

# HOE ZAKELIJK IS DE ZAKELIJKE RIJDER?

NATIONAAL  
ZAKENAUTO  
ONDERZOEK  
2011





# Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b>	<b>05</b>
<b>Hoofdstuk 1: RDC Market Monitor – Zakenauto</b>	<b>06</b>
<b>Hoofdstuk 2: Samenvatting</b>	<b>12</b>
2.1 Bedrijven	<b>13</b>
2.1.1 Wagenpark	
2.1.2 Profilering als "groen"	
2.1.3 Sturing op zuinig en/of minder rijden	
2.1.4 De autoregeling als gespreksonderwerp in het bedrijf	
2.1.5 Kilometerregistratiesystemen	
2.1.6 Beloning "goed" rijgedrag	
2.1.7 De autoregeling	
2.1.8 De mening van de werkgever over de volgende zakenauto(s)	
2.2 Berijders	<b>19</b>
2.2.1 De auto van de zaak	
2.2.2 De autoregeling	
2.2.3 Kilometerregistratiesystemen	
2.2.4 Ondernemingsraad	
2.2.5 Invloedsfactoren voor de volgende auto	
2.2.6 Bereidheid tot besparing	
2.3 Nadere analyses over loyaliteit en attractiviteit	<b>27</b>
2.3.1 Loyaliteit ten opzichte van merk	
2.3.2 Loyaliteit ten opzichte van segment	
2.3.3 Loyaliteit ten opzichte van de bijtellingscategorie	
2.3.4 Attractiviteit	
2.3.5 Invloedsfactoren bij de keuze voor een zakenauto	
<b>Hoofdstuk 3: Belangrijkste conclusies</b>	<b>30</b>
3.1 Merkenloyaliteit wisselt sterk	<b>31</b>
3.2 Enorm besparingspotentieel voor werkgevers	<b>32</b>
3.3 De autoregeling staat onder druk – toenemend spanningsveld tussen wensen werkgevers en berijders	<b>33</b>
3.4 Aandeel leasing blijft stijgen	<b>34</b>
<b>Hoofdstuk 4: Verantwoording van het onderzoek</b>	<b>36</b>
4.1 Achtergrond van het onderzoek	<b>37</b>
4.2 Verantwoording en response	<b>37</b>
4.3 Opzet van de rapportage	<b>37</b>

---

---

Met medewerking van:



*Dit rapport is een beknopte selectie van de resultaten en van de achtergronden van het onderzoek.*

*Het volledige rapport is gratis te downloaden via de website [automobielmanagement.nl](http://automobielmanagement.nl) of via de website [rdc.nl](http://rdc.nl).*



# Voorwoord

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek (NZO) 2011 is het resultaat van een samenwerking tussen Automobiel Management (AM) en het Centraal Bureau Mobiliteit Statistieken van RDC. Sinds het begin van onze samenwerking (in 2009) waren de resultaten steeds nieuwswaardig voor omroepen en landelijke dag- en opiniebladen. En wij kunnen zeggen: dat zijn ze opnieuw.

Het NZO telt een aantal vaste onderwerpen en gaat uit van een drietal thema's.

- Hoe belangrijk is emotie (nog ) bij de keuze voor een zakenauto?
- Wat is de invloed van het fiscale bijtellingsbeleid op de keuze van een zakenauto?
- Welke rol speelt de relatie werkgever-werknemer (de autoregeling) op het keuzeproces van de zakenauto?

De vaste aanpak zorgt voor continuïteit. Bovendien maakt de grote hoeveelheid data die wij ermee verwerven het mogelijk trends in beeld te brengen die marketeers in de autobranche een schat aan aanknopingspunten en informatie bieden.

De geconstateerde trends - downsizen vindt onverminderd plaats, groen rijden werkt als het (fiscaal) wordt beloond, de bijtelling wordt als zeer onrechtvaardig beschouwd - zullen wellicht niet voor iedereen verrassend zijn. Het onderzoek staft deze trends met cijfers. Dat de merkenloyaliteit blijft afbrokkelen, verrast mogelijk evenmin. Wel brengt het NZO 2011 voor het eerst in kaart welke merken zich hierover ernstig zorgen zouden moeten maken - om te voorkomen dat ze over een aantal jaren mogelijk procenten marktaandeel moeten inleveren. Andere nieuwe aspecten in het onderzoek zijn de autoregeling en de gevolgen hiervan voor werkgever en werknemer. Belonen of straffen? Harde cijfers wijzen de weg.

Het derde Nationaal Zakenauto Onderzoek onderscheidt trends, levert bevestiging en opent menigeen de ogen. De samenwerking tussen AM als belangrijkste nieuwsbrenger voor de autobranche en het professio-

nele RDC is in korte tijd uitgegroeid tot een instituut waar de markt graag van profiteert. De snel groeiende populariteit van het NZO blijkt ook uit de deelnamebereidheid van zakelijke rijders en wagenparkbeheerders. Het aantal respondenten groeide naar 165 fleetmanagers en ruim dertienhonderd zakelijke rijders. Om te komen tot dit zeer grote aantal deelnemers heeft ook de Vereniging AutoVan De Zaak (VAVDZ) een zeer gewaardeerde rol gespeeld. Ook de Vereniging van Nederlandse Fleetowners (VNF) stimuleerde haar leden deel te nemen aan het onderzoek, met eveneens een positief resultaat.

Mede hierdoor zijn AM en RDC ervan overtuigd een solide rapport te hebben vervaardigd. Een rapport dat aangeeft waar nijpende kwesties zijn ontstaan, maar dat ook handvatten biedt voor het oplossen ervan. En opnieuw is de inhoud inderdaad ronduit nieuwswaardig!

*Gerit Schipper*

Algemeen Directeur  
RDC Group BV

*Peter Brauwer*

Hoofdredacteur AM

# HOOFDSTUK 1

## RDC MARKET MONITOR - ZAKENAUTO

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



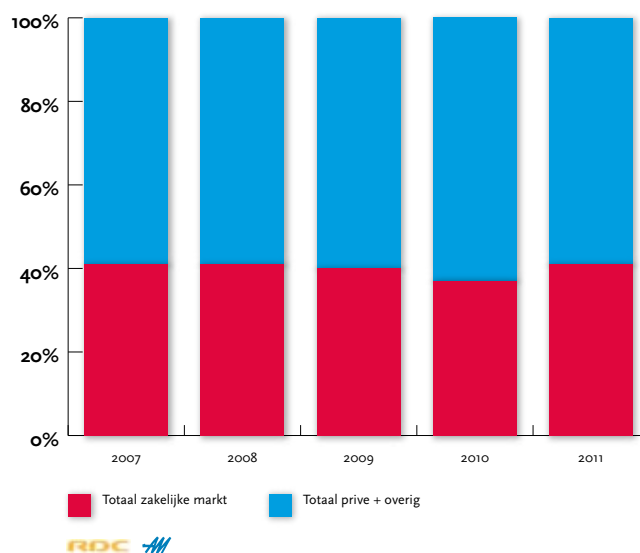
## De zakenauto

Voor de analyse van de markt en de zakelijke markt in het bijzonder, is gebruik gemaakt van het online markt-informatie- en analysesysteem RDC Market Monitor. Alle data hebben betrekking op het wagenpark per 07/2011 en de registraties per jaar tot en met 07/2011.

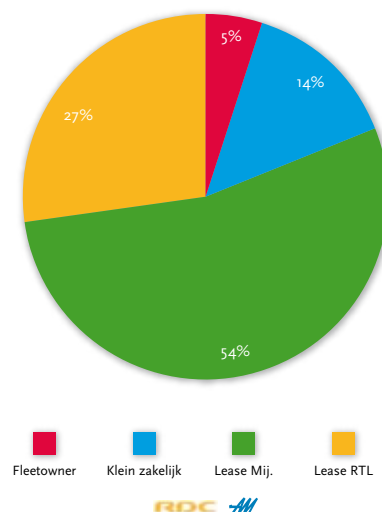
## Het aandeel zakelijke auto's is weer licht stijgend

Na een dip in de verkoop van zakelijke auto's in 2009 en 2010, neemt het aandeel zakelijke auto's in 2011 weer toe tot 41% ten opzichte van de totaalmarkt. Leaseregistraties maken verreweg het grootste deel uit van de zakelijke markt (in 2011 81%). Het aandeel klein zakelijk neemt af van 17,4% in 2008 tot 14,1% in 2011.

Totaalmarkt: aandeel zakelijk weer licht stijgend



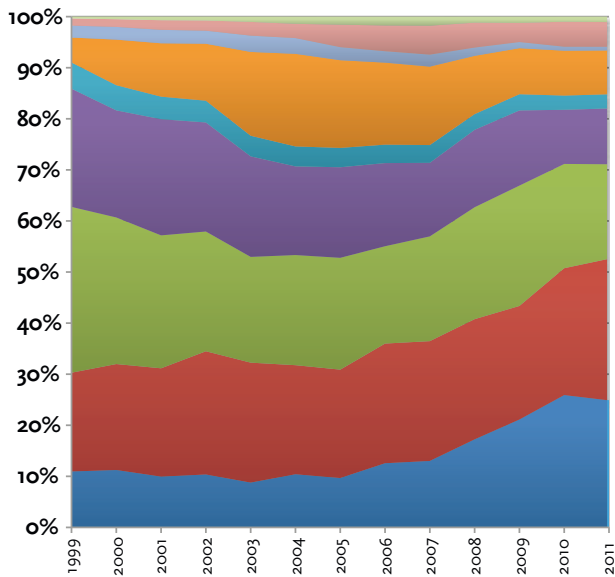
Zakelijke markt: nieuwe registraties 2011



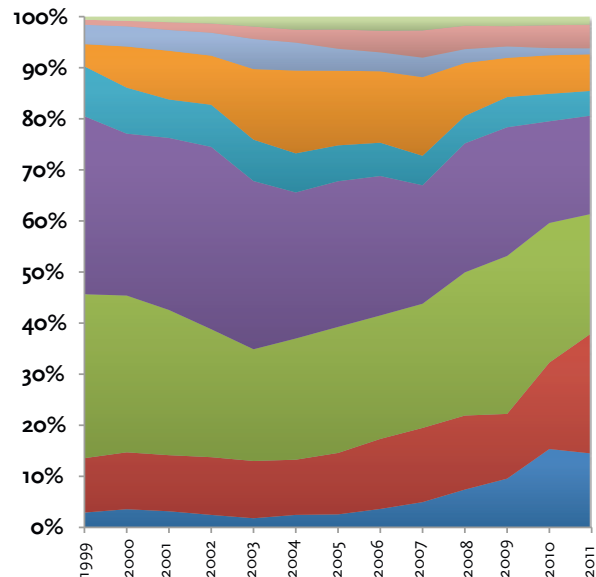
## Downgrading zichtbaar in de registraties

Er is al een aantal jaren een verschuiving naar lagere segmenten zichtbaar. In de zakelijke markt is in versneld tempo de downgrading doorgevoerd. De opbouw van de segmenten is in 2011 inmiddels grotendeels vergelijkbaar met de segmentopbouw van de totaalmarkt.

### Totaalmarkt - opbouw segmenten



### Zakelijke markt - opbouw segmenten



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







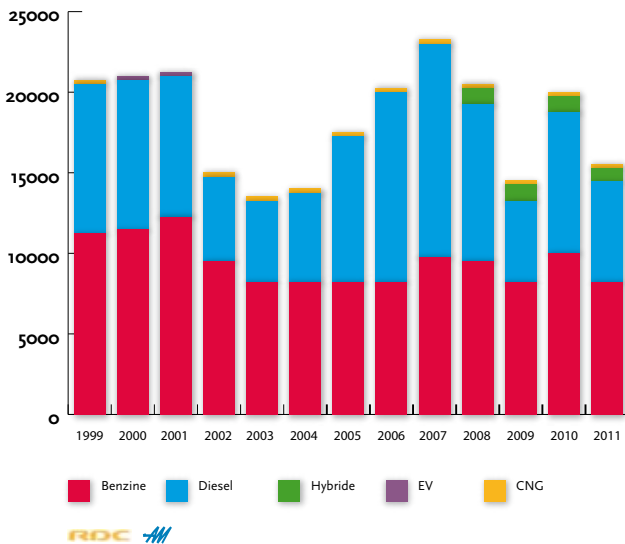
## Nauwelijks vraag naar zakenauto's op alternatieve brandstoffen

De vraag naar voertuigen op alternatieve brandstoffen blijft achter bij de hooggespannen verwachtingen. Elektrische voertuigen (EV), auto's op aardgas (CNG) zijn nauwelijks zichtbaar in de registraties. Zelfs het marktaandeel van hybride-auto's staat onder druk en is in 2011 met 4% lager dan in 2009 (7,6%) en 2010 (5,4%).

## Afname CO<sub>2</sub>-uitstoot zet door – het zakelijk segment vergroent sneller

Milieubewustzijn in de samenleving, technologische ontwikkelingen en fiscale stimuleringsmaatregelen leiden overduidelijk tot een toenemende vraag naar zuinige en schone auto's. De gemiddelde uitstoot van alle in Nederland verkochte auto's is gedaald van 147,9 gram/km naar 128,2 gram/km. De vergroening van het zakelijk segment verloopt sneller dan de totaalmarkt.

Zakelijke markt - brandstofsoort



Afname CO<sub>2</sub>-uitstoot  
(basis: alle verkochte auto's):



Afname CO<sub>2</sub>-uitstoot  
(basis: alle verkochte auto's in zakelijksegment):



## Enorme toename zakenauto's in lage bijtellingsklasse

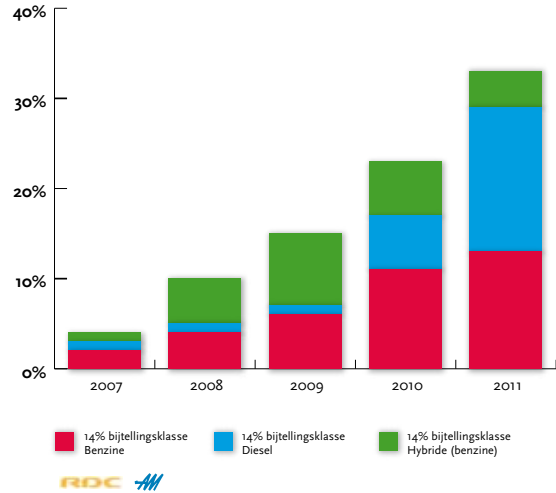
Het aandeel zuinige (20% bijtelling) en zeer zuinige auto's (14% bijtelling) is de afgelopen jaren sterk toegenomen. In 2011 zal zo'n 70% van alle verkochte zakenauto's het stempel "zuinig" of "zeer zuinig" meekrijgen! Opmerking: de nieuwverkopen zijn verdeeld op basis van de CO2-normen zoals die in 2011 gelden.

In de 14% bijtellingsklasse valt op dat het aandeel diesel sterk toeneemt (Polo Buemotion, Fiat Grande Punto Multijet Diesel, etc.).

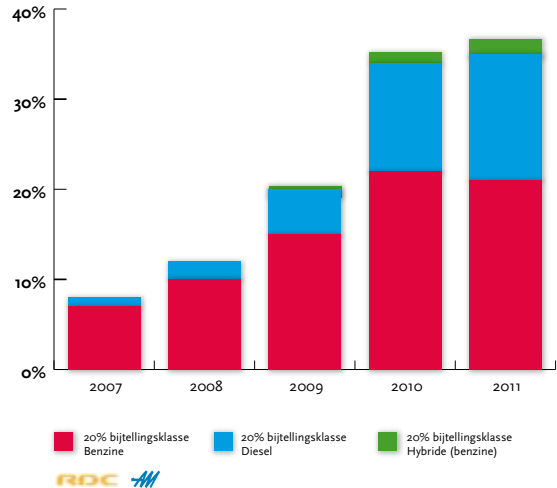
Ook in de 20% bijtellingsklasse neemt het dieselaandeel toe. Als gevolg van de sterke toename van het 14%-segment, groeit dit segment nauwelijks.

De sterk dalende tendens van de 25% bijtellingsklasse wordt doorgezet.

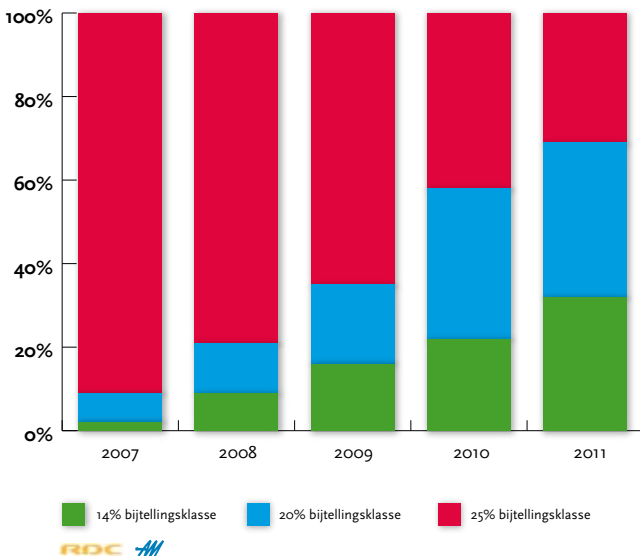
Zakelijke markt - 14% bijtellingsklasse:  
Aandeel diesel neemt sterk toe



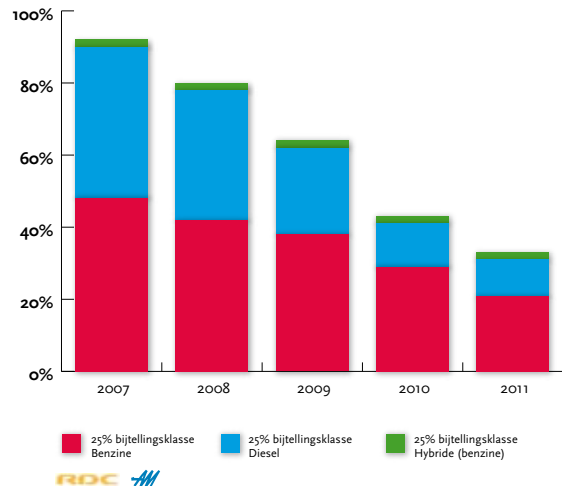
Zakelijke markt - 20% bijtellingsklasse:  
Groeit neemt af, dieselaandeel neemt toe



Zakelijke markt: nieuwverkopen naar bijtellingsklasse  
(volgens normen 2011)



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



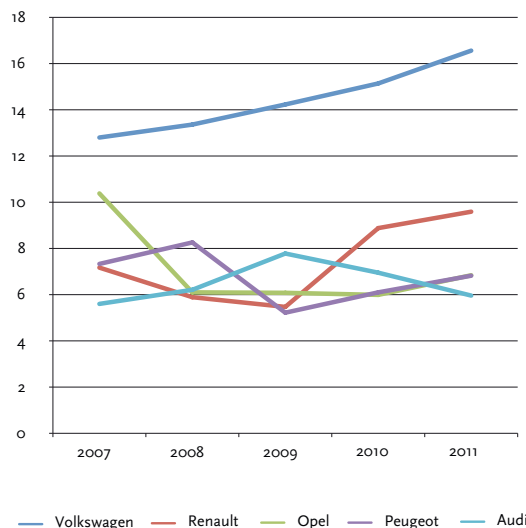


## Marktaandeelontwikkeling per merk

De zakelijke rijder is gevoelig voor modelintroducties. Merken met interessante nieuwe modellen en fiscaal gunstige motoren, kunnen zich verheugen in een grote belangstelling. Volkswagen is veruit marktleider in het zakelijke segment. Renault heeft zich na een paar mindere jaren "herpakt", Opel zit weliswaar op een veel lager niveau dan voorheen, maar verbetert de marktpositie, Peugeot zit in de lift. Van de premium merken heeft Audi met 6% het hoogste marktaandeel. De marktpositie van Ford en Mercedes-Benz staat onder druk.

Hiernaast de Marktaandeel Top-5 en een overzicht met de Top-20 merken van de zakelijke markt. Met kleuren is aangegeven welke merken stijgen en welke dalen.

## Zakelijke markt - marktaandeel Top-5



RDC AM

## Zakelijke markt overzicht Top-20

	2007	2008	2009	2010	2011
Volkswagen	12,8	13,36	14,23	15,14	16,56
Renault	7,17	5,89	5,47	8,88	9,59
Opel	10,38	6,1	6,08	5,99	6,84
Peugeot	7,33	8,26	5,22	6,1	6,82
Audi	5,6	6,21	7,78	6,95	5,96
Skoda	2,49	2,35	2,99	4,33	4,89
Toyota	6,07	6,4	8,22	7,45	4,79
Seat	3,64	3,16	2,92	3	4,78
BMW	4,53	5,3	5,42	4,91	4,75
Volvo	5,67	4,98	5,72	4,42	4,65
Fiat	2,02	3,05	2,72	4,64	4,53
Ford	7,46	9,71	8,96	5,85	4,37
Citroën	4,22	4,92	4,99	3,45	4,12
Mercedes	3,16	3,09	2,97	3,17	2,32
Kia	2,06	1,5	0,94	1,71	1,82
Hyundai	1,84	1,63	1,25	1,63	1,77
Nissan	1,34	1,38	2,02	2,12	1,63
Alfa Romeo	1,69	0,96	0,56	0,72	1,38
Dacia	0,11	0,39	0,4	0,74	0,92
Mitsubishi	0,96	0,96	0,73	0,62	0,87

dalende tendens  
 stijgende tendens

RDC AM

# Hoofdstuk 2

## Samenvatting

Dit hoofdstuk is een samenvatting van het NZO 2011, uitgesplitst in de delen:

- 2.1 Bedrijven
- 2.2 Berijders
- 2.3 Nadere analyses over loyaliteit en attractiviteit

Het NZO 2011 geeft een interessante inkijk in het segment van de zakenauto, de zakenautoberijder en de werkgever die de zakenauto ter beschikking stelt. Aan het onderzoek namen ruim dertienhonderd berijders deel en 165 fleetmanagers.

De volgende thema's spelen een centrale rol in het onderzoek:

- 1. Hoe belangrijk is emotie (nog) bij de keuze voor een zakenauto?
- 2. Wat is de invloed van het fiscale bijtellingsbeleid op de keuze van een zakenauto?
- 3. Welke rol speelt de relatie werkgever-werknemer (de autoregeling) op het keuzeproces van de zakenauto?

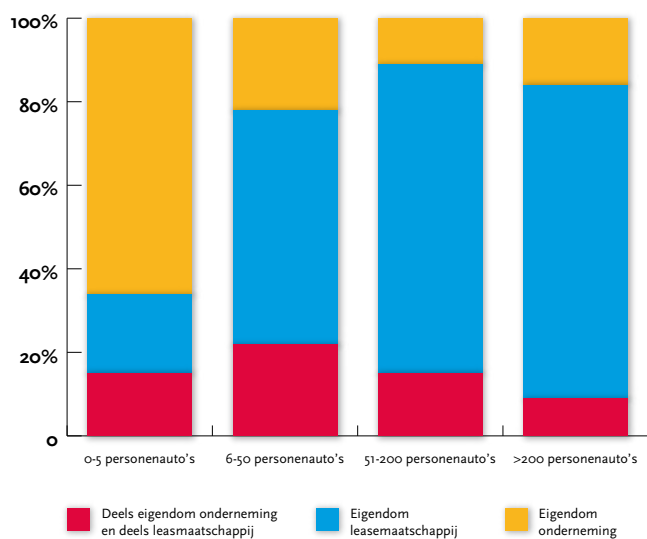


# 2.1 Bedrijven

## 2.1.1 Wagenpark

- Kleine wagenparken zijn vooral eigendom van het bedrijf zelf, het leaseaandeel bij de grotere wagenparken (meer dan 26 eenheden) is substantieel: tussen de 70 en 85%.

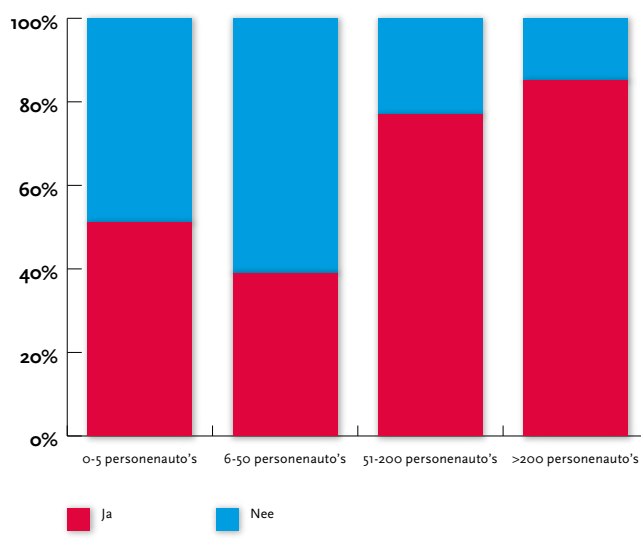
Eigendom wagenpark



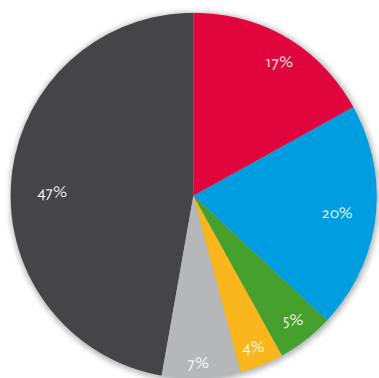
## 2.1.2 Profilering als "groen"

- Tweederde van de onderzochte bedrijven vindt dat ze zich profileren als "groen". In het algemeen geldt: hoe groter het wagenpark, hoe duidelijker men zich als "groen" wil profileren.
- Het wagenpark speelt een belangrijke tot zeer belangrijke rol in de groene profilering.

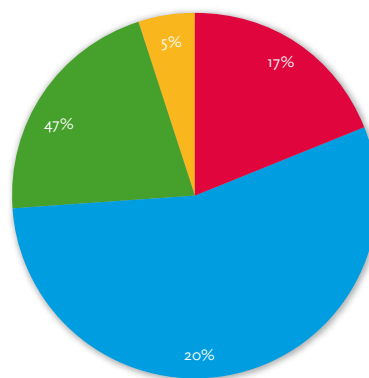
Profileert uw onderneming zich als "groen" (t.o.v. wagenparkgrootte)



Hoeveel mensen zijn er werkzaam bij uw onderneming?



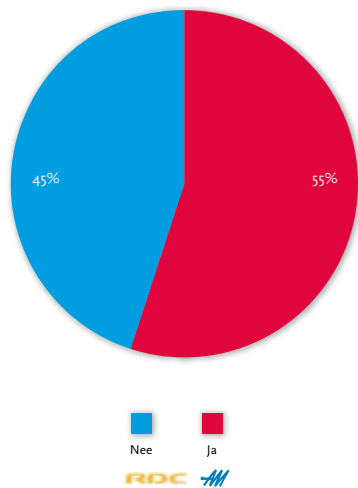
Welke rol speelt uw wagenpark in deze groene profilering?



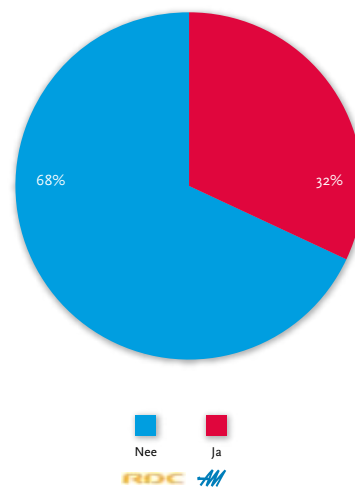
### 2.1.3 Sturing op zuinig en/of minder rijden

- Ruim de helft van de werkgevers geeft aan dat er actief gestuurd wordt op zuinig rijden. Bij de grote wagenparken ligt dit percentage tussen de 60 en 70%.
- Slechts 32% van de bedrijven heeft beleid ontwikkeld om werknemers minder kilometers te laten rijden.
- Bij auto's in eigendom wordt het meest gestuurd op minder rijden (35%).
- 47% van de bedrijven informeert de berijders in het geheel niet over verbruik en/of uitstoot. Vooral kleinere bedrijven met kleine(re) wagenparken laten dit liggen. Indien wordt ingezoomd op de bedrijven die zich "groen" vinden, blijkt dat 38% van hen de berijders niet informeert over eigen verbruik en uitstoot: eigenlijk een basisvoorwaarde om vergroening daadwerkelijk te realiseren!

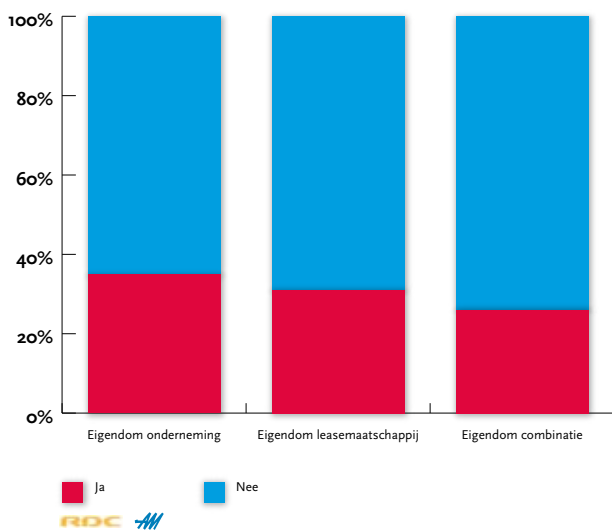
Stuurt uw organisatie op zuinig rijden?



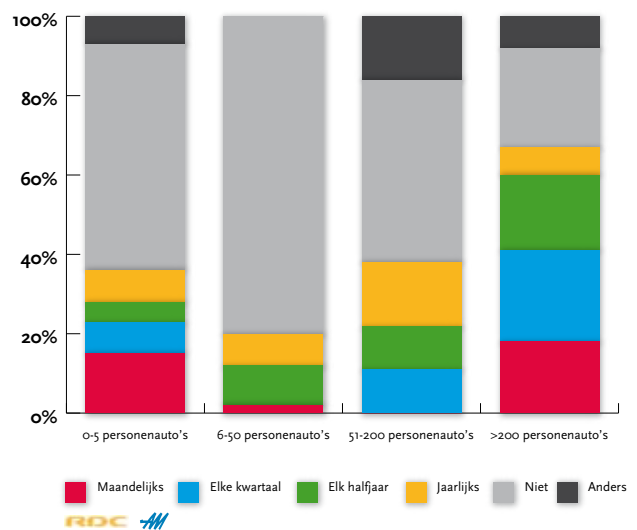
Stuurt uw organisatie op minder rijden t.a.v. berijders?



Stuurt uw organisatie op minder rijden t.a.v. berijders



Hoe vaak informeert u uw berijders over het brandstofverbruik en de CO<sup>2</sup>-uitstoot van haar berijders?





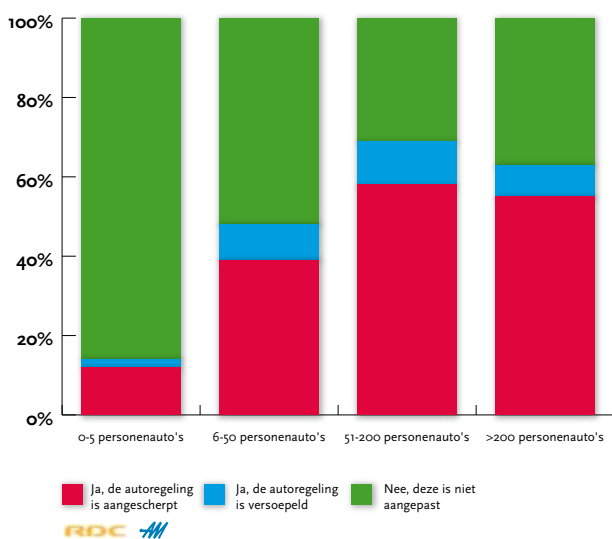
## 2.1.4 De autoregeling

- In de helft van de gevallen is de autoregeling het afgelopen jaar aangepast: voor 80% betreft dit een aanscherping.
- Hoe groter het wagenpark, hoe vaker er sprake is van een aanpassing c.q. aanscherping van de autoregeling.
- De autoregeling staat onder druk: 45% verwacht het

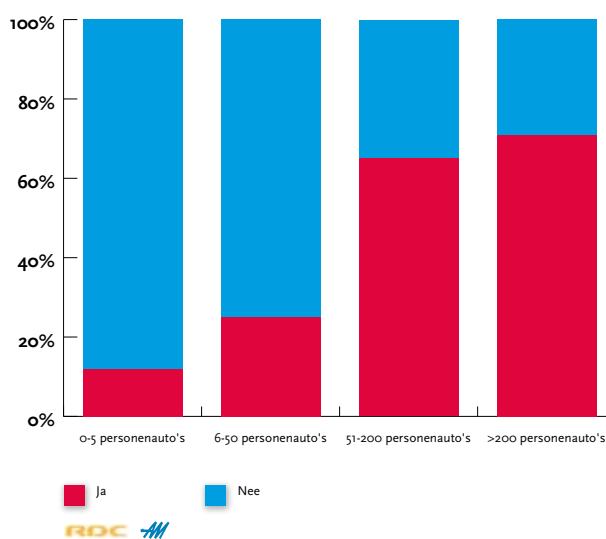
komende jaar aanpassing (grote bedrijven zelfs 70%).

- Belangrijkste redenen voor aanpassing: kostenbesparing en milieubewustzijn. Vooral bij de grote parken (hoog leaseaandeel!) zijn belangrijke redenen ook: flexibiliteit voor de werknemer en/of het invoeren van een mobiliteitsbudget.

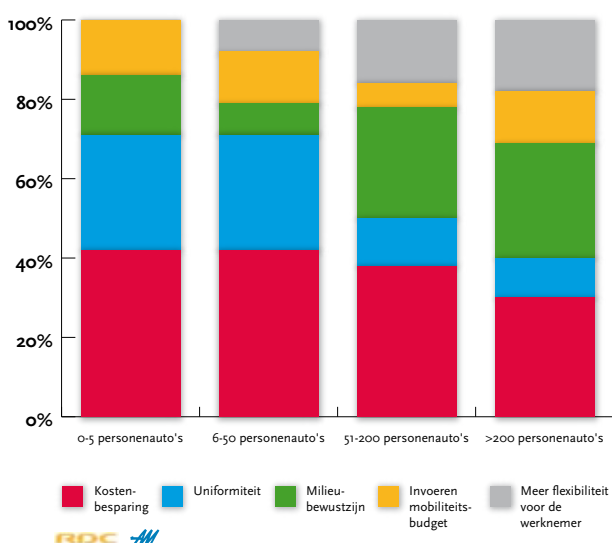
Is de autoregeling binnen uw bedrijf het afgelopen jaar aangepast?



Verwacht u dat de autoregeling van uw bedrijf in de nabije toekomst (komend jaar) wordt aangepast?



Wat zijn volgens u daarvoor de belangrijkste redenen?



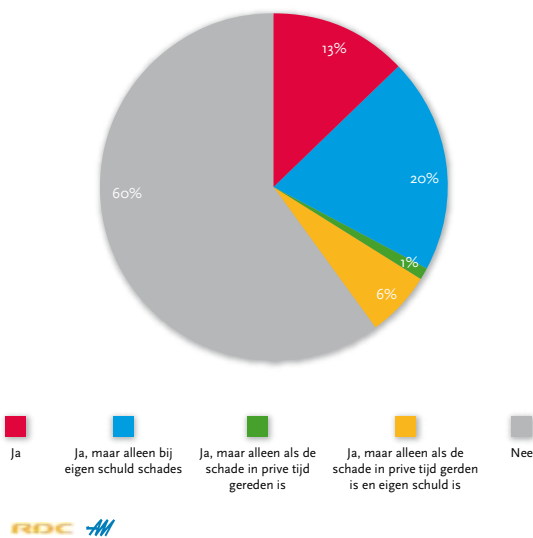
### Afkoopregeling

- 43% van de bedrijven kent een afkoopregeling voor de zakenauto bij uitdiensttreding. In de meeste gevallen overigens alleen indien het vertrek op initiatief is van de berijder. De afkoopregeling komt vaker voor bij lease en bij grote wagenparken.

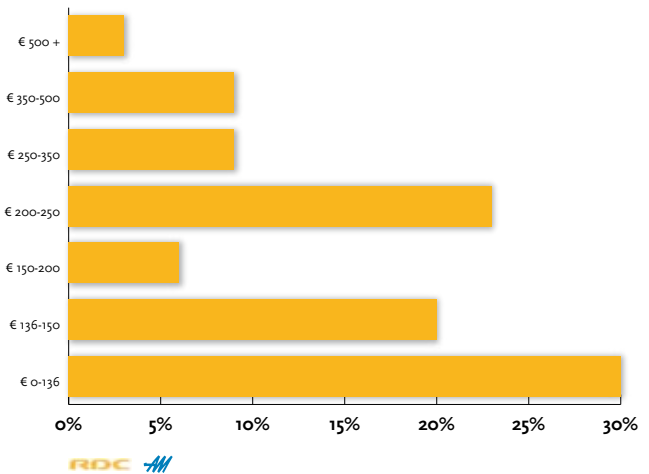
### Eigen risico bij schade

- In 33% van de gevallen bevat de autoregeling een eigen risico bepaling die ook in werktijd geldt (dit is wettelijk verboden!)
- Het eigen risico varieert van 50 tot 1.000 euro. Het gemiddelde is 241 euro: aanmerkelijk hoger dan het eigen risico van een reguliere particuliere autoverzekering.

Betaalt de berijder een eigen risico bij schade?



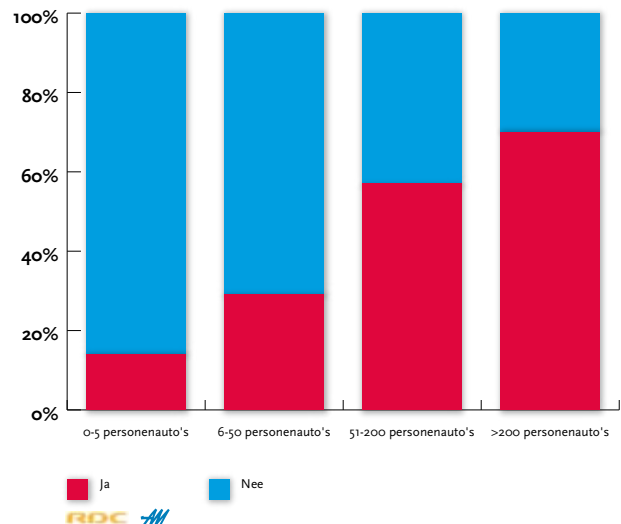
Eigen risico bij schade



### 2.1.5 Autoregeling als gespreksonderwerp in het bedrijf

Bijna 50% geeft aan dat de autoregeling onder collega's een veelvoorkomend onderwerp van gesprek is - vooral bij de grotere wagenparken. Aangenomen zou kunnen worden dat kleine bedrijven – door de korte lijnen – meer invloed hebben op “interne geruchten” en ontevredenheid en dit effectief om weten te buigen. Als dit correct is, dan werpt de vraag zich op of de verantwoordelijken voor het wagenpark bij de grote bedrijven voldoende feeling hebben met de praktijk.

Is de autoregeling een veelvoorkomend onderwerp van gesprek onder collega's?



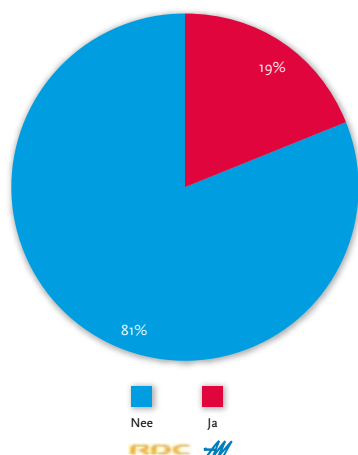




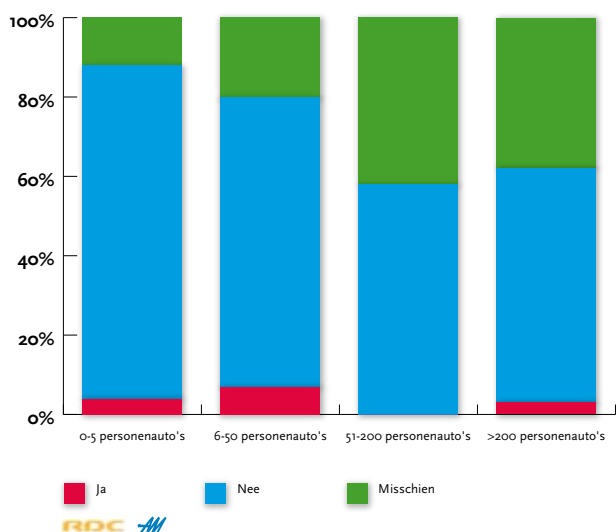
## 2.1.6 Kilometerregistratiesystemen

- Kilometerregistratiesystemen zijn bij 19% van de bedrijven in gebruik. In vrijwel alle gevallen zijn ze op initiatief van de werkgever geïnstalleerd.
- 69% overweegt niet een dergelijk systeem in te voeren. Argumenten als “overdone”, “niet ethisch” en “big brother is watching you” worden daarbij naar voren gebracht.
- Bedrijven met grotere wagenparken staan positiever tegenover kilometerregistratiesystemen: daar overweegt 40% invoering.

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



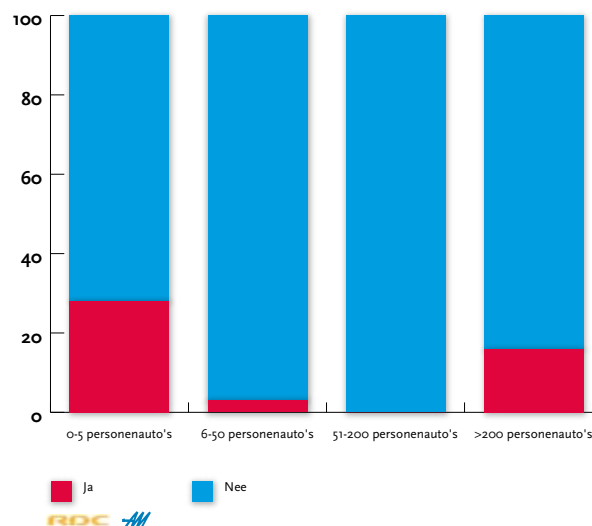
Overweegt u als werkgever een dergelijk systeem in te gaan voeren?



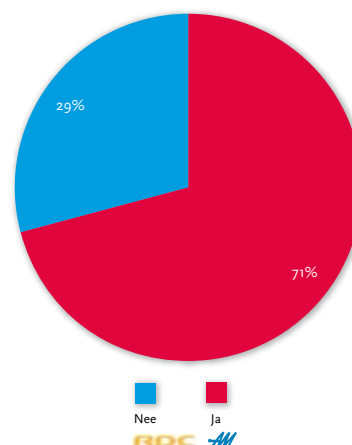
## 2.1.7 Belonen “goed” rijgedrag

- Slechts 15% van de bedrijven belooft “goed” rijgedrag van bestuurders.
- Belonen van goed rijgedrag is effectief: 71% (van diegenen het wel doen) geeft aan dat beloning leidt tot meetbaar lagere kosten / hogere opbrengsten.
- Hier lijkt een enorm besparingspotentieel te liggen.

Wordt de bestuurder beloond voor 'goed' rijgedrag?



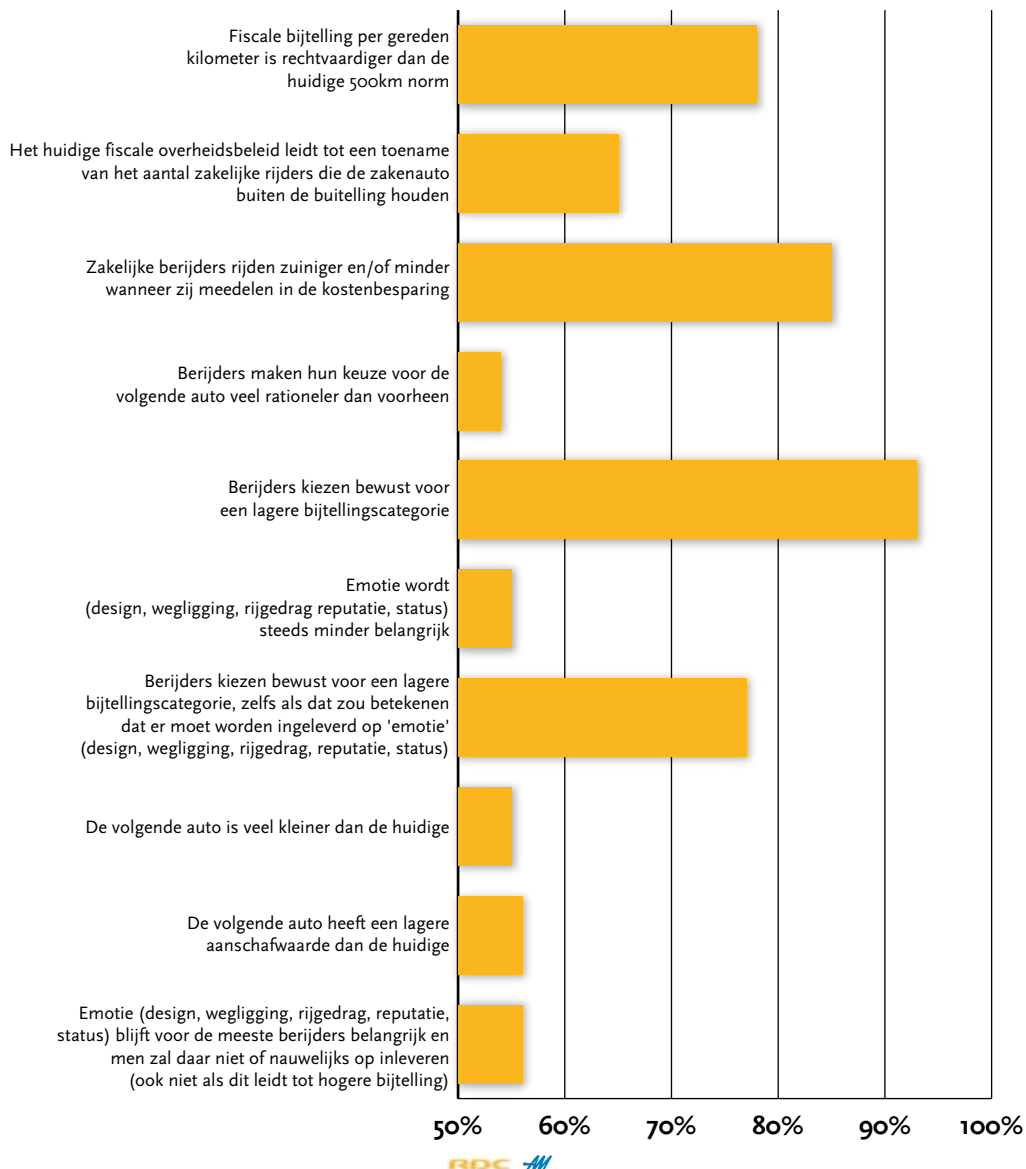
Leidt dit meetbaar tot lagere kosten/hogere opbrengsten?



### 2.1.8 De mening van de werkgever over de volgende zakenauto('s)

- Lagere bijtelling en meer milieubewustzijn lijken niet te leiden tot de bereidheid om een kleinere auto te kiezen.
- Een kleine meerderheid gaat er vanuit dat de volgende auto een lagere aanschafwaarde heeft dan de huidige (vooral grote wagenparken - 72% - zijn deze mening toegedaan).
- 56% van de respondenten is van mening dat emotie toch heel belangrijk blijft en dat de berijder daar niet op wil inleveren, zelfs als dat tot een hogere bijtelling leidt. Bij de kleinere wagenparken wordt deze stelling nog nadrukkelijker onderschreven.

### De mening van de werkgever over de volgende zakenauto('s)



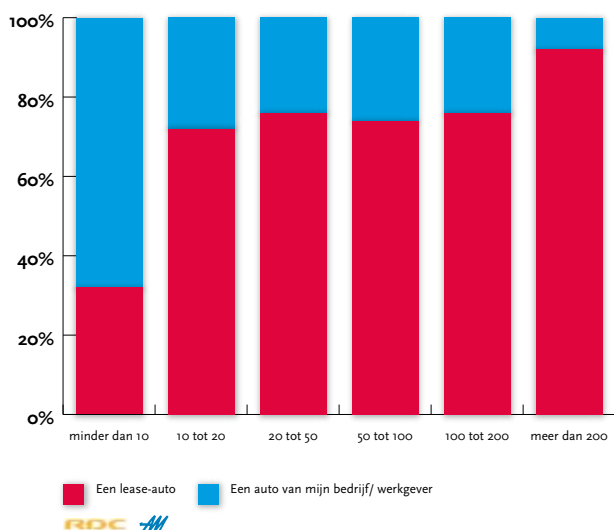


## 2.2 Berijders

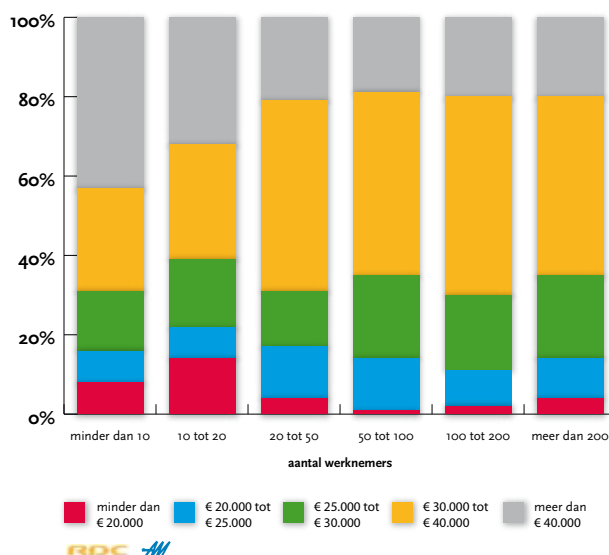
### 2.2.1 De auto van de zaak

- De meeste zakenauto's zijn leaseauto's: in totaal is 77% geleast.
- Er is een groot onderscheid tussen de kleine bedrijven tot 10 medewerkers (voornamelijk zakenauto's in eigendom) en de overige bedrijven (voornamelijk zakenauto's in lease).
- Het grootste deel van de respondenten (43%) rijdt in een zakenauto met een catalogusprijs tussen 30.000 en 40.000 euro.
- Opmerkelijk is dat bij de kleine bedrijven (minder dan 10 werknemers) relatief het vaakst dure zakenauto's voorkomen.
- In de 25% bijtellingsklasse heeft 74% een hogere catalogusprijs dan 30.000 euro.
- Van de berijders die hun auto buiten de bijtelling houden, heeft 76% een auto met een catalogusprijs hoger dan 30.000 euro, 46% hoger dan 40.000 euro.

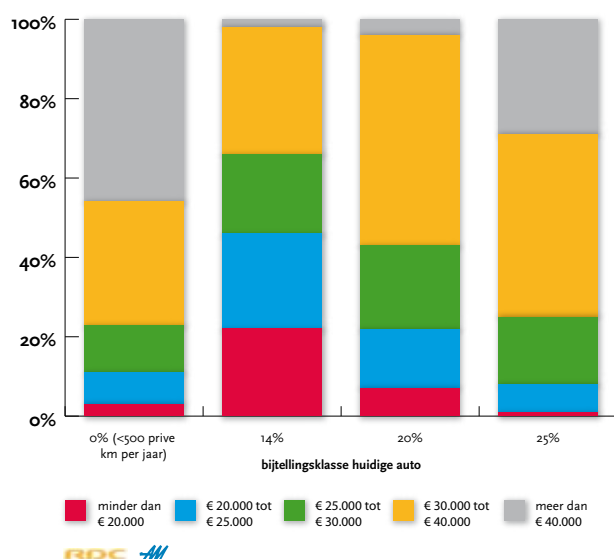
Rijdt u een lease-auto of een auto van uw werkgever?



Wat is de nieuwwaarde van deze zakenauto ?



Wat is de nieuwwaarde van deze zakenauto?

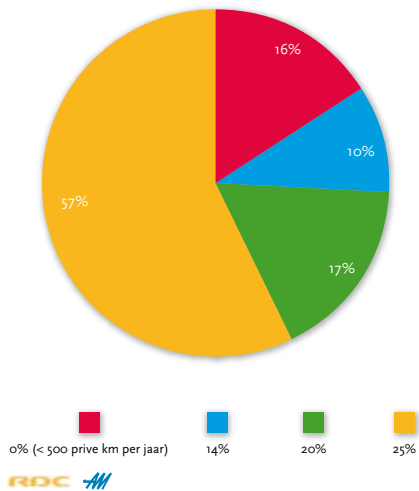


**Bijtelling**

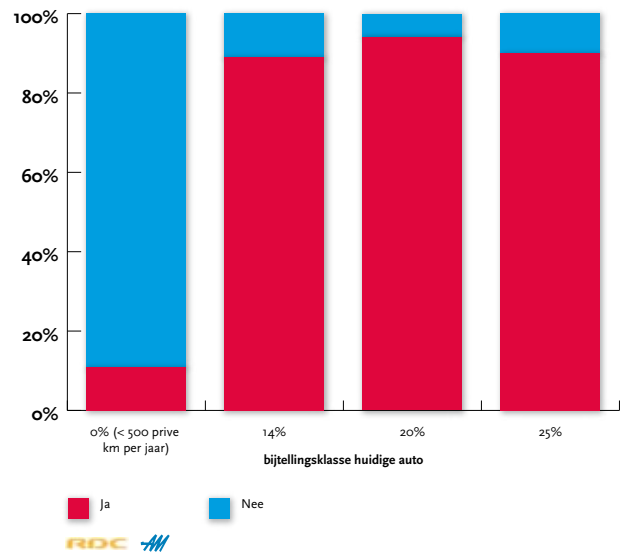
- 16% van de respondenten houdt de auto buiten de bijtelling (betaalt 0% bijtelling). -> met name: Alfa Romeo (27%), Audi (20%), BMW (31%), Mercedes-Benz (53%)
- 10% betaalt 14% bijtelling. -> met name: Fiat (38%), Honda (78%!), Lexus (67%), Toyota (62%).
- 17% betaalt 20% bijtelling. -> met name: Alfa Romeo (36%), Renault (27%), Seat (23%), Skoda (35%), VW (28%), Volvo (20%).
- 57% betaalt 25% bijtelling.
- Van alle berijders houdt nu 16% de zakenauto buiten de bijtelling. Het grootste deel van deze groep (89%) gaat daar volgend jaar mee door. 11% kiest er voor om weer bijtelling te gaan betalen.
- De groep die de zakenauto volgend jaar buiten de bijtelling wil houden, groeit met 39%. Dit betekent dat het aandeel zakenauto's buiten de bijtelling toeneemt: van 16% van het totale aantal zakenauto's nu, naar 22% volgend jaar.

- Opvallend is dat er geen grote verschillen zijn per bijtellingsklasse.
- Het ziet er naar uit dat de mate waarin men privé-kilometers maakt niet afhankelijk is van de bijtelling die men daarvoor betaalt, maar van de persoonlijke mobiliteitsbehoefte.

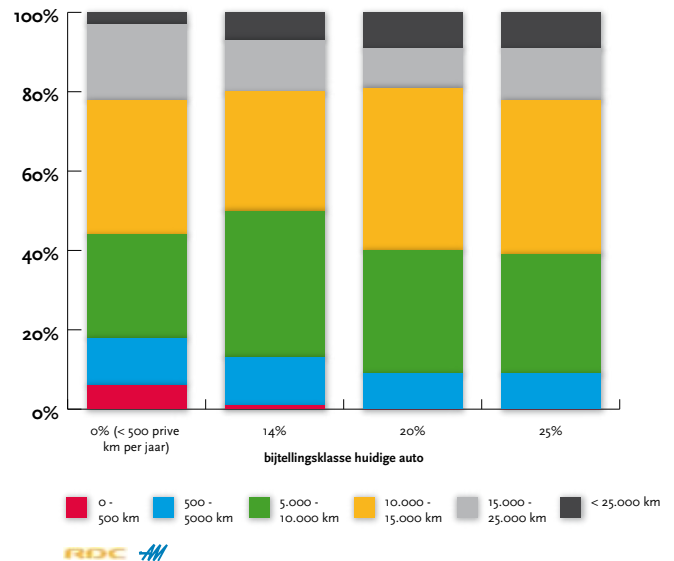
Hoeveel procent fiscale bijtelling betaalt u in 2011 voor uw zakenauto?



Gaaf u in 2012 uw huidige zakenauto prive (< 500 km) gebruiken?



Hoeveel kilometer rijdt u prive?



**Privé-kilometers**

- Het grootste deel van de zakenauto-rijders (37%), rijdt tussen de 10.000 en 15.000 km per jaar. De op één na grootste groep rijdt eerder minder (tussen 5.000 en 10.000 km per jaar) dan meer.



## 2.2.2 De autoregeling

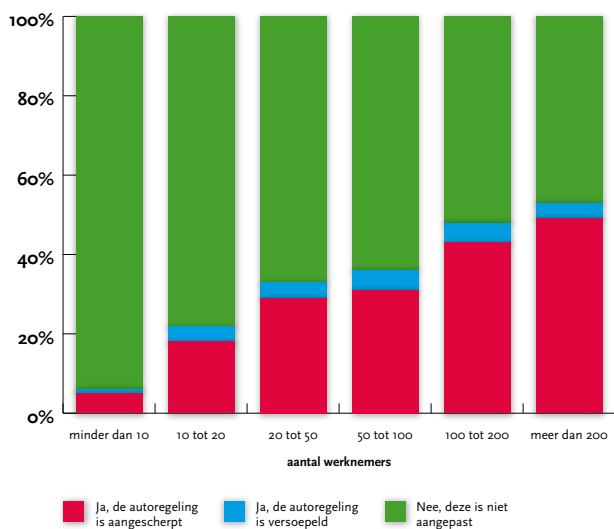
- Gemiddeld is de autoregeling bij 41% van alle bedrijven het afgelopen jaar aangepast.
- Hoe groter het bedrijf, hoe vaker er sprake is van aanpassing: 87% van de gevallen betreft een aanscherping en 13% een versoepeling.
- Hoe groter het bedrijf, hoe vaker de berijder te maken krijgt met beperkende factoren: afkoopregeling, eigen risico bij schade, beperking privé-kilometers, eigen bijdrage zakenauto.
- Bij kleine bedrijven is nauwelijks sprake van een eigen bijdrage (slechts 16%).
- Dit percentage loopt rechtevenredig op met de bedrijfsgrootte naar 75% bij de grootste bedrijven.

### Onderwerp van gesprek

- De autoregeling is in 44% van de gevallen een veel voorkomend onderwerp van gesprek onder collega's.

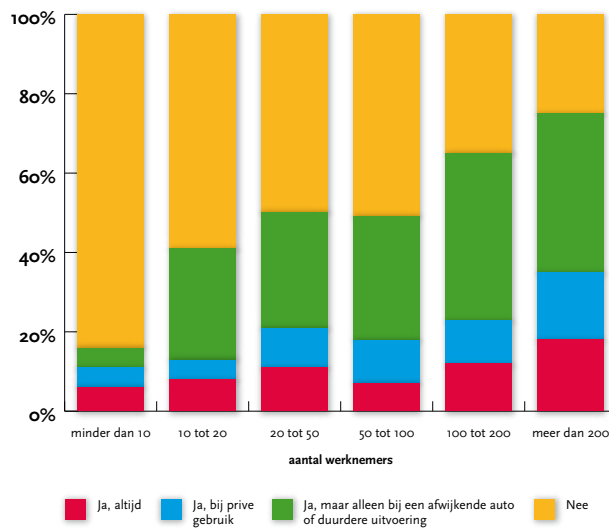
- Opmerkelijk is dat naarmate de bedrijfsomvang toeneemt, er meer over de autoregeling wordt gesproken.
- Uit het bedrijvenonderzoek blijkt dat grote bedrijven in het algemeen zwaardere autoregelingen hebben, die vaker worden aangepast. Er zou gesteld kunnen worden dat er een verband is tussen de zwaarte van de autoregeling en de mate waarin er intern over gesproken wordt.
- Als de autoregeling een belangrijk onderwerp van gesprek is onder collega's, heeft dat meestal te maken met interpretatie.
- In de ogen van de berijders is er veel op het management aan te merken als het gaat over de (consequente) toepassing van de autoregeling. Dit levert binnen bedrijven de meeste discussie op.

Is de autoregeling binnen uw bedrijf het afgelopen jaar aangepast?



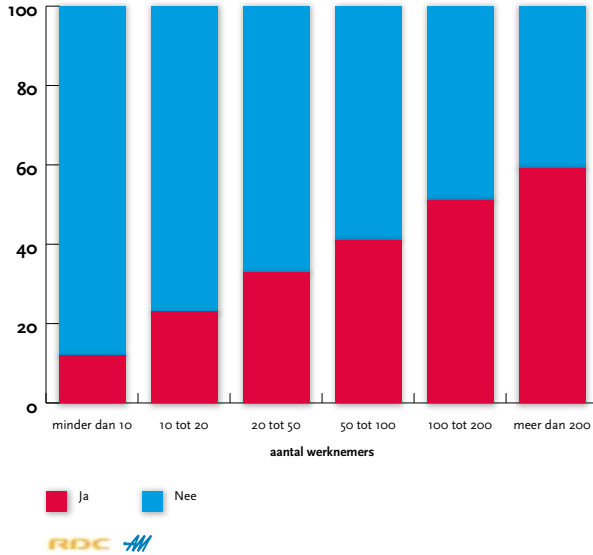
RDC AM

Geldt er een eigenbijdrage voor de zakenauto?

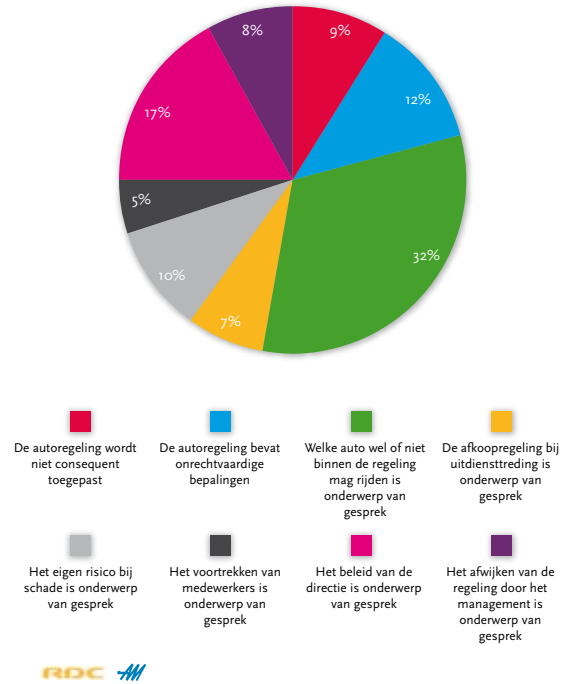


RDC AM

Is de autoregeling een veelvoorkomend onderwerp van gesprek onder collega's?



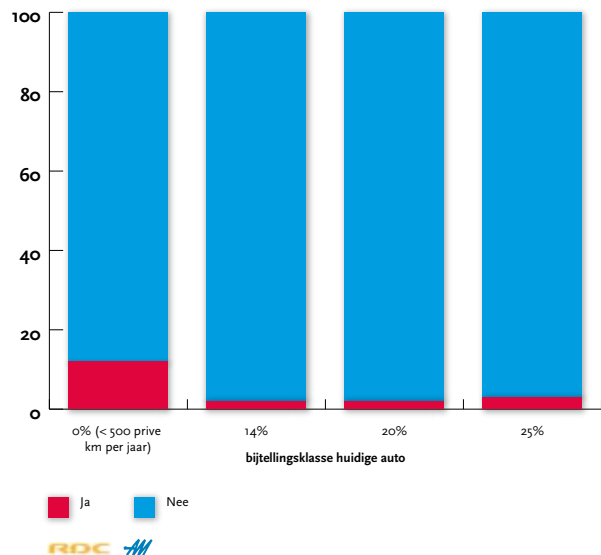
Kunt u de reden hiervan aangeven?



### 2.2.3 Kilometerregistratiesystemen

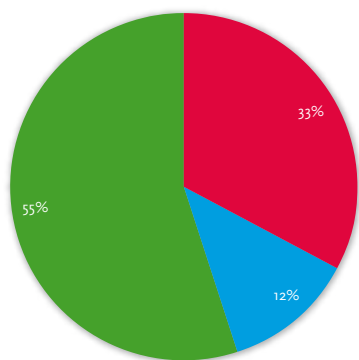
- 4% van de zakenauto's is uitgerust met een systeem om kilometers te registreren.
- Het populairst is een dergelijk systeem bij de bestuurders die hun auto buiten de bijtelling houden (13%) oftewel: 13% van de bestuurders die een kilometeradministratie bijhouden, doet dit nu met behulp van een registratiesysteem in de auto.
- Bestuurders van een zakenauto staan niet erg positief tegenover de invoering van een kilometerregistratiesysteem: 55% wijst dit resoluut af.
- Bestuurders die geen bijtelling betalen staan het minst negatief tegenover invoering.
- Het negatieve sentiment rondom de invoering van een kilometerregistratiesysteem wordt aanmerkelijk positiever omgebogen indien er een lagere bijtelling tegenover staat:
  - 25% blijft het afwijzen;
  - 47% zegt ja tegen invoering;
  - 28% zegt ja tegen invoering onder de voorwaarde dat de privé-kilometers niet inzichtelijk zijn voor de werkgever.

Is uw auto uitgerust met een systeem om kilometers te registreren?





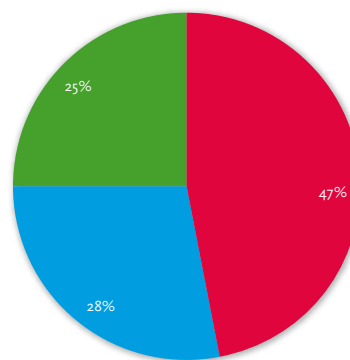
Onder welke omstandigheden gaat u akkoord met een dergelijk systeem?



■ Als de werkgever dit vraagt  
■ Als de prive kilometers niet inzichtelijk voor de werkgever  
■ Ik ga überhaupt niet akkoord met een dergelijk systeem



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



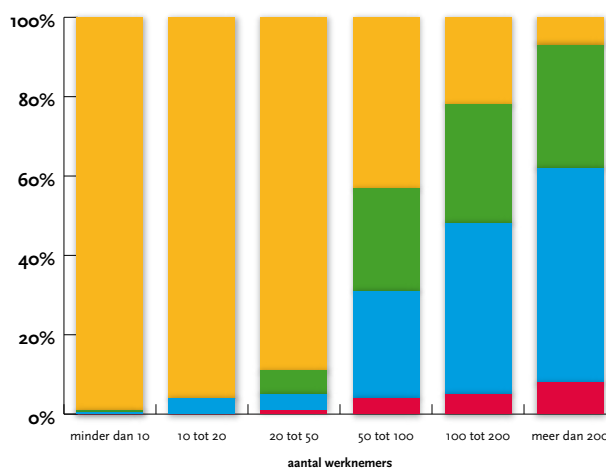
■ Ja  
■ Ja, maar alleen als prive kilometers niet inzichtelijk zijn  
■ Nee



## 2.2.4 Ondernemingsraad

- Indien er een ondernemingsraad in het bedrijf aanwezig is, dichten de berijders deze een vrij passieve rol toe op het gebied van autoregelingen (25% houdt zich in het geheel niet bezig met de autoregeling). Bij de bedrijven die een ondernemingsraad hebben, wordt de OR meestal (58%) door de directie betrokken bij de autoregeling. In 9% van de gevallen speelt de OR een leidende rol.
- Hoe groter het bedrijf met een OR, hoe meer invloed de OR heeft op de autoregeling.

In hoeverre speelt de ondernemingsraad een rol op het gebied van autoregelingen binnen uw bedrijf?



■ De OR heeft hierin een leidende rol en bespreekt dit met de directie  
■ De OR wordt hierin door de directie betrokken  
■ De OR bemoeit zich niet met de autoregeling  
■ Wij hebben geen autoregeling



### 2.2.5 Invloedsfactoren keuze voor de volgende auto

- Als men nu voor de keuze zou staan om een volgende zakenauto aan te schaffen / te leasen, worden alle invloedsfactoren belangrijker gevonden dan ze destijds waren voor de aanschaf van de huidige zakenauto.
- Van de rationele factoren is aanschafwaarde de belangrijkste en nog iets in belang toegenomen.
- "Milieu" en "fiscale bijtellingsklasse" zijn sterk in belang toegenomen.
- Het beleid van de werkgever speelt (volgens de berijder) een relatief geringe rol.
- Maar dit alles neemt niet weg dat ALLE emotionele factoren zeer hoog scoren en zelfs in belang zijn gestegen.
- Overall is 66% niet bereid in te leveren op emotie.
- Vooral voor de 0%- en 25%-bijtellingscategorie blijft emotie erg belangrijk.
- Praktische zaken als ruimte, uitvoeringsniveau en opties blijken overigens de belangrijkste argumenten te zijn voor de keuze van een (volgende) auto.

#### Ambitie! (zie diagrammen pagina 25)

- De meeste berijders lijken positieve denkers: 80% van de berijders gaat er van uit dat de volgende auto niet kleiner is dan de huidige, 72% van alle berijders denkt

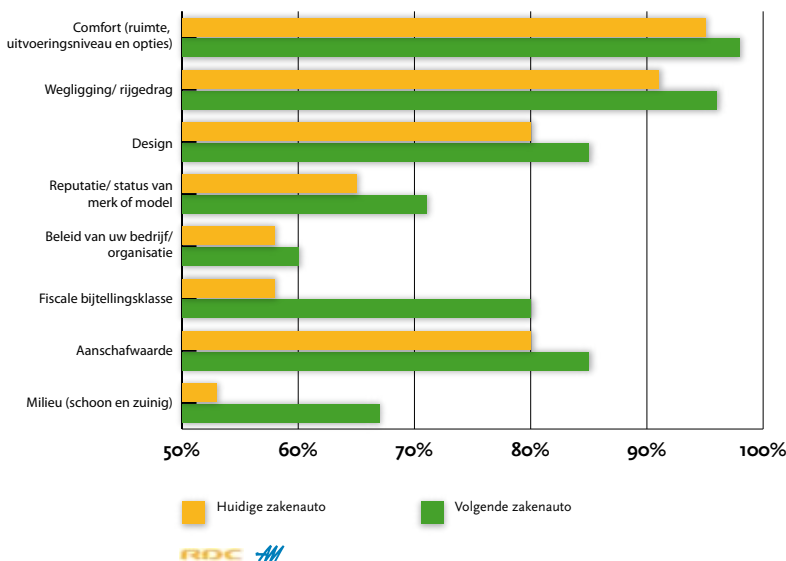
niet dat de volgende auto een lagere aanschafwaarde heeft dan de huidige (daar denken de werkgevers anders over..).

- Opvallend is dat de berijders van de duurste auto's (geen bijtelling en 25% bijtelling) het vaakst van mening zijn dat de volgende auto goedkoper zal zijn dan de huidige.

#### Bijtelling (zie diagrammen pagina 25)

- Als er nu een keuze gemaakt zou moeten worden, kiest 75% voor een zuinige auto met een lager bijtellingstarief.
  - 24% kiest voor een auto met een bijtellingstarief van 14%
  - 51% voor een auto met een bijtelling van 20%
  - 25% voor een auto met een bijtelling van 25%
- Opmerkelijk is dat 69% van de berijders die nu geen bijtelling betaalt, kiest voor een zuinige en met name zeer zuinige auto.
- Bijtelling is ook een hot issue voor berijders die nu 25% bijtelling betalen: 67% kiest voor een lagere bijtelling (12% voor 14%-bijtelling, 55% voor 20%-bijtelling).
- Bij de berijders van een auto zonder bijtelling en met 25% bijtelling is bijna 70% niet bereid in te leveren op "emotie".

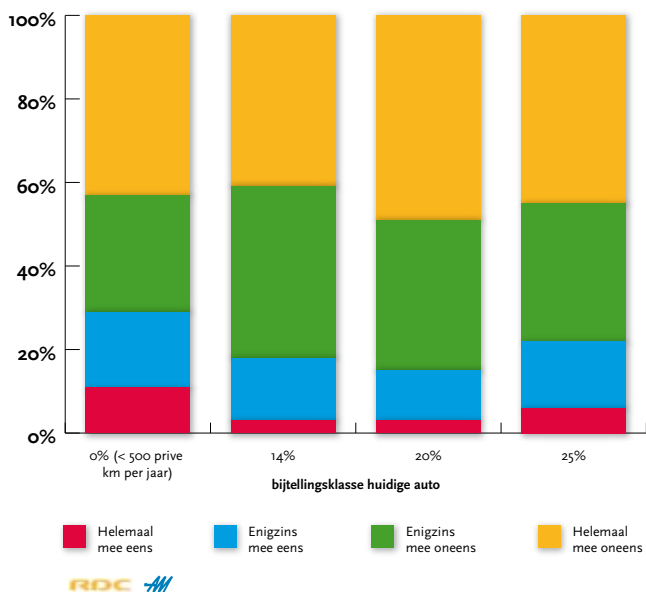
Mate waarin onderstaande factoren belangrijk zijn voor de keuze van de zakenauto



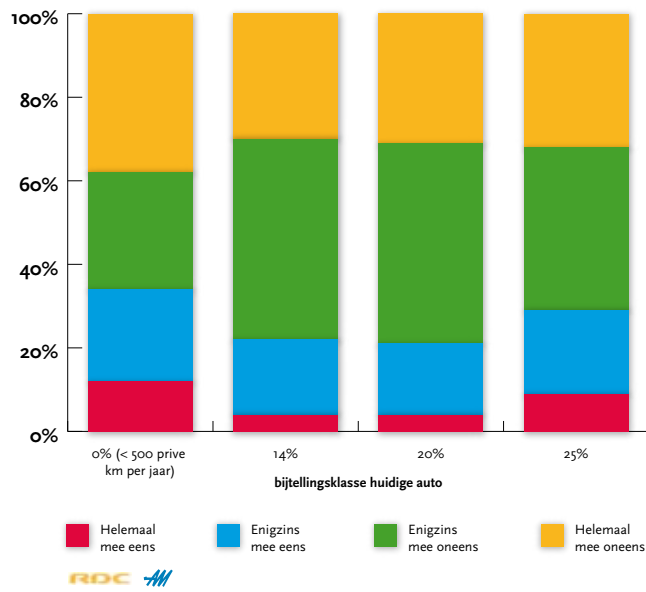




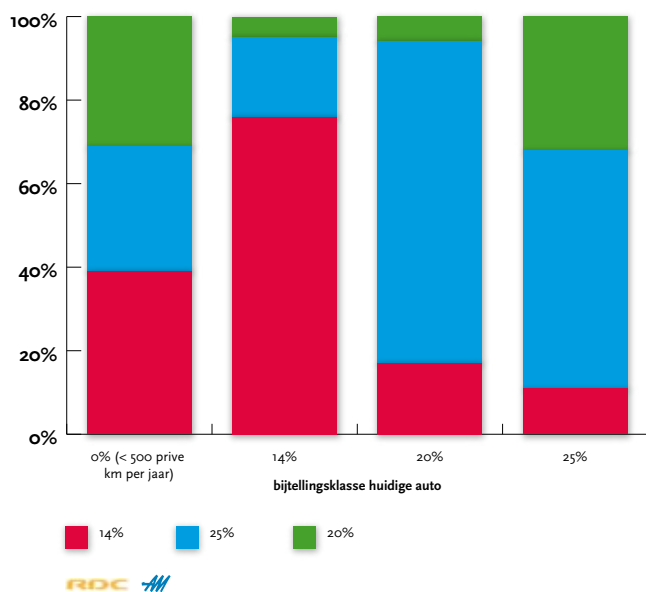
### Mijn volgende auto is kleiner dan mijn huidige



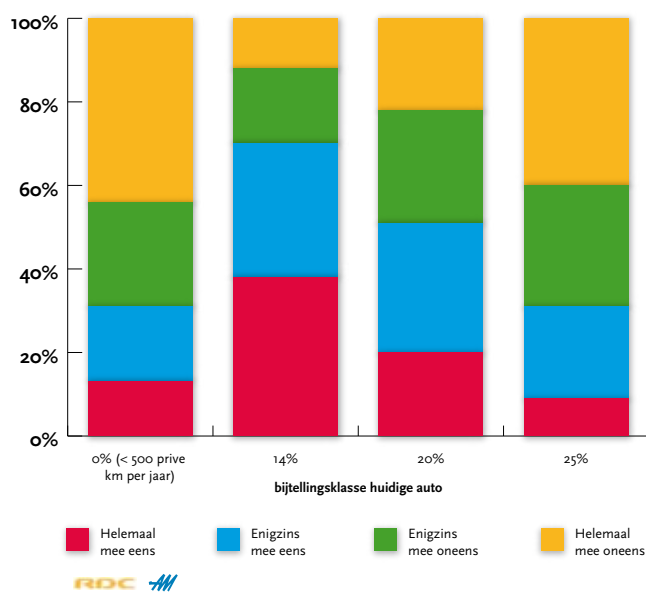
### Mijn volgende auto heeft een lagere aanschafwaarde dan mijn huidige



### Voor welke bijtellingscategorie zal u dan kiezen?



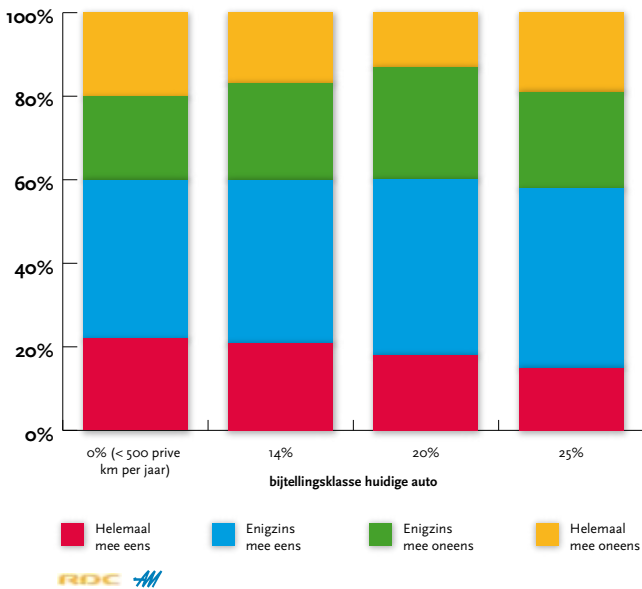
### Ik kies heel bewust voor een lagere bijtellingscategorie, zelfs als dat zou betekenen dat ik moet inleveren op "emotie"



## 2.2.6 Bereidheid tot besparing

- 59% van de berijders is bereid zijn of haar rijgedrag aan te passen als daar een beloning tegenover staat. Deze bereidheid is er in alle bijtellingsklassen.
- Uit het bedrijvenonderzoek blijkt dat het inzichtelijk maken van prestaties en het belonen van zuiniger en/of minder rijden, zeer effectief zijn.

Als mijn werkgever mij laat meedelen in de kostenbesparing, zou ik zuiniger en/of minder zakelijk gaan rijden



## 2.3 Nadere analyses over loyaliteit en attractiviteit



### 2.3.1 Loyaliteit ten opzichte van het merk

- De bestuurders van de premium merken zijn het meest loyaal aan hun merk.
- Opmerkelijk is de hoge positie van Skoda en Kia. Van de Honda- en Toyota-bestuurders in het onderzoek heeft de meerderheid een hybride model: de loyaliteit voor deze merken lijkt echter erg laag.

#### Mijn volgende auto heeft hetzelfde merk als mijn huidige auto

1. Mercedes-Benz	83,3%	12. Mazda	43,8%
2. Lexus	77,8%	13. Volkswagen	40,1%
3. BMW	75,6%	14. Opel	39,0%
4. Audi	70,9%	15. Toyota	38,4%
5. Skoda	59,7%	16. Renault	30,3%
6. Volvo	54,7%	17. Fiat	25,0%
7. Alfa Romeo	50,0%	18. Seat	25,0%
8. Kia	50,0%	19. Nissan	22,2%
9. Citroën	46,0%	20. Mitsubishi	21,4%
10. Peugeot	45,2%	21. Honda	19,4%
11. Ford	44,4%		

RDC AM

### 2.3.2 Loyaliteit ten opzichte van het segment

- Het merendeel van de B- en C-segment-rijders wil één of twee klassen “upgraden”.
- D-segment-rijders en SUV-rijders blijven hun segment het meest trouw.
- Vanuit het E-segment en de MPV-segmenten is een sterke wens zichtbaar richting D-segment.

	Segment huidige zakenauto									totaal	
	A - Smal	B - City	C - Lower Family	D - Upper Family	E - Executive	J - Medium MPV	K - Upper MPV	L - Lower Utility	M - Upper Utility		
A - Smal	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0
B - City	0,0%	31,7%	3,7%	0,7%	4,5%	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	4,4%	-
C - Lower Family	50,0%	48,3%	52,6%	7,9%	0,0%	12,9%	0,0%	0,0%	0,0%	26,1%	-
D - Upper Family	0,0%	13,3%	31,3%	73,8%	15,9%	35,5%	21,1%	5,6%	9,1%	41,6%	+
E - Executive	0,0%	0,0%	1,1%	9,7%	56,8%	3,2%	15,8%	5,6%	0,0%	7,8%	+
J - Medium MPV	0,0%	1,7%	6,0%	1,5%	0,0%	33,9%	15,8%	0,0%	0,0%	5,9%	-
K - Upper MPV	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%	3,2%	42,1%	0,0%	0,0%	1,7%	-
L - Lower Utility	0,0%	3,3%	3,7%	1,5%	6,8%	6,5%	0,0%	77,8%	9,1%	5,0%	+
M - Upper Utility	0,0%	0,0%	0,7%	0,7%	2,3%	1,6%	0,0%	11,1%	81,8%	2,2%	+
<b>% of totaal</b>	0,8%	7,7%	34,3%	34,2%	5,6%	7,9%	2,4%	2,3%	1,4%		

RDC AM

### 2.3.3 Loyaliteit ten opzichte van de bijtellingscategorie

- Berijders die (bewust) hebben gekozen voor een auto met een lage bijtelling, zullen bij de keuze van hun volgende auto opnieuw kiezen voor een lage bijtellingscategorie.
- Van de berijders die nu een auto rijden in de 25% bijtellingscategorie, kiest slechts 1/3 opnieuw voor 25% bijtelling. Voor tweederde is een lagere bijtelling een belangrijke wens.

Als u nu uw volgende zakenauto mag kiezen voor welke bijtellingscategorie zou u dan kiezen?

	Hoeveel procent fiscale bijtelling betaalt u in 2011 voor uw zakenauto?				Totaal	
	0% *	14%	20%	25%		
14% (zeer zuinig)	39,4%	76,7%	16,7%	12,2%	23,7%	++
20% (zuinig)	29,8%	18,6%	77,5%	55,3%	51,5%	++
25%	30,8%	4,7%	5,9%	32,6%	24,8%	--
totaal	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	15,5%	10,1%	17,3%	57,1%	100,0%	

\* <500 prive km per jaar



### 2.3.4 Attractiviteit

Uit de beantwoording van de vraag “wat is het merk van uw volgende auto?”, is af te leiden hoe attractief dit merk op dit moment is voor de zakelijke rijder.

De “attractiviteitsindex” kan een belangrijke indicatie zijn voor de ontwikkeling van het marktaandeel van het merk in de zakelijke markt. De merken Alfa, Audi, BMW, Hyundai, Kia, Lexus, Mercedes-Benz en Skoda scoren relatief positief. De merken Citroën, Ford, Honda, Mazda, Mitsubishi, Nissan, Opel, Renault, Saab, Seat, Toyota en Volkswagen scoren relatief negatief.

	Het merk van mijn huidige zakenauto is:	Het merk van mijn volgende zakenauto is:	
Alfa Romeo	1,7%	2,3%	+
Audi	8,0%	11,4%	+
BMW	3,5%	8,0%	+
Chevrolet	0,3%	0,4%	o
Citroën	4,9%	3,4%	-
Dacia	0,1%	0,3%	o
Dodge	0,1%	0,2%	o
Fiat	1,3%	0,6%	o
Ford	8,4%	6,3%	-
Honda	2,8%	1,2%	-
Hyundai	0,5%	1,2%	+
Jaguar	0,2%	0,3%	o
Kia	1,1%	1,6%	+
Lancia	0,2%	0,2%	o
Landrover	0,4%	0,4%	o
Lexus	0,7%	3,0%	+
Mazda	1,3%	0,9%	-
Mercedes-Benz	2,3%	3,6%	+
Mini	0,3%	0,5%	o
Mitsubishi	1,1%	0,6%	-
Nissan	0,7%	0,4%	-
Opel	6,0%	4,5%	-
Peugeot	7,3%	7,2%	o
Renault	7,0%	3,8%	-
Saab	0,6%	0,2%	-
Seat	4,1%	1,8%	-
Skoda	6,0%	8,4%	+
Smart	0,1%	0,2%	o
Subaru	0,1%	0,2%	o
Suzuki	0,2%	0,1%	o
Toyota	6,7%	3,8%	-
Volkswagen	13,8%	10,0%	-
Volvo	6,7%	7,2%	+





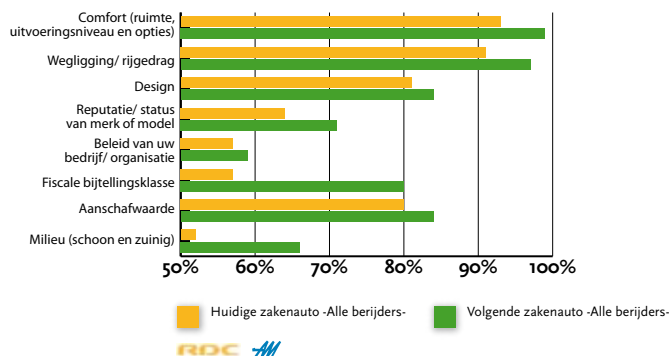
## 2.3.5 Invloedsfactoren bij de keuze voor een zakenauto

Er zijn vier merkenclusters te herkennen:

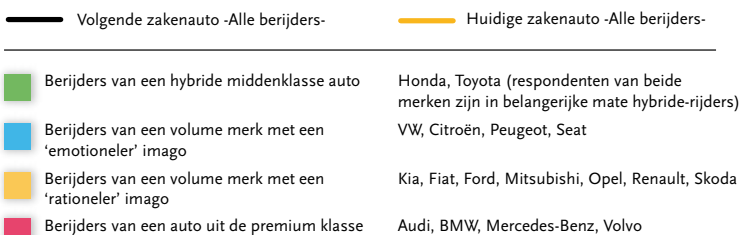
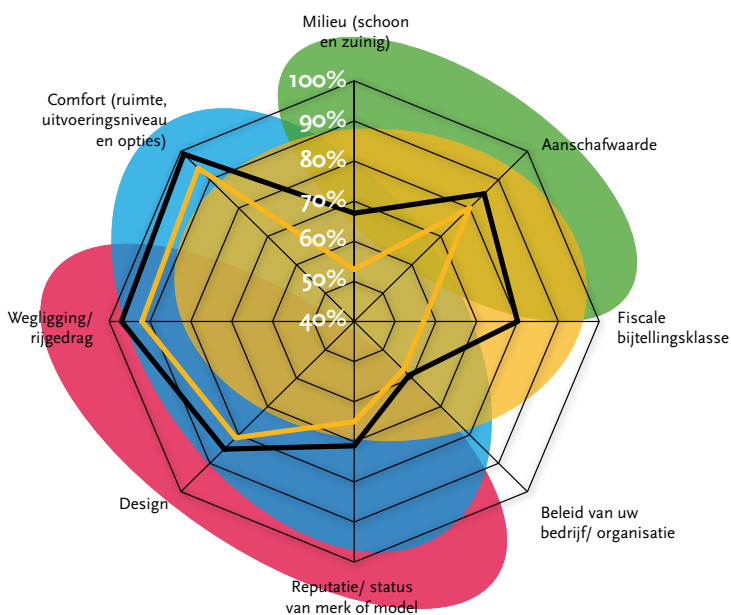
1. Berijders van een auto uit de premiumklasse;
2. Berijders van een volumemerk met een "rationeler" imago;
3. Berijders van een volumemerk met een "emotioneler" imago;
4. Berijders van een hybride middenklasse auto.

Voor alle groepen geldt dat er significante verschillen zijn in de wijze waarop rationele en emotionele invloedsfactoren een rol spelen bij de keuze voor een zakenauto.

Mate waarin onderstaande factoren belangrijk zijn voor de keuze van de zakenauto -Alle berijders-



Mate waarin onderstaande factoren belangrijk zijn voor de keuze van de zakenauto - Alle berijders -



# Hoofdstuk 3

Belangrijke conclusies Nationaal  
Zakenauto Onderzoek 2011



### 3.1 Merkloyaliteit wisselt sterk

De loyaliteit ten opzichte van het merk blijkt rare sprongen te maken. Mercedes-Benz scoort met 83 procent de allerhoogste merkloyaliteit, Honda daarentegen met 19 procent de allerlaagste. Marktleider Volkswagen scoort opvallend genoeg maar een matige 40 procent. De aantrekkelijkheid van de automerken zoals die door de berijders is aangegeven, geeft een indicatie voor toekomstige stijgers en dalers in de zakelijke markt. Op dit vlak zijn er opvallende resultaten. Wat te denken van BMW, dat kennelijk als zeer attractief wordt gezien (want stijgt van 3,5 naar 8,0 procent), terwijl Toyota daalt van 6,7 procent naar 3,8. Ook Renault scoort slecht bij deze vraag aan de berijders: welk merk is uw volgende zakenauto?

#### Mijn volgende auto heeft hetzelfde merk als mijn huidige auto

1. Mercedes-Benz	83,3%	12. Mazda	43,8%
2. Lexus	77,8%	13. Volkswagen	40,1%
3. BMW	75,6%	14. Opel	39,0%
4. Audi	70,9%	15. Toyota	38,4%
5. Skoda	59,7%	16. Renault	30,3%
6. Volvo	54,7%	17. Fiat	25,0%
7. Alfa Romeo	50,0%	18. Seat	25,0%
8. Kia	50,0%	19. Nissan	22,2%
9. Citroën	46,0%	20. Mitsubishi	21,4%
10. Peugeot	45,2%	21. Honda	19,4%
11. Ford	44,4%		

RDC AM

	Het merk van mijn huidige zakenauto is:	Het merk van mijn volgende zakenauto is:	
Alfa Romeo	1,7%	2,3%	+
Audi	8,0%	11,4%	+
BMW	3,5%	8,0%	+
Chevrolet	0,3%	0,4%	o
Citroën	4,9%	3,4%	-
Dacia	0,1%	0,3%	o
Dodge	0,1%	0,2%	o
Fiat	1,3%	0,6%	o
Ford	8,4%	6,3%	-
Honda	2,8%	1,2%	-
Hyundai	0,5%	1,2%	+
Jaguar	0,2%	0,3%	o
Kia	1,1%	1,6%	+
Lancia	0,2%	0,2%	o
Landrover	0,4%	0,4%	o
Lexus	0,7%	3,0%	+
Mazda	1,3%	0,9%	-
Mercedes-Benz	2,3%	3,6%	+
Mini	0,3%	0,5%	o
Mitsubishi	1,1%	0,6%	-
Nissan	0,7%	0,4%	-
Opel	6,0%	4,5%	-
Peugeot	7,3%	7,2%	o
Renault	7,0%	3,8%	-
Saab	0,6%	0,2%	-
Seat	4,1%	1,8%	-
Skoda	6,0%	8,4%	+
Smart	0,1%	0,2%	o
Subaru	0,1%	0,2%	o
Suzuki	0,2%	0,1%	o
Toyota	6,7%	3,8%	-
Volkswagen	13,8%	10,0%	-
Volvo	6,7%	7,2%	+

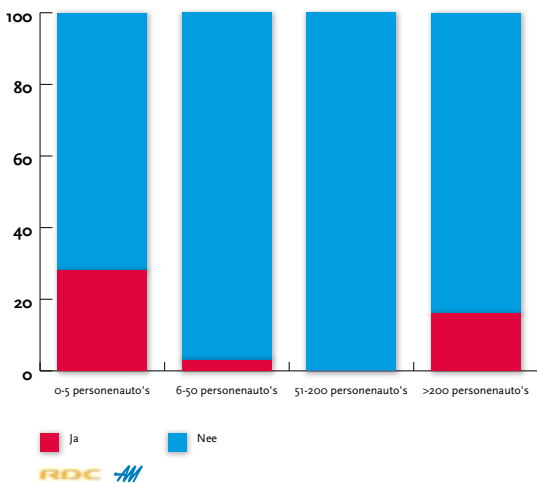
RDC AM

### 3.2 Enorm besparingspotentieel voor werkgevers

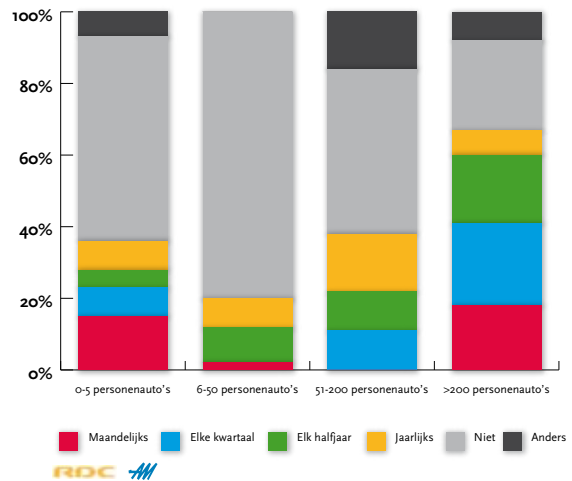
Werkgevers (en overheid) zouden goed rijgedrag moeten belonen, omdat het aantoonbaar resultaat heeft. Belonen van goed gedrag blijkt in 71 procent van de gevallen te leiden tot lagere kosten en/of hogere opbrengsten. Maar omdat slecht 15 procent van de bedrijven zijn berijders ook inderdaad voor goed rijgedrag beloont, ligt hier een enorm besparingspotentieel. Van de berijders wil 59 procent zijn rijgedrag best aanpassen als daar een beloning tegenover staat.

Die bereidheid blijkt er in alle bijtellingsklassen te zijn. Uit het bedrijvenonderzoek van NZO 2011 blijkt ook dat het zeer effectief is om de prestaties en het belonen van zuinig rijden inzichtelijk te maken. Slechts 53 procent van bedrijven blijkt zijn berijder vervolgens ook inderdaad te informeren over brandstofverbruik. Wanneer die gegevens nader worden geanalyseerd, blijkt dat van de bedrijven die zich als groen profileren (65 procent van het totaal) maar liefst 38 procent de berijders niet informeert over brandstofverbruik - wat toch een basisvoorwaarde is om vergroening ook daadwerkelijk te realiseren.

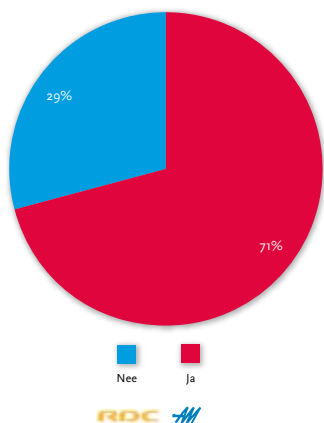
Wordt de berijder beloond voor 'goed' rijgedrag?



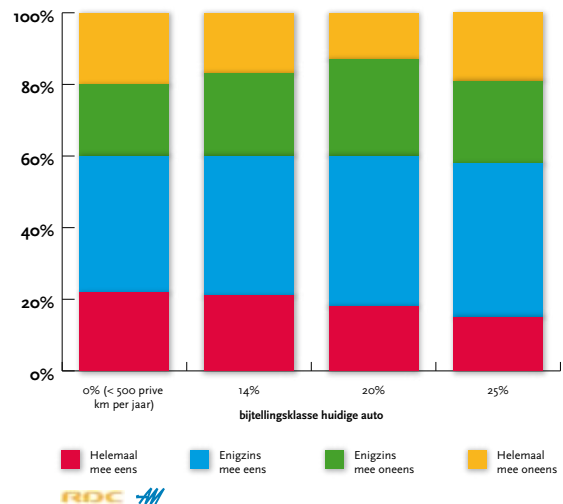
Hoe vaak informeert u uw berijders over het brandstofverbruik en de CO<sup>2</sup>-uitstoot van haar berijders?



Leidt dit meetbaar tot lagere kosten/hogere opbrengsten?



Als mijn werkgever mij laat meedelen in de kostenbesparing, zou ik zuiniger en/of minder zakelijk gaan rijden





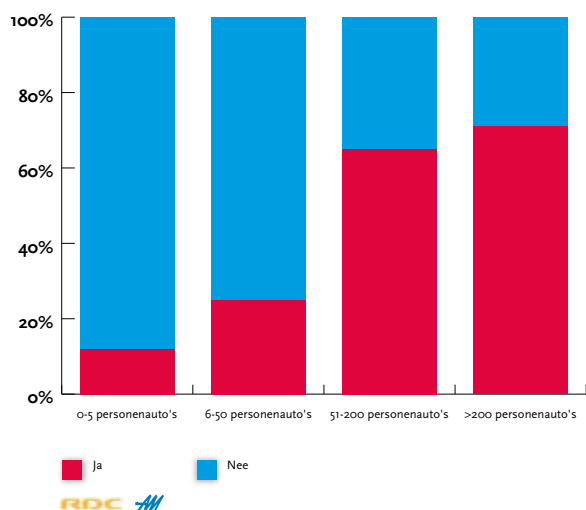


### 3.3 De autoregeling staat onder druk – toenemend spanningsveld tussen wensen werkgevers en bestuurders

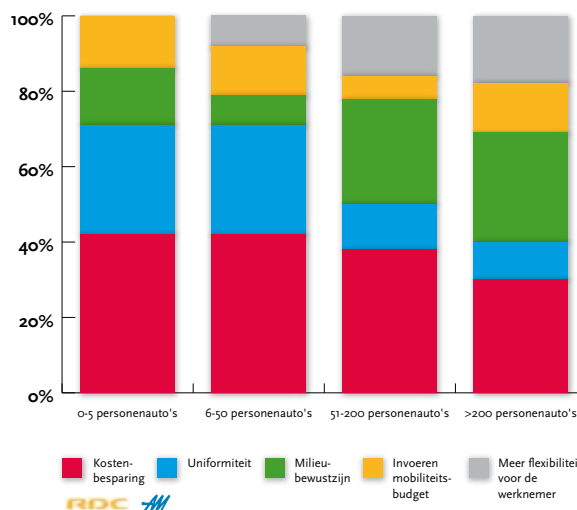
Bijna de helft (45 procent) van de bedrijven verwacht dat de autoregeling het komende jaar zal worden aangepast - bij grote wagenparken is dat aandeel zelfs 70 procent. Als belangrijkste redenen geven ze hiervoor op: kostenbesparing en milieubewustzijn. Ook gaat een kleine meerderheid van de bedrijven ervan uit dat de

volgende auto een lagere aanschafwaarde heeft dan de huidige. Maar de meeste bestuurders zijn positief gestemd over de toekomst. Acht van de tien bestuurders gaan ervan uit dat de volgende auto niet kleiner zal zijn dan de huidige; 72 procent van alle bestuurders denkt niet dat de volgende auto een lagere aanschafwaarde zal hebben dan de huidige. Maar daar denken de werkgevers dus anders over.

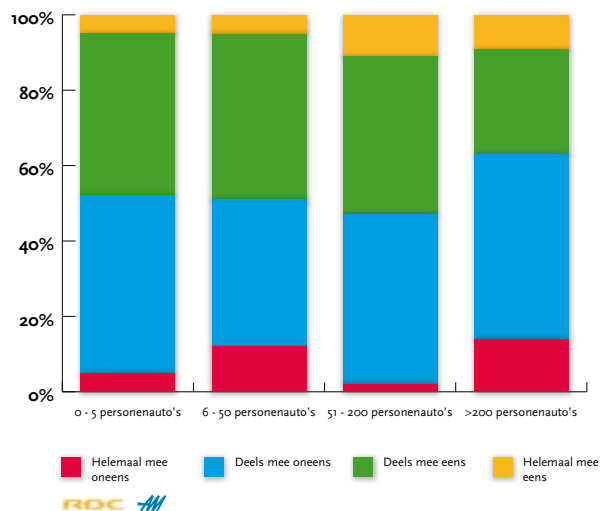
Verwacht u dat de autoregeling van uw bedrijf in de nabije toekomst (komend jaar) wordt aangepast?



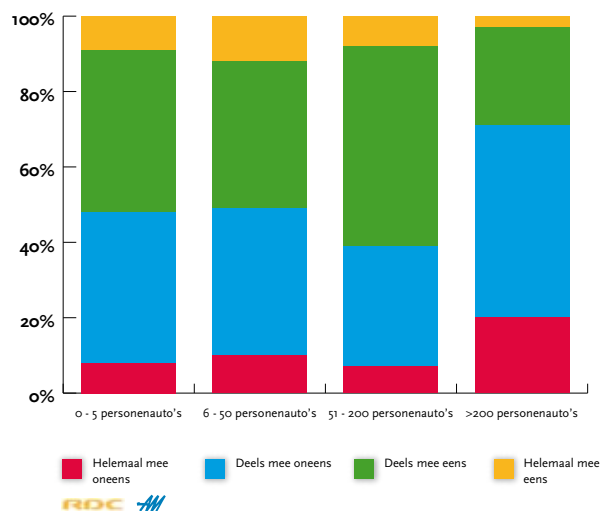
Wat zijn volgens u daarvoor de belangrijkste redenen?



Bedrijven: de volgende auto is kleiner dan de huidige



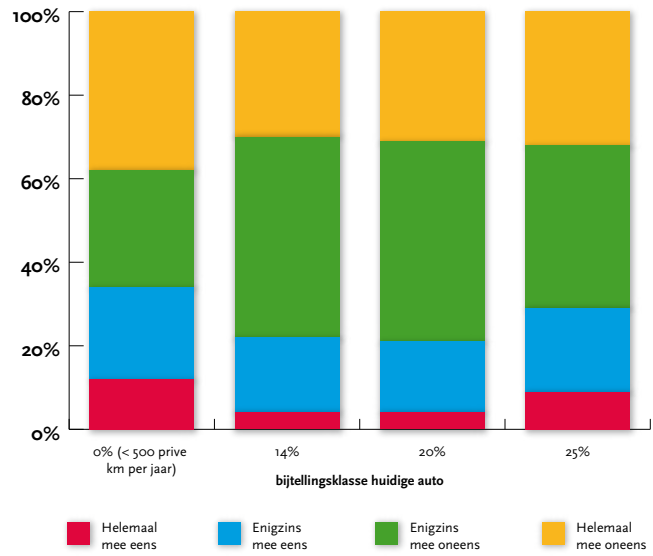
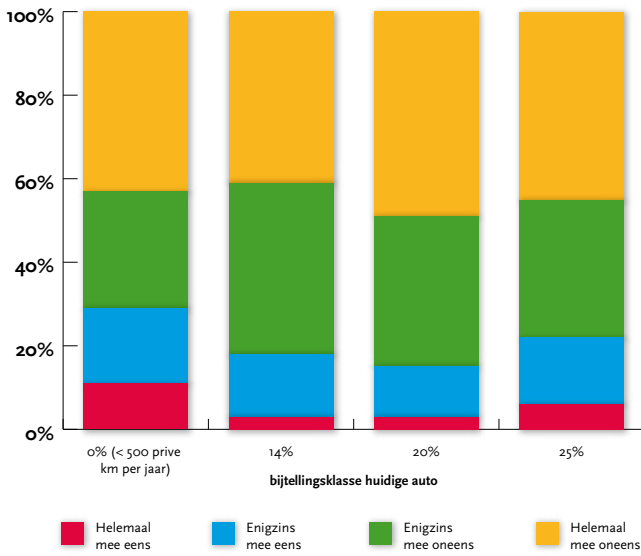
Bedrijven: de volgende auto heeft een lagere aanschafwaarde dan de huidige



► vervolg van pagina 33

Berijder: mijn volgende auto is kleiner dan mijn huidige

Berijder: mijn volgende auto heeft een lagere aanschafwaarde dan mijn huidige

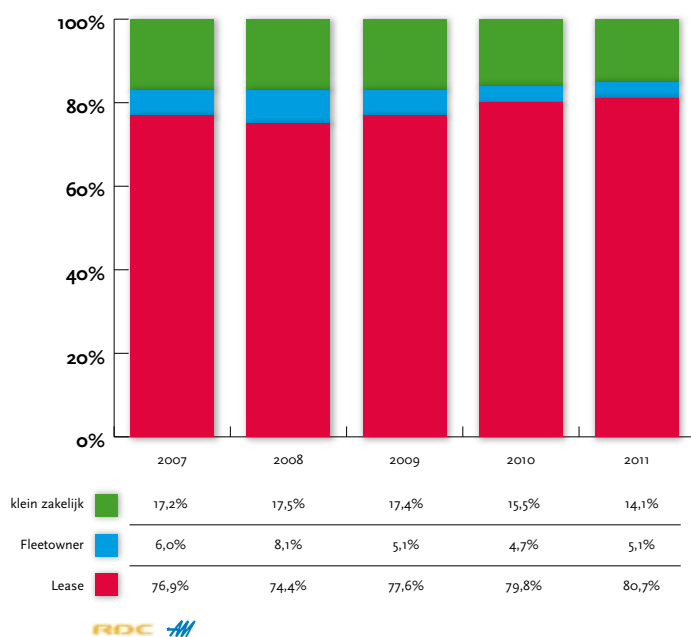




### 3.4 Aandeel leasing blijft stijgen

In de zakelijke markt blijkt leasing onverminderd populair, want het aandeel neemt nog steeds toe. Was het aandeel leasing in 2010 nog 79,8 procent, uit het NZO 2011 blijkt het aandeel te zijn gestegen 80,7 procent.

Lease-aandeel zakelijke markt neemt nog steeds toe



# Hoofdstuk 4

## Verantwoording van het onderzoek



## 4.1 Achtergrond

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek 2011 is de derde editie van een jaarlijks onderzoek naar de zakenauto. Continuïteit van het onderzoek en de onderzoeksresultaten staat centraal, maar elk jaar wordt een specifiek thema nader uitgelicht. In de voorgaande edities waren dat respectievelijk de invloed van de overheidsmaatregelen op de keuze van de aanschaf van een zakenauto (2009) en de invloed van de overheidsmaatregelen op het gebruik van de zakenauto (2010).

Voor 2011 zijn de volgende thema's gekozen:

1. Emotie autokeuze
2. Fiscaliteit
3. Relatie werkgever – werknemer

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

### Onderzoeksvragen Nationaal Zakenauto

#### Onderzoek 2011:

- Welke factoren zijn van invloed op de keuze voor een zakenauto?
- Hoe belangrijk is "emotie" (nog) bij de keuze voor een zakenauto?
- Wordt mobiliteitskeuze een commodity?
- Welke rol speelt de fiscaliteit in het keuzeprocess?
- Welke afwegingen maken werkgever en werknemer op het gebied van (auto)mobiliteit? En wat zijn de gevolgen daarvan?
- Wat speelt er binnen de verhouding werkgever-werknemer op het gebied van de autoregeling? Wat zijn de (verwachte toekomstige) problemen? Wat zijn mogelijke oplossingen? Waarbij vooral het vaststellen van de huidige situatie een onderzoekstaak is.

## 4.2 Verantwoording en response

Er zijn twee onderzoeken uitgevoerd:

1. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2011 – BEDRIJVEN
2. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2011 – BERIJDERS

Beide onderzoeken hebben plaatsgevonden door middel van een internetenquête in de periode juni – augustus 2011. Indien een emailadres voorhanden was, zijn

naar de deelnemers uit de doelgroep gepersonaliseerde uitnodigingen verstuurd om deel te nemen aan het onderzoek. Verder zijn er anonieme hyperlinks geplaatst in relevante email-nieuwsberichten en websites.

## Response

### Bedrijvenonderzoek:

Totaal uitgezonden via gepersonaliseerde email	348			
Totale bruikbare response	67	19,3%	67	40,6%
Totale response via anonieme hyperlink			98	59,4%
<b>Totale response</b>			<b>165</b>	<b>100,0%</b>

#### Gepersonaliseerde benadering:

Nederlandse fleetowners / wagenparkbeheerders, respondenten vorig jaar

### Berijdersonderzoek:

Totaal uitgezonden via gepersonaliseerde email	4.720	100,0%		
Totale bruikbare response	1.110	23,3%	1.110	83,4%
Totale response via anonieme hyperlink			221	16,6%
<b>Totale response</b>			<b>1331</b>	<b>100,0%</b>

#### Gepersonaliseerde benadering:

Ledenbestand VAVDZ, respondenten vorig jaar

## 4.3 Opzet rapportage

De rapportage is in vier delen opgesplitst:

1. Conclusies
2. Deskresearch op basis van de RDC Market Monitor
3. Analyse Bedrijvenonderzoek
4. Analyse Berijdersonderzoek

Voor de analyse van het bedrijven- en berijdersonderzoek is een standaard rapportageformat ontwikkeld: De antwoorden per vraag worden verdiept door kruisverbanden te leggen met wagenparkgrootte en eigendom van het wagenpark (bij het bedrijvenonderzoek) en bedrijfsgrootte en bijtellingsklasse huidige auto (bij berijdersonderzoek). De verkregen informatie en de belangrijkste conclusies worden per enquetevraag gepresenteerd op één pagina. In een aantal gevallen zijn nadere analyses gedaan of andere kruisverbanden onderzocht: indien relevant zijn deze analyses toegevoegd aan de rapportage.

# Colofon

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

**Principal researcher:**

Vousten Management Support, Eric Vousten

**Redactieadres:**

Automobiel Management  
Postbus 58  
NL-7400 AB Deventer

**Vormgeving:**

De Opmaakredactie, Doetinchem

**Druk:**

Molenberg Media, Zwolle

**Datum:**

28 september 2011

**Vragen?**

Voor vragen over dit onderzoek kunt u mailen naar:  
[redactie@automobielmanagement.nl](mailto:redactie@automobielmanagement.nl)

---

## Nationaal Zakenauto Onderzoek 2011

Hoe zakelijk is de zakelijke rijder?

De digitale versie van dit onderzoek kunt u downloaden op de websites:

[www.automobielmanagement.nl](http://www.automobielmanagement.nl)



[www.rdc.nl](http://www.rdc.nl)

**RDC** | Centraal Bureau  
Mobiliteit Statistiek



