62,5%	↑
BMW	2	69,1%	2	63,0%	↑
Mercedes-Benz	3	67,1%	1	68,6%	→
Alfa Romeo	4	62,5%	18	23,8%	↑
Volvo	5	51,6%	5	50,5%	→
Audi	6	51,4%	4	59,9%	↓
Skoda	7	48,4%	7	48,0%	→
Nissan	8	46,2%	12	32,4%	↑
Toyota	9	44,0%	14	28,4%	↑
Mazda	10	37,0%	8	47,2%	↓
Volkswagen	11	36,6%	6	48,8%	↓
KIA	12	34,5%	11	33,3%	→
Ford	13	33,1%	9	37,2%	↓
Opel	14	28,4%	19	23,7%	↑
Renault	15	24,9%	20	19,8%	↑
Mitsubishi	16	23,1%	13	29,2%	↓
Citroën	17	21,2%	10	35,2%	↓
Hyundai	18	18,2%	15	28,1%	↓
Peugeot	19	18,0%	16	26,6%	↓
Lexus	20	16,7%	17	26,2%	↓

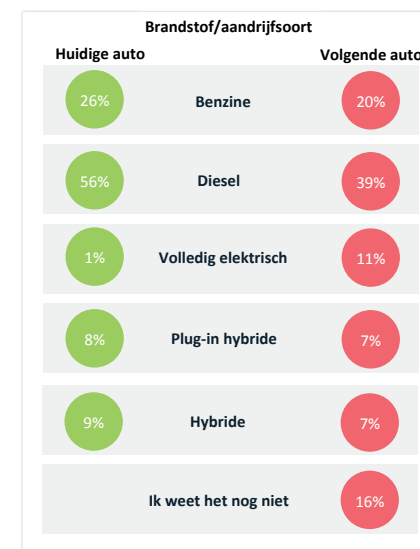
3.2.6 Rangorde automerken op basis van de Attractiviteitsindex – NZO 2016



3.2.7 Als u IN 2017 (na invoering van de nieuwe bijtellingsregels) uw volgende zakenauto mag kiezen, wat kiest u dan?



Bijtelling huidige auto	Bijtelling volgende auto	Aandeel
0%/4%/7%	4%	50%
14%	4%	20%
20%	4%	8%
25%	4%	8%
	22%	92%



- Hoe verder je wordt gevraagd om vooruit te kijken, hoe moeilijker het wordt om een duidelijk beeld te schetsen. Toch hebben we geprobeerd om indicaties te krijgen van het marktsentiment ná de invoering van de nieuwe bijtellingsregels met ingang van 1 januari 2017.
- 24% weet nu nog niet voor welk merk dan te kiezen.
- Het lijkt erop dat de respondenten veel merken na 1/1/2017 minder aantrekkelijk vinden. Tesla, Alfa Romeo, Jaguar, Landrover, Nissan, Mercedes-Benz en BMW mogen zich verheugen in een warme belangstelling.

- Veruit de meeste rijders zouden een auto uit met 22% bijtelling kiezen. In nog sterkere mate geldt dat voornamelijk rijders die nu al een auto met een gunstige bijtelling rijden, kiezen voor een volledig elektrische (4%-bijtellings)auto.
- Overigens bestaat de groep die nog niet weet voor welke bijtellingscategorie te kiezen voornamelijk uit rijders van een auto met een lage bijtellingscategorie (0%/4%/7% of 14%). Van hen heeft respectievelijk 24% en 19% nog geen idee. Blijkbaar is bijtelling voor hen een

serieuzer keuzeprobleem.

- Traditionele brandstoffen zijn populair. Volledig elektrisch neemt sterk toe. Plug-in hybride neemt in populariteit af.
- N.B. Gedetailleerde informatie over loyaliteit en attractiviteit per automerk (bij keuze na 1/1/2017) is op verzoek te verkrijgen bij de redactie van AM of VMS | Insight.

3.3 De auto als arbeidsvoorwaarde

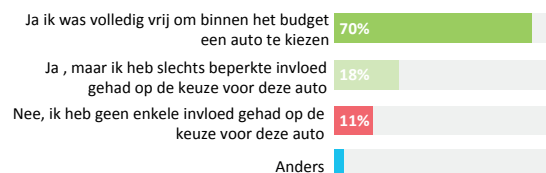
De zakenauto is traditioneel altijd een belangrijke secundaire arbeidsvoorwaarde geweest. Is dat nog steeds zo?

De volgende onderwerpen komen aan bod:

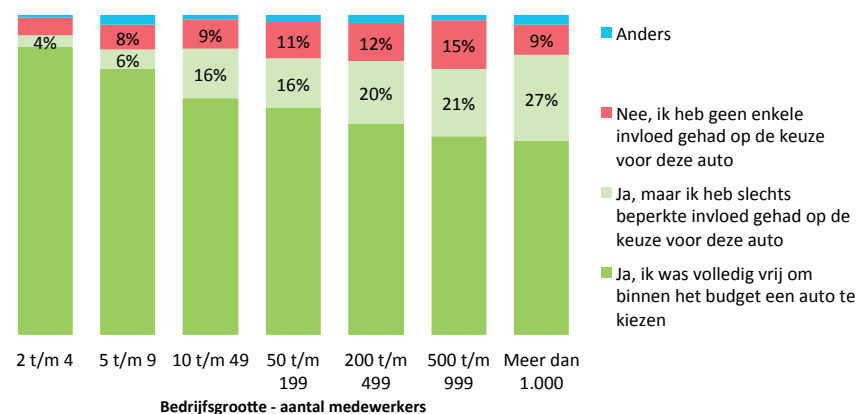
- Wordt de zakelijke rijder beperkt in het maken van een keuze voor de zakenauto? Of is hij geheel vrij in zijn keuze?
- Hoe belangrijk vindt de werkgever de zakenauto, volgens de werknemer?
- Hoe belangrijk is de zakenauto voor de werknemer zélf?

70% van de zakelijke rijders ervaart volledige vrijheid om binnen het budget een auto te kiezen

Heeft u invloed gehad op de keuze voor uw zakenauto?

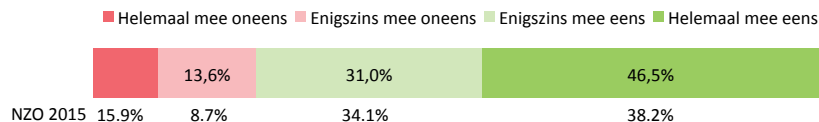


Heeft u invloed gehad op de keuze voor uw zakenauto? (naar bedrijfsgrootte)



78%... Mijn werkgever...

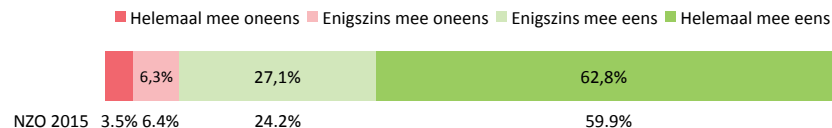
..vindt de zakenauto nog steeds een belangrijke (secundaire) arbeidsvoorwaarde en laat mij behoorlijk vrij in de autokeuze.



- 90% van de zakelijke rijders vindt de zakenauto een belangrijke arbeidsvoorwaarde.
- 78% is van mening dat de werkgever de zakenauto een belangrijke secundaire arbeidsvoorwaarde vindt waarbij de berijder behoorlijk vrij wordt gelaten in het bepalen van de autokeuze.
- Er is een duidelijk onderscheid tussen de groepen die de zakenauto wél (EENS) en niet (ONEENS) als een belangrijke secundaire arbeidsvoorwaarde zien: De oneens-groep staat onverschillig tegenover alle invloedsfactoren die de keuze voor een auto bepalen, met uitzondering van de factoren 'service van de dealer' en 'milieu' (scoren beide even hoog als bij de ja-groep). Men vindt de auto als zodanig dus minder interessant. Opvallend is dat juist deze (oneens-)groep afwijzender tegenover alternatieve mobiliteitsvormen staat dan gemiddeld.

90%... Ik...

..vind de zakenauto een belangrijke arbeidsvoorwaarde



Kenmerken van de respondenten die het helemaal ONEENS zijn met deze stelling

Gemiddeld iets hogere cataloguswaarde: +€1.003,- t.o.v. €36.366,-

Aanbeveling auto is gemiddeld maar lager dan de groep die het wel belangrijk vinden). Deze groep scoort gelijk aan het totaal (+16)

Gemiddeld iets ouder: 48.4 jaar t.o.v. 46.5 jaar

Werken vaker bij kleine bedrijven

Deze groep staat afwijzender tegenover alternatieve vormen, privélease en een mobiliteitsbudget dan diegenen die de auto een hele belangrijke arbeidsvoorwaarde vinden

Beoordeelt vrijwel alle invloedsfactoren op keuze voor de auto als lager m.u.v. 'service van de dealer' en 'milieu'

Kenmerken van de respondenten die het helemaal EENS zijn met deze stelling

Gemiddelde cataloguswaarde: +€908,- t.o.v. totaal van €36.366,-

Eerder geneigd om de auto aan te bevelen. NPS-score +21 t.o.v. +16 gemiddeld

Leeftijd conform gemiddeld

Werken vaker bij grote bedrijven

3.4 Alternatieve mobiliteitsvormen

Alternatieve mobiliteit is een veel voorkomend gespreksonderwerp. Vaak wordt met alternatieven bedoeld: andere mobiliteitsvormen dan de auto. In de praktijk is het gebruik ervan, voor zakelijke doeleinden, nog steeds laag. Ook dit jaar is alternatieve mobiliteit een thema dat terugkomt in het NZO. Wanneer gaat de zakelijke rijder overstag?

In dit hoofdstuk komen de volgende onderwerpen aan bod:

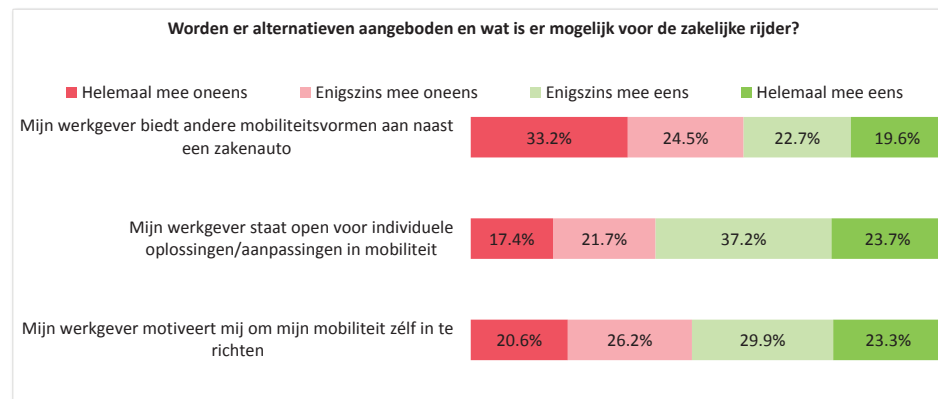
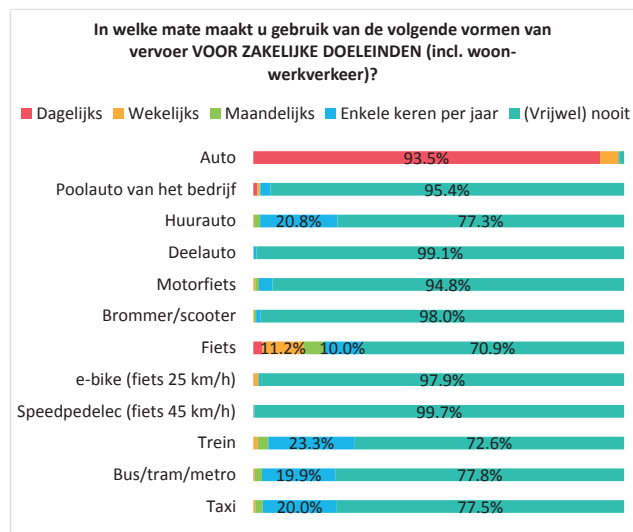
- In welke mate wordt er gebruikgemaakt van mobiliteitsvormen?
- Worden er alternatieven geboden door de werkgever?
- Wat zijn redenen om over te stappen?
- Zijn alternatieve vormen een serieus alternatief?
- Hoe belangrijk is financieel voordeel daarbij?
- Hoe ziet de groep eruit die aangeeft eventueel interesse te hebben in alternatieve mobiliteitsvormen?
- Hoe groot is de kans dat de komende drie jaar daadwerkelijk gebruik wordt gemaakt van alternatieven? Met andere woorden: Wat is de intentie tot gebruik?



In deze rapportage komen de benamingen “poolauto” en “deelauto” aan de orde. Een poolauto is een auto die ter beschikking staat voor medewerkers van een bedrijf of afdeling en waarvan het beheer en de administratie door het

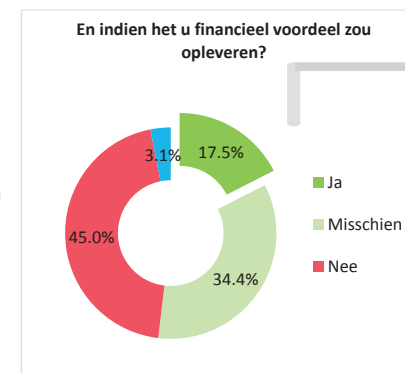
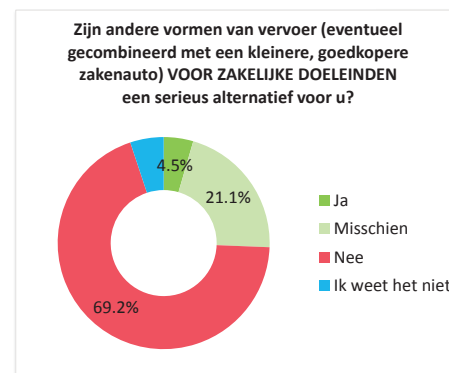
bedrijf zelf wordt geregeld. Een deelauto is een auto die door meerdere mensen na elkaar kan worden gebruikt en waarvan het beheer en de administratie ligt bij een aanbieder van een deelautoconcept.

3.4.1 Alternatieve mobiliteitsvormen - gebruik



Wat zouden redenen kunnen zijn om over te stappen op andere vormen van vervoer VOOR ZAKELIJKE DOELEINDEN?

1. Hoge filedruk waardoor reizen met de auto veel tijd kost (41%)
2. Financieel voordeel (31%)
3. Betere OV voorzieningen (24%)
4. Invoering van 'het nieuwe werken' (18%)



3.4.2 Alternatieve mobiliteitsvormen - intentie tot gebruik

Kenmerken van de respondenten die aangeven andere vormen van vervoer een serieus alternatief te vinden indien het financieel voordeel zou opleveren

Maken vaker andere keuzes n.a.v. de nieuwe bijtellingsregels: 40% t.o.v. 32% gemiddeld

Zijn vaker geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget: 33% t.o.v. 11% gemiddeld

Hebben minder vrijheid om binnen het budget een auto te kiezen: 64% t.o.v. 70% gemiddeld

Bevelen in mindere mate de huidige zakenauto aan: NPS + 13 t.o.v. NPS + 16 gemiddeld en zijn ook minder trouw aan hun merk

Rijden vaker met een goedkopere auto: €-3.198,- t.o.v. €36.366 gemiddeld

Vinden milieu (schoon en zuinig) een aanmerkelijk belangrijkere invloedsfactor op de keuze voor de zakenauto dan gemiddeld

Zijn iets jonger dan gemiddeld: 45,5 jaar t.o.v. 46,5 jaar

Werken vaker bij grote bedrijven

Maken veel vaker deel uit van een tweepersoonshuishouden

De intentie tot gebruik van andere vormen zoals privé-lease en/of een mobiliteitsbudget is hoger dan gemiddeld



INTENTIE TOT GEBRUIK

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

	Huurauto	Deelauto	Poolauto	Fiets	e-Bike	Trein	Bus/tram/metro
Alle RESPONDENTEN NZO 2016	 5%	 1%	 3%	 8%	 5%	 8%	 6%
Groep die interesse heeft in alternatieve vormen	 9%	 5%	 5%	 17%	 6%	 18%	 15%



Voor zakelijke doeleinden is de auto (nog steeds) veruit het belangrijkste vervoermiddel.

De groep die alternatieve vervoersvormen ziet als serieus alternatief is met 17,5% gelijk aan voorgaande jaren.

Deze groep bestaat vaker uit zakelijke rijders die ontevreden zijn over de vrijheid die ze krijgen om een auto uit te kiezen. Zij bevelen in mindere mate hun huidige auto aan, zijn minder trouw aan hun merk, rijden een auto met een gemiddeld lagere catalogusprijs (€33k vs €36k) en geven vaker aan andere keuzes te maken naar aanleiding van de nieuwe

bijtellingsregels. Zij zijn relatief sterk gefocust op de rationele invloedsfactoren (aanschafwaarde, leasebedrag en bijtelling) maar ook milieu en beleid van de organisatie worden als belangrijk benoemd.

Zakelijke rijders die tot deze groep behoren schatten de kans hoog in dat zij de komende drie jaar daadwerkelijk gebruik gaan maken van de fiets of e-Bike (23%) en het OV (33%). Maar ook de huurauto (9%) en de deelauto (5%) zijn populair.

3.5 Mobiliteitsbudget

Bij een mobiliteitsbudget krijgt de zakelijke rijder een budget van de werkgever dat naar eigen inzicht gebruikt mag worden voor mobiliteit. Meestal zijn er wel randvoorwaarden voor de invulling van het budget. Alle zakelijke ritten kunnen volledig ten laste worden gebracht van het mobiliteitsbudget. Het bedrag dat men overhoudt kan bruto worden uitgekeerd (als dat zo wordt afgesproken tussen werkgever en werknemer); daar wordt dus belasting over betaald.

In dit hoofdstuk komen de volgende onderwerpen aan bod:

- Wordt er gebruikgemaakt van een mobiliteitsbudget?
- Is er interesse voor een mobiliteitsbudget?
- Hoe ziet de groep eruit die interesse heeft in een mobiliteitsbudget?
- Wat is de intentie tot gebruik?





3.5.1 Mobiliteitsbudget - gebruik

Maakt u gebruik van een mobiliteitsbudget?



JA: 4.3% Maakt gebruik van een mobiliteitsbudget

Hoe is dit budget het beste te omschrijven?

Als een **'autokeuzebudget'**: als ik een goedkopere of schonere auto kies dan de norm, steek ik het verschil (of een deel daarvan) in eigen zak. Een duurdere of minder schone auto kan ook, dan betaal ik bij: **54%**

Als een **'gebruiksbudget'** (ook wel genoemd bonus/malus leasebudget). Dit budget bevat ook prikkels om minder en zuiniger te rijden en/of op andere manieren te reizen (fiets, OV, carpool): **17%**

Als een **'afziebudget'**: ik zie af van een auto van de zaak en krijg daarvoor een vaste bruto vergoeding die ik naar eigen inzicht kan gebruiken voor het betalen van mijn reiskosten: **15%**



Voordelen mobiliteitsbudget

Het geeft volledige vrijheid en zeggenschap over mijn mobiliteit: 67%

Kan zo mijn eigen mobiliteit veel goedkoper inrichten: 33%

Kan zo mijn eigen mobiliteit veel beter inrichten: 31%



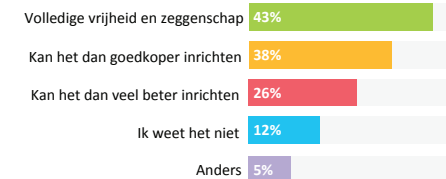
Nadelen mobiliteitsbudget

Er zijn geen nadelen: 41%

Het is niet goedkoper dan een traditionele (lease) auto van de zaak: 18%

Het blijkt lastig om mobiliteit op een gemakkelijke / efficiënte manier in te richten: 13%

Waarom wel geïnteresseerd?



Waarom niet geïnteresseerd?



Zou u geïnteresseerd zijn in een mobiliteitsbudget?

JA: 11%

Misschien: 37%

NEE: 43%

Ik weet het niet: 9%



NEE: 95.7% Maakt geen gebruik van een mobiliteitsbudget



3.5.2 Mobiliteitsbudget - intentie tot gebruik

Kenmerken van de respondenten die aangeven (misschien) interesse te hebben in een mobiliteitsbudget?

Geven vaker aan andere keuzes te maken t.a.v. de nieuwe bijtellingsregels: 37% t.o.v. 32% gemiddeld

Rijden vaker iets meer kilometers in totaal: +881 km km t.o.v. 37.087 km gemiddeld

Hebben minder vrijheid om binnen het budget een auto te kiezen: 64% t.o.v. 70% gemiddeld

Werken vaker bij grote bedrijven (500 - >1000 werknemers): 34% t.o.v. 25% gemiddeld

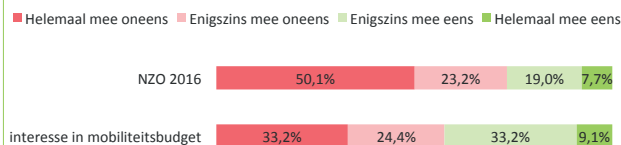
Andere vormen van vervoer zijn veel vaker een serieus alternatief: 37% t.o.v. 26% gemiddeld

Minder geneigd om de huidige auto aan te bevelen: NPS +13 t.o.v. NPS +16 gemiddeld

Vinden bijtelling, gezinssituatie en beleid van het bedrijf een belangrijkere invloedsfactor op de keuze voor de zakenauto dan gemiddeld

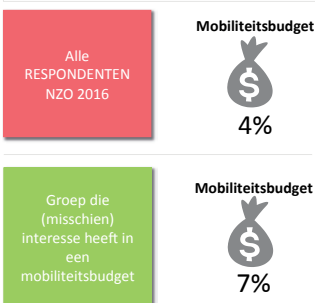


Ik overweeg serieus om te kiezen voor een mobiliteitsbudget waarbij ik zelf zorg voor de invulling van mijn mobiliteitsbehoefte.



INTENTIE TOT GEBRUIK

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



- Het aantal gebruikers van een mobiliteitsbudget is gestegen naar 4,3% (2015: 3%).
- Van alle zakelijke rijders overweegt 26,7% serieus een mobiliteitsbudget te kiezen (19,0% enigszins mee eens + 7,7% helemaal mee eens). Dat is vrijwel gelijk aan 2015.
- Bij de groep die (misschien) interesse heeft is de concrete intentie om de komende 3 jaar te kiezen voor een mobiliteitsbudget 7%. Voor de totale respondentengroep is deze intentie 4%.

3.6 Privélease

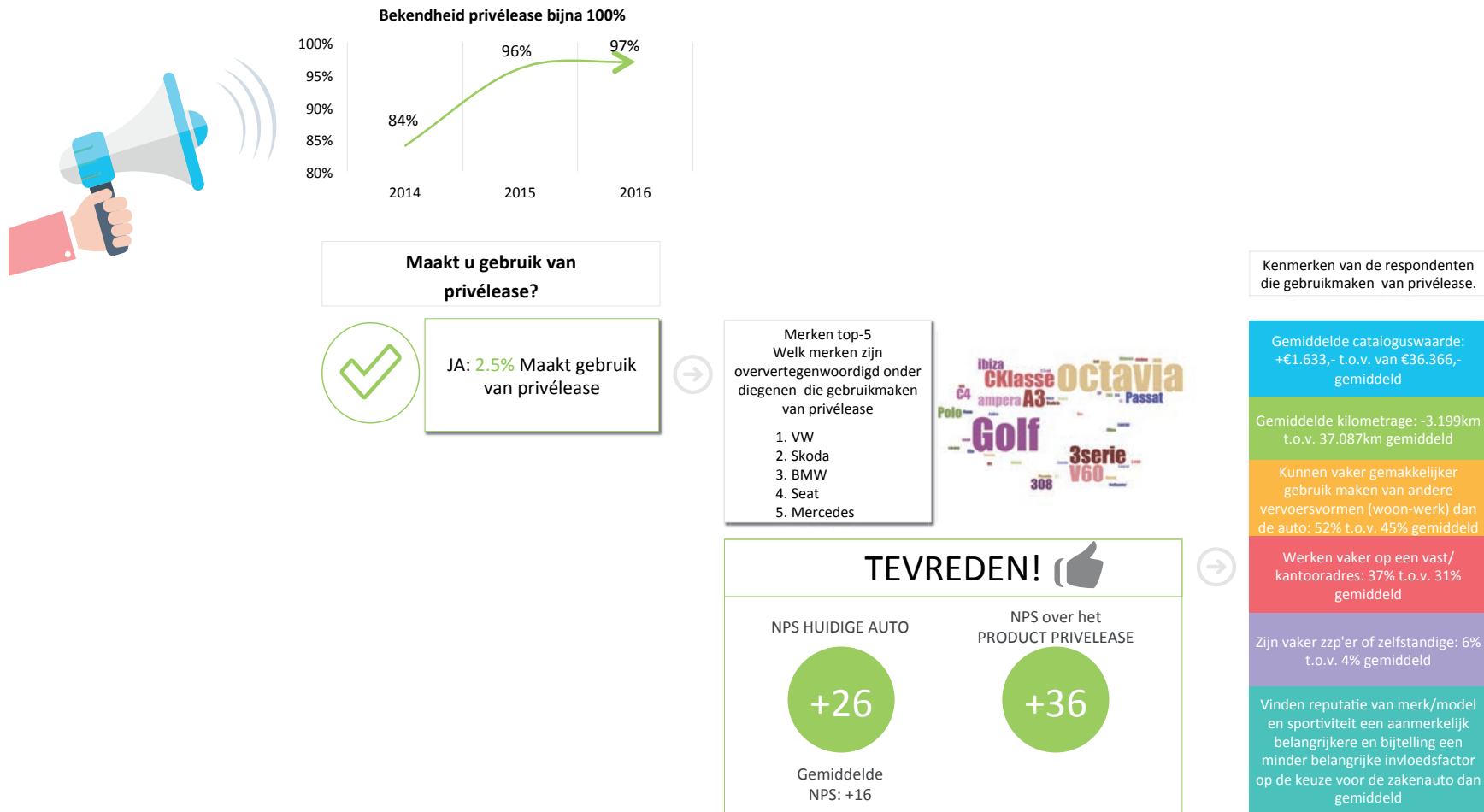
Privélease is duidelijk in opkomst, vooral voor de particuliere markt. In voorgaande NZO-edities is duidelijk geworden dat privélease (nog) niet vaak wordt gebruikt voor zakelijke doeleinden. Privélease (ook wel private lease, auto abonnement of lease abonnement genoemd) is een constructie waarbij een particulier een auto huurt voor een vast bedrag per maand. Bij privélease zijn (meestal) alle kosten inbegrepen met uitzondering van de brandstof. Als er in de contractperiode meer kilometers gereden worden dan vooraf overeengekomen, dan wordt dit in rekening gebracht.

In dit hoofdstuk komen de volgende onderwerpen aan bod:

- Bekendheid van privélease
- Gebruik van privélease
- Profiel van de privélease gebruiker
- Is privélease een optie?
- Intentie tot gebruik



3.6.1 Privélease - bekendheid & huidig gebruik



3.6.2 Privélease - reële optie?



NEE: **97.5%** Maakt geen gebruik van privélease



Is privélease een reële optie voor uw situatie?



20%

Positief over privélease, omdat:

- 50% zonder investering toch een nieuwe auto rijden
- 40% geeft meer vrijheid om te kiezen wat ik wil
- 35% misschien kan ik er wel geld aan over houden
- 19% het is goedkoper dan mijn huidige situatie



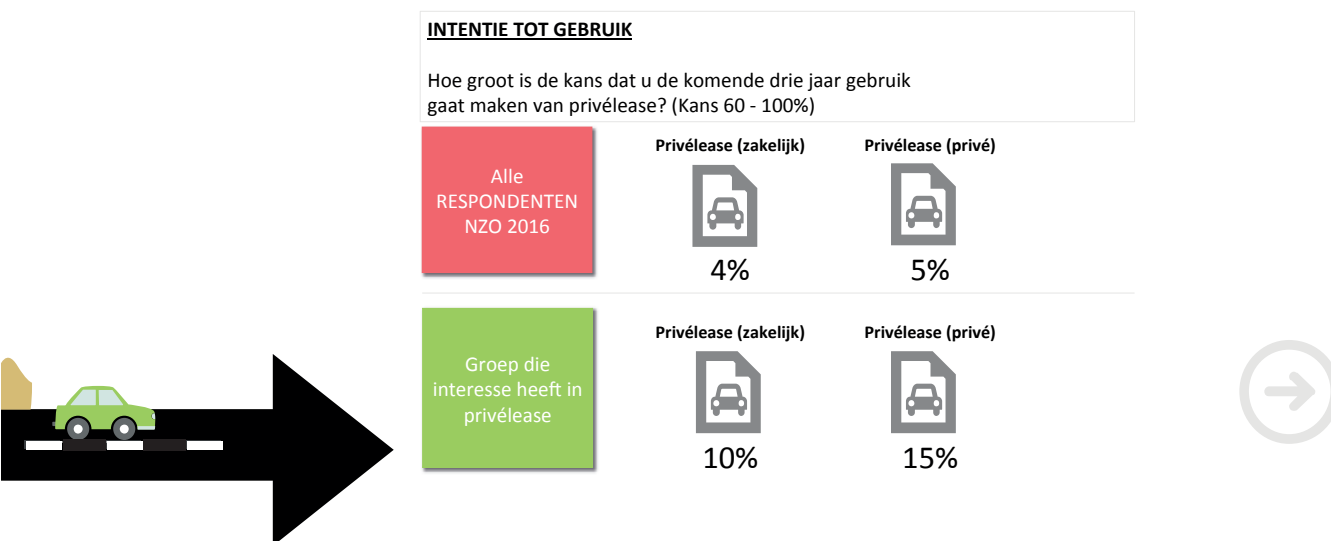
56%

Negatief over privélease, omdat:

- 63% volgens mij is het duurder dan de huidige situatie
- 34% langdurige financiële verplichting is onaantrekkelijk
- 17% toenemende verantwoordelijkheid
- 11% ik weet er te weinig van



3.6.3 Privélease - intentie tot gebruik



- De bekendheid van het product privélease is verder toegenomen tot 97%.
- 2,5% van de zakelijke rijders maakt gebruik van privélease (t.o.v. 1% in 2015).
- Profiel van de gebruiker van privélease: is minder afhankelijk van de auto als vervoersmiddel, werkt vaker op een vast kantooradres, rijdt iets minder kilometers per jaar, is vaker zzp'er of zelfstandige, kiest een iets duurdere auto waarbij vaker met het 'hart' wordt gekozen.

- Eenvijfde van alle zakelijke rijders staat in principe positief tegenover privélease (gelijk aan 2015).
- Van deze groep geeft 10% aan de komende drie jaar waarschijnlijk tot zeer waarschijnlijk gebruik te gaan maken van privélease voor zakelijke doeleinden. Voor privédoeleinden is deze intentie 15%. Voor de totale respondentengroep zijn deze percentages resp. 4% en 5%.

Kenmerken van de respondenten die aangeven privélease een optie te vinden.

Staan vaker dan gemiddeld open voor andere vormen van vervoer

Vaker geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget: 23% t.o.v. 11% gemiddeld

Zijn eerder geneigd om de huidige zakenauto aan te bevelen: NPS+21 t.o.v. NPS 16 gemiddeld

Kunnen vaker gemakkelijker gebruik maken van andere vervoersvormen (woon-werk) dan de auto: 48% t.o.v. 45% gemiddeld

Rijden vaker met een duurdere auto: +€1.416,- t.o.v. €36.366,- gemiddeld

Vaker ouder dan gemiddeld: 47.9 jaar t.o.v. 46.5 jaar gemiddeld

3.7 Telematics

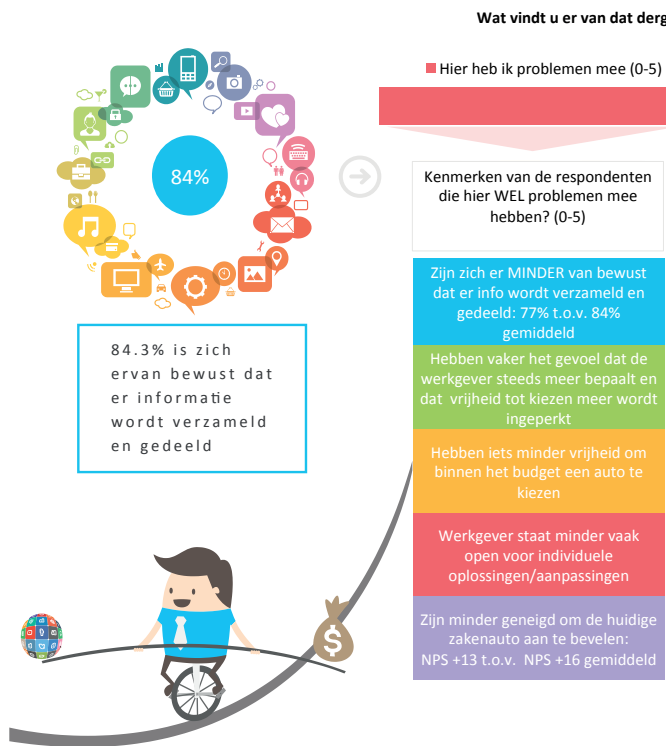
Veel moderne auto's worden uitgerust met voorzieningen voor in car telematica: zo kan informatie worden verzameld en op afstand worden uitgelezen over de (technische) toestand van de auto, over het gebruik van de auto (bijvoorbeeld remmen, accelereren, snelheid, etc.) en over geografische locaties (vastleggen woon-werk, zakelijke en privé gereden kilometers, waar is de berijder geweest).

Deze informatie kan onder andere worden gebruikt voor het monitoren van de servicebehoefte van het voertuig en het sturen van het rijgedrag.

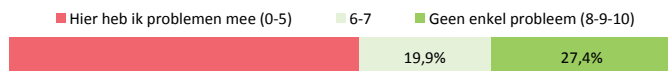
In dit hoofdstuk komen de volgende onderwerpen aan bod:

- Is men zich ervan bewust dat er data wordt verzameld?
- Hoe staat men tegenover het verzamelen van data en het delen hiervan?





Wat vindt u er van dat dergelijke informatie wordt verzameld en gedeeld met anderen?



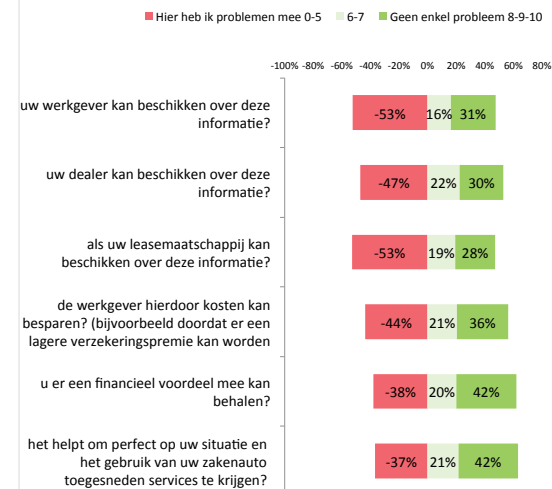
Kenmerken van de respondenten die hier WEL problemen mee hebben? (0-5)

- Zijn zich er MINDER van bewust dat er info wordt verzameld en gedeeld: 77% t.o.v. 84% gemiddeld
- Hebben vaker het gevoel dat de werkgever steeds meer bepaalt en dat vrijheid tot kiezen meer wordt ingeperkt
- Hebben iets minder vrijheid om binnen het budget een auto te kiezen
- Werkgever staat minder vaak open voor individuele oplossingen/aanpassingen
- Zijn minder geneigd om de huidige zakenauto aan te bevelen: NPS +13 t.o.v. NPS +16 gemiddeld

Kenmerken van de respondenten die hier GEEN problemen mee hebben? (8-9-10)

- Zijn zich er MEER van bewust dat er info wordt verzameld en gedeeld: 94% t.o.v. 84% gemiddeld
- Zijn ook iets vaker bereid om de auto te delen: 24% t.o.v. 22% gemiddeld
- Zijn vaker (misschien)geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget: 51% t.o.v. 48% gemiddeld
- Werkgever staat vaker open voor individuele oplossingen/aanpassingen: 65% t.o.v. 61% gemiddeld
- Hebben vaker volledige vrijheid gehad om binnen het budget een auto te kiezen: 74% t.o.v. 70% gemiddeld

En indien...



- Dat allerlei partijen data verzamelen met betrekking tot (het gebruik van) de auto is genoegzaam bekend: 84% van alle zakelijke rijders is zich daarvan bewust.
- Meer dan de helft van de respondenten heeft serieuze problemen met dataverzameling. Acceptatie van telematica en gegevensuitwisseling is sterk afhankelijk van een goede vertrouwensrelatie met de werkgever (er moet sprake zijn van een 'veilige omgeving').

Hoofdstuk 4

BEDRIJVENONDERZOEK

Dit hoofdstuk is een samenvatting van het bedrijvenonderzoek van het NZO 2016.

Dit jaar hebben ruim zevenhonderd respondenten, allen (mede)verantwoordelijk voor het wagenpark en/of het mobiliteitsbeleid, 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.

4.1 Nieuwe bijtellingsregels

Met ingang van 1 januari 2017 veranderen de regels voor fiscale bijtelling. Vanaf dat moment zijn er nog maar twee bijtellingscategorieën: 4% voor volledig elektrisch aangedreven personenauto's en 22% voor alle overige personenauto's. Deze nieuwe percentages gelden alleen bij een eerste tenaamstelling van de auto in 2017. Auto's die in (of voor) 2016 voor het eerst tenaamgesteld zijn, behouden hun eventuele verlaagde bijtelling voor een duur van maximaal 60 maanden.

Hoe kijken bedrijven naar de aanstaande veranderingen van het bijtellingsregime? Hebben de nieuwe bijtellingsregels gevolgen voor de wijze waarop het bedrijf het mobiliteitsbeleid inricht? Of is het meer een onderwerp dat leeft onder de zakelijke rijders?



Zijn de nieuwe
bijtellingsregels voor UW
BEDRIJF aanleiding om
andere keuzes te maken?



JA: 15%



NEE: 75%

10% weet het niet

De nieuwe bijtellingsregels...
(op basis van enigszins mee eens en helemaal mee eens)

geven RUST in het bedrijf: dan zal er minder
reden zijn voor discussie over de zakenauto
en over de autoregeling

59%

hebben GROTE GEVOLGEN voor de keuzes
die zakelijke rijders gaan maken

72%

Verwacht u dat de
zakelijke rijders in uw
bedrijf andere keuzes
gaan maken?

JA: 52%

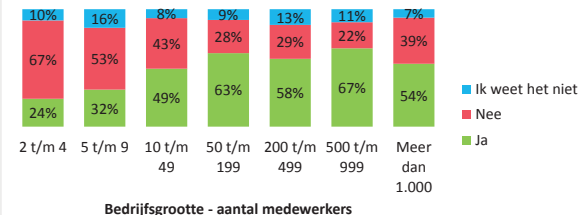


NEE: 38%

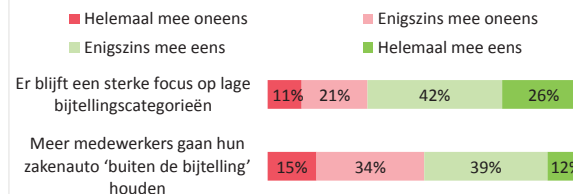


10% weet het niet

Verwacht u dat de zakelijke rijders in uw bedrijf andere
keuzes gaan maken naar aanleiding van de nieuwe
bijtellingsregels?



Wat verwacht u met betrekking tot de autokeuze van uw
medewerkers (binnen 1-2 jaar)?



“ Quotes

- Wellicht weer naar eigen auto's.
- Onze medewerkers zijn hierover geïnformeerd en wij verwachten van hen dat zij, indien hun leasecontract afloopt, een verstandige beslissing nemen. Ons advies: neem een auto uit 2015-2016 of een nieuwe auto met 4% bijtelling.
- Overweging om persoonlijke mobiliteit toe te passen.
- We zullen uitkijken naar zuinige auto's en zuinige regelingen voor zowel bedrijf als berijder.
- Medewerkers gaan zelf nadenken en komen met andere wijzen van vervoer nu de bijtelling van een leaseauto hoger wordt.
- Zoek naar andere middelen en/of vergoeding per maand i.p.v. een leaseauto, mobiliteitsplan.



- De nieuwe bijtellingsregels leiden tot rust in het bedrijf.
- Bedrijven maken niet zozeer andere keuzes, verwachten wel dat medewerkers andere keuzes gaan maken.
- Vooral de grote werkgevers faciliteren hun medewerkers met het aanbieden van meerdere keuzemogelijkheden/flexibiliteit.

4.2 Ontwikkeling autoregelingen & eisen met betrekking tot de invulling van het mobiliteitsbeleid

De algemene perceptie is dat autoregelingen de afgelopen jaren zijn versoerd. In het NZO van 2015 werd geconstateerd dat de zakelijke rijder, in tegenstelling tot eerdere jaren, minder bereid leek om een verdere versoering te accepteren.

Welke ontwikkelingen zijn zichtbaar in de autoregelingen? Welke veranderingen worden voorzien voor de (nabije) toekomst? Welke onderwerpen spelen een belangrijke rol bij de invulling van het mobiliteitsbeleid? En op welke wijze wordt rekening gehouden met de wensen van de zakelijke rijder?



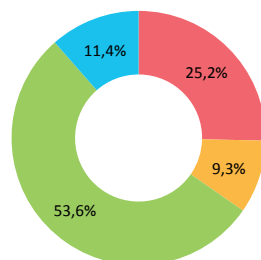
4.2.1 Ontwikkeling autoregelingen

Wat is de meest opvallende ontwikkeling in de autoregeling/de mobiliteitsregeling in uw bedrijf als u 3 jaar terugkijkt?

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



Is de autoregeling binnen uw bedrijf het afgelopen jaar aangepast?



■ Ja, de autoregeling is aangescherpt

■ Ja, de autoregeling is uitgebreid

■ Nee, deze is niet aangepast

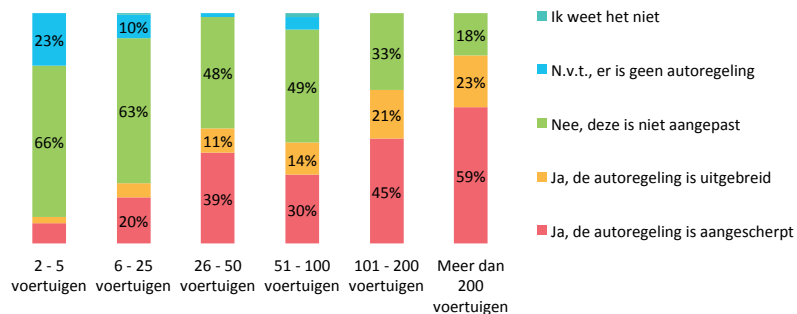
■ N.v.t., er is geen autoregeling



En op welke wijze is deze aangepast?

1. Elektrische\hybride auto's behoren nu tot de mogelijkheid
2. (Verhoging van de) eigen bijdrage
3. Minder merken
4. Goedkopere auto's
5. Alleen auto's met een lage(re) CO2-uitstoot

Is de autoregeling binnen uw bedrijf het afgelopen jaar aangepast?
(naar wagenparkgrootte)



■ Ik weet het niet

■ N.v.t., er is geen autoregeling

■ Nee, deze is niet aangepast

■ Ja, de autoregeling is uitgebreid

■ Ja, de autoregeling is aangescherpt



4.2.2 Huidige autoregeling

Is het aantal merken waaruit gekozen kan worden beperkt?



JA: 35% Heeft een beperkt merkenbeleid



Merken top-10 ("op de lijst" indien beperkte keuze)		t.o.v. NZO 2015
1. VW	75%	
2. Audi	57%	+
3. Skoda	47%	+
4. Volvo	42%	
5. BMW	38%	+
6. Renault	37%	-
7. Opel	37%	
8. Peugeot	35%	-
9. Ford	34%	-
10. Seat	34%	-



Redenen om voor een bepaald merk te kiezen (willekeurig)

- Kosten/TCO
- O.b.v. aanbesteding
- Betrouwbaarheid
- Door de directie
- CO2-uitstoot

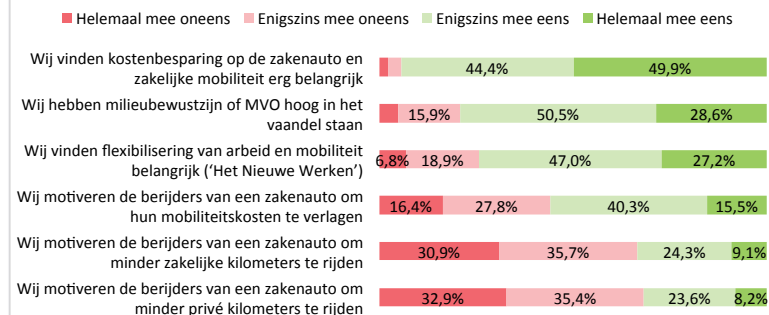
Zijn er andere beperkingen voor autokeuze?



NEE: 64% Heeft geen beperkt merkenbeleid

1% weet het niet

Stellingen



4.2.3 Autoregeling - aanpassingen verwacht?

Worden er aanpassingen verwacht in de nabije toekomst (komend jaar)?



JA: 33% Verwacht aanpassingen

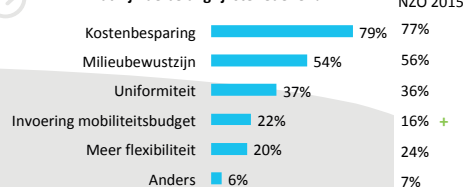


NEE: 53% Verwacht geen aanpassingen

14% weet het (nog) niet



Wat zijn de belangrijkste redenen?

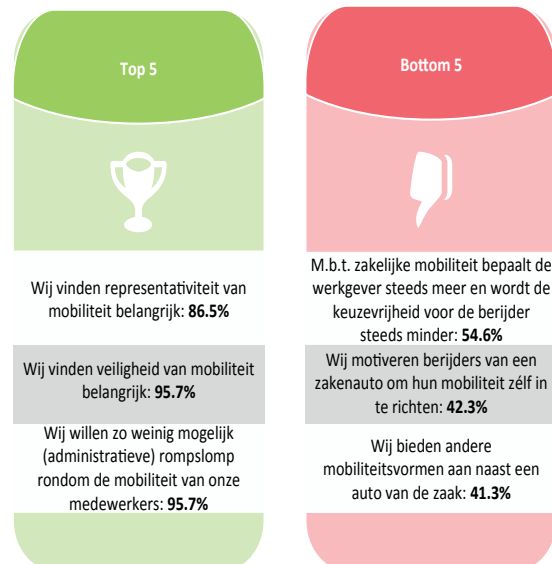


En binnen 1-2 jaar verwacht ik het volgende:
(op basis van enigszins mee eens en helemaal mee eens)



4.2.4 Autoregeling - wat wordt belangrijk gevonden?

Stellingen, over de inrichting van het mobiliteitsbeleid



In hoeverre spelen de volgende onderwerpen een rol bij het inrichten van zakelijke mobiliteit (Belangrijk 8-9-10)

Alle RESPONDENTEN NZO 2016	Representativiteit	Kosten voor het bedrijf	Kosten voor werknemer	Milieubewustzijn	Gebruik verschillende vormen mobiliteit	Medewerkers tevredenheid	Flexibiliteit van contracten
	60%	82%	46%	55%	28%	66%	55%
Alle RESPONDENTEN NZO 2015	Representativiteit	Kosten voor het bedrijf	Kosten voor werknemer	Milieubewustzijn	Gebruik verschillende vormen mobiliteit	Medewerkers tevredenheid	Flexibiliteit van contracten
	55%	84%	44%	53%	25%	56%	53%



- Algemene verwachting is dat flexibilisering van arbeid en mobiliteit voor steeds meer verandering zorgt in het mobiliteitsbeleid.
- Aanzienlijk méér respondenten dan in 2015 voorzien dat het totaal aantal zakenauto's in hun bedrijf zal afnemen.
- Voorzichtige conclusie is dat het maandbudget voor een zakenauto minder onder druk lijkt te staan dan bij vorige metingen. Bovendien worden zakelijke rijders minder gemotiveerd (of gevraagd) om kosten te besparen.
- Bij de inrichting van het mobiliteitsbeleid neemt medewerkerstevredenheid een bijzonder hoge

positie in (10%-punten hoger dan vorig jaar).

- Het aandeel werkgevers dat vindt dat medewerkers steeds vaker open staan voor andere vervoersvormen dan de zakenauto alléén, is toegenomen van 34% in 2015 naar 42% in 2016.
- Vooral bedrijven met een wagenpark > 100 voertuigen hebben een actief beleid om het aantal merken te beperken. Er zijn wel duidelijke verschuivingen zichtbaar op de shortlist: Audi, Skoda en BMW hebben hun positie verbeterd, Renault, Peugeot, Ford en Seat staan minder vaak 'op de lijst'. VW staat overigens ongewijzigd op de eerste plaats.

4.3 De zakenauto als arbeidsvoorwaarde

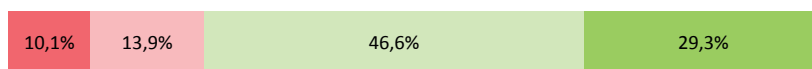
Economische ontwikkelingen en schaarste op de arbeidsmarkt kunnen belangrijke indicatoren zijn voor het arbeidsvoorwaardenpakket. Uit de meting van het NZO blijkt dat het aandeel bedrijven dat de zakenauto een belangrijke tot zeer belangrijke arbeidsvoorwaarde belangrijk vindt (76%), is toegenomen ten opzichte van 2015.

Op de volgende pagina meer informatie over de achtergrond van bedrijven die de zakenauto juist wél en juist niet een belangrijke arbeidsvoorwaarde vinden.



Wij vinden de zakenauto een belangrijke (secundaire) arbeidsvoorwaarde en laten de berijder behoorlijk vrij in het bepalen van de autokeuze

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



Wat zijn de kenmerken van de bedrijven die het helemaal ONEENS zijn met deze stelling?

Veel vaker een beperkend merkenbeleid: 67% t.o.v. 35% gemiddeld
En ook veel vaker helemaal geen keuzemogelijkheid: 33% t.o.v. 7% gemiddeld
De autoregeling is het afgelopen jaar vaker aangescherpt: 29% t.o.v. 25% gemiddeld
Er worden minder vaak andere keuzes gemaakt n.a.v. de nieuwe bijtellingsregels: 10% t.o.v. 15% gemiddeld
Berijders van een zakenauto worden minder vaak gemotiveerd om hun mobiliteit zelf in te richten: 29% t.o.v. 42% gemiddeld
Als het gaat om de invulling van zakelijke mobiliteit en de uiteindelijke autokeuze, bepaalt de werkgever steeds meer en wordt de vrijheid tot kiezen voor de berijder steeds meer ingeperkt: 76% t.o.v. 55% gemiddeld

Wat zijn de kenmerken van de bedrijven die het helemaal EENS zijn met deze stelling?

Minder vaak een beperkend merkenbeleid: 18% t.o.v. 35% gemiddeld
Er worden minder vaak andere keuzes gemaakt n.a.v. de nieuwe bijtellingsregels: 12% t.o.v. 15% gemiddeld
Er worden vaker andere keuzes verwacht door de medewerkers: 60% t.o.v. 52% gemiddeld
Flexibilisering van arbeid/mobiliteit ('Het Nieuwe Werken') wordt belangrijk gevonden: 80% t.o.v. 74% gemiddeld
Een afgewogen mobiliteitsaanbod met veel individuele keuzemogelijkheden wordt eveneens een stuk belangrijker gevonden: 84% t.o.v. 63% gemiddeld
Veel aandacht voor medewerkerstevredenheid: 77% t.o.v. 66% gemiddeld



- De zakenauto is nog steeds een belangrijke secundaire arbeidsvoorwaarde. Dat vinden zowel de werkgever als de werknemer.
- Er is wel een verschuiving zichtbaar: kleinere bedrijven houden vaak traditioneel vast aan alleen de zakenauto terwijl (vooral) grote bedrijven een scala aan mobiliteitsopties willen bieden.
- Uit alle metingen komt naar voren dat steeds méér rekening wordt gehouden met de medewerker (lees: de zakelijke rijder) en dat bij de invulling van het mobiliteitsbeleid, 'medewerkerstevredenheid' het belangrijkste speerpunt is geworden ná 'kosten voor het bedrijf'.

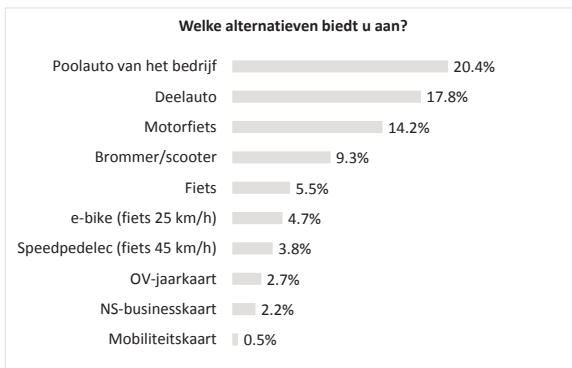
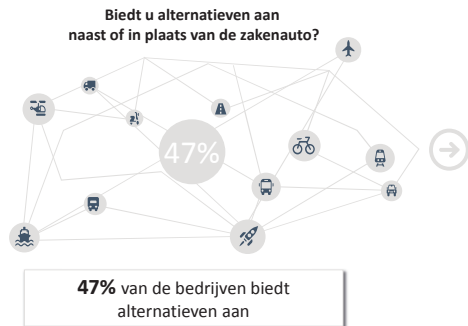
4.4 Alternatieve mobiliteitsvormen

Alternatieve mobiliteitsvormen in plaats van of naast de zakenauto worden vaker aangeboden, vooral bij de grote(re) bedrijven. Dit blijkt ook uit eerdere edities van het NZO.

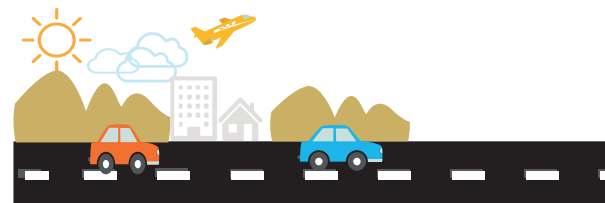
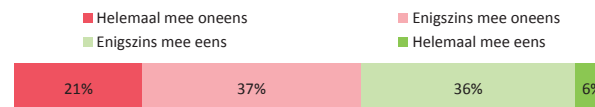
Hoe heeft de aanbodzijde (van werkgever naar medewerker) zich het afgelopen jaar ontwikkeld? En wat is de veranderingsbereidheid van zakelijke rijders (volgens de werkgever)? Er wordt ook inzicht gegeven in de verwachte penetratie van alternatieve mobiliteitsvormen gedurende de komende drie jaar.



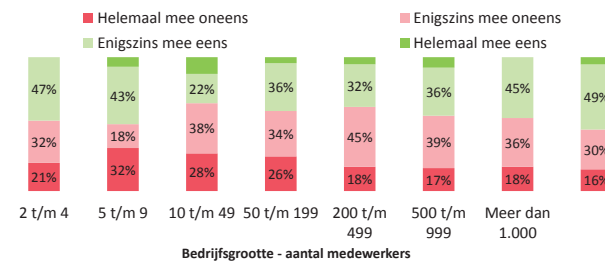
4.4.1 Huidige status en verwachte ontwikkeling

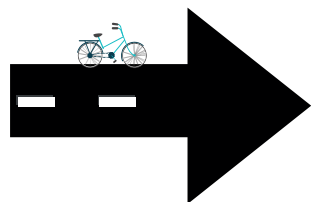


Medewerkers staan steeds meer open voor andere vervoersvormen dan de zakenauto alleen



Medewerkers staan steeds meer open voor andere vervoersvormen dan de zakenauto alléén





VERWACHTE ONTWIKKELING

Penetratie alternatieve vormen.

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

Alle RESPONDENTEN NZO 2016	Deelauto	Poolauto	Fiets	e-Bike	OV
					
	6%	16%	13%	12%	14%
Bedrijfsgrootte - aantal medewerkers	Deelauto	Poolauto	Fiets	e-Bike	OV
					
Klein (10 t/m 49)	3%	8%	8%	7%	12%
Middelgroot (200 t/m 499)	10%	27%	19%	21%	23%
Groot (>1.000)	22%	27%	26%	32%	34%



- Alternatieve vervoersvormen worden weliswaar steeds vaker aangeboden (47% van alle bedrijven biedt alternatieven aan naast of in plaats van de zakenauto) maar zullen effectief een kleine rol blijven spelen.
- Zo verwacht slechts 14% van de bedrijven dat het gebruik van het openbaar vervoer in plaats van of naast de zakenauto de komende drie jaar zal verdubbelen ten opzichte van nu.
- Van de grootste bedrijven met meer dan 1.000 werknemers, verwacht ongeveer een derde dat het gebruik van alternatieve vormen over drie jaar is verdubbeld ten opzichte van nu.

4.5 Mobiliteitsbudget

Bij een mobiliteitsbudget krijgt de zakelijke rijder een budget van de werkgever dat naar eigen inzicht gebruikt mag worden voor mobiliteit. Meestal worden er wel randvoorwaarden gesteld aan de invulling van het budget. Alle zakelijke ritten kunnen volledig ten laste worden gebracht van het mobiliteitsbudget. Het bedrag dat men overhoudt kan bruto worden uitgekeerd (als dat zo wordt afgesproken tussen werkgever en werknemer); daar wordt dus belasting over betaald.

Hierna worden de volgende onderwerpen uitgewerkt:

- In welke mate bieden bedrijven een mobiliteitsbudget aan?
- Zijn zakelijke rijders serieus geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget?
- Welk aandeel van de bedrijven heeft concrete plannen om een mobiliteitsbudget in te voeren en welke kenmerken hebben deze bedrijven?



4.5.1 Huidige status en verwachte ontwikkeling

Wij bieden een mobiliteitsbudget aan als alternatief voor de zakenauto:



JA: 28%



NEE: 72%

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



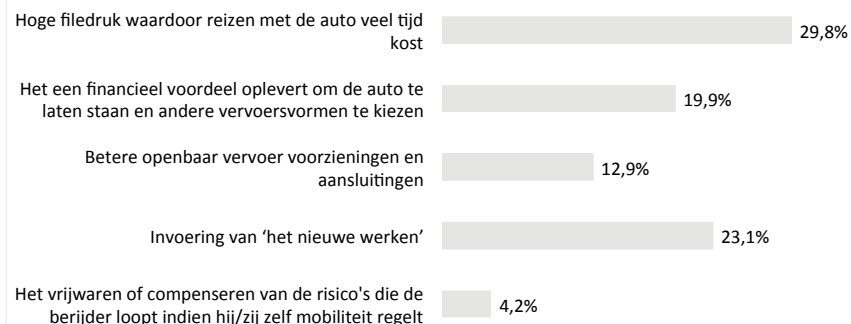
JA: 44%



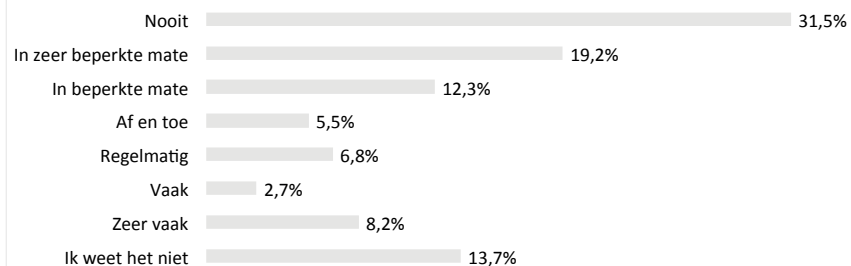
NEE: 56%



Wat zouden redenen kunnen zijn voor zakelijke rijders om over te stappen op andere vormen van vervoer (dan de auto) VOOR ZAKELIJKE DOELEINDEN?

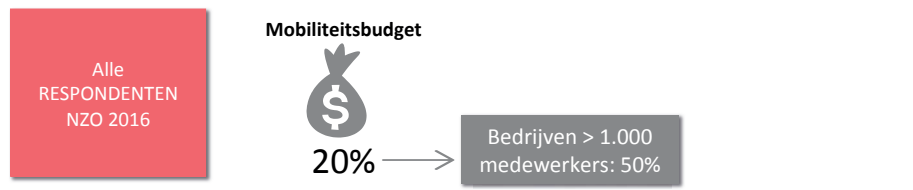


Als de medewerker de keuze heeft, hoe vaak wordt dan daadwerkelijk gekozen voor het mobiliteitsbudget?



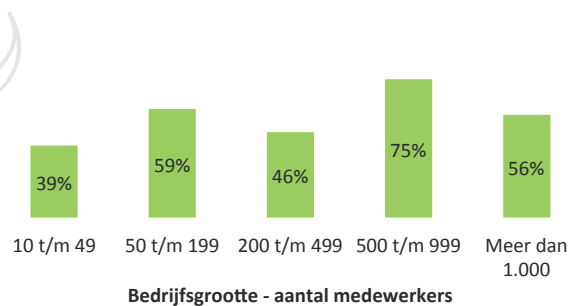
VERWACHTE ONTWIKKELING

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



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

57%



Kenmerken van de respondenten die vrijwel zeker een mobiliteitsbudget gaan aanbieden

Vaker grote wagenparken
Vaker poolauto's: 50% t.o.v. 36% gemiddeld
Afgelopen jaar is de autoregeling vaker aangescherpt (50% t.o.v. 25% gemiddeld) maar ook vaker uitgebreid (15% t.o.v. 9% gemiddeld)
Gaan vaker andere keuzes maken n.a.v. de nieuwe bijtellingsregels (28% t.o.v. 15% gemiddeld) en verwachten ook vaker dat zakelijke rijders andere keuzes gaan maken: 74% t.o.v. 52% gem.
Vaker wordt verwacht dat de autoregeling wordt aangepast: 61% t.o.v. 33% gemiddeld. Redenen onder meer: invoering mobiliteitsbudget (29%) en meer flexibiliteit voor medewerkers
Door medewerkers worden vaker privélease auto's gebruikt (17% t.o.v. 12% gemiddeld). Bij deze bedrijven kan er dan ook al vaker voor worden gekozen
Verzamelen vaker voertuig- en gebruiksdata: 64% t.o.v. 54% gemiddeld (en vinden dat ook vaker zinvol)



- Het mobiliteitsbudget lijkt met een opmars bezig te zijn: 20% van alle bedrijven (50% van de grote bedrijven) acht de kans groot dat de komende drie jaar een mobiliteitsbudget aan de zakelijke rijders wordt aangeboden.
- En als er een mobiliteitsbudget wordt aangeboden, is de verwachting redelijk positief dat het merendeel van de zakelijke rijders daar ook gebruik van gaat maken.

4.6 Privélease

Privélease wordt weliswaar minder geschikt geacht voor zakelijke doeleinden, maar het aandeel bedrijven dat privélease mogelijk maakt neemt wel toe (dit alles blijkt uit eerdere NZO-edities).

Hoe kijken bedrijven nu tegen privélease aan?



Zijn er in uw bedrijf medewerkers met een privéleaseauto die (ook) voor zakelijke doeleinden wordt gebruikt?



JA: 12%



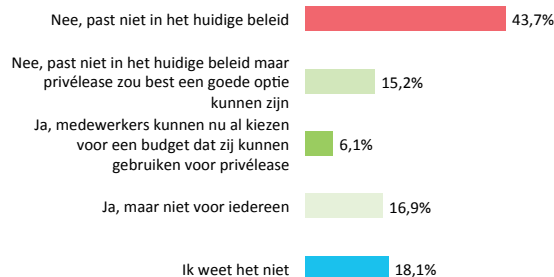
NEE: 73%



Deze medewerkers...



Zou privélease voor de medewerkers in uw bedrijf (die zakelijke ritten maken) een reële optie kunnen zijn?



VOORDELEN van privélease voor de WERKNEMER die zakelijk reist?

De medewerker hoeft niet te investeren in een auto, maar kan tegen een vast tarief per maand wel in een nieuwe auto rijden: **43%**

Als de werknemer slim zijn budget besteedt, houdt hij/zij er misschien nog geld aan over: **24%**

Het geeft de werknemer meer vrijheid om te kiezen: **24%**



NADELEN van privélease voor de WERKNEMER die zakelijk reist?

Het zadelt de werknemer op met een langdurende financiële verplichting: **51%**

De verantwoordelijkheid (en de risico's) nemen voor de werknemer toe: **38%**

Het is voor de werknemer duurder dan (de bijtelling en eventuele bijdrage voor) een traditionele leaseauto: **16%**



- Privélease wordt nog niet veel ingezet voor zakelijke doeleinden: Medewerkers zonder zakenauto lijken nu de belangrijkste doelgroep te zijn.
- Steeds meer bedrijven maken privélease (al dan niet in combinatie met een mobiliteitsbudget) mogelijk in hun mobiliteitsbeleid.
- Het verwachte toenemende gebruik van het mobiliteitsbudget (onder andere om de hogere fiscale bijtelling te ontlopen vanaf 2017) kan positieve gevolgen hebben voor privélease.

4.7 Mobiliteitspartners voor de toekomst

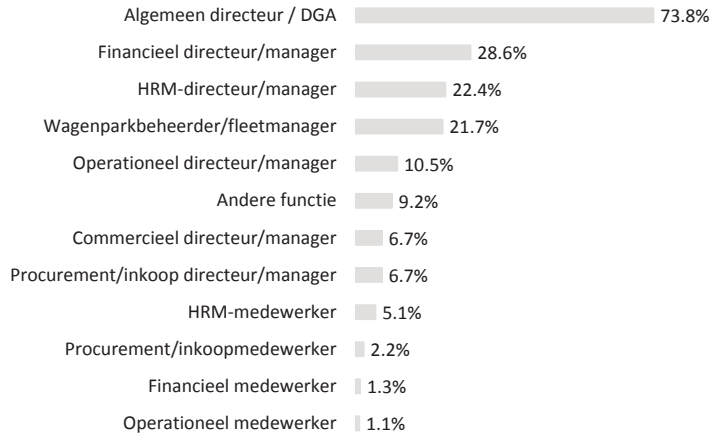
Hoe groter het bedrijf, hoe vaker er gespecialiseerde medewerkers zijn die zich bezighouden met (een deelaspect van) mobiliteit. Operationeel, maar ook beleidsmatig. Was de auto voorheen vooral het domein van wagenparkbeheer of finance, steeds vaker gaat het niet om de zakenauto alleen, maar om de zakenauto als onderdeel van het mobiliteitsbeleid. Logischerwijze zijn daar meer disciplines bij betrokken.

- Wie zijn de belangrijke beslissers op het gebied van zakelijke (auto)mobiliteit?
- Wie zijn belangrijke (externe) partners?
- Welke grote veranderingen worden voor de komende jaren voorzien?
- Wie hebben de grootste invloed op de implementatie daarvan?

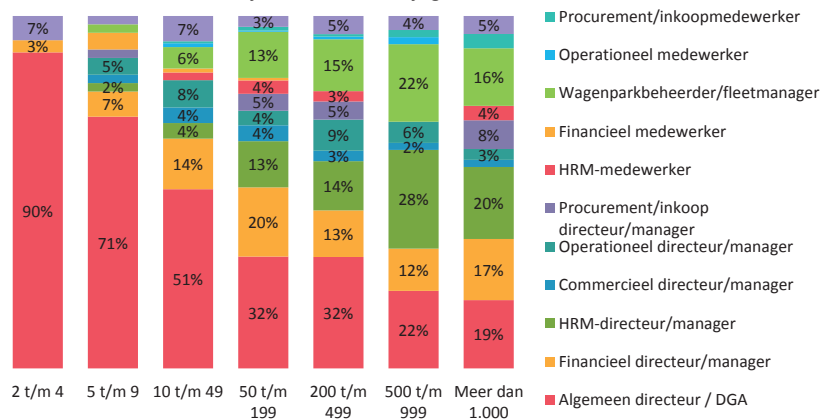


4.7.1 Beslissers en beïnvloeders

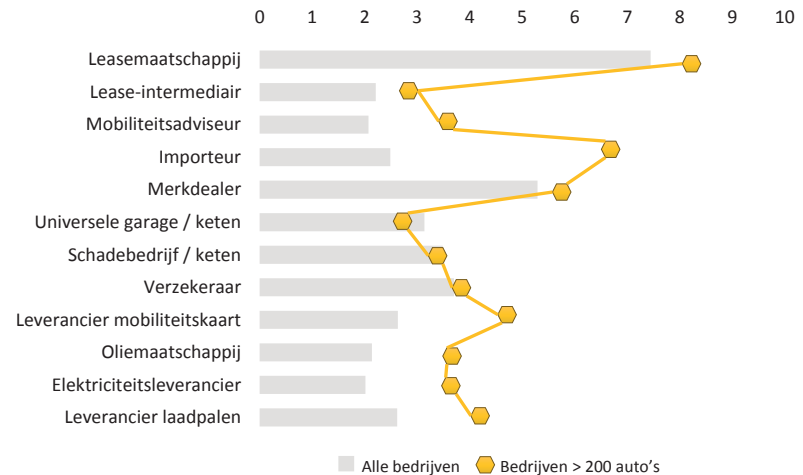
Wie zijn binnen uw bedrijf de beslissers (of belangrijke beïnvloeders) op het gebied van zakelijke (auto)mobiliteit?



Verbijzonderd naar bedrijfsgrootte



De belangrijkste partners op het gebied van mobiliteit



4.7.2 Issues



GROOTSTE VERANDERINGEN KOMENDE 3 JAAR (open vraag)

1. Inspelen op de verwachte toename van volledig elektrische voertuigen
2. Flexibilisering op vele gebieden:
 - Toename van meerdere vervoersvormen
 - Toename mobiliteitsbudget/privélease
 - Contracten met korte looptijden
 - Flexibele contracten/kilometers inkopen
 - Door technologie flexibel werken mogelijk



Belangrijkste partijen met invloed op de implementatie van veranderingen (open vraag)

1. Leasemaatschappij (43%)

2. Overheid (15%)

3. Interne organisatie (13%)

4. Autofabrikanten/
Dealerbedrijf (13%)



Op welke gebieden heeft u de meeste behoefte aan ondersteuning?

Top 6



Tips voor concrete kostenbesparing: **37%**

Beter en/of goedkoper organiseren van ons wagenparkbeheer: **23%**

Het maken van een afweging m.b.t. de voor- en nadelen van een mobiliteitsbudget vs. de auto van de zaak: **22%**

Het realiseren van gedragsverandering bij berijders: **19%**

Inkoopvoordeel realiseren: **19%**

In kaart brengen van de kosten en baten van nieuwe mobiliteitsvormen: **18%**



- Bij kleine bedrijven beslist de directie over (de invulling van) mobiliteit.
- Bij grote bedrijven is de rol van de algemeen directeur nog steeds aanzienlijk; HRM en wagenparkbeheer hebben beide een prominente rol.
- Bedrijven zien op de wat langere termijn (3 jaar) als grootste veranderingen op zich af komen: elektrificering (op één) en flexibilisering (op twee).

- De belangrijkste partijen die invloed hebben op de implementatie van deze veranderingen zijn volgens de respondenten de leasemaatschappij (43%), de overheid (15%), de interne organisatie ("wij zelf", 13%) en autofabrikanten/dealerbedrijf (13%).

4.8 Telematics

Veel moderne auto's worden uitgerust met voorzieningen voor in car telematica: zo kan informatie worden verzameld en op afstand worden uitgelezen over de (technische) toestand van de auto, over het gebruik van de auto (bijvoorbeeld remmen, accelereren, snelheid, etc.) en over geografische locaties (vastleggen woon-werk, zakelijke en privé gereden kilometers, waar is de berijder geweest).

Deze informatie kan onder andere worden gebruikt voor het monitoren van de servicebehoefte van het voertuig en het sturen van het rijgedrag.

Hoe staan bedrijven tegenover het verzamelen van data door derden? Verzamelen ze zelf data? En is dat nuttig?

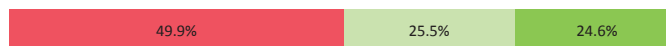




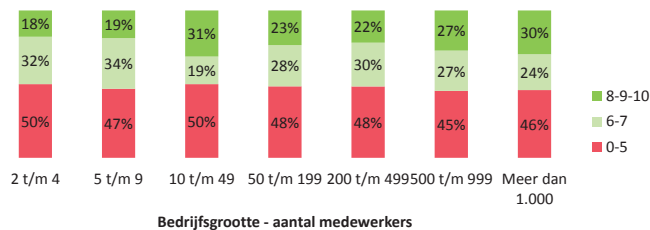
89.8% is zich ervan bewust dat er informatie wordt verzameld en gedeeld. 10.2% weet het niet

Wat vindt u er van dat dergelijke informatie wordt verzameld en gedeeld met anderen?

■ Hier heb ik problemen mee (0-5) ■ 6-7 ■ Geen enkel probleem (8-9-10)

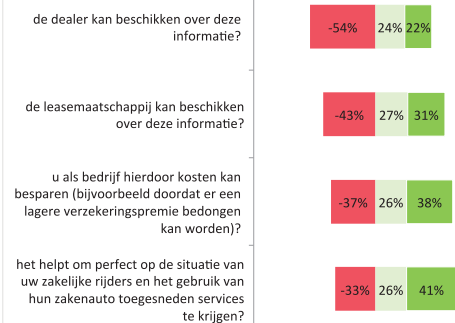


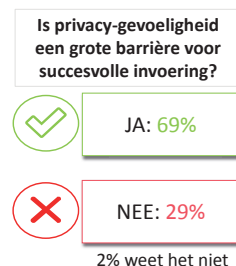
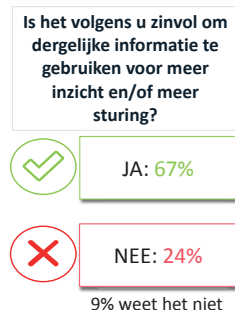
Wat vindt u er van dat dergelijke informatie wordt verzameld en gedeeld met anderen?



En indien...

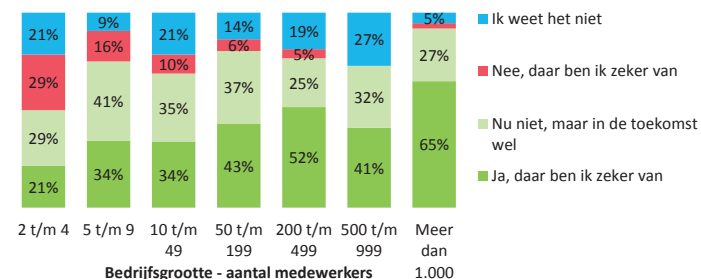
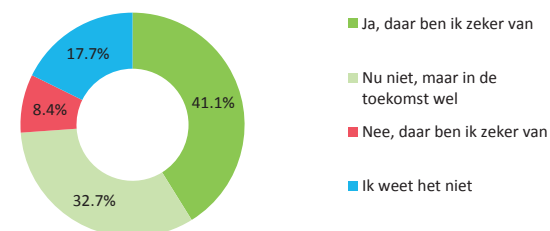
■ Hier heb ik problemen mee 0-5 ■ 6-7 ■ Geen enkel probleem 8-9-10





- Wat houdt u tegen om te beginnen met het verzamelen van deze data?
1. Privacy
 2. Kost te veel tijd
 3. We krijgen data van de leasemaatschappij
 4. Ons wagenpark is te klein
 5. Dat is niet nodig, we hebben duidelijke afspraken

Helpt telematica om zakelijke mobiliteit beter en/of goedkoper in te richten?



- 50% van de bedrijven heeft er moeite mee dat auto- en gebruiksdata (door derden) wordt verzameld.
- 75% is ervan overtuigd dat telematica nu of in de nabije toekomst kan helpen om zakelijke mobiliteit beter en/of goedkoper in te richten.

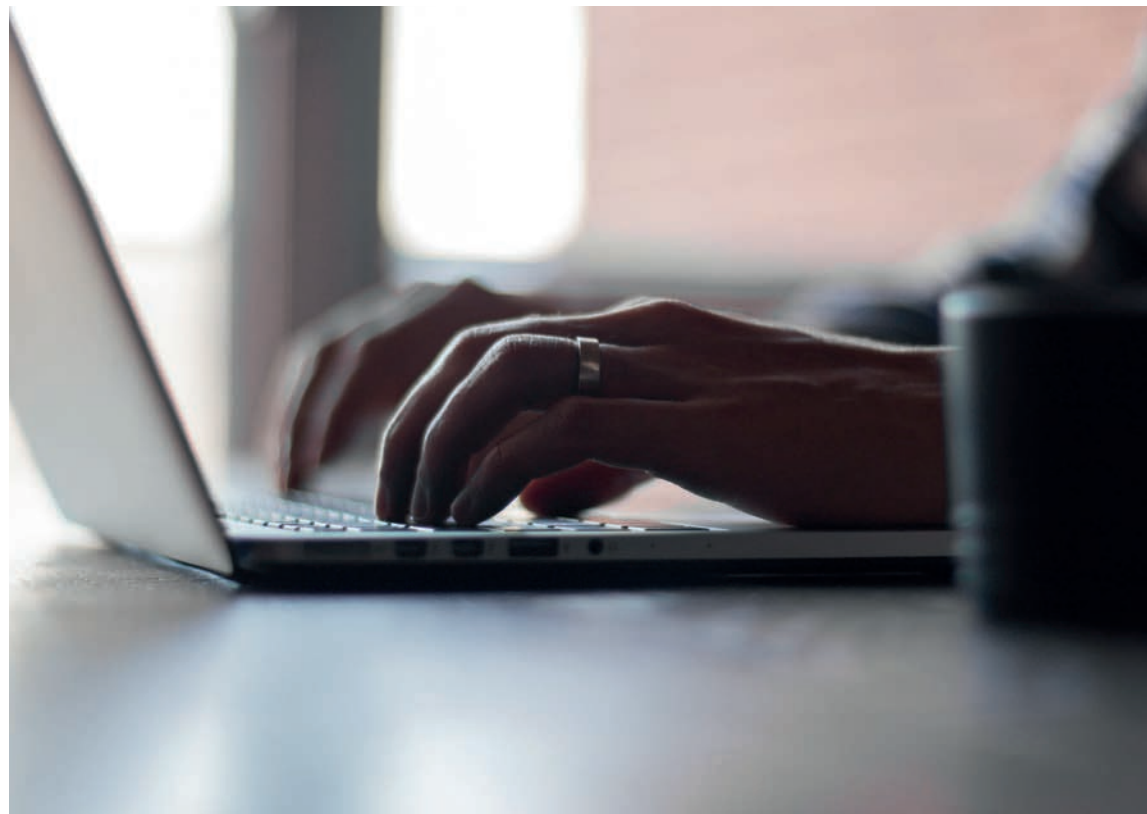
- 30% vindt dat privacy-gevoeligheid geen obstakel hoeft te zijn voor implementatie, mits alle voor- en nadelen goed worden gecommuniceerd. 70% verwacht in meer of mindere mate dat privacy wél een moeilijk te nemen barrière is.

4.9 IFRS

De International Financial Reporting Standards (IFRS) schrijven wereldwijd voor hoe beursgenoteerde ondernemingen hun externe verslaglegging moeten inrichten. IFRS 16 geldt vanaf boekjaar 2019 en bepaalt hoe zo'n onderneming met zijn huur- en leasecontracten moet omgaan. Het betreft alle huur- en leasecontracten, voor vastgoed, copiers, auto's etc. Voor operationele lease geldt concreet dat de IFRS-onderneming de contante waarde van de financiële verplichting – dat is de som van rente en afschrijving – op haar balans vermeldt. De servicecomponenten, zoals reparatie & onderhoud, verzekering, MRB en vervangend vervoer blijven daarbij dus buiten schot.

In het NZO 2016 zijn vragen gesteld over dit onderwerp met een duidelijke relatie naar (auto)mobiliteit:

- Volgt uw bedrijf IFRS?
- Verwacht u dat IFRS16 van invloed zal zijn op de manier waarop uw bedrijf met (auto)mobiliteit omgaat?



Volgt uw bedrijf IFRS?



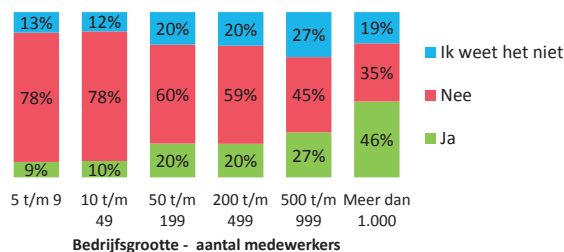
JA: 17%



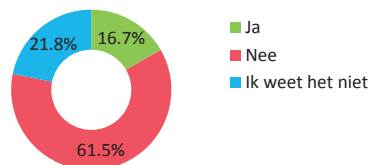
NEE: 66%

17% weet het niet

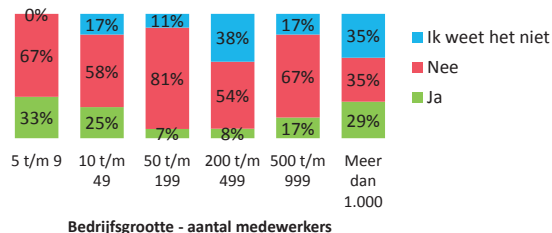
Volgt uw bedrijf IFRS?



Verwacht u dat IFRS16 van invloed zal zijn op de manier waarop uw bedrijf met (auto)mobiliteit om gaat?



Verwacht u dat IFRS16 van invloed zal zijn op de manier waarop uw bedrijf met (auto)mobiliteit om gaat?



Quotes

- Kan (extra) reden zijn voor invoering mobiliteitsbudget, al dan niet in combinatie met privélease.
- We gaan versneld de buy-versus-lease analyses op landenniveau uitvoeren.
- Off Balance financiering verdwijnt, waardoor een logische keuze minder voor de hand gaat liggen. Dan komen er veel meer mogelijkheden die gekozen kunnen worden zonder verdere nadelige gevolgen.
- Als bedrijf zal geprobeerd worden de verplichtingen zo laag mogelijk op te voeren, waardoor bijvoorbeeld de leasecontracten minder lange looptijden krijgen.



- 17% van de onderzochte bedrijven volgt IFRS. Opmerkelijk, omdat dit aandeel veel hoger is dan het aandeel beursgenoteerde ondernemingen (waarvoor de richtlijn bindend wordt). IFRS kan ook vrijwillig gevolgd worden.
- Bijna één op de vijf respondenten weet het niet.
- Van alle bedrijven die IFRS volgen, verwacht meer dan 60% geen implicaties. Ruim 20% weet het nog niet. Ook bij de grote bedrijven wordt opmerkelijk vaak verwacht dat IFRS geen invloed zal hebben op de wijze waarop het bedrijf omgaat met (auto) mobiliteit.

4.10 Poolauto's

De inzet van poolauto's neemt toe, vooral bij grote bedrijven. De VNA heeft in 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 de medewerkers voor het privégebruik een marktconform tarief betalen. Het blijkt dat de regelgeving rondom de verstrekking van poolauto's vaak niet bekend is of niet goed wordt nageleefd. Het risico is dat zowel de werkgever als de werknemer risico lopen op naheffing door de fiscus.



Kunnen medewerkers in uw organisatie gebruikmaken van een poolauto?



JA: 36%

NZO 2015: 32%



NEE: 63%

1% weet het niet



Mag deze poolauto ook privé worden gebruikt?



JA: 11%

NZO 2015: 10%



NEE: 86%

2% weet het niet



Moet de betreffende medewerker voor privégebruik van de poolauto een marktconforme vergoeding betalen?



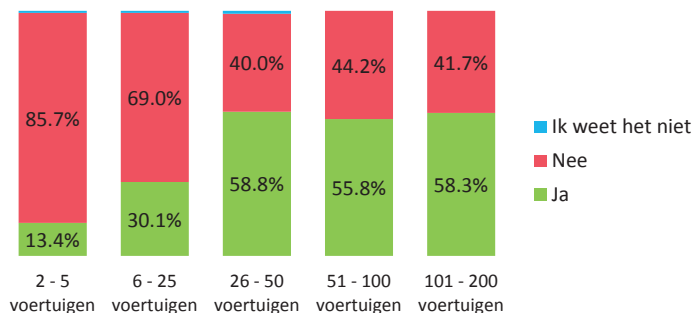
JA: 59%

NZO 2015: 54%



NEE: 41%

Kunnen medewerkers in uw organisatie gebruikmaken van een poolauto?



- Het aandeel bedrijven dat poolauto's ter beschikking stelt aan medewerkers neemt toe van 32% in 2015 naar 36% in 2016.
- Bij 11% van die bedrijven mogen medewerkers ook privé rijden met de poolauto.
- In bijna 60% van de gevallen moet de medewerker daarvoor een marktconforme vergoeding betalen. Dat is weliswaar iets meer dan in 2015 (54%), maar dat betekent dat bij vier op de tien bedrijven waar privé mag worden gereden met de poolauto er een risico is op fiscale naheffing.

Hoofdstuk 5

VERANTWOORDING

Achtergrond

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek wordt sinds 2009 uitgevoerd. Deze rapportage (in 2016) is dus de achtste 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 automotive en mobiliteitsbranche 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 berijder én van de werkgever. Continuïteit van het onderzoek en de onderzoeksresultaten staan centraal, maar elk jaar worden specifieke onderwerpen nader uitgelicht.

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

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

- Wat zijn de gevolgen van de vereenvoudigde bijtellingsregels per 1/1/2017?
- Wat is de ontwikkeling van de voorkeursposities van automerken?
- Welk factoren bepalen de keuze voor de zakenauto?
- In hoeverre is de zakenauto nog een aantrekkelijke arbeidsvoorwaarde?
- Alternatieve mobiliteit en mobiliteitsvormen
- Hoe kijken werkgevers naar aanbieders van mobiliteitsproducten/diensten?
- Leveren telematica-oplossingen wat ze beloven? Is privacy een barrière?

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

Verantwoording

Er zijn twee onderzoeken uitgevoerd:

1. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2016 – BEDRIJVEN
2. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2016 – BERIJDEERS

Beide onderzoeken hebben plaatsgevonden door middel van een internet-enquête in de periode juni – juli 2016. Indien een e-mailadres voorhanden was, zijn naar zakelijke berijders en vertegenwoordigers van

gepersonaliseerde uitnodigingen verstuurd om deel te nemen aan het onderzoek. Verder zijn er anonieme hyperlinks geplaatst in relevante e-mail-nieuwsberichten en op websites.

Om het aantal responderende bedrijven te optimaliseren is samengewerkt met Fleet Profile. Fleet Profile is een direct marketing organisatie die zich specifiek richt op de markt voor zakelijke mobiliteit in de Benelux. Fleet Profile beschikt over een uniforme database met de TOP 30.000 organisaties en instellingen in de Benelux, inclusief gegevens over de DMU. De database bevat ook informatie over het wagenpark en mobiliteitsaspecten. Via de database van Fleet Profile zijn bedrijven uitgenodigd voor deelname. Dit heeft geleid tot een hoge respons op het bedrijvenonderzoek enerzijds en een verbeterde balans eigendom/lease anderzijds (van de totale respons is het aandeel bedrijven met een wagenpark in eigendom toegenomen ten opzichte van eerdere jaren).

Response

Bedrijvenonderzoek	
Aantal respondenten:	747
Aantal volledig ingevulde vragenlijsten:	442
Berijdersonderzoek	
Aantal respondenten:	3.491
Aantal volledig ingevulde vragenlijsten:	2.642

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

Meer dan 3.400 berijders hebben gereageerd op het berijdersonderzoek. De resultaten zijn zeer betrouwbaar en bieden mogelijkheden om diepgaande analyses te maken. Het aandeel leaserijders is met 88% relatief hoog. Dankzij de hoge respons en de voldoende hoge aantallen rijders met een zakenauto die eigendom is van het bedrijf, kunnen desondanks resultaten goed geïnterpreteerd en indien nodig verbijzonderd worden.

De rapportage is in vijf delen opgesplitst:

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



Colofon

Nationaal Zakenauto Onderzoek 2016

28 september 2016

NZO 2016 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

Opmaak: BureauOMA – Wehl

Druk

Drukkerij Roelofs – Enschede



NATIONAAL
ZAKENAUTO
ONDERZOEK
2016

ZAKENAUTO IN NEDERLAND

DATA - ANALYSES - TRENDS