



NATIONAAL
ZAKENAUTO
ONDERZOEK
2014

ZAKENAUTO IN NEDERLAND

WAT WIL DE WERKGEVER? EN WAT MAG DE ZAKELIJKE RIJDER (NOG)?

Nationaal Zakenauto Onderzoek 2014

Wat wil de werkgever? En wat mag de zakelijke rijder (nog)?

Dit rapport is een beknopte weergave van de resultaten en van de achtergronden van het Nationaal Zakenauto Onderzoek 2014. De digitale versie en het bijlagenrapport van dit onderzoek kunt u GRATIS downloaden van de websites www.automobielmanagement.nl, www.rdc.nl en www.vna-lease.nl.

Inhoudelijke toelichting kan worden verkregen bij de onderzoeker Eric Vousten via ericvousten@vms-research.nl. Voor overige informatie en bestellingen kunt u contact opnemen met de afdeling marketing van MYbusinessmedia, de uitgever van Automobiel Management, via s.vanessen@mybusinessmedia.nl.

Inhoudsopgave

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

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

Voorwoord

Het bedrijfsleven heeft de leaseauto op de korrel genomen en gaat de touwtjes strakker aantrekken. Dat is een algemene conclusie die duidelijk naar voren komt uit dit Nationaal Zakenauto Onderzoek 2014. De bedrijven nemen de regie meer in handen en de autoregelingen zijn met name bij de grotere bedrijven stevig aangescherpt: minder keuzes, minder kilometers, minder brandstofverbruik. Minder was in 2014 het sleutelwoord.

Er is een trend zichtbaar van steeds minder keuze uit de diverse automerken, en voor sommige merken kan die angstaanjagende gevolgen hebben. Meerdere volumemerken hebben hun plaats op de shortlist van de bedrijven gewoon verloren. Neem een gerenommeerd merk met een gedegen historie als Opel, dat wordt door nog maar één van de drie wagenparkbeheerders

spontaan genoemd, het merk Fiat door slechts één van de tien. Audi, toch de leaseauto bij uitstek, wordt door maar de helft van de geënquêteerden op de lijst gezet. Volkswagen is de onbetwiste nummer één maar toch wordt dat merk door maar iets meer dan zes van de tien wagenparkbeheerders genoemd.

Aangespoord door de regelmatig opduikende stelling dat 'jongeren geen auto meer aanschaffen' hebben we in overleg met het Kennisinstituut Mobiliteit (KiM) enkele crossings onder de respondenten van dit NZO uitgevoerd. Daaruit kwamen enkele interessante uitkomsten die natuurlijk verschillen tussen jongeren en ouderen laten zien, maar de hoofdconclusie van het KiM-onderzoek dat jongeren niet kiezen voor auto loos maar voor auto later, kunnen we op basis van dit NZO 2014 onderschrijven.

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek gaat inmiddels zijn zevende jaar in. Het is opgezet door Automobiel Management en RDC | Centraal Bureau Mobiliteit en twee jaar geleden is de Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen VNA als partner toegetreden. Hiermee kreeg het onderzoek de juiste aanvulling, door VNA kwam er extra expertise en rugdekking en zo verzekerden wij samen definitief de continuïteit van het NZO.

We zijn er trots op dat het onderzoek inmiddels is uitgegroeid tot een nationaal fenomeen dat de branche, de overheden en politici inzetten bij de vorming van hun beleid en opinie. Voor u ligt opnieuw een helder rapport waarmee AM, RDC en VNA niet alleen knelpunten in de zakenautowereld aanwijzen maar ook handvatten bieden voor mogelijke oplossingen. Behalve de

bevestigingen van trends en de herkenning van nieuwe richtingen, verrast het onderzoek soms ook en werpt het weer nieuwe vragen op waar we volgend jaar met grote nieuwsgierigheid en deskundigheid in zullen duiken.

René Stolp
Manager Product
Development
RDC Group BV

Peter Brouwer
Hoofdredacteur AM

Renate Hemerik
Directeur VNA

Hoofdstuk 1

Belangrijkste conclusies NZO 2014

1. Beperking autokeuze is geen reden voor ontevredenheid, minder invloed wél!

- a. Autoregelingen worden frequent doorgelicht en aangepast. Dit heeft in de meeste gevallen een sterke financiële en/of kostenbesparende achtergrond. Aanpassing van de regeling leidt bijna altijd tot versobering en minder keuzevrijheid voor de berijder, meer controle c.q. naleving van de regeling en (soms) ook een hogere doorbelasting. Uitbreiding van de regeling met bijvoorbeeld een bonus/malus-regeling of het invoeren van elektrisch rijden, wordt in slechts enkele gevallen genoemd. Vooral grote(re) bedrijven zijn actief met het maken van mobiliteitsbeleid en het zoeken naar kostenbesparingen. Deze bedrijven onderkennen dat de berijders de laatste jaren steeds meer worden beperkt in hun keuze. Het thema van het NZO 2014 'Wat wil de werkgever en wat mag de berijder (nog)' is dus vooral van toepassing op grote bedrijven.
- b. Afnemende keuzevrijheid leidt niet zichtbaar tot een lagere tevredenheid over de zakenauto. Maar minder invloed kunnen uitoefenen op de keuze leidt wél tot een lagere tevredenheid: hoe minder invloed de berijder heeft op de invulling van zijn eigen mobiliteit c.q. op de autokeuze, hoe lager de tevredenheid over de zakenauto.

2. Invoeren mobiliteitsbudget zet (nog) niet door

- a. Bij bedrijven is de acceptatie voor andere mobiliteitsvormen

(dan de zakenauto) licht toegenomen t.o.v. 2013. Opvallend in deze context is dat de invoering van een mobiliteitsbudget juist een minder hoge prioriteit lijkt te hebben. Ten opzichte van het NZO 2013 overwegen minder zakelijke rijders een mobiliteitsbudget.

- b. Een interessante constatering is dat gebruikers van een mobiliteitsbudget hun budget heel traditioneel invullen: niet andere vervoersvormen of combinaties daarvan maar 'gewoon weer' een auto van de zaak / leaseauto.

3. Privé-lease: onbekend maakt onbemind

- a. Privé-lease is duidelijk in opkomst. Privé-lease (ook wel private lease, autoabonnement of leaseabonnement genoemd) is een constructie waarbij een particulier een auto huurt voor een vast bedrag per maand. Bij privé-lease zijn (meestal) alle kosten inbegrepen met uitzondering van de brandstof. Worden gedurende de contractperiode meer kilometers gereden dan vooraf overeengekomen, dan zal dit in rekening worden gebracht. De respondenten die gebruikmaken van privé-lease zijn daarover bijzonder enthousiast.
- b. 84 procent van de berijders heeft weleens van privé-lease gehoord. Maar dat wil niet zeggen dat men het product kent en/of begrijpt. Men staat er overwegend negatief tegenover, ofwel omdat men het zelf niet ziet zitten, ofwel omdat er vanuit wordt gegaan dat de werkgever er niet voor openstaat.

- c. De houding van bedrijven ten opzichte van privé-lease is overwegend afwachtend: op dit moment wijst driekwart van de respondenten privé-lease af als reële optie voor de medewerkers in hun bedrijf die zakelijke ritten maken. Voor een deel omdat het niet in het huidige beleid past. Als belangrijkste nadeel wordt genoemd dat de werknemer met een langdurende financiële verplichting wordt opgezadeld.

4. Kostenbesparing staat bovenaan de agenda

- a. Van alle onderwerpen rondom zakelijke mobiliteit is kostenbesparing het belangrijkste issue. Dit geldt voor alle bedrijven, ongeacht hun bedrijfsomvang.
- b. Bedrijven staan zeker open voor advies.
 - i. De respondenten zijn vooral geïnteresseerd in concrete tips & trics: tips voor kostenbesparende maatregelen, inkoopvoordeel realiseren, duidelijkheid verschaffen bij investeringsvraagstukken.
 - ii. Maar ook in het maken van beleid voor de toekomst en het onderbouwen daarvan; het opzetten/aanpassen van regelingen, het opzetten en invoeren van een mobiliteitsbudget inclusief de financiële consequenties.
 - iii. Vooral bij de grotere bedrijven is het realiseren van gedragsverandering eveneens een onderwerp waarin ondersteuning gewenst is.
- c. Door bedrijven wordt vaker teruggekoppeld dat het gebruik-

maken van andere vervoersvormen (eventueel in combinatie met de zakenauto) niet leidt tot lagere kosten voor het bedrijf.

5. Het huidige systeem van fiscale bijtelling leidt tot een sterk dalende merkloyaliteit

- a. Van alle invloedsfactoren op de keuze voor een zakenauto is fiscale bijtellingsklasse de belangrijkste geworden. Steeds vaker voelt de keuze voor een nieuwe zakenauto als ‘financieel gedwongen’: meer dan 80 procent (in 2013: 72 procent) van de respondenten zou niet voor de huidige (zeer) zuinige zakenauto gekozen hebben als deze in de 25%-bijtellingscategorie zou vallen.
- b. Deze negatieve keuze leidt niet zozeer tot een lagere tevredenheid over de zakenauto (het bijbehorende fiscale prijskaartje is ook gunstiger immers), maar wél tot een (veel) lagere merkloyaliteit.
- c. De merkloyaliteit is verder gedaald naar gemiddeld 40 procent. Met name de volumemerken hebben te kampen met een (zeer) lage loyaliteit, soms bedraagt deze slechts 20 tot 30 procent.
- d. De hoogste loyaliteit is er bij premiummerken.

6. Loyaliteit / attractiviteit: NZO-indicatoren voor toekomstige marktposities

- a. De merken Tesla, Mitsubishi, Volvo, Mercedes, Mazda en BMW staan in de picture. Zij worden erg interessant gevonden door

de zakelijke rijder: deze merken hebben of een hoge intrinsieke aantrekkelijkheid of aantrekkelijke nieuwe modellen of fiscaal gunstige modellen, of een combinatie hiervan. Deze merken kunnen het komende jaar rekenen op een groeiende belangstelling.

- b. Er zijn geen merken met een neutrale attractiviteitsindex: of ze worden aantrekkelijk gevonden en scoren hoog of ze bieden in de ogen van de zakelijke rijder te weinig toegevoegde waarde en scoren laag. Een lage score is er voor veel volumemerken: Citroën, Volkswagen, Peugeot, Renault, Ford, Opel. Deze merken zullen activiteiten moeten ontplooiën om de aantrekkelijkheid voor de zakelijke markt te vergroten en daarmee een (verder) afkalvend marktaandeel te voorkomen.
- c. De keuzes die de overheid maakt met betrekking tot de fiscale bijtelling c.q. de fiscale stimulering, zijn zeer bepalend voor de attractiviteit van bepaalde merken/modellen en voor de rangorde.

7. Ook het NZO concludeert: de fundamentele grondhouding tegenover de auto en automobilititeit is voor de generatie Y (jongvolwassenen tussen 18-30 jaar) niet anders dan voor ouderen.

- a. Al geruime tijd lijkt het erop dat door diverse trends en maatschappelijke bewegingen jongeren onder de dertig jaar aanmerkelijk minder geïnteresseerd zijn in het bezit en/of

gebruik van een auto. De overheid concludeerde uit het KiM-onderzoek (mei 2014) dat dit niet het geval is en een deelanalyse uit dit Nationaal Zakenauto Onderzoek 2014 kan die conclusie onderschrijven.

- b. Het NZO vergelijkt de houding van ruim drieduizend respondenten door hen te verdelen in twee leeftijdscategorieën: jonger en ouder dan 30 jaar. Hoewel de persoonlijke situatie van de respondenten uit deze twee groepen duidelijk verschillend is, zijn er grote overeenkomsten qua invulling van de mobiliteit. Zo blijkt de mobiliteitsbehoefte (in kilometers per jaar) voor werk en privé vrijwel gelijk te zijn, worden andere vervoersvormen nauwelijks gebruikt en staan beide groepen in dezelfde mate kritisch tegenover andere vervoersvormen. Meer dan 80 procent van de 30-minners vindt het belangrijk om een 'eigen' auto te rijden en is niet bereid deze te delen met anderen. Opmerkelijk is ook dat de gevoeligheid voor de reputatie en de status van het automerk of -model gelijk is. De sociale beïnvloeding verloopt wel anders: het is niet de service van de dealer, maar het oordeel van vrienden en collega's dat bij jongeren zwaarder weegt. De toekomstverwachtingen vormen een tweede duidelijk onderscheid. Hoewel jongeren uit kostenoverweging bewuster kiezen voor een auto uit de lagere bijtellingsklasse, hebben ze tegelijk meer ambitieuze verwachtingen over hun volgende auto.
- c. De hoofdconclusie van het KiM-rapport van de overheid

nuanceert het beeld dat jongeren geen auto meer zouden willen. Het blijkt dat de auto tijdelijk minder goed past bij hun levensfase als student en bij het begin van hun carrière. Echter, zodra jongeren een volgende stap zetten in hun carrière en/of privéleven, neemt hun mobiliteitsbehoefte en autogebruik flink toe. De KiM-onderzoekers leiden daaruit af dat jongeren 'niet kiezen voor auto-loos, maar voor auto later.' Het Nationaal Zakenauto Onderzoek 2014 lijkt de hoofdconclusie van het KiM te kunnen onderschrijven. Weliswaar is de onderzochte populatie anders – in het NZO betreft het immers berijders van een zakenauto – maar de attitude ten opzichte van mobiliteit, (toekomstige) autokeuze en het belang van status is niet wezenlijk anders voor jonge zakelijke rijders.

8. Hoge acceptatie plug-in hybride – flinke efficiëncyslag mogelijk

- a. Berijders van een plug-in hybride auto zijn minstens zo tevreden over hun auto als andere berijders. De gunstige bijtelling kan zeker een rol hebben gespeeld bij het hoge tevredenheidscijfer, maar het lijkt aannemelijk dat de (rij-)eigenschappen van plug-in hybrides de berijders ook kunnen bekoren. Relatief vaak geven berijders van een plug-in hybride dan ook aan opnieuw te zullen kiezen voor een auto met (semi-)elektrische aandrijving. Voor de acceptatie van elektrische en semi-elektrische aandrijfvormen lijkt dit positief.
- b. Het blijft een actuele discussie: de (plug-in) hybride is niet zo zuinig als verwacht; de plug-in hybride wordt verkeerd ingezet; de plug-in hybride rijder maakt veel te weinig gebruik van het stopcontact. Van de berijders van een plug-in hybride is een aantal aspecten van gebruik en laadgedrag (of -gewoonte) nader onderzocht.
 - i. Gemiddeld wordt met een plug-in hybride 101 kilometer per dag gereden (NZO 2013: gemiddeld 92 km), de respondenten geven aan dat daarvan gemiddeld 39 kilometer volledig elektrisch is. In 72 procent van de gevallen wordt minimaal eenmaal per dag op het huisadres geladen en in 64 procent minimaal eenmaal per dag op het werkadres. Van andere oplaadpunten wordt nauwelijks gebruikgemaakt: de helft maakt af en toe (een aantal malen per maand) gebruik van een publiek laadpunt. Iets meer dan een kwart van de respondenten met een plug-in hybride laadt niet elke dag en 13 procent laadt bijna nooit. Of dit te maken heeft met 'niet willen' (geen zin, ongemakkelijk) of 'niet kunnen' (geen of slechte beschikbaarheid van laadmogelijkheden) is niet nader onderzocht.
 - ii. Van de berijders die minimaal eenmaal per dag laden (met driekwart is dit de grootste groep), doet 40 procent dat óf alleen thuis óf alleen op het werk. Bij deze groep is grote winst te behalen door te stimuleren of faciliteren dat in plaats van éénmaal per dag (thuis of op kantoor), tweemaal

per dag (thuis én op kantoor of onderweg) wordt geladen. Het aantal elektrische kilometers per dag wordt dan verdubbeld.

- iii. Een aanzienlijk deel van de berijders (42%) rijdt per dag gemiddeld meer dan 100 kilometer. De vraag is of bij dergelijke hoge kilometrages een plug-in hybride voldoende efficiënt is ten opzichte van andere brandstofsoorten en uit milieu- en kostenooptpunt wel de juiste keuze is. Een auto met diesel (of lpg of cng) is wellicht een veel beter alternatief.



Hoofdstuk 2

Marktanalyse op basis van Auto Connect Dashboard

In dit hoofdstuk worden de trends in de automarkt voor zakelijk gebruikte personenauto's ten aanzien van wagenpark, nieuwverkopen en milieukeurmerken behandeld. Hiervoor is gebruik gemaakt van AutoConnect Dashboard - een geïntegreerd platform met databases en functionaliteit voor het analyseren van statistische automotive data.

2.1 Marktinformatie met betrekking tot de zakenauto

Voor de analyse van de markt en de zakelijke markt in het bijzonder, is gebruik gemaakt van het online markt informatie en analysesysteem Auto Connect Dashboard van RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Informatie. Alle data hebben betrekking op geregistreerde personenauto's van 2007 tot en met 08/2014 YTD. Voor de analyses van de zakelijke markt zijn de volgende segmenten (naar soort eigenaar) geclusterd:

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

De zakelijke markt is niet eenduidig vast te stellen op basis van registraties naar soort eigenaar. De registraties zijn gebaseerd op het weergegeven 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 Rijksdienst voor het Wegverkeer op naam van de lessee of zijn of haar berijders te registreren, terwijl de leasemaat-

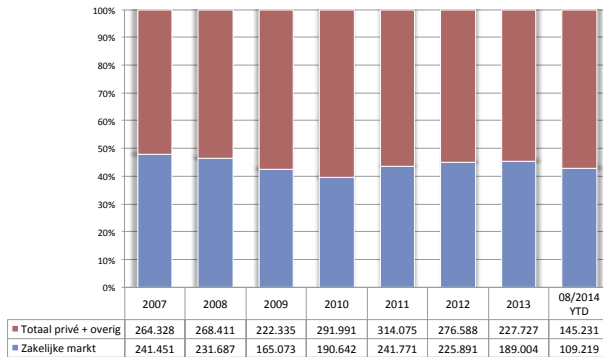
schappij een aantal kentekenhouderverplichtingen die normaal onderdeel zijn van de leaseovereenkomst op zich kan nemen. In het verleden is het RTL-register ook gebruikt voor registratie van gefinancierde auto's van particulieren. In 2012 is het register opgeschoond en vanaf dat jaar geven de RTL-registraties een getrouwer beeld van zakelijk geregistreerde auto's.

- Het aantal zelfstandigen/zzp'ers is inmiddels aanzienlijk. Velen van hen hebben een zakelijke auto. Deze auto's zijn niet als zodanig te herkennen in de statistiek omdat auto's van eenmanszaken automatisch worden geregistreerd onder privé.
- Daarnaast is er nog een groep zakelijke rijders met een privé-auto waarvan het zakelijk gebruik wordt gedeclareerd.
- Kortom: registraties volgens de definitie van een zakelijke auto zijn niet volledig uit de statistiek te herleiden. Met inachtneming van bovenstaande nuanceringen geeft clustering van de vijf segmenten (klein zakelijk, fleetowner, leasemaatschappij, lease RTL en rental) het meest zuivere beeld.

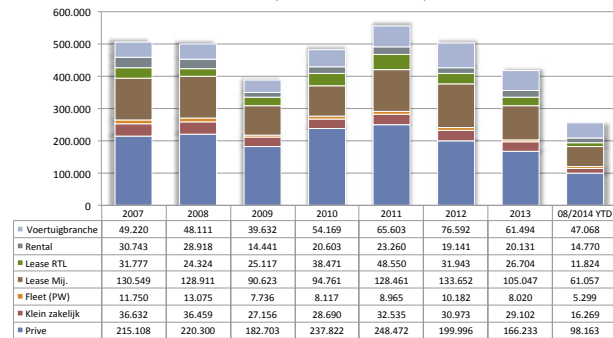
In 2013 zijn ruim 416 duizend personenauto's geregistreerd, iets minder dan de helft (45%) daarvan in de zakelijke markt. Het aantal auto's met een zakelijke bestemming is uiteraard hoger indien ook privé tenaamgestelde personenauto's die ook zakelijk worden gebruikt in beschouwing worden genomen.

Binnen de zakelijke markt vertegenwoordigen de registraties door leasemaatschappijen verreweg het grootste aandeel (67% per 08/2014 YTD).

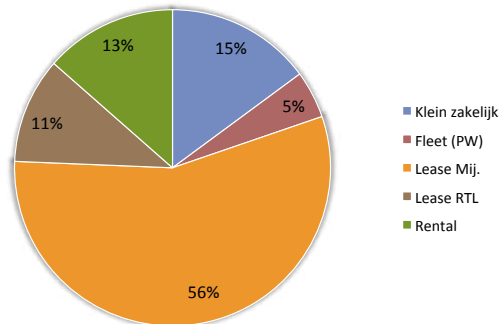
Aandeel zakelijke markt



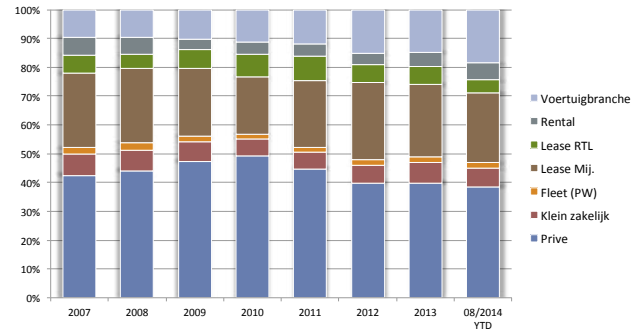
Totaalmarkt personenauto's naar soort eigenaar
(absolute aantallen)



Zakelijke markt - registraties naar soort eigenaar
(per 08/2013 YTD)



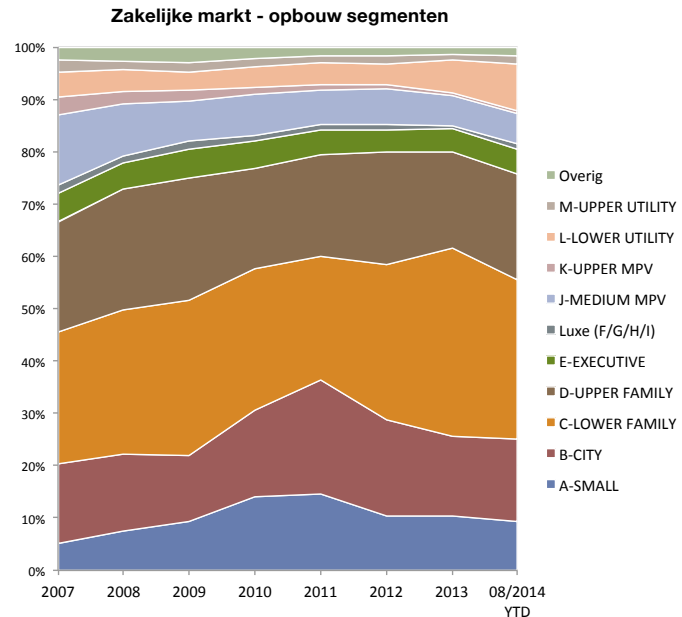
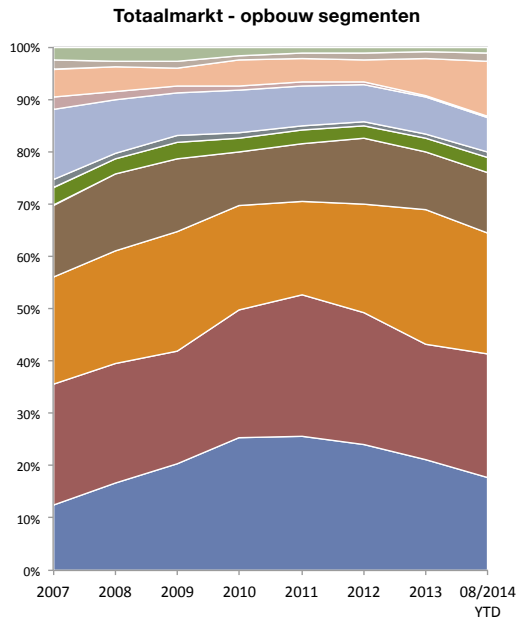
Totaalmarkt personenauto's naar soort eigenaar
(marktaandeel per segment)



2.2 Verschuiving tussen segmenten

Vorig jaar, en eigenlijk ook het jaar daarvoor al, is in het NZO geconstateerd dat de Nederlandse personenautomarkt over het hoogtepunt van downsizing heen was, dat het C-segment in omvang was toegenomen en dat er zelfs (weer) ruimte leek te zijn voor aanmerkelijk grotere en luxere auto's uit met name het D- en E-segment. De sterke groei van het C-segment was niet alleen door 'downsizing' te verklaren, maar ook door het sterk vergrote aanbod fiscaal aantrekkelijke (14% bijtelling) modellen in dit segment. Dat

ging vooral ten koste van het B-segment dat de jaren daarvoor sterk in omvang was toegenomen. De toename van de lagere (A, B en C) segmenten was in nog sterkere mate zichtbaar bij de zakelijke markt. De verhoudingen tussen de segmenten zijn in 2013 weer danig 'opgeschud'. Vooral door fiscale voordelen (Volvo V60 Plug-in Hybrid en Mitsubishi Outlander PHEV!) zijn het D- en L-segment sterk gegroeid.

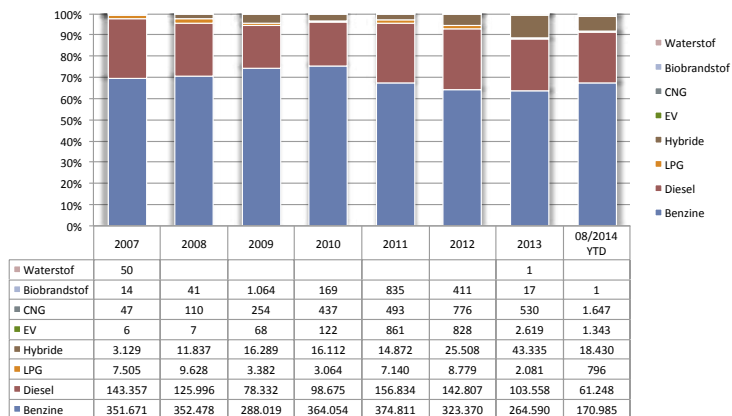


2.3 Verschuiving naar brandstofsoort

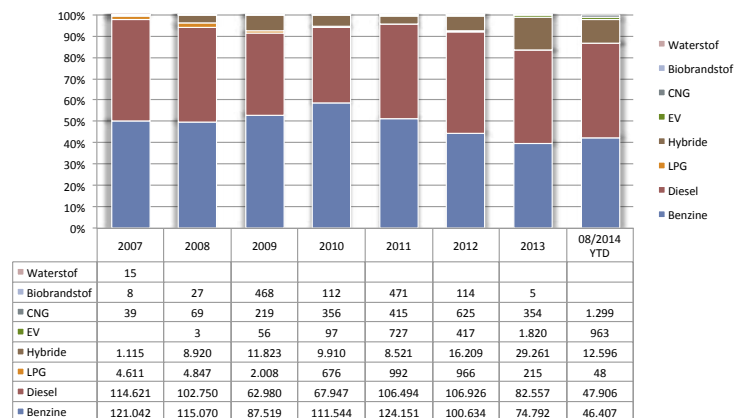
De belangrijkste brandstofsoorten zijn nog steeds benzine en diesel. Met name in de zakelijke markt neemt het aandeel alternatieve brandstoffen gestaag toe. Met een historisch hoogtepunt eind 2013: in totaal zijn in dat jaar meer dan 31 duizend personenauto's geregistreerd met een (plug-in)hybride of volledig elektrische aandrijving. Bijna een verdubbeling ten opzichte van het voorgaande

jaar. Door aanpassing van bijtelling en aanschafsubsidies met ingang van 2014 is het aandeel (plug-in)hybride weliswaar afgenomen maar met een marktaandeel van 12,5 procent van de zakelijke markt heeft elektrisch rijden een serieuze positie ingenomen. In 2014 wordt ook het toenemende belang van cng (aardgas) in de registraties zichtbaar, onder meer door de Audi A3 G-tron.

Totaalmarkt - brandstofsoort



Zakelijke markt - brandstofsoort



2.4 De gemiddelde CO₂-footprint van het Nederlandse wagenpark wordt kleiner

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 personenauto's is gedaald van 136 gram/km in 2010 naar 114 gram/km per 08/2014 YTD. Voor zakelijke auto's zijn deze waarden respectievelijk 139 gram/km en 106 gram/km. Het zakelijke segment kiest voor relatief zuinige auto's. Fiscale stimulering (bijtelling) en sturing door werkgevers (in autoregelingen) hebben daar in belangrijke mate aan bijgedragen. De sterke daling in 2013 wordt veroorzaakt door de hoge aantallen registraties hybride en plug-in hybride in met name het laatste kwartaal.

Na sterke afname CO₂-uitstoot, stabilisatie in 2014
(basis: alle verkochte personenauto's)

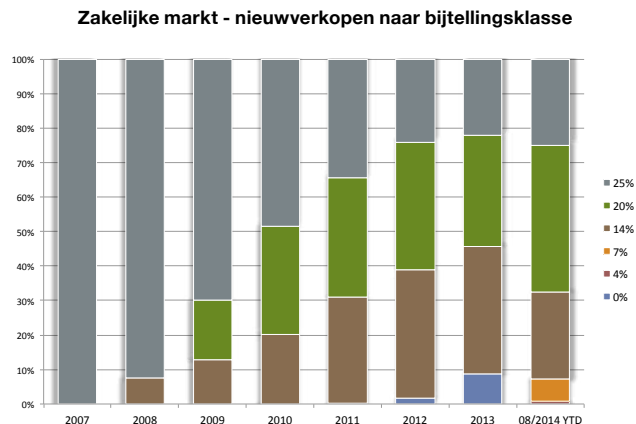


De vergroening in het zakelijke segment heeft nog sterker doorgezet, stabilisatie in 2014
(basis: alle verkochte personenauto's in zakelijk segment)

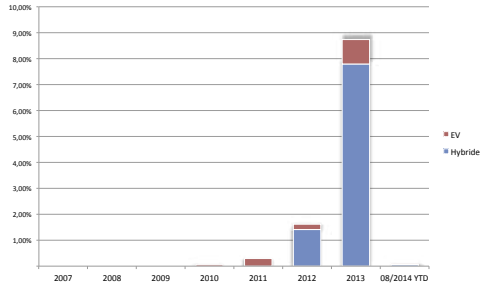


2.5 Voorkeur voor lage bijtelling

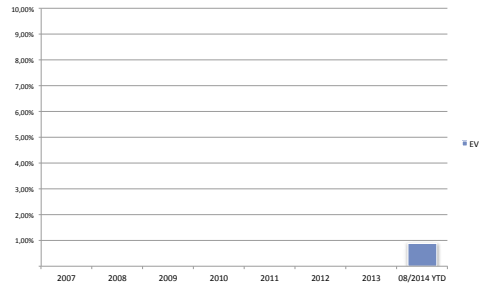
De afgelopen jaren is het aandeel zuinige en zeer zuinige auto's (resp. 20%- en 14%-bijtellingsklasse en recenter ook 0%, 4% en 7%) sterk toegenomen. In 2012 was 76% van alle geregistreerde personenauto's in het zakelijke segment een (zeer) zuinige auto met een bijbehorende lage bijtellingsklasse. Dat percentage is in 2013 en 2014 ongeveer gelijk gebleven. Wel is er binnen deze categorieën een verschuiving zichtbaar. Er is minder gekozen voor 14% (vanwege minder aanbod) en dientengevolge meer voor 20%. Verder is het evident dat volledig elektrische en plug-in hybride auto's verantwoordelijk zijn voor een aanzienlijk marktaandeel. Het aandeel zakenauto's in de 25%-bijtellingsklasse stabiliseert rond de 23 procent.



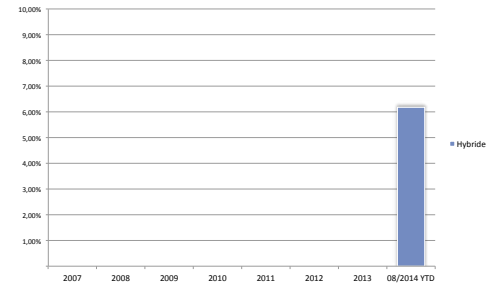
Zakelijke markt - bijtellingsklasse 0%
Uitsplitsing naar brandstofsoort



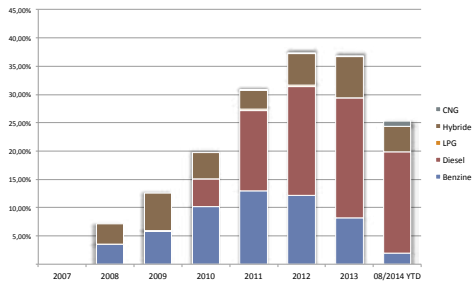
Zakelijke markt - bijtellingsklasse 4%
Uitsplitsing naar brandstofsoort



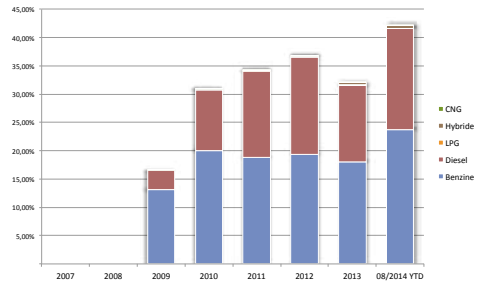
Zakelijke markt - bijtellingsklasse 7%
Uitsplitsing naar brandstofsoort



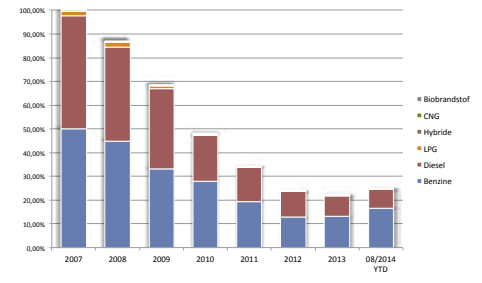
Zakelijke markt - bijtellingsklasse 14%
Uitsplitsing naar brandstofsoort



Zakelijke markt - bijtellingsklasse 20%
Uitsplitsing naar brandstofsoort



Zakelijke markt - bijtellingsklasse 25%
Uitsplitsing naar brandstofsoort

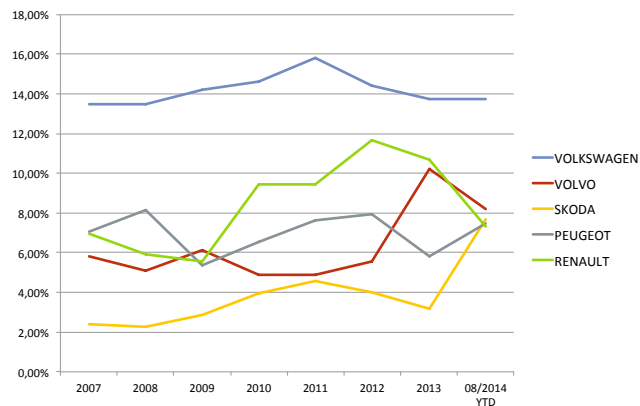


2.6 Marktaandeelontwikkeling per merk

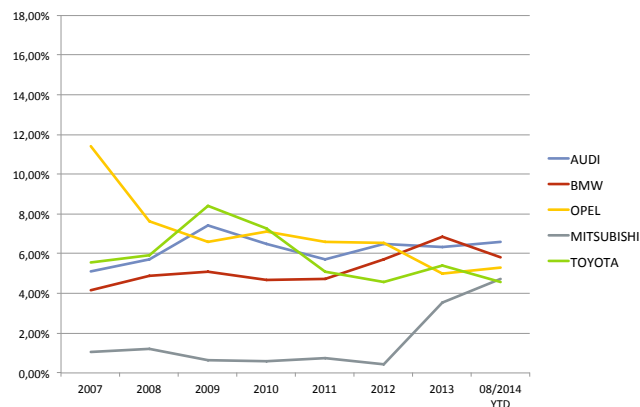
Door de sterke fiscale beïnvloeding verloopt de marktaandeelontwikkeling zeer grillig. Automerken zijn sterk afhankelijk van CO2-gunstige modellen. Die bepalen in grote mate het verschil tussen scores of niet scoren. Volkswagen staat consequent op nummer één in het zakelijke segment. Op de tweede plaats van de topvijf staat Volvo: in 2013 sterk gestegen door de V40 en de V60 plug-in hybrid. Het marktaandeel wordt redelijk goed vastgehouden in 2014. Peugeot groeit weer dankzij een aantrekkelijke 308. Renault heeft sterk geprofiteerd van de enorme aantrekkingskracht van de Mégane op de zakelijke rijder en scoort nog steeds goed in met name het B-segment maar heeft ten opzichte van 2012 bijna vier procentpunten ingeleverd.

De volgende vijf plaatsen op de ranglijst met marktaandelen in de zakelijke markt liggen per 08/2014 YTD dicht bij elkaar. In volgorde van hoog naar laag: Audi, BMW, Opel, Mitsubishi (sterk gestegen) en Toyota.

Zakelijke markt - Marktaandeel Top-5



Zakelijke markt - Marktaandeel Top-6-10



Hierna een overzicht met de twintig belangrijkste merken in het zakelijke segment (gesorteerd op marktaandeel per 08/2014 YTD). Met kleuren is aangegeven welke merken een stijgend marktaandeel laten zien en welke een dalend.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	08/2014 YTD
1 VOLKSWAGEN	13,5%	13,5%	14,2%	14,6%	15,8%	14,4%	13,8%	13,8%
2 VOLVO	5,8%	5,1%	6,1%	4,9%	4,9%	5,6%	10,2%	8,2%
3 SKODA	2,4%	2,3%	2,9%	3,9%	4,5%	4,0%	3,2%	7,7%
4 PEUGEOT	7,1%	8,2%	5,4%	6,5%	7,6%	8,0%	5,8%	7,5%
5 RENAULT	6,9%	5,9%	5,5%	9,4%	9,4%	11,7%	10,7%	7,3%
6 AUDI	5,1%	5,7%	7,4%	6,5%	5,7%	6,5%	6,3%	6,6%
7 BMW	4,2%	4,9%	5,1%	4,7%	4,7%	5,7%	6,9%	5,8%
8 OPEL	11,4%	7,6%	6,6%	7,1%	6,6%	6,5%	5,0%	5,3%
9 MITSUBISHI	1,1%	1,2%	0,7%	0,6%	0,7%	0,4%	3,5%	4,7%
10 TOYOTA	5,5%	5,9%	8,4%	7,3%	5,1%	4,6%	5,4%	4,6%
11 FORD	8,2%	10,0%	8,9%	6,0%	4,9%	7,1%	8,1%	4,3%
12 MERCEDES	3,2%	3,1%	3,3%	3,4%	2,5%	2,8%	3,3%	4,3%
13 CITROEN	4,0%	4,5%	4,8%	3,5%	4,4%	3,9%	3,5%	3,6%
14 SEAT	3,4%	3,1%	2,7%	2,6%	4,2%	3,0%	2,2%	3,4%
15 KIA	1,8%	1,4%	0,9%	1,6%	1,9%	2,5%	2,9%	2,3%
16 NISSAN	1,2%	1,3%	2,0%	2,1%	1,7%	1,1%	0,9%	2,0%
17 FIAT	2,4%	3,4%	3,1%	4,9%	4,4%	2,2%	1,8%	2,0%
18 MAZDA	1,0%	1,2%	0,9%	0,6%	0,4%	0,8%	1,0%	1,1%
19 HYUNDAI	2,2%	2,0%	1,2%	1,6%	1,9%	2,3%	1,2%	0,8%
20 SUZUKI	0,9%	0,9%	1,0%	1,9%	2,1%	1,0%	0,3%	0,7%

- stijgende tendens
- neutrale ontwikkeling
- dalende tendens

N.B. door een enigszins gewijzigde definitie van de marktsegmenten, zijn de bovenstaande marktaandelen niet volledig vergelijkbaar met de gepubliceerde cijfers in het NZO 2013.

2.7 Marktaandeelontwikkeling per model

De belangrijkste modellen in de zakelijke markt per 08/2014 YTD en hun ontwikkeling tot nu toe:

		2012	2013	08/2014 YTD
1	GOLF	3,0%	4,6%	6,6%
2	OCTAVIA	1,9%	2,0%	6,1%
3	CLIO	0,9%	3,3%	4,8%
4	OUTLANDER	0,2%	3,3%	4,5%
5	V60	0,8%	3,4%	3,3%
6	308	0,5%	0,2%	3,2%
7	A3	1,2%	2,1%	3,2%
8	AURIS	0,7%	1,9%	3,0%
9	UP!	1,6%	3,5%	2,9%
10	V40	1,0%	5,2%	2,4%
11	LEON	0,3%	0,8%	2,3%
12	POLO	4,2%	2,5%	1,9%
13	3-SERIE	2,3%	3,4%	1,8%
14	INSIGNIA	1,4%	0,8%	1,5%
15	V70	1,1%	0,8%	1,5%
16	GRAND C4 PICASSO	0,3%	0,2%	1,4%
17	208	1,2%	1,8%	1,4%
18	FIESTA	1,0%	1,0%	1,3%
19	FOCUS	3,6%	5,1%	1,3%
20	5-SERIE	1,3%	1,3%	1,2%

- stijgende tendens
- neutrale ontwikkeling
- dalende tendens

2.8 Het wagenpark zakelijke auto's per augustus 2014

Op basis van Auto Connect Dashboard is een 'foto' gemaakt van het wagenpark personenauto's per 08/2014.

Een aantal kenmerken:

- Van het totale wagenpark van bijna 8,2 miljoen personenauto's, is ongeveer 90 procent op privénaam geregistreerd en 10 procent zakelijk.
- De (oorspronkelijke) gemiddelde prijs van een zakelijke auto ligt hoger dan van een privé-auto
- Bij de kleine bedrijven (wagenpark tot tien personenauto's) is de gemiddelde prijs het hoogst
- Door het jongere wagenpark is het zakelijke wagenpark gemiddeld schoner dan het particuliere wagenpark (gemiddeld 126 gram CO2/km versus gemiddeld 158 gram CO2/km)
- Er zijn ruim 150 duizend kleine zakelijke bedrijven, gemiddeld hebben deze 1,5 personenauto

- Fleetowners (wagenpark meer dan tien personenauto's) hebben gemiddeld 20,2 auto's.

Soort eigenaar	Wagenpark per 08/2014				
	Aantal Eigenaren/ Fleetowners	Aantal voertuigen	Gem. aantal voertuigen per eigenaar/ fleetowner	Gem. Prijs	Gem. CO2
Prive	6.934.713	6.967.546	1,0	24.105	158
Klein zakelijk	153.546	223.413	1,5	40.813	147
Fleet (PW)	2.999	60.474	20,2	33.484	145
Lease Mij.	391	421.868	1.078,9	31.994	115
Lease RTL	67.475	110.629	1,6	32.569	122
Rental	798	30.777	38,6	27.499	125
Totaal zakelijk	225.209	847.161	3,8	33.894	126
Voertuigbranche	7.195	355.074	49,4	28.191	154
Totaal	7.167.117	8.169.781	1,1	26.463	154

Hoofdstuk 3

Samenvatting Berijdersonderzoek

Dit hoofdstuk is een samenvatting van het berijdersonderzoek van het NZO 2014. Het geeft inzicht in de zakenauto en zijn berijder en de wijze waarop deze omgaat met mobiliteitsvraagstukken en autokeuze. Er hebben ruim 3.900 berijders aan het onderzoek deelgenomen.

Uitsplitsing van de resultaten:

Een uitgebreide weergave van de resultaten op vraagniveau, is terug te vinden in het bijlagenrapport (te downloaden op de websites van de initiatiefnemers van dit onderzoek). In dit hoofdstuk worden in de meeste gevallen de resultaten getoond als totaal of verbijzonderd naar bijtellingsklasse van de zakenauto of grootte van het bedrijf (= het aantal medewerkers) waarvoor de berijder (m/v) werkzaam is. Indien bij bepaalde onderwerpen andere dwarsdoorsneden interessante informatie opleveren, worden deze uiteraard gepresenteerd.

3.1 Bijtellingsklasse

Bijtelling en bijtellingsklasse zijn zo belangrijk geworden voor de zakelijke rijder dat hiermee bij de interpretatie van de resultaten van het NZO sterk rekening gehouden moet worden. Vrijwel alle resultaten zijn uitgesplitst naar bijtellingsklasse (zie kader op pagina 26).

De volgende bijtellingsklassen worden daarbij gehanteerd:

Bijtellingsklasse huidige zakenauto	Aantal respondenten	Meegenomen in uitsplitsing naar bijtellingsklasse
0% over de catalogusprijs (ik rijd een elektrische auto of een zeer zuinige plug-in hybride auto met een CO2-uitstoot <50g/km die uiterlijk in 2013 is geregistreerd)	83	Ja
4% over de catalogusprijs (ik rijd een elektrische auto die in 2014 is geregistreerd)	3	4% en 7% samengevoegd
7% over de catalogusprijs (ik rijd een zeer zuinige plug-in hybride auto met een CO2-uitstoot <50g/km die in 2014 is geregistreerd)	25	4% en 7% samengevoegd
14% over de catalogusprijs	873	Ja
20% over de catalogusprijs	1.322	Ja
25% over de catalogusprijs	889	Ja
35% over de dagwaarde (ik rijd een zogenaamde youngtimer van minimaal 15 jaar oud)	4	Nee
Ik weet het niet	73	Nee
Totaal (basis voor uitsplitsing naar bijtellingsklasse)	3.272	
-> Enquete niet volledig afgerond	717	
-> Totaal aantal respondenten	3.989	

3.2 De auto van de zaak

Onderstaand volgt een aantal kenmerken van de huidige zakenauto van de respondentengroep

Merk van de zakenauto

Zie grafiek hiernaast.

Leeftijd van de zakenauto

De zakenauto is gemiddeld 2,5 jaar oud. De gemiddelde leeftijd in de 0% bijtellingscategorie is het laagst (gemiddeld bouwjaar 2012). Opmerkelijk is dat de gemiddelde leeftijd van de zakenauto bij de grote(re) bedrijven lager is dan bij de kleine bedrijven.

Brandstofcategorie

- 90% van de respondenten heeft een zakenauto met een diesel- (57%) of benzinemotor (33%).
- Het aandeel respondenten met een volledig elektrisch aangedreven voertuig is gering (n=5), het aandeel respondenten met een plug-in hybride is met n=101 voldoende groot om nader te analyseren. Het betreft voornamelijk Mitsubishi

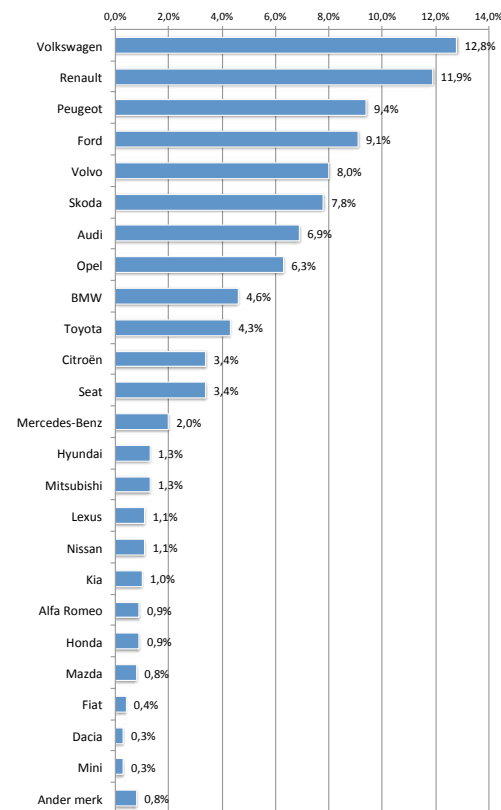
Outlander PHEV (n=32), Volvo V60 D6 (n=35) en Opel Ampera (n=22).

- Bij de uitsplitsing naar bijtellingsklasse valt op dat het aandeel diesel in de bijtellingsklassen 14% en 20% relatief hoog is en dat de verdeling benzine-diesel in de 25% bijtellingsklasse ongeveer 50/50 is: dit beeld komt overeen met de RDC-registraties (zie hoofdstuk 2 marktanalyse).

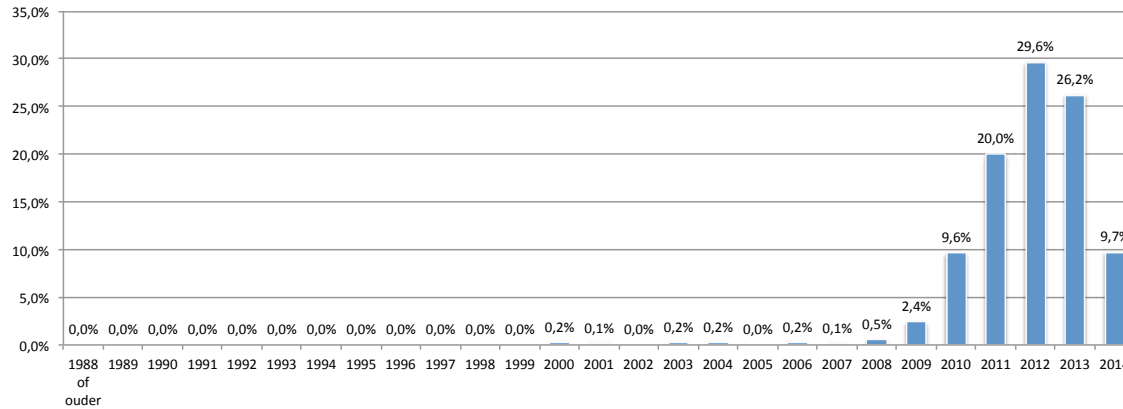
Catalogusprijs

De gemiddelde (opgegeven) consumentenprijs van alle zakenauto's is € 33.800. De segmenten van € 25.000 tot € 40.000 zijn het populairst: 60% van alle zakenauto's vallen in deze prijsrange. Auto's uit de 0%- en 7%-bijtellingscategorie hebben gemiddeld de hoogste consumentenprijs. De gemiddelde consumentenprijs is bij kleine(re) bedrijven tot tien medewerkers aanmerkelijk hoger dan gemiddeld. Naar alle waarschijnlijkheid heeft dat een directe relatie met het relatief grote aantal directeuren/dga's in deze respondentengroep.

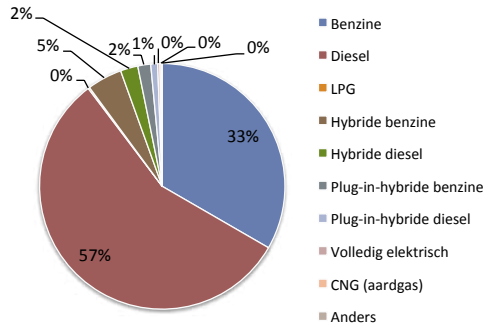
Wat is het merk van uw zakenauto?



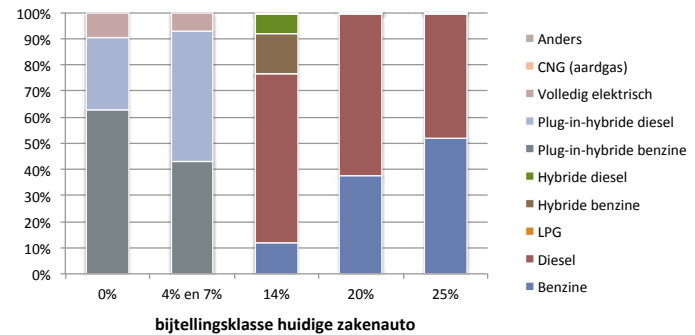
Van welk bouwjaar is deze zakenauto?



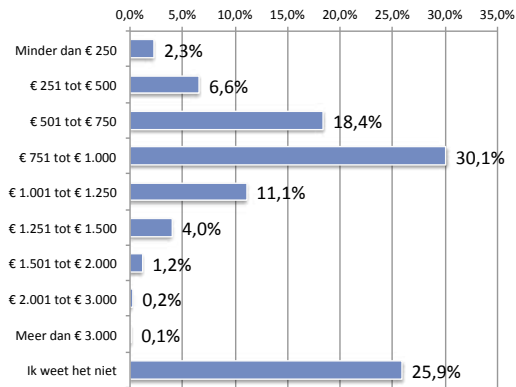
In welke brandstofcategorie valt uw zakenauto?



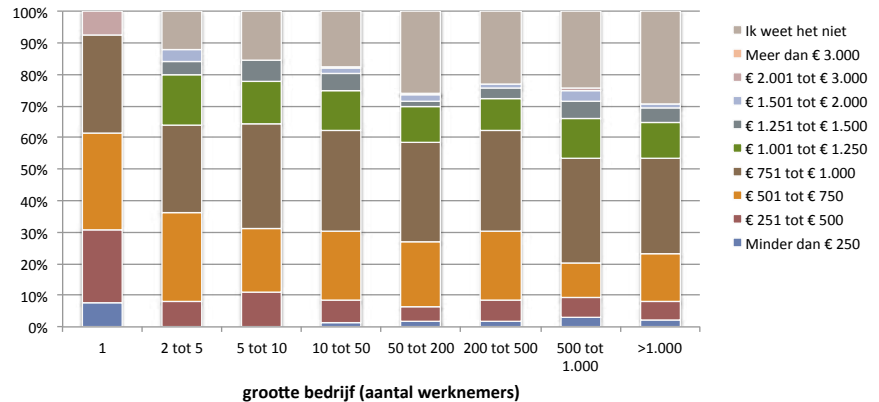
In welke brandstofcategorie valt uw zakenauto?



Wat is het (norm) leasebedrag (incl. brandstofkosten) per maand voor uw leaseauto?



Wat is het (norm) leasebedrag (incl. brandstofkosten) per maand voor uw leaseauto?



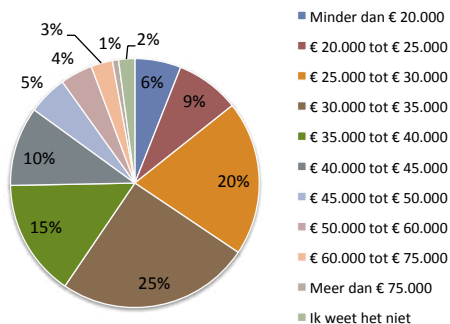
Leasebedrag

Het gemiddelde leasebedrag (incl. brandstofkosten) van een operationeel leasecontract is € 846 per maand. 26% van de respondenten weet niet wat het leasebedrag is dat bij zijn/haar zakenauto hoort. De 14% bijtellingscategorie heeft met gemiddeld € 700

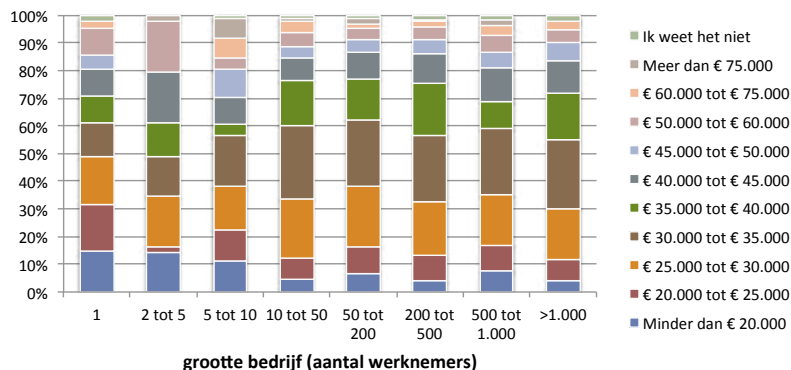
weliswaar het laagste leasebedrag per maand, maar door de andere samenstelling van deze categorie (meer relatief dure hybrides) is het gemiddelde leasebedrag met 10% toegenomen ten opzichte van het NZO 2013.

De 7% bijtellingscategorie heeft met gemiddeld € 1.136 het hoogste leasebedrag per maand. Naarmate de respondenten werkzaam zijn voor een groter bedrijf, zijn ze steeds minder bekend met de hoogte van het leasebedrag.

Wat is de nieuwprijs van deze zakenauto?



Wat is de nieuwprijs van deze zakenauto?



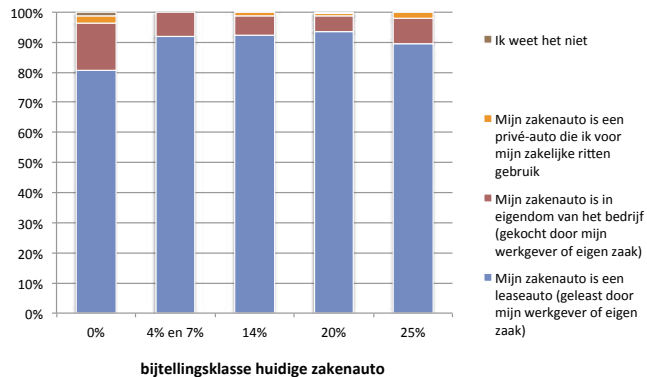
Eigendom

Het merendeel van de zakenauto's van de respondenten is geleast (ruim 90%). 7% is eigendom van het bedrijf en in 2% van de gevallen betreft het een privé-auto die voor zakelijke ritten wordt gebruikt. Dezelfde onderverdeling als bij het NZO 2013. Het

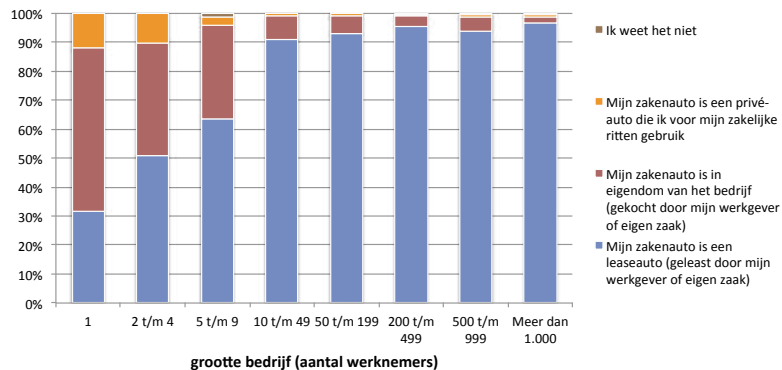
aandeel 'eigendom van het bedrijf' is in de bijtellingscategorie '0% bijtelling' relatief het hoogst. Deze categorie is vooral populair bij de kleine bedrijven: de subsidiemogelijkheden die met name golden in 2013 (kleinschaligheids-investeringsaftrek en milieu-

investeringsaftrek) dragen daar in belangrijke mate aan bij. Naarmate bedrijven groter worden (i.c. naarmate het aantal medewerkers toeneemt), wordt het aandeel lease steeds hoger.

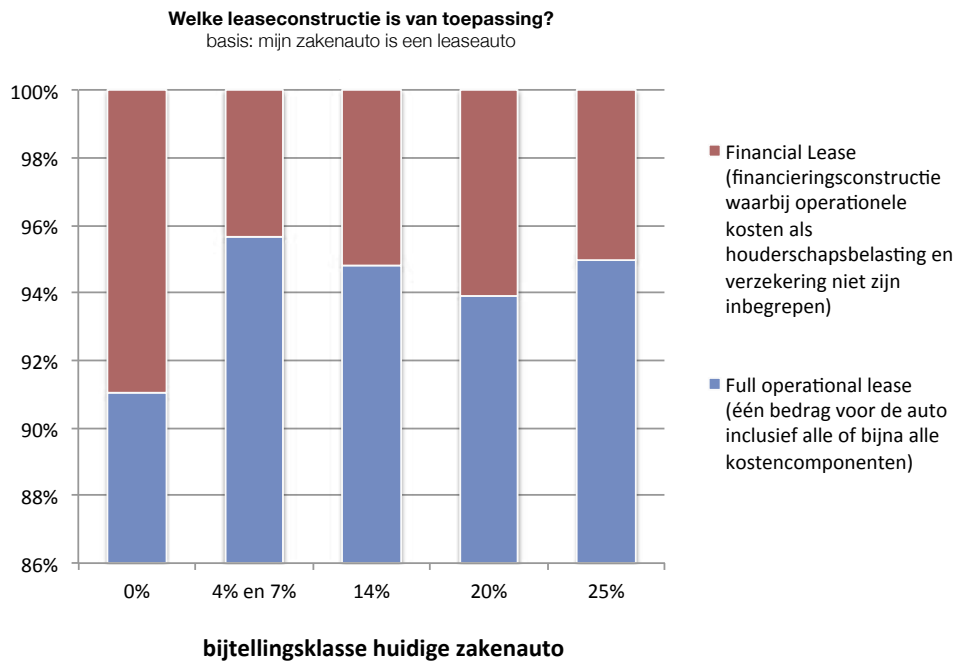
Welke omschrijving past het best bij uw zakenauto?



Welke omschrijving past het best bij uw zakenauto?



Van de geleaste auto's valt ruim 90% onder de noemer 'full operational lease'. Het aandeel financial lease is relatief het hoogst bij zakenauto's met 0% bijtelling.

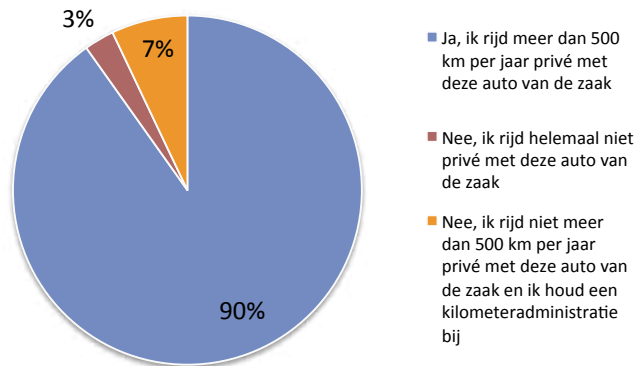


3.3 Bijtelling en bijtellingscategorie

3.3.1 Bijtellen en niet-bijtellen

90% van de respondenten rijdt meer dan 500 km privé met de zakenauto en heeft dus een bijtelling. 10% rijdt niet privé en/ of houdt een kilometeradministratie bij. Circa tweederde van de respondenten die niet privé rijden met de zakenauto doet dit al meer dan drie jaar niet. 28% is de afgelopen drie jaar begonnen de zakenauto niet meer privé te gebruiken.

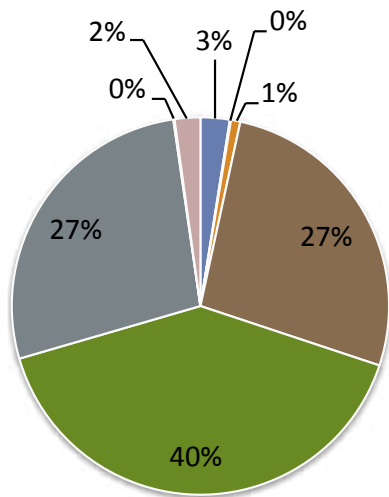
Heeft u een bijtelling voor uw auto van de zaak in 2014?



3.3.2 Bijtellingscategorie huidige zakenauto

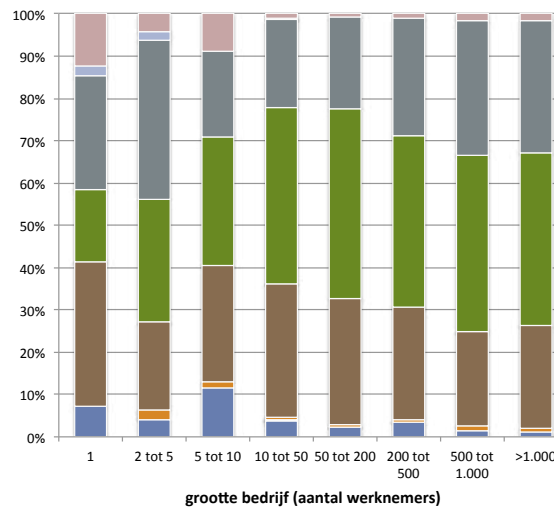
71% van de respondentengroep rijdt een zuinige of zeer zuinige auto (0%, 4%, 7%, 14% of 20% bijtellingscategorie). Vorig jaar was dit percentage 58%! 27% maakt gebruik van een auto uit de 25% bijtellingscategorie. Minder dan 1% van de zakelijke rijders heeft een youngtimer van minimaal 15 jaar oud waarvoor een bijtelling geldt van 35% over de dagwaarde. In het vervolg van de rapportage wordt deze groep buiten beschouwing gelaten.

Wat is het bijtellingspercentage dat bij uw auto van de zaak hoort?



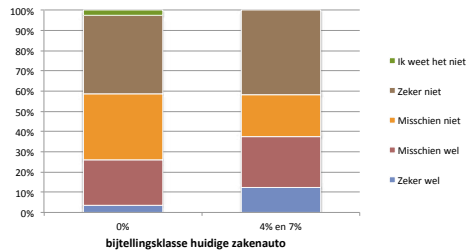
- 0% over de catalogusprijs (ik rijd een elektrische auto of een zeer zuinige plug-in hybride auto met een CO₂-uitstoot <50g/km die uiterlijk in 2013 is geregistreerd)
- 4% over de cataloguswaarde (ik rijd een elektrische auto die in 2014 is geregistreerd)
- 7% over de cataloguswaarde (ik rijd een zeer zuinige plug-in hybride auto met een CO₂-uitstoot <50g/km die in 2014 is geregistreerd)
- 14% over de catalogusprijs
- 20% over de catalogusprijs
- 25% over de catalogusprijs
- 35% over de dagwaarde (ik rijd een zogenaamde youngtimer van minimaal 15 jaar oud)
- Ik weet het niet

Wat is het bijtellingspercentage dat bij uw auto van de zaak hoort?

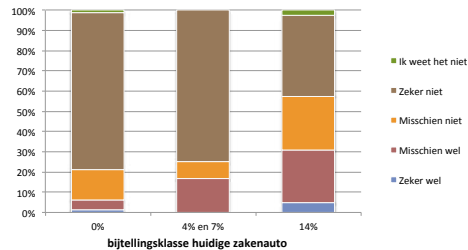


- Ik weet het niet
- 35% over de dagwaarde (ik rijd een zogenaamde youngtimer van minimaal 15 jaar oud)
- 25% over de catalogusprijs
- 20% over de catalogusprijs
- 14% over de catalogusprijs
- 7% over de cataloguswaarde (ik rijd een zeer zuinige plug-in hybride auto met een CO₂-uitstoot <50g/km die in 2014 is geregistreerd)
- 4% over de cataloguswaarde (ik rijd een elektrische auto die in 2014 is geregistreerd)
- 0% over de catalogusprijs (ik rijd een elektrische auto of een zeer zuinige plug-in hybride auto met een CO₂-uitstoot <50g/km die uiterlijk in 2013 is geregistreerd)

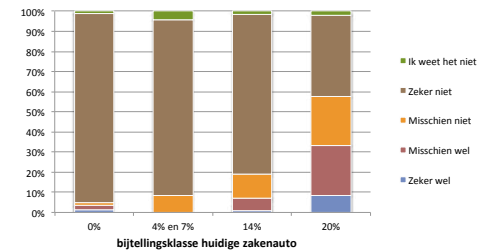
Zou u uw zakenauto ook gekozen hebben als deze in de bijtellingcategorie van 14% van de cataloguswaarde zou vallen?



Zou u uw zakenauto ook gekozen hebben als deze in de bijtellingcategorie van 20% van de cataloguswaarde zou vallen?



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



3.3.3 Lage bijtellingscategorie is vaak negatieve keuze

Fiscale bijtelling is een effectief instrument voor de overheid om gedrag te sturen, maar het leidt in de ogen van sommige partijen ook tot frustratie en marktverstoring. Voor de berijder is fiscale bijtelling in ieder geval erg belangrijk: van de zakelijke rijders die voor een (zeer) zuinige auto gekozen hebben (resp. 0%, 7%, 14% en 20% bijtelling), zou

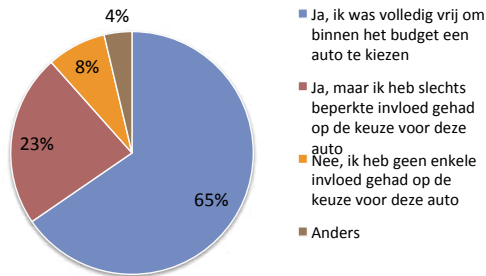
een groot deel zeker tot een andere keuze gekomen zijn als hun auto in een hogere bijtellingscategorie zou vallen. Opmerkelijk zijn de verschillen met de meting van vorig jaar: uit het NZO 2013 bleek dat meer dan 70% van de respondenten met een zakenauto in de 0% en 14% bijtellingscategorieën, de auto niet zou hebben gekozen indien

deze in de 25% bijtellingscategorie zou vallen. Dit percentage is in het NZO 2014 toegenomen tot meer dan 80% (en bij 0% en 7% bijtelling zelfs tot meer dan 90%)! Het aandeel dat zeker wel voor de huidige auto zou kiezen bij een hogere bijtellingscategorie is slechts enkele procenten.

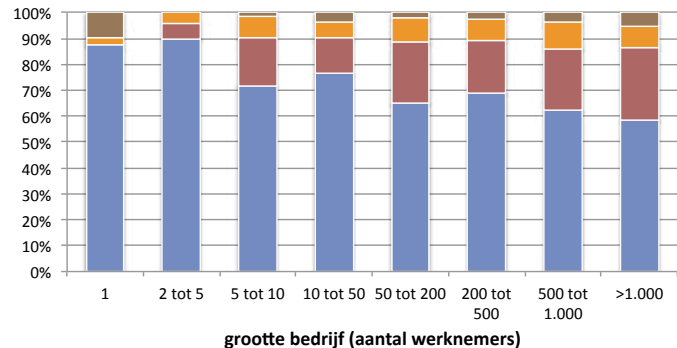
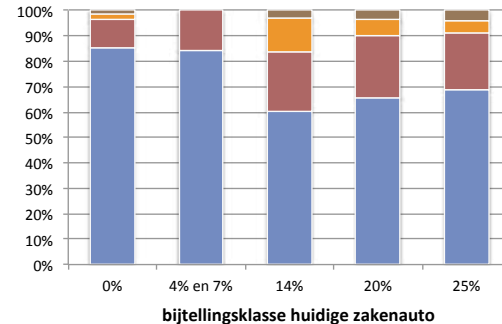
3.3.4 Invloed op autokeuze en tevredenheid

Tweederde van de respondenten geeft aan volledig vrij te zijn geweest om binnen het beschikbare budget een zakenauto te kiezen. Nog eens 23% heeft beperkte invloed gehad op de keuze en 8% geeft aan geen enkele invloed te hebben gehad. Naarmate de bedrijfsomvang toeneemt, wordt de keuzevrijheid steeds minder en, opmerkelijk maar zeer goed verklaarbaar, de grootste groep die geen invloed heeft gehad op de keuze rijdt een auto in de 14% bijtellingsklasse (dit betreft bijvoorbeeld standaard auto's in bedrijfskleuren).

Hebt u invloed gehad op de keuze voor deze auto?



Hebt u invloed gehad op de keuze voor deze auto?

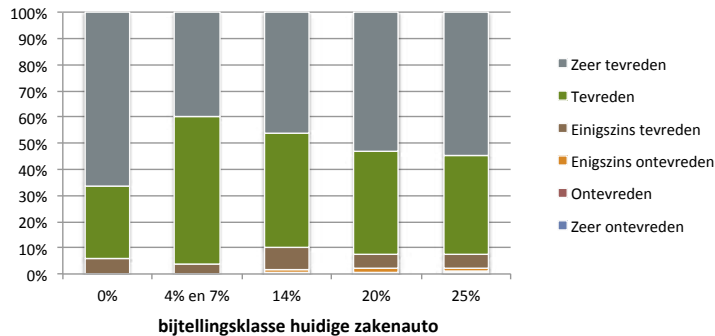


- Anders
- Nee, ik heb geen enkele invloed gehad op de keuze voor deze auto
- Ja, maar ik heb slechts beperkte invloed gehad op de keuze voor deze auto
- Ja, ik was volledig vrij om binnen het budget een auto te kiezen

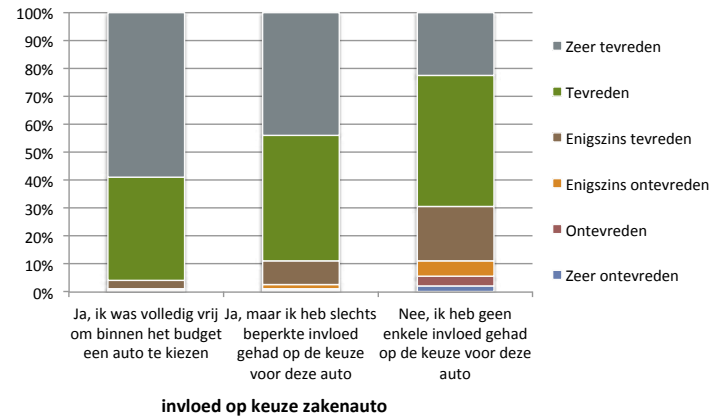
Over het algemeen is de zakelijke rijder tevreden tot zeer tevreden over zijn/haar zakenauto. Naarmate de invloed op de keuze voor de zakenauto minder wordt, daalt de tevredenheid. Voor sommige merken (die relatief vaak ingezet worden als standaard bedrijfsauto) een fenomeen om rekening mee te houden bij de interpretatie van klanttevredenheidsonderzoeken.

Opmerkelijk is verder dat bestuurders van een plug-in hybride auto minstens zo tevreden zijn over hun auto als andere bestuurders. De gemeten hoge tevredenheid bij deze categorie rijders kan zeker positief beïnvloed zijn door de gunstige bijtelling, maar het lijkt aannemelijk dat de (rij-)eigenschappen van plug-in hybrides de bestuurders ook kunnen bekoren.

Bent u tevreden over uw zakenauto?



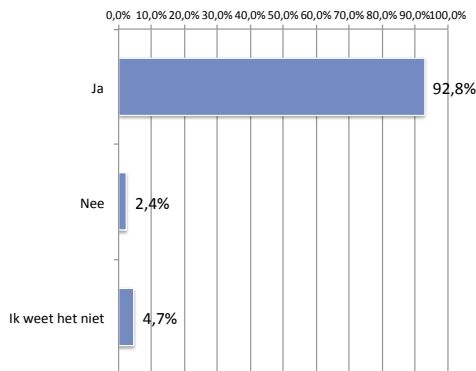
Bent u tevreden over uw zakenauto?



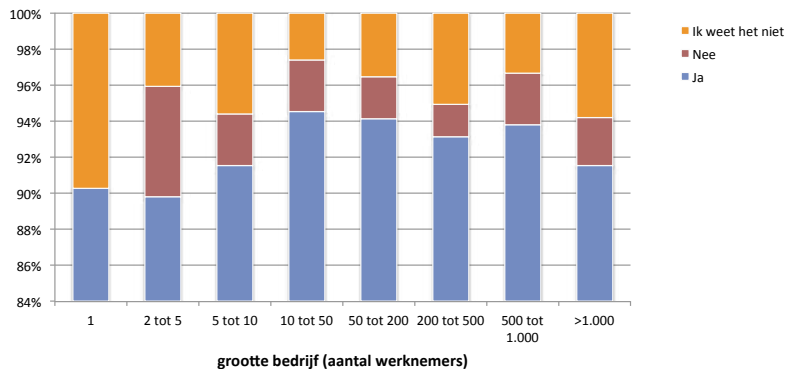
3.3.5 De verwachting over volgend jaar?

- De meerderheid (93%) van de respondenten verwacht ook volgend jaar een zakenauto ter beschikking te hebben. Toch lijkt het alsof de berijders hierover iets onzekerder zijn dan vorig jaar. Het aandeel dat aangeeft volgend jaar geen zakenauto meer te hebben is relatief het grootst bij de kleine bedrijven.
- De respondenten die aangeven dat ze volgend jaar niet meer een zakenauto rijden (5%) geven als redenen daarvoor op (in volgorde van belangrijkheid):
 - Ik ga van baan veranderen en daar hoort geen zakenauto bij
 - Mijn werkgever stelt mij geen zakenauto meer ter beschikking
 - Ik ga met pensioen
 - Ik ben niet bereid fiscale bijtelling te betalen en kies er zelf voor om geen zakenauto meer te gebruiken
 - Ik ben boventallig / krijg ontslag

Verwacht u over een jaar nog steeds met een zakenauto te rijden?



Verwacht u over een jaar nog steeds met een zakenauto te rijden?



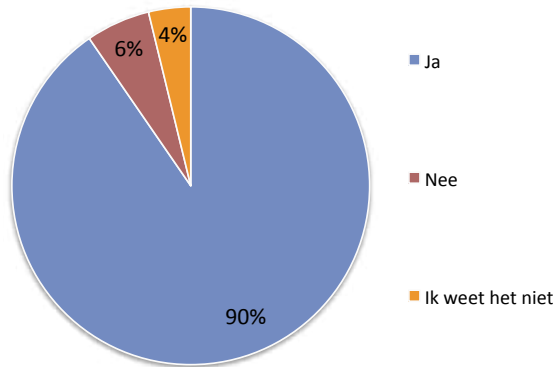
Verder verwachten de meeste zakelijke rijders dat zij hun zakenauto volgend jaar ook privé gaan gebruiken.

- 6% is van plan de zakenauto volgend jaar niet privé te gebruiken (NZO 2013: 15%)

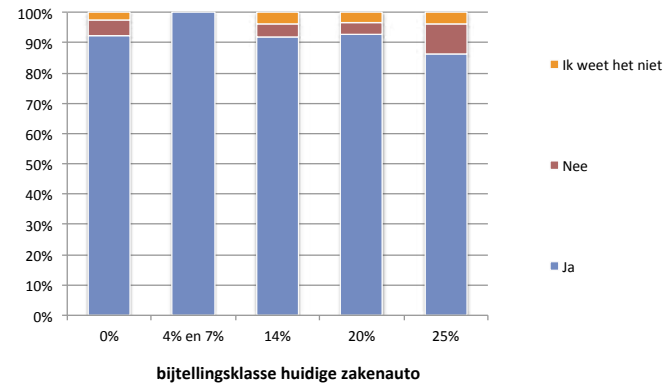
- De meeste zakelijke rijders die hun zakenauto niet privé gebruiken hebben de beschikking over een auto in de 25% bijtellingsklasse. Maar ook in de lagere bijtellingsklassen (tot zelfs 0%) zijn er

berijders die om uiteenlopende redenen er voor kiezen om niet privé te rijden of niet privé mogen rijden met hun zakenauto

Gaat u volgend jaar (in 2015) uw huidige zakenauto privé gebruiken (>500km per jaar)?



Gaat u volgend jaar (in 2015) uw huidige zakenauto privé gebruiken (>500km per jaar)?

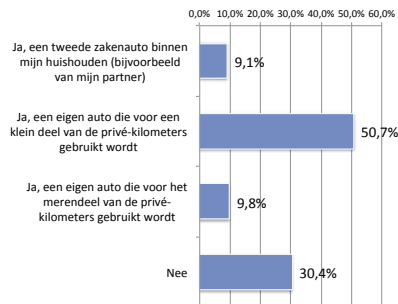


3.4 Gebruik auto en behoefte aan mobiliteit

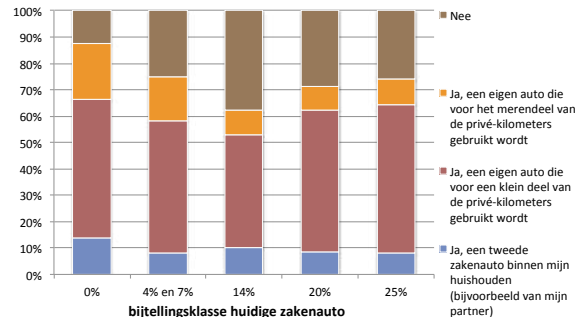
3.4.1 Privé-gebruik

Bijna 70% van de respondenten heeft, naast de zakenauto, een andere auto in het huishouden beschikbaar voor privé-ritten. Vooral in de bijtellingsklassen 0%, 7% en 25% (tevens hogere prijsklassen) is dit het geval.

Is er nog een andere auto in uw huishouden die u voor privé-ritten gebruikt?

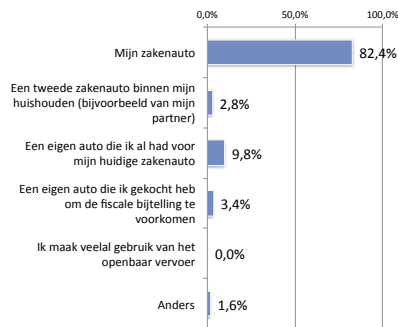


Is er nog een andere auto in uw huishouden die u voor privé-ritten gebruikt?

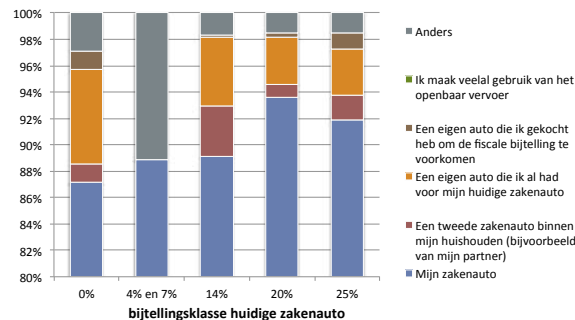


In de meeste gevallen wordt de zakenauto ingezet voor privé-kilometers. Indien dit niet het geval is wordt vaker een andere privé-auto gebruikt dan een andere zakenauto van bijvoorbeeld de partner.

Welk vervoersmiddel gebruikt u voor de meeste privé-kilometers?



Welk vervoersmiddel gebruikt u voor de meeste privé-kilometers?

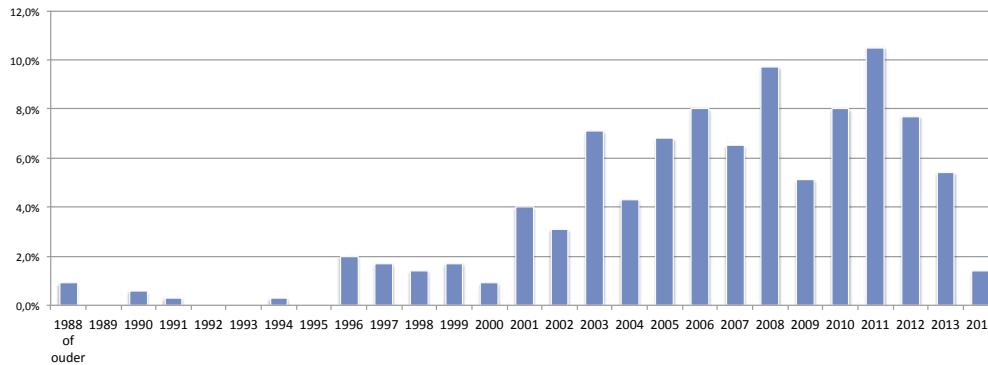


3.4.2 De privé-auto

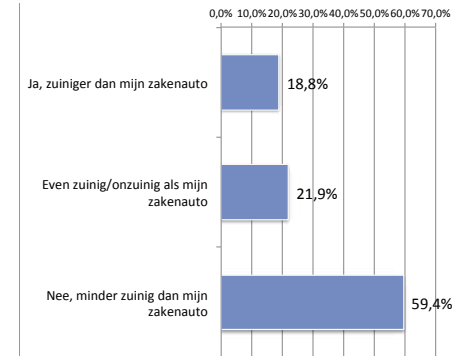
De privé-auto, indien aanwezig, is aanmerkelijk ouder dan de zakenauto: gemiddeld is deze ruim 7 jaar oud (bouwjaar 2007). In 60% van de gevallen is de privé-auto onzuiniger dan de zakenauto. Dat is meer dan bij vorige metingen en een logisch gevolg van het

relateren van het brandstofverbruik van oudere privé-auto's aan dat van relatief jonge zakenauto's die steeds zuiniger zijn geworden.

Van welk bouwjaar is deze auto?



Is deze auto zuiniger dan uw zakenauto?



3.4.3 Jaarkilometrage zakenauto en eventuele privé-auto

Gemiddeld wordt met de zakelijke auto 38.337 km per jaar gereden. Het grootste deel daarvan is woon-werkverkeer. Een derde is bestemd voor zakelijke ritten en 22,4%

voor privé. Zakelijke rijders die bijtellen (>500 km per jaar privé rijden) rijden iets meer privé-kilometers per jaar: gemiddeld 17% meer dan het gemiddelde van alle

zakelijke rijders tezamen. Gemiddeld wordt er ook nog circa 4.500 km per jaar privé gereden met een andere auto dan de zakenauto.

	Alle zakelijke rijders				Alle zakelijke rijders die bijtellen (>500km privé rijden)			
	NZO 2013 km's/jaar	%	NZO 2014 km's/jaar	%	NZO 2013 km's/jaar	%	NZO 2014 km's/jaar	%
Zakelijk	12.046	32,0%	13.099	34,2%	11.692	30,5%	10.356	26,4%
Woonwerk	17.057	45,2%	16.638	43,4%	17.267	45,1%	18.843	48,0%
Privé	8.597	22,8%	8.600	22,4%	9.348	24,4%	10.080	25,7%
Totaal	37.700	100,0%	38.337	100,0%	38.307	100,0%	39.279	100,0%

Indien de jaarkilometrages voor het NZO 2014 verder worden uitgesplitst naar brandstofsoort, wordt zichtbaar dat de 'traditionele

kilometervereters' in de meeste gevallen kiezen voor diesel en dat met hybrides en plug-in hybrides veel kilometers worden gereden.

	Brandstofcategorie									
	Totaal	Benzine	Diesel	LPG	Hybride benzine	Hybride diesel	Plug-in hybride benzine	Plug-in hybride diesel	Volledig elektrisch*	CNG (aardgas)*
Zakelijk	13.099	10.156	15.453	14.821	9.034	15.824	9.035	11.973	5.333	15.575
Woonwerk	16.638	13.495	18.071	12.179	17.081	18.865	16.390	16.688	11.556	13.350
Privé	8.600	7.904	8.690	8.000	8.745	8.959	7.922	11.161	8.111	6.875
Totaal	38.337	31.555	42.214	35.000	43.649	43.649	33.347	39.821	25.000	35.800

*Indicatief

3.4.4 Gebruik elektrische auto en plug-in hybride en laadgedrag

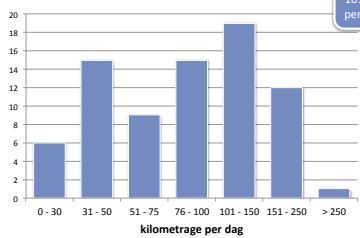
Het blijft een actuele discussie: de (plug-in) hybride is niet zo zuinig als verwacht; de plug-in hybride wordt verkeerd ingezet; de plug-in hybride rijder maakt veel te weinig gebruik van het stopcontact.

Van de berijders van een plug-in hybride is een aantal aspecten van gebruik en laadgedrag (of -gewoonte) nader onderzocht. Het aantal respondenten met een volledig elektrisch aangedreven auto is te gering om te verbijzonderen. Gemiddeld wordt met een

plug-in hybride 101 kilometer per dag gereden (NZO 2013: gemiddeld 92 km), de respondenten geven aan dat daarvan gemiddeld 39 kilometer volledig elektrisch is. In 72% van de gevallen wordt minimaal eenmaal per dag op het huisadres geladen en in 64% minimaal eenmaal per dag op het werkadres. Van andere oplaadpunten wordt nauwelijks gebruik gemaakt: de helft maakt af en toe (een aantal malen per maand) gebruik van een publiek laadpunt. Iets meer dan een kwart van de respondenten met een plug-in

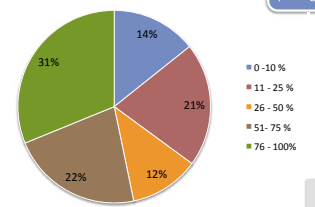
hybride laadt niet elke dag en 13% laadt bijna nooit. Of dit te maken heeft met 'niet willen' (geen zin, ongemakkelijk) of 'niet kunnen' (geen of slechte beschikbaarheid van laadmogelijkheden) is niet nader onderzocht. Overigens blijkt dat een aanzienlijk deel (42%) van de berijders per dag gemiddeld meer dan 100 kilometer rijdt. De vraag is of bij dergelijke hoge kilometrages een plug-in hybride voldoende efficiënt is ten opzichte van andere brandstofsoorten en uit milieu- en kostenopzigt wel de juiste keuze is.

Hoeveel kilometer rijdt u gemiddeld per dag?



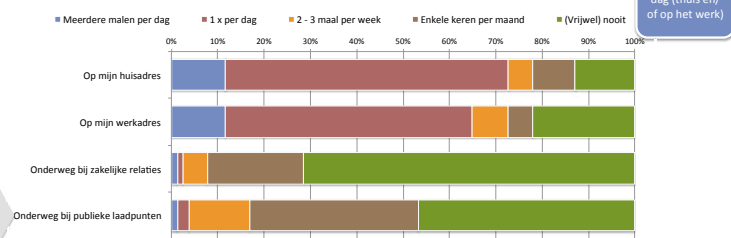
gem. 101 km per dag

En welk aandeel daarvan is volledig elektrisch?



gem. 39 km per dag

Waar en hoe vaak laadt u uw auto op? (basis: plug-in hybride)



2/3 laadt elke dag (thuis en/of op het werk)

3.5 Alternatieve mobiliteitsvormen, mobiliteitsbudget en privélease

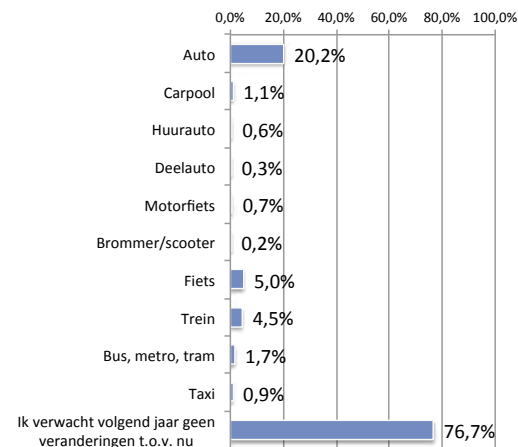
3.5.1. Alternatieve mobiliteitsvormen

Voor zakelijk verkeer is de auto het belangrijkste vervoermiddel: 94% gebruikt de zakenauto dagelijks.

Van andere vervoersvormen dan de auto wordt nauwelijks gebruik gemaakt, dit geldt eigenlijk zonder uitzondering voor alle bijtellingsklassen. Bij de kleinste bedrijven wordt gemiddeld genomen vaker gebruik gemaakt van de fiets. In zo'n 20% van de gevallen maakt men 'enkele keren per jaar' gebruik van het openbaar vervoer; in de laagste bijtellingsklassen gebeurt dat relatief het vaakst. Hier kunnen verschillende redenen aan ten grondslag liggen zoals: representativiteit, beperkte actieradius, vaker gebruik kunnen maken van uitgebreide mobiliteitsregelingen.

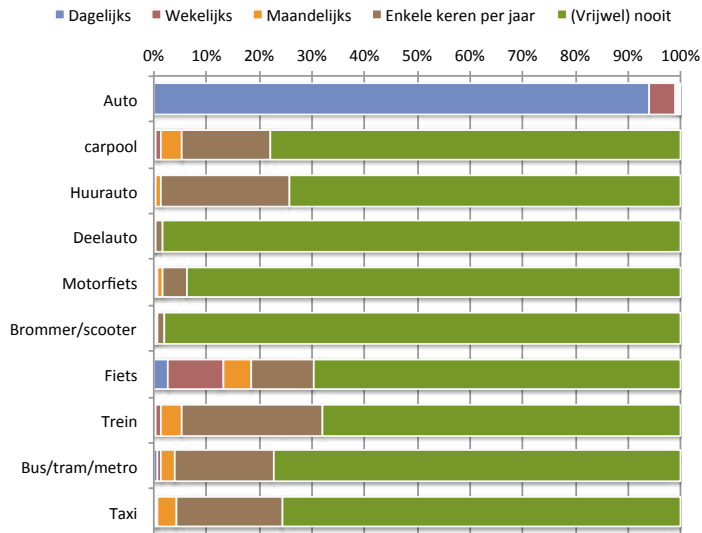
Indien respondenten gevraagd wordt één jaar vooruit te kijken en in te schatten van welke vormen van zakelijk vervoer men méér gebruik zal maken, wordt door bijna 80% geantwoord dat de huidige situatie niet zal veranderen. 20% verwacht méér gebruik te gaan maken van de zakenauto. De fiets en de trein worden in beperkte mate genoemd (beide 5%). Jaar op jaar een zeer consistent beeld. Ondertussen kan de conclusie getrokken worden dat verandering van reisgedrag en het gebruik van andere vervoersmodaliteiten niet vanuit de zakelijke rijder zelf ontstaat, maar dat er, indien men dit nodig vindt, (stevige) externe prikkels voor nodig zijn.

Van welke vormen van vervoer gaat u volgend jaar naar alle waarschijnlijkheid meer gebruik maken (dan nu) voor zakelijke doeleinden? (meerdere antwoorden mogelijk)



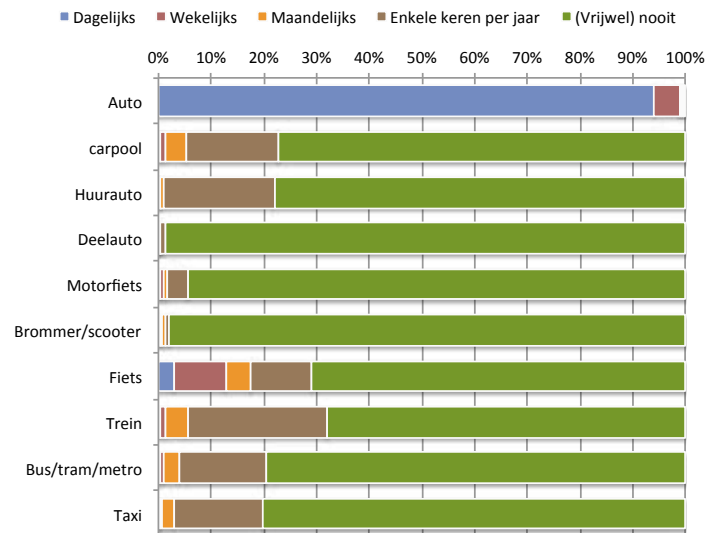
In welke mate maakt u gebruik van de volgende vormen van vervoer voor zakelijke doeleinden (incl. woonwerkverkeer)?

NZO 2014



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

NZO 2013

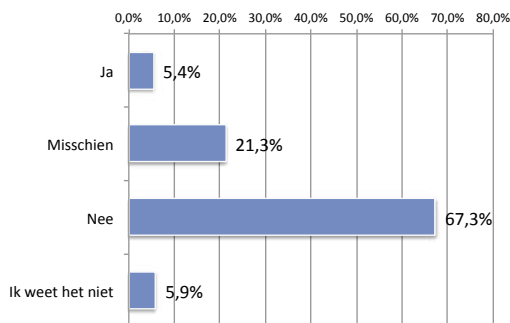


Andere vormen van vervoer (en dan eventueel gecombineerd met een kleinere, goedkopere zakenauto) zijn voor iets meer dan 5% een serieus alternatief en ‘misschien’ voor nog eens 21,3%. Voordat de zakelijke rijder overstapt op andere vormen van vervoer moet aan een aantal randvoorwaarden worden voldaan. De belangrijkste zijn: het

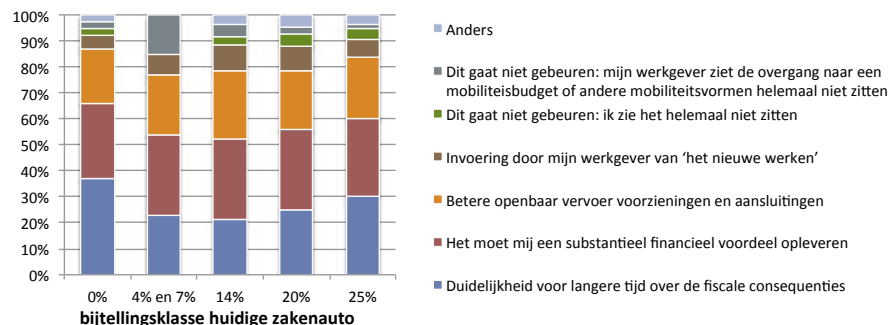
moet een substantieel financieel voordeel opleveren, voor langere tijd moet duidelijkheid zijn over de fiscale consequenties en de openbaar vervoer voorzieningen en aansluitingen moeten verbeteren. Indien overstappen op andere vervoersvormen een financieel voordeel oplevert, is 23% van alle respondenten bereid hierover serieus na te

denken en 35,4% is daartoe misschien bereid. De groep die nu in een zakenauto rijdt in de 0% bijtellingsklasse heeft de grootste bereidheid. Blijkbaar zijn de motieven van deze groep (sowieso) meer financieel gedreven (zie ook pagina 48).

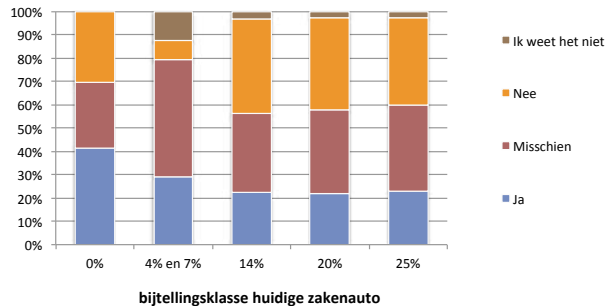
Zijn andere vormen van vervoer (eventueel gecombineerd met een kleinere, goedkopere zakenauto) **voor zakelijke doeleinden een serieus alternatief voor u?**



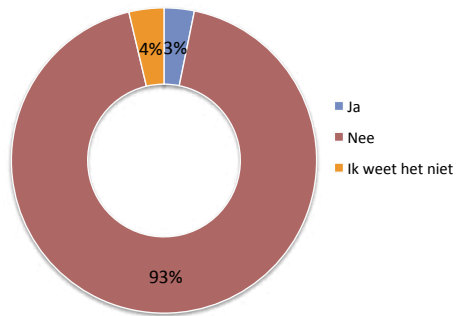
Aan welke randvoorwaarden moet in ieder geval worden voldaan voordat u overweegt over te stappen op andere vormen van vervoer voor zakelijke doeleinden? (meerdere antwoorden mogelijk) **basis: 'ja' en 'misschien'**



Bent u bereid serieus na te denken over andere vormen van vervoer (eventueel gecombineerd met een kleinere, goedkopere zakenauto) **indien het financieel voordeel zou opleveren?**



Maakt u nu gebruik van een mobiliteitsbudget?



3.5.2 Mobiliteitsbudget

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

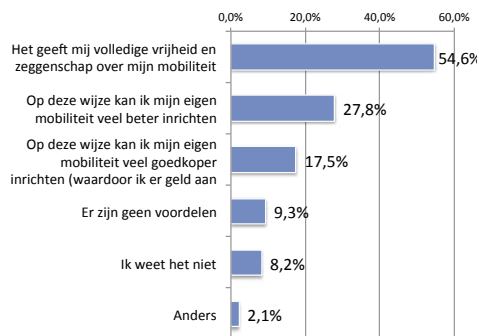
Zakelijke rijders die gebruikmaken van een mobiliteitsbudget

Van alle respondenten maakt 3,2% (n=92) gebruik van een mobiliteitsbudget. De vrijheid en zeggenschap over de eigen mobiliteit en het beter kunnen inrichten van de eigen mobiliteit worden als belangrijkste voordelen gezien. Meer dan 80% heeft met het budget een auto van de zaak gekozen als hoofdvervoermiddel. Opvallend is dat deze auto vaak in dezelfde prijsklasse valt als de vorige lease-auto (46%) of duurder is (37%).

Zakelijke rijders met een mobiliteitsbudget maken vaker dan andere zakelijke rijders gebruik van andere vervoersvormen. Maar ook niet heel veel vaker. Vooral de fiets en openbaar vervoer zijn populair.

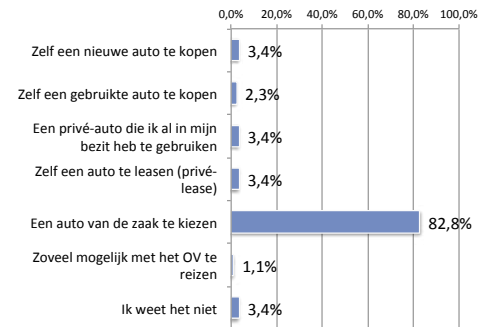
Wat zijn volgens u de voordelen van een mobiliteitsbudget?
(meerdere antwoorden mogelijk)

basis: maakt gebruik van mobiliteitsbudget



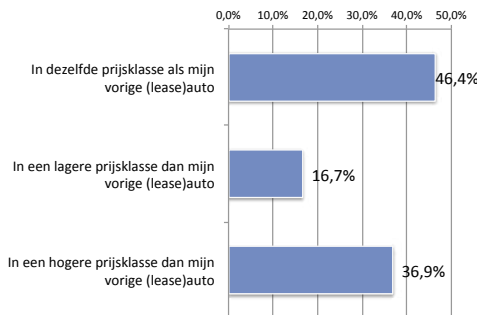
Hoe heeft u uw mobiliteitsbudget concreet ingevuld? Als hoofdvervoermiddel heb ik ervoor gekozen:

basis: maakt gebruik van mobiliteitsbudget



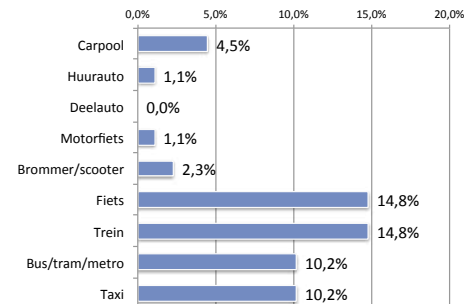
In welke prijsklasse valt deze auto t.o.v. uw vorige (lease)auto?

basis: maakt gebruik van mobiliteitsbudget



Maakt u, naast dit hoofdvervoermiddel, ook regelmatig (minimaal een aantal keren per maand) voor zakelijke ritten gebruik van:

basis: maakt gebruik van mobiliteitsbudget



Zakelijke rijders die niet gebruikmaken van een mobiliteitsbudget

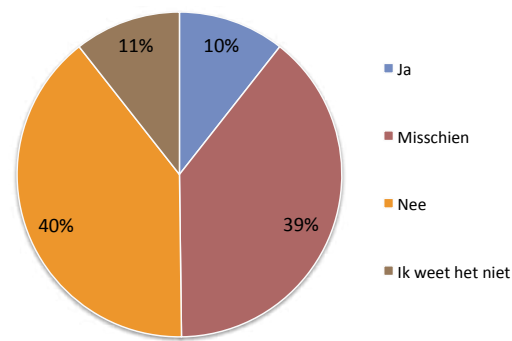
Na een korte uitleg over het principe van het mobiliteitsbudget, staat de helft hier positief tegenover (10% is geïnteresseerd, 39% is misschien geïnteresseerd). 40% wijst het mobiliteitsbudget af en 11% weet het niet. De interesse in het mobiliteitsbudget is verminderd ten opzichte van het NZO 2013; toen was 19% geïnteresseerd en 34% misschien geïnteresseerd. Opvallend is dat er weinig verschillen te constateren zijn tussen de verschillende bedrijfsgrootten. Respondenten die nu een zakenauto hebben in de

7%-bijtellingsklasse staan duidelijk positiever tegenover het principe van het mobiliteitsbudget. Het is niet uit de onderzoeksresultaten te herleiden, maar het is mogelijk dat 'besparen' (op fiscale bijtelling) en 'verdienen' (op het resterende mobiliteitsbudget) voor deze groep zakelijke rijders erg belangrijk is.

40% van de respondenten is bij voorbaat niet geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget. Men verwacht zelf niet in staat te zijn de eigen

mobiliteit beter en/of goedkoper in te richten (toegenomen ten opzichte van NZO 2013). Bovendien worden meer lasten dan lusten verwacht: administratieve rompslomp, versoering van de autokeuze en meer risico's voor eigen rekening. Andere argumenten die genoemd worden: het werk en/of de woonplaats vereisen een auto, het is geen optie als ik zelf een auto moet kopen, ik heb geen vertrouwen in consistentie van het fiscale overheidsbeleid.

Zou u geïnteresseerd zijn in een mobiliteitsbudget?



De groep die in principe wél enthousiast is over het mobiliteitsbudget, waardeert vooral de vrijheid en eigen verantwoordelijkheid die horen bij het zelf inrichten van de mobiliteitsbehoefte. Een grote groep gaat er bovendien vanuit dat de eigen mobiliteitsbe-

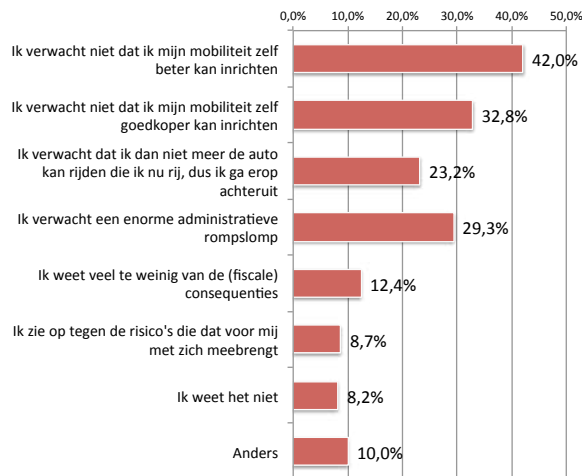
hoefte beter en goedkoper kan worden ingevuld (zelfde beeld als in 2013).

Het merendeel van de respondenten (80%) geeft aan dat ze (veel) te weinig inzicht hebben in de fiscale consequenties van een

mobiliteitsbudget. 17% denkt op hoofdlijnen mee te kunnen praten en 3% geeft aan op detailniveau kennis te hebben van de materie.

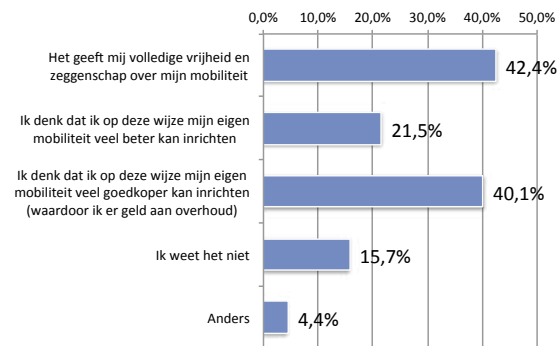
Waarom bent u hierin niet geïnteresseerd?

(meerdere antwoorden mogelijk)
basis: niet geïnteresseerd in mobiliteitsbudget



Waarom bent u hierin (misschien) geïnteresseerd?

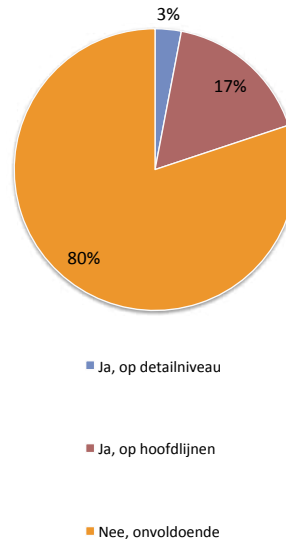
(meerdere antwoorden mogelijk)
basis: geïnteresseerd en misschien geïnteresseerd in mobiliteitsbudget



Als belangrijkste randvoorwaarden voor het accepteren van een mobiliteitsbudget zijn de volgende antwoorden te clusteren:

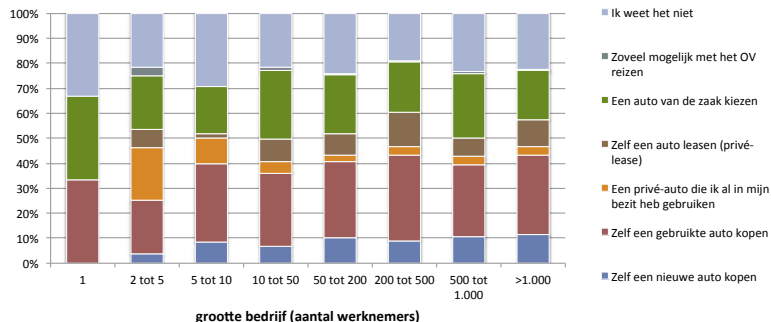
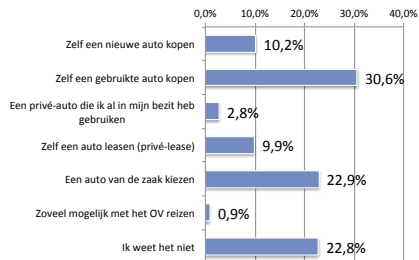
1. Het moet mij financieel / fiscaal voordeel opleveren (scoort zeer hoog)
2. Er moet voldoende budget beschikbaar zijn ('het moet minimaal kostendekkend zijn', 'moet voldoende zijn om mij minimaal hetzelfde comfort level te garanderen', 'moet hoger zijn dan nu wordt voorgesteld')
3. Het moet mij de vrijheid en flexibiliteit bieden waardoor ik onafhankelijk mijn mobiliteit kan inrichten
4. De regels moeten duidelijk en transparant zijn; geen addertjes onder het gras of sigaren uit eigen doos. Een aantal keren wordt genoemd dat het aanbieden van een mobiliteitsbudget een truc lijkt van de HRM-afdeling om kosten te besparen voor het bedrijf.
5. Gemak; het budget en de operationele afwikkeling moeten mij ten dienste staan en geen extra werk opleveren

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

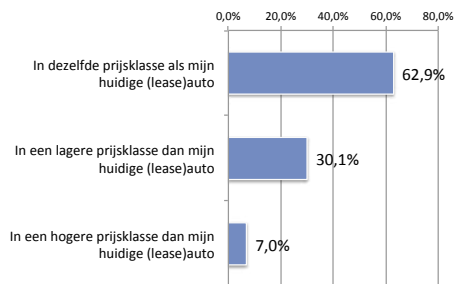


Een hypothetisch what if-scenario met betrekking tot het mobiliteitsbudget: tenslotte is aan de zakelijke rijders die nu niet gebruikmaken van een mobiliteitsbudget de vraag gesteld hoe zij, in de denkbeeldige situatie dat hun werkgever hen een mobiliteitsbudget verstrekt ter hoogte van het huidige leasebudget, hun budget concreet zouden invullen. Het merendeel kiest er dan voor om als hoofdvervoermiddel een gebruikte auto te kopen (30,6%) of toch een auto van de zaak c.q. een leaseauto (22,9%) te kiezen. Bijna een kwart weet het niet. Men verwacht dat in dat geval de volgende auto in dezelfde of een lagere prijsklasse valt dan de huidige zakenauto. Bovendien verwacht men meer gebruik te gaan maken van de fiets en vooral van de trein.

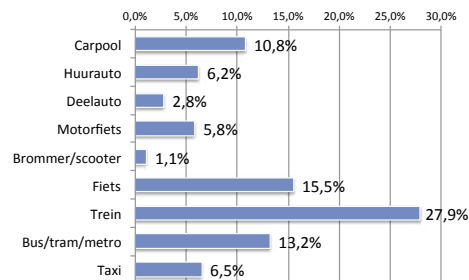
Stel: Uw werkgever besluit u een (mobiliteits)budget te verstrekken. De hoogte van het budget is gelijk aan uw huidige leasebudget (of aan uw huidige kilometervergoeding). Hoe gaat u dit budget dan concreet invullen? Als hoofdivervoermiddel ga ik:



In welke prijsklasse valt deze (volgende) auto?



Naast dit hoofdivervoermiddel zal ik ook regelmatig (minimaal een aantal keren per maand) voor zakelijke ritten gebruik gaan maken van (meerdere antwoorden mogelijk)

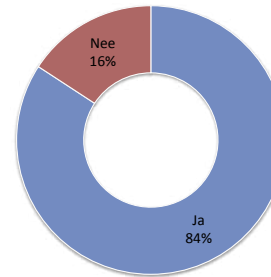


3.5.3 Privélease

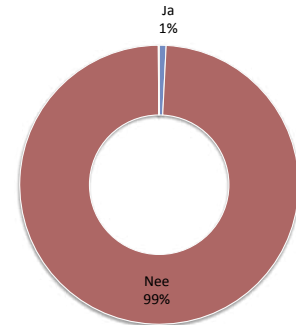
84% van de zakelijke rijders heeft weleens gehoord van privélease. Een zeer kleine groep (n=18) maakt gebruik van privélease. Vrijwel zonder uitzondering zijn allen hierover zeer tevreden.

Van alle respondenten vindt in totaal 61% privélease niet een reële optie. 55% geeft aan dat het niet past binnen het beleid van de werkgever, 46% ziet het zelf niet zitten. Slechts in 4% van de gevallen is er een juiste match waarbij zowel werkgever als werknemer positief zijn over privélease. Een aanzienlijk deel van de respondenten (35%) weet het niet.

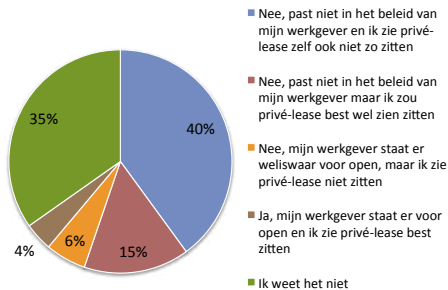
Hebt u wel eens gehoord van privé-lease?



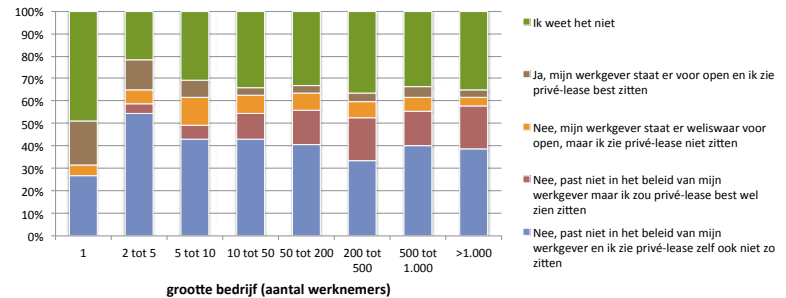
Maakt u gebruik van privé-lease?



Zou privé-lease voor uw situatie een reële optie kunnen zijn?



Zou privé-lease voor uw situatie een reële optie kunnen zijn?

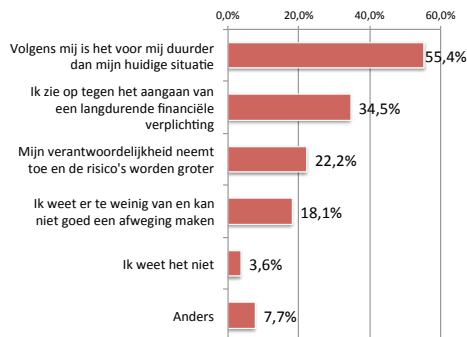


Belangrijkste redenen om niet positief te staan tegenover privélease:

- Privélease is duurder dan de huidige situatie
- Langdurende financiële verplichting is onaantrekkelijk
- Toenemende verantwoordelijkheid
- Onbekendheid

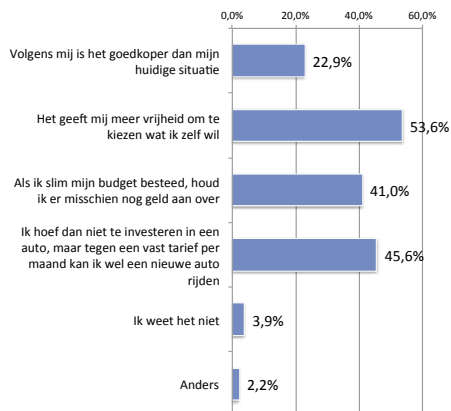
Belangrijkste redenen om juist wel positief te staan tegenover privélease:

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



Waarom bent u niet positief over privé-lease?

(meerdere antwoorden mogelijk)
basis: niet positief over privé-lease



Waarom bent u positief over privé-lease?

(meerdere antwoorden mogelijk)
basis: positief over privé-lease

3.6 Beleid werkgever en autoregeling

3.6.1 De autoregeling

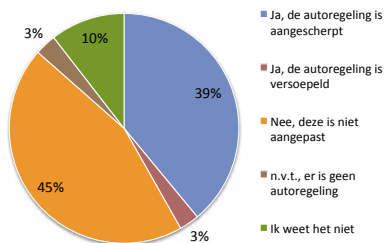
Net als in 2013 is bij meer dan 40% van de werkgevers van de respondenten de autoregeling aangepast.

- In vrijwel alle gevallen betekent de aanpassing een aanscherping c.q. een versoering van de regeling: Het beperken van de keuze, het minder vaak ter beschikking stellen van een zakenauto, het verlagen van budget en vergoedingen en het verhogen van doorbelastingen.

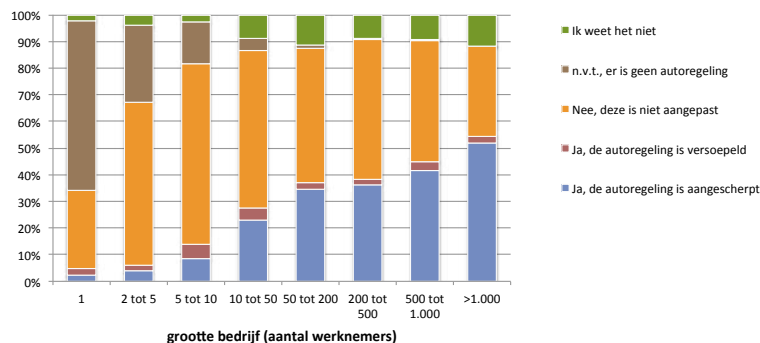
- Bij bedrijven tot tien medewerkers is er vaak geen autoregeling.
- Bij aanscherping van de regeling is in de meeste gevallen sprake van beperking van de keuze, verlaging van het budget, verhoging van eigen bijdrage, algemene versoering (bijvoorbeeld niet meer tanken in buitenland, minder accessoires mogelijk)
- Indien er sprake is van een versoepeling

- van de autoregeling, heeft dat in de meeste gevallen betrekking op een uitbreiding van de autokeuze (met bijvoorbeeld hybride of de 0% bijtellingscategorie) of een uitbreiding van de mobiliteitskeuze (bijvoorbeeld invoering persoonlijk mobiliteitsbudget)
- Hoe groter het bedrijf, hoe vaker aanpassing van de autoregeling heeft plaatsgevonden

Is de autoregeling binnen uw bedrijf het afgelopen jaar aangepast?



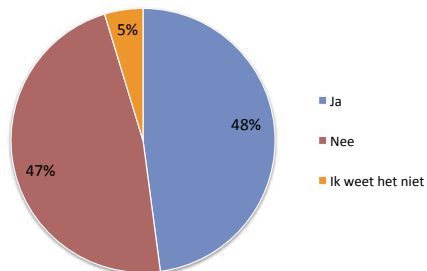
Is de autoregeling binnen uw bedrijf het afgelopen jaar aangepast?



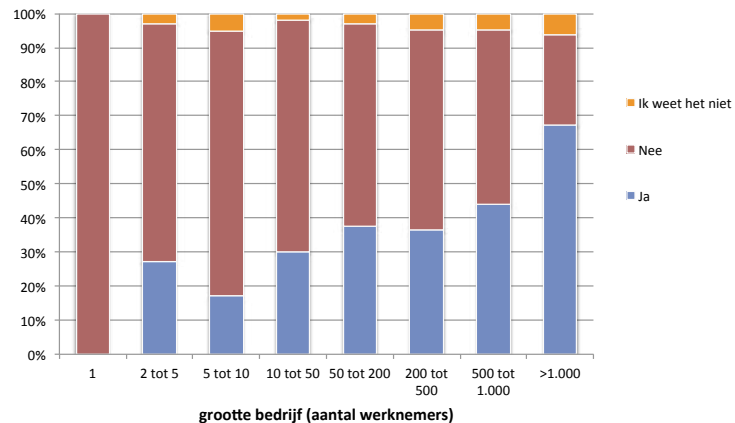
Beperkingen binnen de autoregeling

- In ongeveer de helft van de gevallen is het aantal merken waaruit kan worden gekozen beperkt.
- Hoe groter het bedrijf, hoe vaker sprake is van restrictief merkenbeleid
- De respondenten noemen gemiddeld 6,4 merken waaruit kan worden gekozen.

Is het aantal merken waaruit gekozen kan worden beperkt?

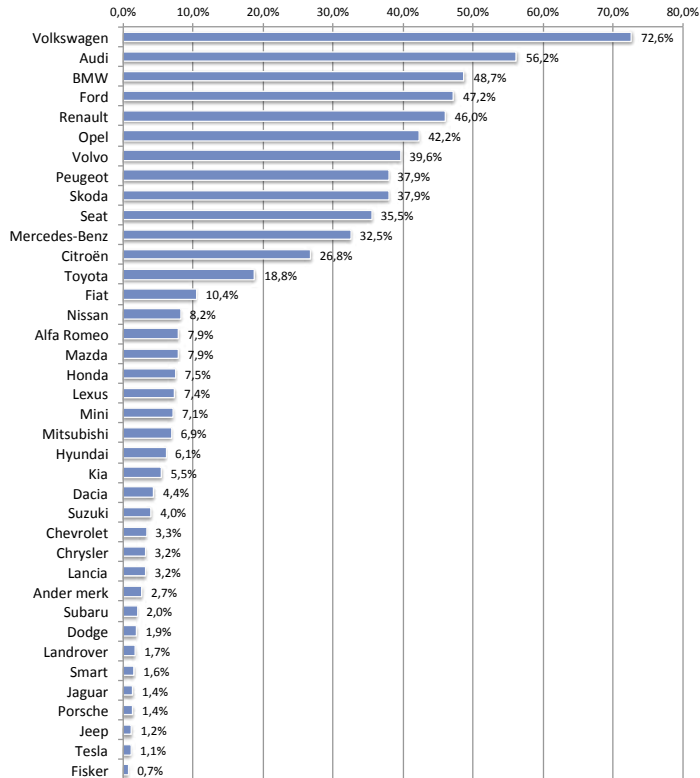


Is het aantal merken waaruit gekozen kan worden beperkt?



Uit welke merken kan gekozen worden?

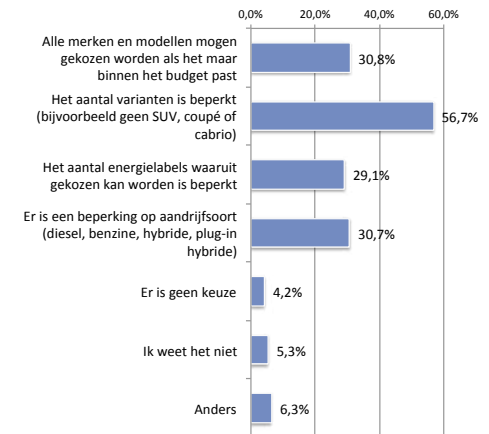
Basis: het aantal merken waaruit gekozen kan worden is beperkt



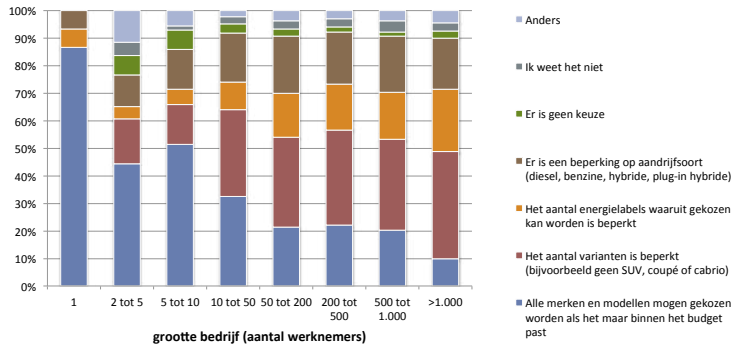
Andere beperkingen voor autokeuze

- Het aantal varianten
- Aandrijfsort
- Budget
- Energielabels
- Grotere bedrijven hanteren vaker en meer beperkingen

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



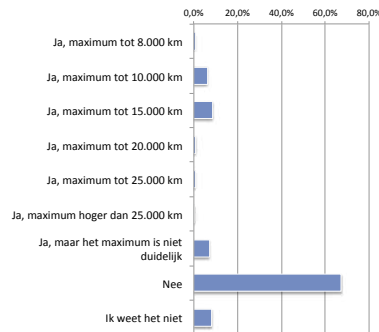
Zijn er andere beperkingen voor autokeuze? (meerdere antwoorden mogelijk)



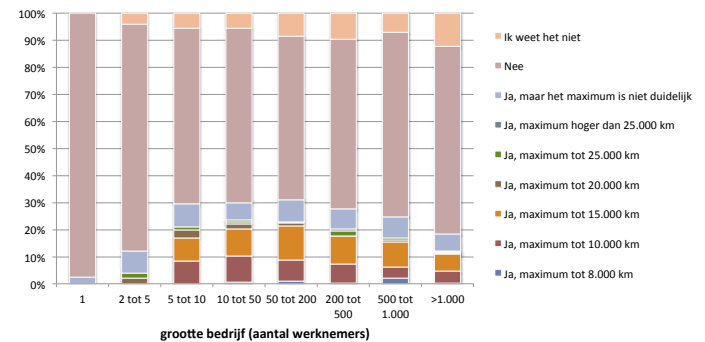
Beperking op kilometers privé-gebruik

- In éénderde van de autoregelingen zijn bepalingen opgenomen om het privé-gebruik te maximaliseren.
- In de meeste gevallen ligt het maximum voor privé-kilometers op 10.000 of 15.000 km per jaar.
- Tweederde van de bedrijven heeft dus géén kilometerbeperking voor privé-gebruik. Dit geldt vooral voor de kleinste bedrijven (maar die hebben dan ook vaak geen autoregeling).

Is er een beperking op kilometers voor privégebruik?



Is er een beperking op kilometers voor privégebruik?



3.6.2 Informatie over brandstofverbruik

In alle vorige NZO-edities is geconstateerd dat zakelijke rijders te weinig door hun werkgever worden geïnformeerd over het door hen gerealiseerde brandstofverbruik. In 2014 is er slechts weinig veranderd:

- Bijna 50% van de berijders van een zakenauto wordt nooit geïnformeerd over

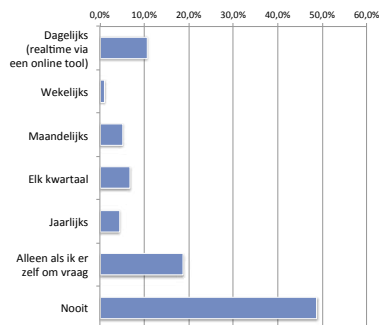
het werkelijk gerealiseerde brandstofverbruik

- 18% krijgt alleen inzage indien men er zelf om vraagt
- De resterende 32% wordt regelmatig op de hoogte gebracht van het (eigen) brandstofverbruik; bij de grootste bedrijven is dit

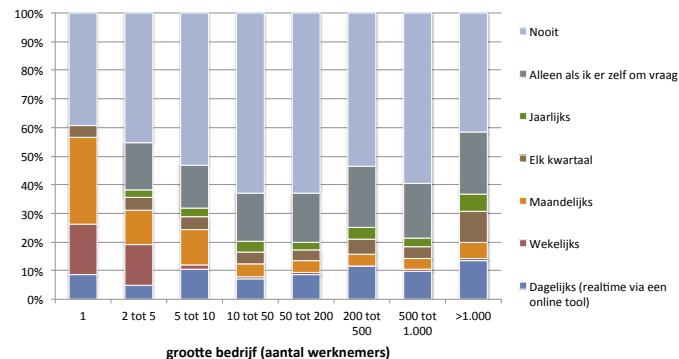
percentage hoger, namelijk tussen de 40% en 58%

- Toch is het teleurstellend om te constateren dat er nog steeds zo weinig aandacht is voor het informeren van gebruikers over zo'n aanzienlijke kostenpost als het brandstofverbruik.

Hoe vaak wordt u geïnformeerd over het werkelijk door gerealiseerde brandstofverbruik?

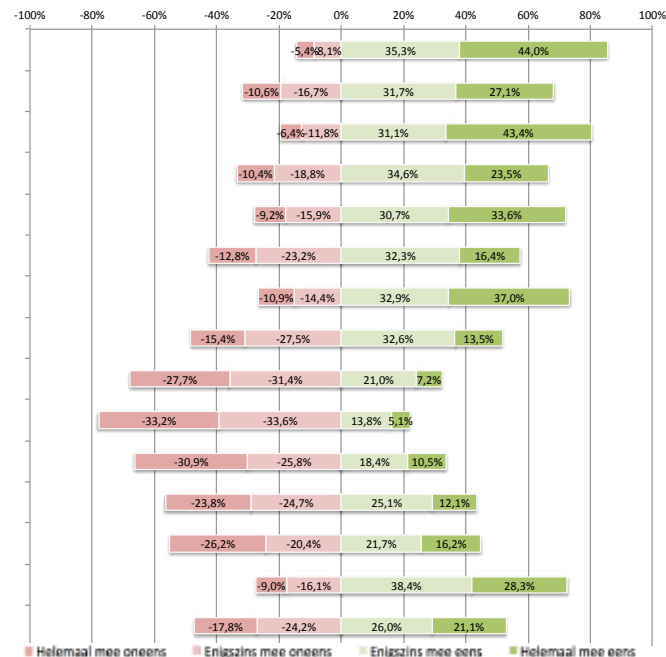


Hoe vaak wordt u geïnformeerd over het werkelijk door gerealiseerde brandstofverbruik?



Stellingen over de werkgever

- 1 Mijn werkgever vindt kostenbesparing op de zakenauto en zakelijke mobiliteit erg belangrijk
- 1A Ik verwacht het komende jaar meer aanpassingen in de autoregeling op het gebied van kostenbesparing
- 2 Mijn werkgever heeft milieubewustzijn of Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) hoog in het vaandel staan
- 2A Ik verwacht het komende jaar meer aanpassingen in de autoregeling op het gebied van milieu en MVO
- 3 Mijn werkgever vindt flexibilisering van arbeid en mobiliteit belangrijk ('Het Nieuwe Werken')
- 3A Ik verwacht het komende jaar meer aanpassingen in de autoregeling op het gebied van flexibilisering van arbeid en mobiliteit
4. Mijn werkgever vindt de zakenauto nog steeds een belangrijke (secundaire) arbeidsvoorwaarde en laat mij behoorlijk vrij in het bepalen van de autokeuze.
- 5 Mijn werkgever motiveert mij om mijn mobiliteitskosten te verlagen
- 6 Mijn werkgever motiveert mij om minder zakelijke kilometers te rijden
- 7 Mijn werkgever motiveert mij om minder privékilometers te rijden
- 8 Mijn werkgever motiveert mij om mijn mobiliteit zelf in te richten
- 9 Mijn werkgever staat open voor individuele oplossingen/aanpassingen in mobiliteit
- 10 Mijn werkgever biedt andere mobiliteitsvormen aan naast een zakenauto
- 11 Mijn werkgever vindt representativiteit van mobiliteit belangrijk
- 12 Als het gaat om de invulling van zakelijke mobiliteit en de uiteindelijke autokeuze, heb ik de indruk dat mijn werkgever steeds meer bepaalt en dat mijn vrijheid tot kiezen wordt ingeperkt



- Ondanks alle beperkingen, geeft bijna 80% van de zakelijke rijders aan dat de werkgever de zakenauto nog steeds ziet als een belangrijke (secundaire) arbeidsvoorwaarde en dat men behoorlijk vrij wordt gelaten in de autokeuze
- Ook representativiteit van mobiliteit wordt belangrijk gevonden

- Het motiveren van werknemers om kosten te verlagen, minder kilometers te rijden of mobiliteit zelf in te richten scoort relatief laag.
- Op de laatste stelling 12 'Als het gaat om de invulling van zakelijke mobiliteit en de uiteindelijke autokeuze, heb ik de indruk dat mijn werkgever steeds meer bepaalt en dat mijn vrijheid tot kiezen steeds meer wordt

ingeperkt' wordt gemiddeld neutraal geantwoord: ongeveer de helft is het zowel eens als oneens met de stelling. Opgemerkt moet worden dat hier een groot verschil zichtbaar is tussen kleine en grote bedrijven. Bij de grootste bedrijven wordt aanmerkelijk hoger gescoord op deze stelling (25% meer 'eens').

3.6.4 Werkgever en invloed

Een werkgever kan op verschillende manieren invloed uitoefenen op de mobiliteit(skosten) van de zakelijke rijder. De rijders koppelen daarover het volgende terug:

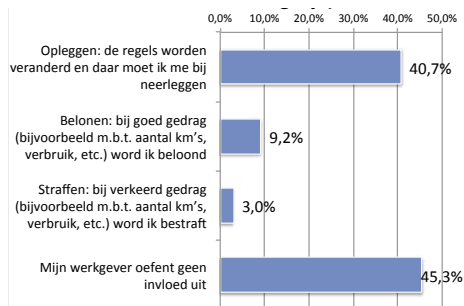
- In de meeste gevallen (41%) worden de

regels eenzijdig veranderd en moet de rijder zich erbij neerleggen

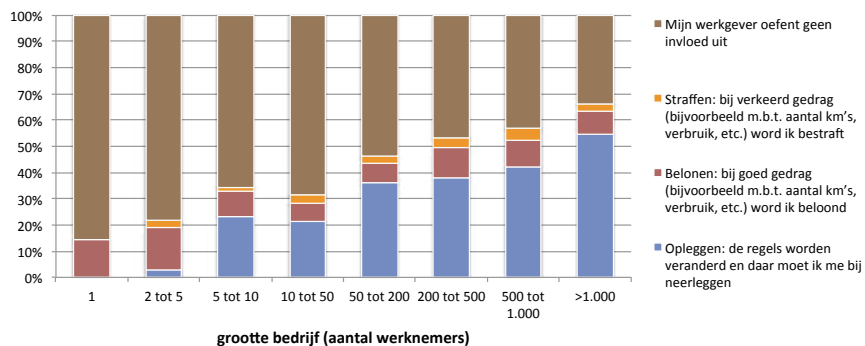
- Het instrument 'belonen' wordt door 9% van de werkgevers ingezet (was in 2013 16%)
- En 'straffen' door 3% van de werkgevers

- 45% van de werkgevers oefent helemaal geen invloed uit op de mobiliteit(skosten), althans, zo voelen de zakelijke rijders dat
- Duidelijk zichtbaar is de toename van invloed naarmate het bedrijf groter wordt

Hoe zou u de wijze waarop uw werkgever invloed probeert uit te oefenen op uw mobiliteits(kosten), het beste kunnen omschrijven? (meerdere antwoorden mogelijk):



Hoe zou u de wijze waarop uw werkgever invloed probeert uit te oefenen op uw mobiliteits(kosten), het beste kunnen omschrijven? (meerdere antwoorden mogelijk):



3.7 Invloedsfactoren op de keuze voor de zakenauto

Voor vijftien aspecten (invloedsfactoren) is gevraagd hoe belangrijk ze zijn bij de keuze van de zakenauto. Dat is gevraagd met betrekking tot de keuze voor de huidige zakenauto en ook met betrekking tot de volgende zakenauto (ervan uitgaande dat de respondent op dit moment voor de keuze zou staan). Veertien van de vijftien invloedsfactoren zijn ook vorig jaar uitgevraagd (NZO 2013). Negen ervan ook het jaar dáárvoor (NZO 2012). Een mooie basis voor een vergelijking. Zie daarvoor het spinnenweb op pagina 65.

- 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. Dit fenomeen is elk jaar op dezelfde manier zichtbaar
- Alle direct aan de auto gerelateerde invloedsfactoren scoren hoog. Elk jaar

opnieuw. Alleen de factoren ‘milieu’, ‘aanschafwaarde’ en ‘fiscale bijtellingsklasse’ verschuiven: hun belang wordt elk jaar groter

- Het beleid van de werkgever speelt een steeds belangrijkere (sturende) rol.
- Het oordeel van vrienden en/of collega’s wordt als relatief onbelangrijk ingeschat
- Het trekvermogen van de auto is voor een kleine groep weliswaar erg belangrijk, maar speelt als invloedsfactor een beperkte rol
- Ten opzichte van 2012 en 2013 zijn een paar belangrijke verschillen te constateren: ‘Milieu’, ‘fiscale bijtellingsklasse’ en ‘beleid van mijn bedrijf (c.q. de autoregeling)’ zijn in belang toegenomen. De factor ‘reputatie/status van merk of model’ is in belang afgenomen. De andere factoren die betrekking hebben op de auto zélf, zijn vrijwel gelijk gebleven. Het lijkt gerechtvaardigd om te concluderen dat de

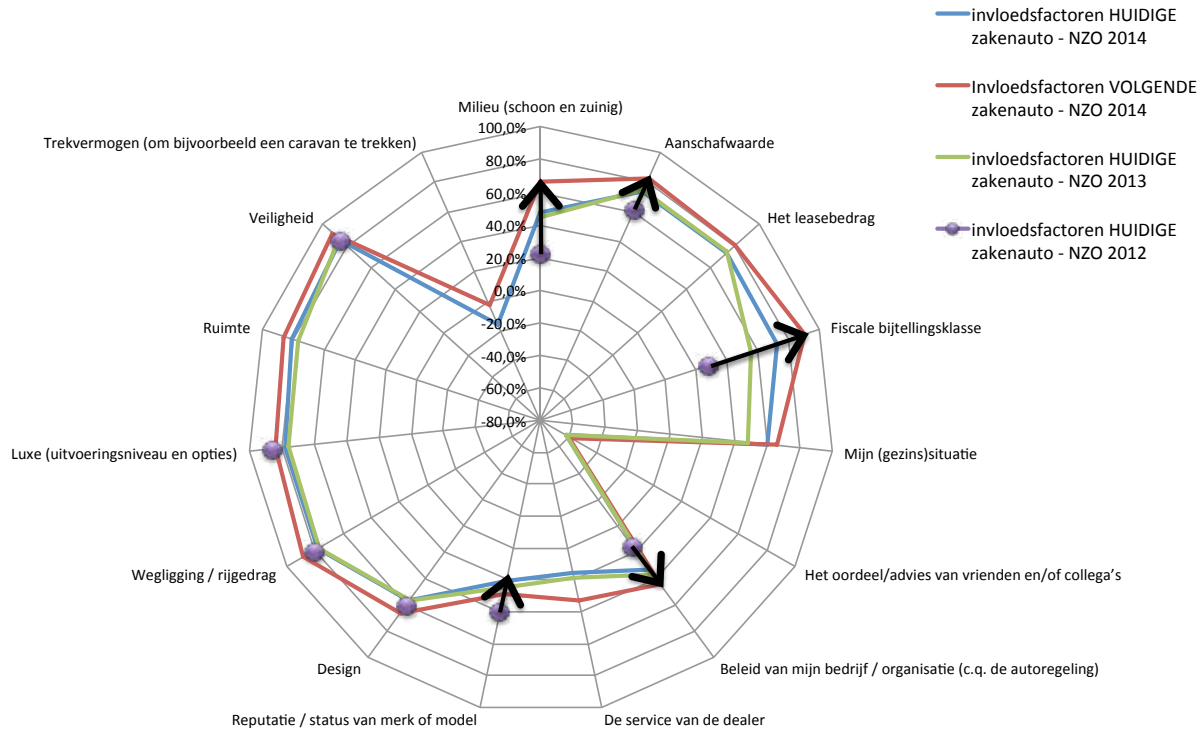
sturende maatregelen van de overheid enerzijds (fiscale bijtelling) en de werkgever anderzijds (autoregeling), hebben geleid tot ander keuzegedrag van de zakelijke rijder. Met dien verstande dat deze niet wil inleveren op ‘eigenschappen van de auto’ (design, wegligging, luxe, veiligheid) maar wél (een beetje...) op de ‘reputatie/status van een merk of model’

- Meer interessante uitsplitsingen naar bijtellingsklasse, grootte bedrijf, leeftijd en inkomen zijn te vinden in het bijlagenrapport

Invloedsfactoren op de keuze voor de huidige zakenauto



**Vergelijking invloedsfactoren op de keuze van de zakenauto
NZO 2012 - NZO 2013 - NZO 2014**



3.8 Stellingen autokeuze en zakelijke mobiliteit

Stellingen met betrekking tot de volgende auto

- De afgelopen jaren was er duidelijk sprake van een ontwikkeling op een aantal gebieden. De keuze voor de volgende auto werd steeds rationeler gemaakt, er werd steeds bewuster voor een lagere bijtellings-categorie gekozen en het belang van 'emotie' werd telkens iets lager ingeschat dan het voorgaande jaar. Deze tendens zet niet door. In het NZO 2014 is voor het eerst te zien dat deze waarden op hetzelfde niveau liggen als in 2013.

Stellingen met betrekking tot de zakenauto als secundaire arbeidsvoorwaarde

- De respondenten vinden het belangrijk om een 'eigen' auto te rijden die niet gedeeld hoeft te worden met anderen (86% mee eens)
- 80% heeft er een probleem mee om zijn/haar zakenauto te delen met anderen

- 87% vindt de zakenauto een belangrijke arbeidsvoorwaarde

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

- 60% is bereid om zuiniger en/of minder te rijden als de werkgever daar een beloning tegenover zet (stabiel ten opzichte van voorgaande jaren). Vooral bij bestuurders die werkzaam zijn bij grote(re) bedrijven is de bereidheid het hoogst
- Ongeveer de helft van de respondenten is bereid de mobiliteit milieubewuster en kostenbewuster in te richten, ook als dat betekent dat er met een kleinere auto gereden moet worden. De vraag is gerechtvaardigd of deze bereidheid ook omgezet wordt in daden of dat dit slechts een sociaal wenselijk antwoord is. Uit de beantwoording van andere vragen blijkt immers dat de (gemiddelde) zakelijke rijder

erg hecht aan eigenschappen als ruimte (en status)

- Als er met een kleinere auto gereden moet worden in combinatie met andere vervoersvormen, is daartoe nog maar 24% bereid
- 25% overweegt serieus te kiezen voor een mobiliteitsbudget, enigszins minder dan vorig jaar

In hoeverre zijn de volgende stellingen op u van toepassing?

- Ik maak de keuze voor mijn volgende auto veel rationeler dan voorheen
- Ik kies heel bewust voor een lagere bijtellingscategorie
- 'Emotie' (design, wegligging, rijgedrag, reputatie, status) wordt voor mij persoonlijk minder belangrijk
- Ik kies heel bewust voor een lagere bijtellingscategorie, zelfs als dat zou betekenen dat ik moet inleveren op 'emotie'
- Mijn volgende auto is kleiner dan mijn huidige
- Mijn volgende auto heeft een lagere aanschafwaarde dan mijn huidige
- 'Emotie' blijft voor mij belangrijk en ik zal daar niet of nauwelijks op inleveren (ook niet als dit leidt tot een hogere bijtelling)

De volgende auto



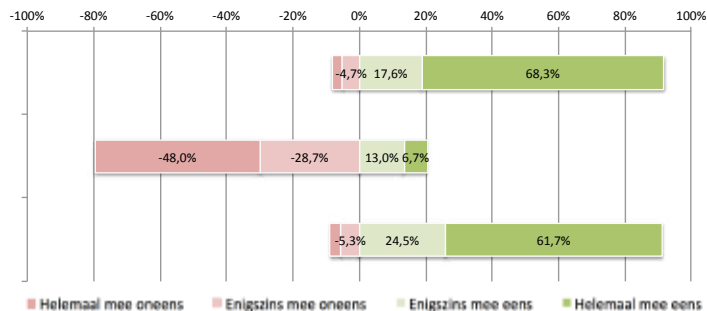
In hoeverre zijn de volgende stellingen op u van toepassing?

Ik vind het belangrijk om een 'eigen' auto te rijden die ik niet hoeft te delen met anderen

Ik heb er geen probleem mee om mijn zakenauto te delen met anderen

Ik vind de zakenauto een belangrijke arbeidsvoorwaarde

De zakenauto als secundaire arbeidsvoorwaarde



In hoeverre zijn de volgende stellingen op u van toepassing?

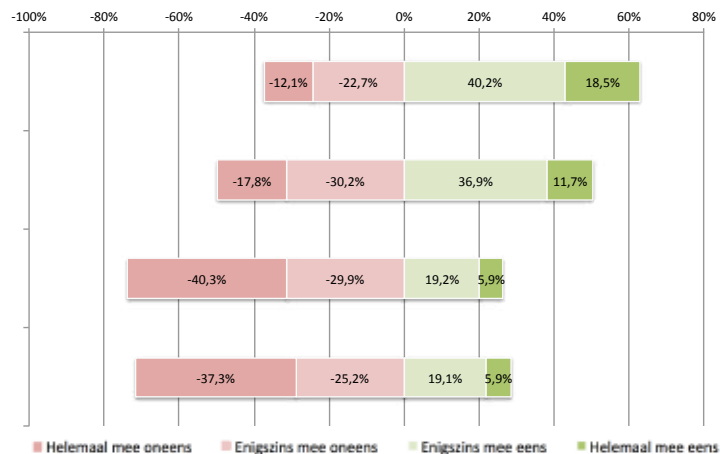
Als mijn werkgever mij laat meedelen in de kostenbesparing, zou ik zuiniger en/of minder zakelijk gaan rijden

Ik ben bereid om mijn mobiliteit milieubewuster en kostenbewuster in te richten, ook als dat betekent dat ik een kleinere auto moet gaan rijden

Ik ben bereid om mijn mobiliteit milieubewuster en kostenbewuster in te richten, ook als dat betekent dat ik met een kleinere auto moet gaan rijden EN van andere vervoersvormen gebruik moet maken (zoals Openbaar Vervoer of autodeelconcepten)

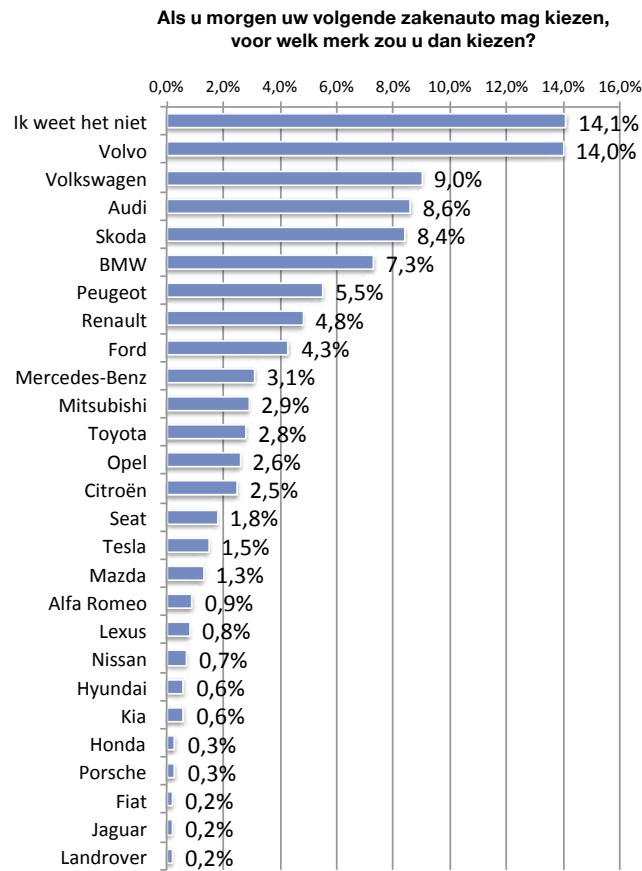
Ik overweeg serieus om te kiezen voor een mobiliteitsbudget waarbij ik zelf zorg voor de invulling van mijn mobiliteitsbehoefte.

Kostenbesparing en milieubewustzijn in relatie tot invulling mobiliteit



3.9 De volgende zakenauto

De respondenten hebben een redelijk duidelijk beeld van de auto die ze zouden kiezen als de vervangingsvraag op zeer korte termijn (morgen..) opportunity zou zijn: 86% kan voorkeursmerk en -model noemen. Slechts 14% weet het niet. Top-5 van de merken: Volvo, Volkswagen, Audi, Skoda, BMW. De top-5 van 2013 was: Volkswagen, Audi, BMW, Ford en Renault. Zie voor meer informatie over loyaliteit en attractiviteit de volgende paragraaf.



3.9.1 Bijtellingscategorie volgende zakenauto

- Zakenauto's met een lage bijtelling blijven onverminderd populair. De respondenten hebben niet alleen aangegeven welk merk en model ze (morgen) zouden kiezen, maar ook in welke bijtellingscategorie de gekozen uitvoering valt.
- Het blijkt dat de zakelijke rijder behoorlijk goed op de hoogte is van de juiste bijtellingscategorie die bij een bepaalde merk/

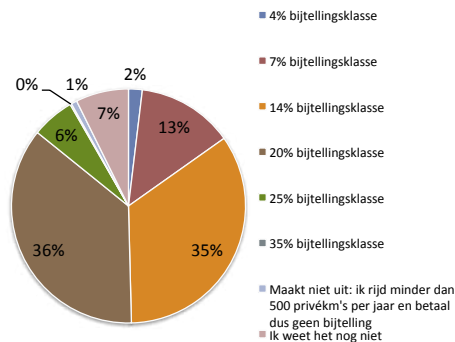
model combinatie hoort of kan horen.

- Op basis van de huidige kennis en de huidige situatie kiest 86% (2013: 78%) voor een (zeer) zuinige auto (resp. 2% voor 4% bijtelling, 13% voor 7% bijtelling, 35% voor 14% bijtelling en 36% voor 20% bijtelling).
- Slechts 6% (2013: 7%) kiest voor een auto met 25% bijtelling. Overigens kan bij deze categorie naar alle waarschijnlijkheid een

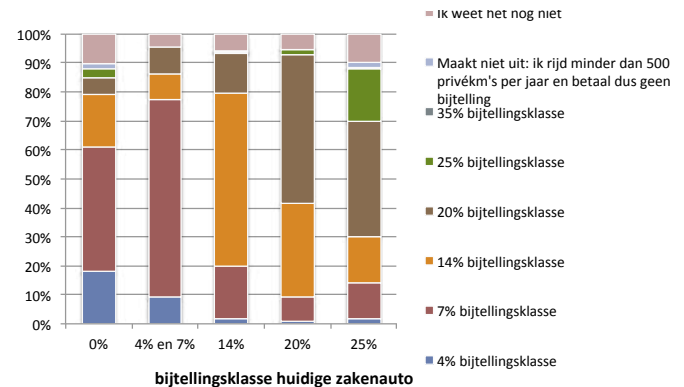
groot deel van de groep die het niet uitmaakt omdat geen privékilometers gereden worden en dus ook geen bijtelling wordt betaald, opgeteld worden.

- De youngtimer doet niet meer mee als serieus alternatief voor zakelijke mobiliteit. Slechts 0,2% zou hier voor kiezen.
- Ruim 7% weet het nog niet.

Voor welke bijtellingscategorie zou u dan kiezen?



Voor welke bijtellingscategorie zou u dan kiezen?



3.10 Loyaliteit en attractiviteit

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

3.10.1 Loyaliteit ten opzichte van het merk

In het NZO 2013 werd al geconstateerd dat de loyaliteit sterk was gedaald naar gemiddeld 43%. In 2014 heeft de daling zich nog verder doorgezet tot een (gemiddeld) niveau van 40%. Uiteraard zijn er grote verschillen per merk. De premium merken hebben hoge posities, maar Audi, Mercedes en Volvo dalen. Topscoorer BMW handhaaft de eerste plaats en stijgt zelfs licht. Opvallend is de relatief hoge loyaliteit bij Alfa Romeo en de

sterke stijging van Mazda naar de vierde positie. Na de sterke daling vorig jaar, stabiliseert Lexus. Nissan en Seat komen van heel ver, maar hebben zich sterk verbeterd. Ford, Mitsubishi en Renault hebben allemaal te maken met sterk gedaalde loyaliteitscijfers. Werk aan de winkel voor veel (volume) merken: een loyaliteit van 30% betekent dat er 70% nieuwe klanten gezocht moeten worden om minimaal het verkoopvolume gelijk te houden. En dat betekent veel inspanningen (lees: investeringen).

Opmerkelijk is dat plug-in hybriderijders relatief vaak (gemiddeld 60%) opnieuw een plug-in hybride of volledig elektrische auto zouden kiezen. In hoeverre dat te maken heeft met de (verwachte) bijtellingsvriendelijkheid van deze volgende auto is niet bekend, maar uit de tevredenheidsmeting blijkt dat plug-in hybride rijders uitermate tevreden zijn over hun auto (zie paragraaf 3.3.4). Dat lijkt positief voor de acceptatie van elektrische en semi-elektrische aandrijfvormen.

Mijn volgende auto heeft hetzelfde merk als mijn huidige auto			
	NZO 2014	NZO 2013	index
1 BMW	61,1%	60,4%	101
2 Volvo	51,0%	59,7%	85
3 Alfa Romeo	50,0%	45,1%	111
4 Mazda	48,3%	32,0%	151
5 Mercedes-Benz	45,6%	51,1%	89
6 Skoda	45,3%	42,1%	107
7 Audi	42,1%	46,5%	90
8 Toyota	38,7%	42,2%	92
9 Nissan	34,2%	16,7%	205
10 Lexus	33,3%	34,8%	96
11 Volkswagen	33,0%	37,4%	88
12 Hyundai	28,3%	24,1%	117
13 Peugeot	25,7%	20,2%	128
14 Ford	22,9%	36,4%	63
15 Kia	20,6%	15,0%	137
16 Mitsubishi	20,4%	40,0%	51
17 Seat	20,3%	11,7%	173
18 Renault	20,0%	31,7%	63
19 Citroën	19,2%	36,4%	53
20 Opel	18,8%	24,8%	76

3.10.2 Loyaliteit ten opzichte van de bijtellingscategorie

Net als in voorgaande jaren blijven de lage bijtellingscategorieën populair. 8% van de respondenten weet nog niet in welke bijtellingsklasse hun volgende zakenauto valt (als ze die nu zouden mogen uitkiezen). 93% heeft daar al wel een duidelijk

beeld bij: 45% blijft de huidige bijtellingscategorie trouw, 42% kiest voor een auto uit een lagere bijtellingscategorie, 5% kiest voor een hogere bijtellingscategorie en 1% maakt het niets uit (omdat ze minder dan 500 km privé rijden per jaar en dus toch

geen bijtelling betalen). In onderstaande tabel is per bijtellingsklasse te zien hoe de ontwikkeling zal verlopen; als de berijder het nú voor het zeggen zou hebben.

		Wat is het bijtellingspercentage dat bij uw auto van de zaak hoort?					Totaal	Te verwachten ontwikkeling
		0%	4% en 7%	14%	20%	25%		
Als u nu uw volgende zakenauto mag kiezen, in welke bijtellingscategorie valt deze dan?	4% bijtellingsklasse	18%	9%	2%	1%	2%	2%	+
	7% bijtellingsklasse	43%	68%	18%	8%	12%	13%	++
	14% bijtellingsklasse	18%	9%	60%	32%	16%	34%	+
	20% bijtellingsklasse	6%	9%	14%	51%	40%	36%	-
	25% bijtellingsklasse	3%	0%	0%	2%	18%	6%	--
	Maakt niet uit: ik rijd minder dan 500 privékm's per jaar en betaal dus geen bijtelling	1%	0%	0%	0%	2%	1%	-
	Ik weet het nog niet	10%	5%	6%	5%	10%	8%	
Totaal	2%	1%	27%	42%	28%	100%		

3.10.3 Attractiviteit

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

Conclusies NZO 2014:

Tesla, Mitsubishi, Volvo, Mercedes, Mazda, BMW en in mindere mate Alfa Romeo, Audi en Skoda hebben een hoge attractiviteitsindex. Deze merken hebben of een hoge 'intrinsieke' aantrekkelijkheid of aantrekkelijke nieuwe modellen of fiscaal gunstige modellen of een combinatie hiervan en kunnen het komende jaar rekenen op een groeiende belangstelling.

Er zijn geen merken met een neutrale attractiviteitsindex: of ze worden aantrekkelijk gevonden en scoren hoog of ze bieden in de ogen van de zakelijke rijder te weinig toegevoegde waarde en scoren laag. Een lage score is er voor veel volumemerken: Citroën, Volkswagen, Peugeot, Renault, Ford, Opel. Actie is vereist om de aantrekkelijkheid voor de zakelijke markt te vergroten.

In het NZO 2013 waren de conclusies: Mitsubishi, Volvo, Mercedes-Benz, BMW, Alfa Romeo en Audi hebben een hoge attractiviteitsindex. Deze merken kunnen het komende jaar rekenen op een groeiende belangstelling. Skoda en Lexus scoren stabiel. Merken als Hyundai, Kia, Renault, Opel, Peugeot, Honda, Nissan en Seat hebben juist een lage attractiviteitsindex. Een lager marktaandeel is te verwachten, tenzij deze merken modellen introduceren of activiteiten ontplooiën om hun aantrekkelijkheid te vergroten! Meer informatie over de (gerealiseerde) marktaandelen in hoofdstuk 2.

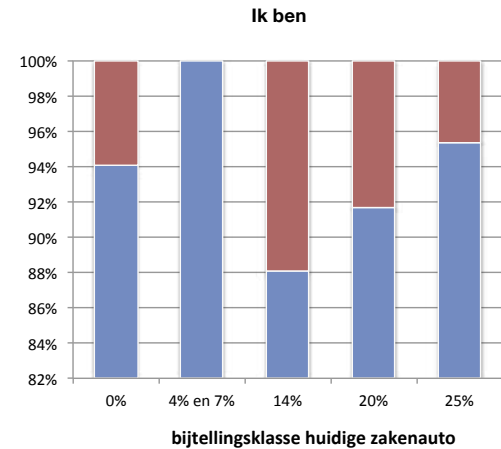
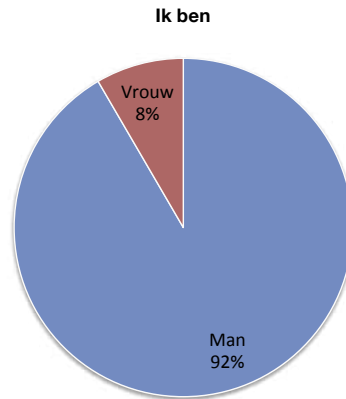
	Het merk van mijn huidige zakenauto is:	Het merk van mijn volgende zakenauto is:	Attractiviteitsindex	
Tesla	0,1%	1,5%	2952	+
Mitsubishi	1,2%	2,8%	228	+
Volvo	7,5%	13,8%	184	+
Mercedes-Benz	2,0%	3,5%	174	+
Mazda	0,7%	1,3%	172	+
BMW	5,0%	8,3%	166	+
Alfa Romeo	0,8%	1,0%	127	+
Audi	7,6%	8,9%	118	+
Skoda	6,9%	8,0%	115	+
Lexus	1,1%	0,8%	78	-
Citroën	3,1%	2,4%	76	-
Volkswagen	12,3%	9,0%	73	-
Nissan	1,0%	0,7%	73	-
Kia	0,9%	0,6%	69	-
Toyota	3,9%	2,7%	69	-
Chevrolet	0,1%	0,0%	66	-
Peugeot	8,6%	5,4%	63	-
Seat	3,1%	1,6%	53	-
Fiat	0,4%	0,2%	52	-
Ford	8,2%	4,2%	52	-
Hyundai	1,2%	0,6%	51	-
Dacia	0,3%	0,1%	44	-
Renault	10,9%	4,6%	42	-
Opel	6,0%	2,5%	42	-
Honda	0,9%	0,3%	31	-

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

3.11 Persoonlijke kenmerken van de zakelijke rijder

Het profiel van de onderzochte populatie zakelijke rijders is als volgt te kenmerken:

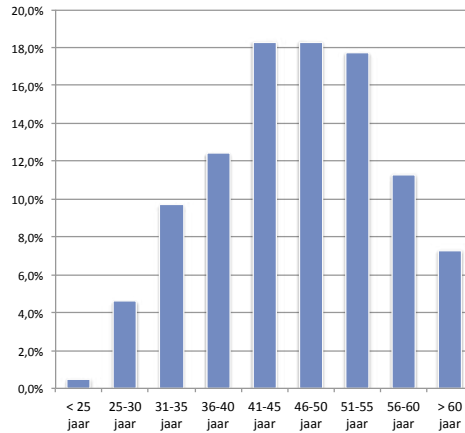
Geslacht:



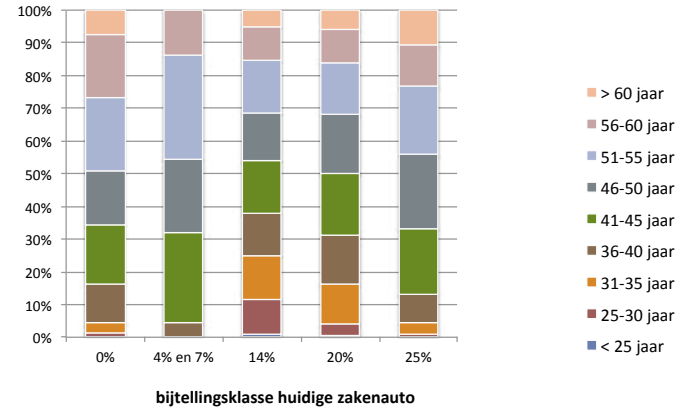
■ Vrouw ■ Man

Leeftijd:

Tot welke leeftijdscategorie behoort u?

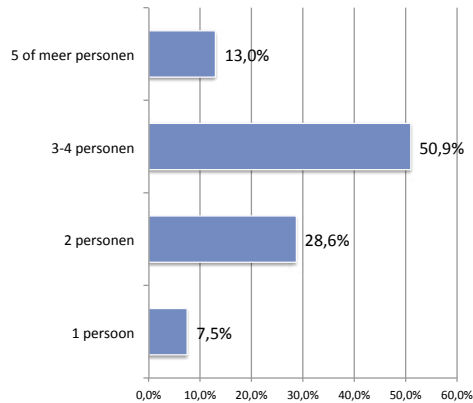


Tot welke leeftijdscategorie behoort u?

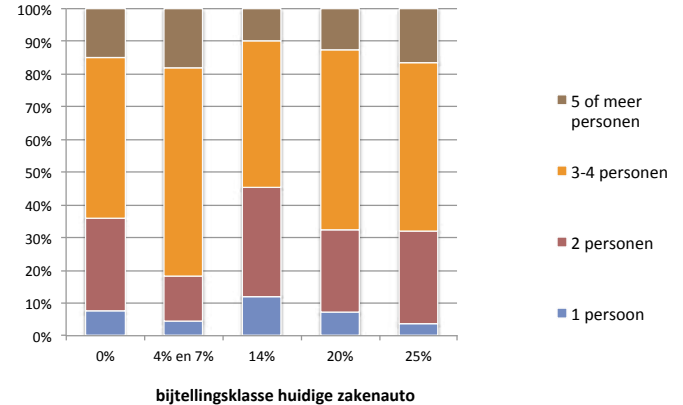


Gezinssamenstelling:

Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden?

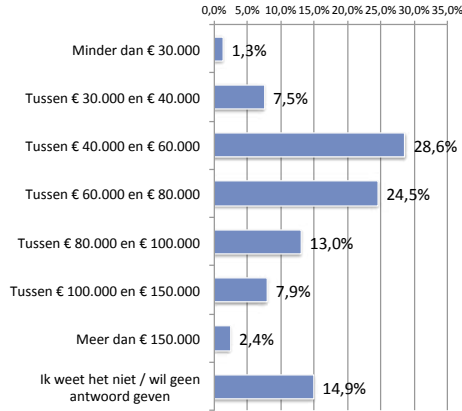


Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden?

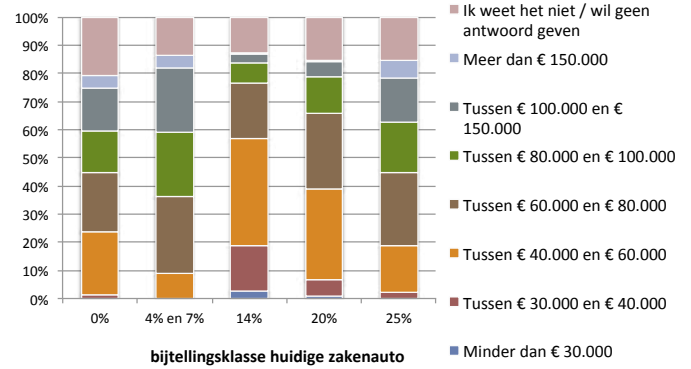


Bruto jaarinkomen:

Wat is uw bruto-jaarinkomen?

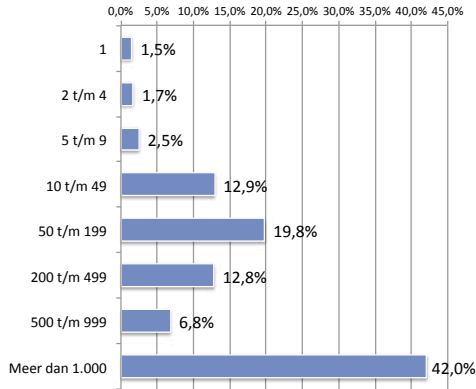


Wat is uw bruto-jaarinkomen?

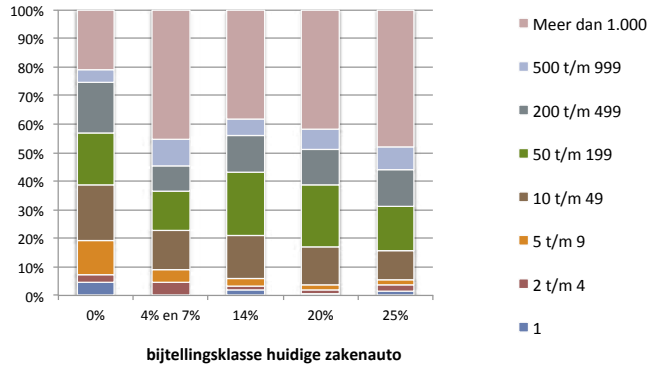


De werkgever – het aantal medewerkers:

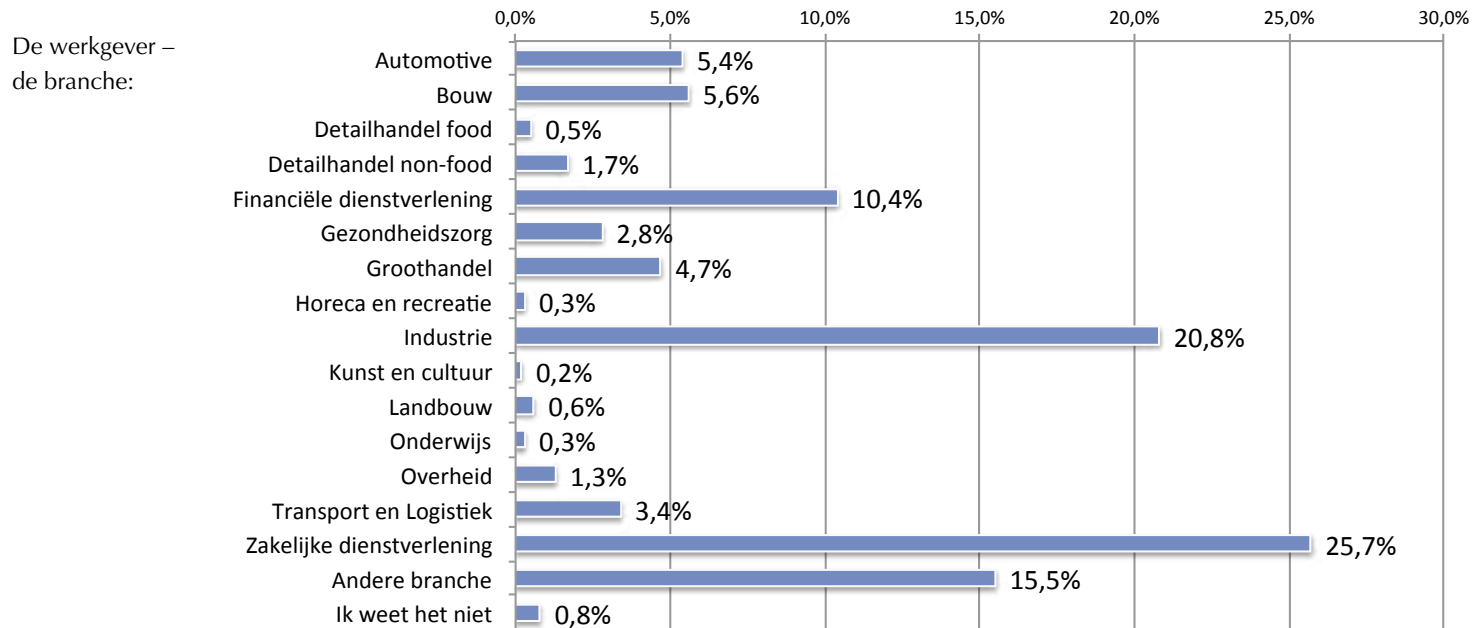
Hoeveel mensen zijn werkzaam bij uw werkgever/onderneming



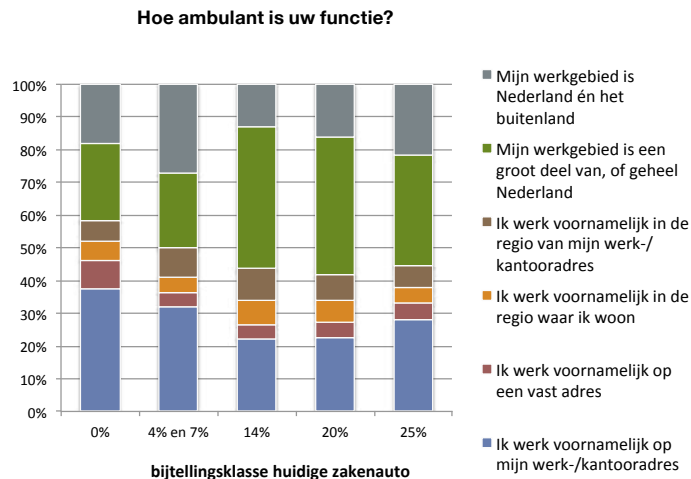
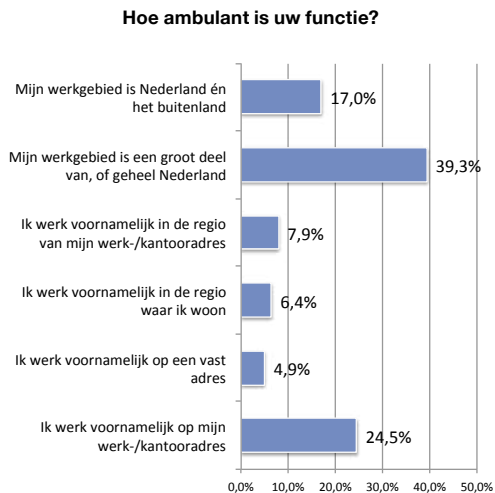
Hoeveel mensen zijn werkzaam bij uw werkgever/onderneming



Tot welke branche behoort uw bedrijf/het bedrijf waarvoor u werkzaam bent?

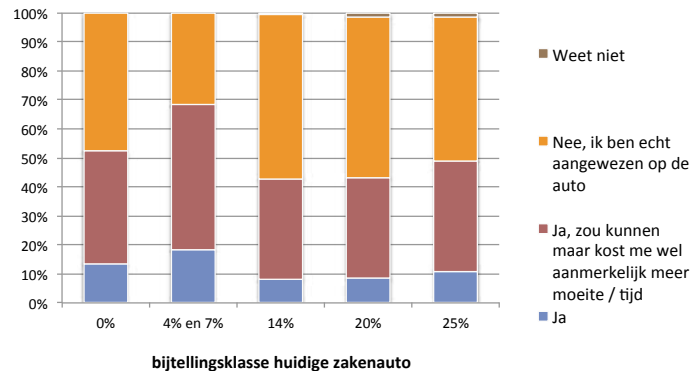
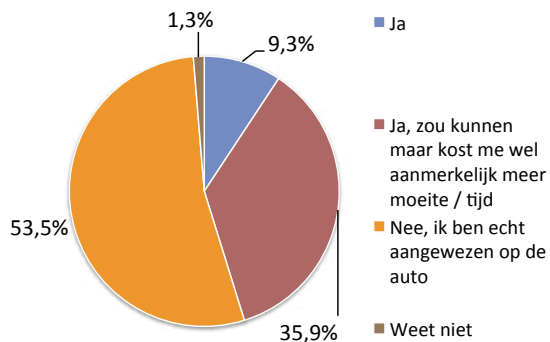


De functie –
hoe ambulant?



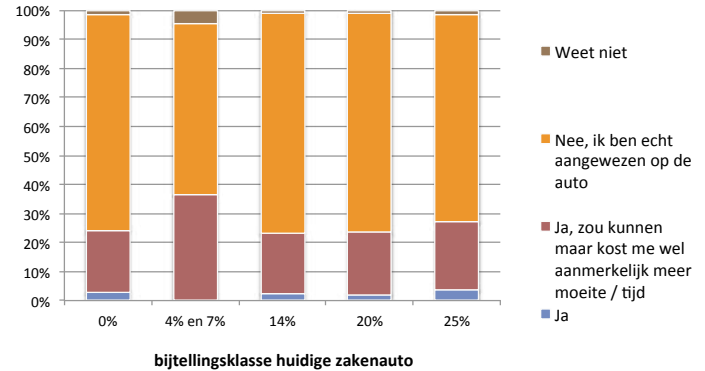
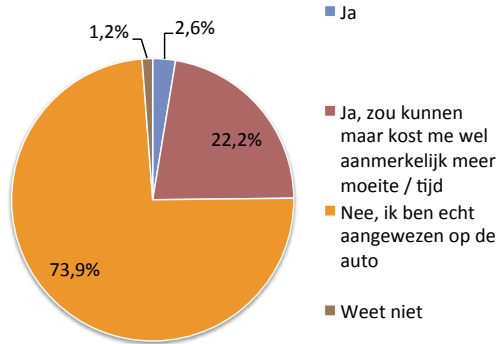
Kunt u voor uw woon-werkverkeer makkelijk gebruik maken van andere vervoersvormen dan de auto? (zoals het openbaar vervoer of de fiets)

De functie –
alternatieven voor
woon-werkverkeer?



Kunt u voor uw zakelijk verkeer makkelijk gebruik maken van andere vervoersvormen dan de auto? (zoals het openbaar vervoer of de fiets)

De functie – alternatieven voor zakelijke ritten?



3.12 Analyse naar leeftijdsklasse: Hoe staat de jonge automobilist tegenover mobiliteit en de zakenauto?

In het rapport van Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KIM) 'Niet auto-loos, maar auto later' van mei 2014, is de belangrijkste conclusie getrokken dat automobilititeit onderen jongeren weliswaar afneemt, maar dat allerlei oorzaken ertoe bijdragen dat op latere leeftijd de behoefte aan automobilititeit toeneemt, dat de auto status geeft en dat een ruime meerderheid aangeeft in de toekomst zelf een auto te willen bezitten. Het lijkt dat de fundamentele attitude tegenover de auto en automobilititeit voor jongvolwassenen (generatie Y, 18-29 jaar) niet anders is dan voor ouderen.

Naar aanleiding van dit rapport heeft het Nationaal Zakenauto Onderzoek een deelanalyse uitgevoerd. Er is onderzocht welke afwijkingen er zijn tussen de groepen zakelijke rijders tot dertig jaar en vanaf dertig jaar.

Belangrijke conclusies:

- De persoonlijke situatie van beide groepen is duidelijk verschillend. Gezinssamenstelling en inkomen zijn sterk bepalende factoren voor autokeuze. De gemiddelde nieuwwaarde van de zakenauto is 25 duizend euro voor de 30-minners en 35 duizend euro voor de 30-plussers
- De mobiliteitsbehoefte vanuit het werk én privé is vrijwel gelijk. Er zijn nauwelijks verschillen tussen het gemiddelde jaarkilometrage. Andere vervoersvormen worden nauwelijks gebruikt en beide groepen staan in dezelfde mate negatief tegenover andere vervoersvormen
- Beide leeftijdsgroepen hechten sterk aan hun auto. De 30-minners kiezen (nu) weliswaar bewuster voor een auto uit een lagere bijtelingsklasse, maar hun verwachting over de volgende auto is duidelijk ambitieuzer ('groter', 'duurder') dan bij 30-plussers. Meer dan 80% vindt het belangrijk om een 'eigen' auto te rijden en is niet bereid om deze te delen met anderen
- De sociale externe beïnvloeding lijkt anders te verlopen: de 30-minners hechten minder waarde aan de service van de dealer, maar het oordeel van vrienden of collega's weegt zwaarder
- Opmerkelijk is dat reputatie/status van een merk of model door beide leeftijdsgroepen even belangrijk wordt gevonden

De hoofdconclusie van het KIM lijkt dan ook onderbouwd te kunnen worden door het Nationaal Zakenauto Onderzoek. Weliswaar is de onderzochte populatie anders – het betreft rijders van een zakenauto – maar de attitude ten opzichte van mobiliteit, (toekomstige) autokeuze en het belang van status is niet wezenlijk anders voor jonge zakelijke rijders. Sterker nog, uit het NZO blijkt dat jongeren het meest ambitieuze toekomstbeeld hebben over de invulling van hun automobilititeit. De integrale analyse is opgenomen in de bijlage.

Hoofdstuk 4

Samenvatting Bedrijvenonderzoek

Dit hoofdstuk is een samenvatting van het bedrijvenonderzoek van het NZO 2014. Bedrijven of werkgevers spelen een belangrijke rol bij zakelijke mobiliteit. Niet alleen omdat ze (meestal) de rekening betalen maar ook omdat ze sturing geven aan de keuzes die de zakelijke rijder maakt op het gebied van mobiliteit en het gedrag dat daaruit voortvloeit. Dit jaar hebben bijna 500 respondenten, allen (mede)verantwoordelijk voor het wagenpark, deelgenomen aan het onderzoek.

4.1 Wagenpark

Samenstelling wagenpark

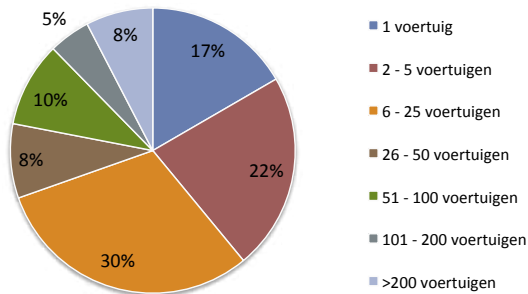
Aan het NZO Bedrijvenonderzoek 2014 hebben 489 voor het wagenpark (mede) verantwoordelijke functionarissen deelgenomen.

Om een beter beeld te kunnen krijgen van de kleinste wagenparken (0 tot 5 zakenauto's) is

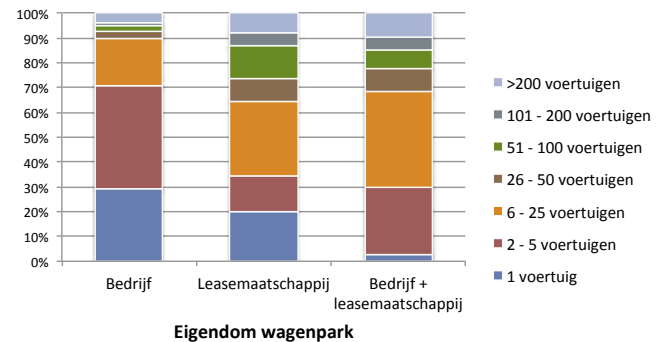
ten opzichte van voorgaande NZO-edities een extra categorie toegevoegd (namelijk: 1 zakenauto). Vaak worden de resultaten in deze rapportage ook uitgesplitst naar eigendom van het wagenpark en, indien relevant, ook naar andere variabelen.

Lease is sterk vertegenwoordigd: 55% heeft het wagenpark geheel ondergebracht bij een leasemaatschappij, 28% gedeeltelijk. 16% van de respondenten heeft het wagenpark in eigendom, dit betreft vooral kleinere wagenparken.

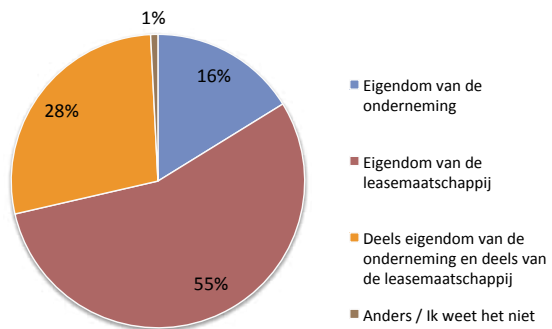
Wat is de omvang van uw wagenpark personenauto's en bestelwagens?



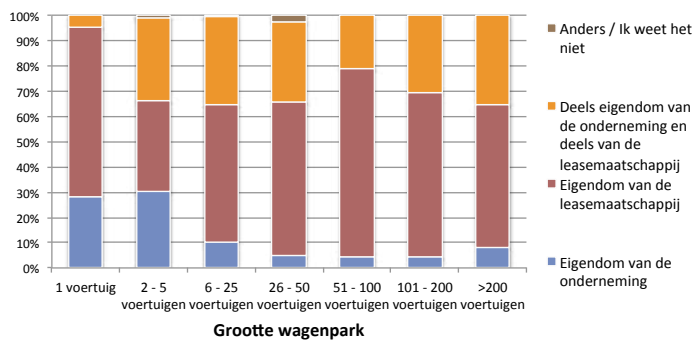
Wat is de omvang van uw wagenpark personenauto's en bestelwagens?



Het wagenpark van uw onderneming is:



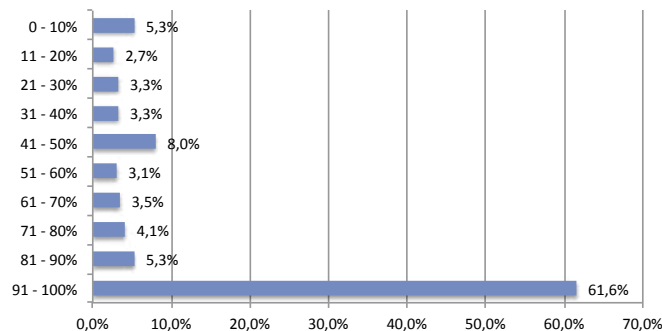
Het wagenpark van uw onderneming is:



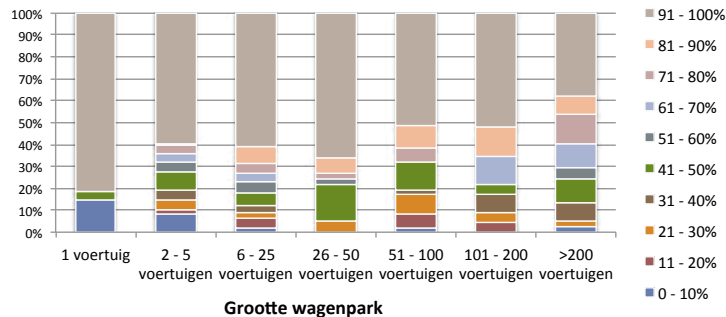
Personenauto's en bestelauto's

- De wagenparken bestaan in de meeste gevallen voornamelijk uit personenauto's.
- Bij tweederde van de wagenparken is het aandeel personenauto's meer dan 80%.
- Bij 8% van de wagenparken is het aandeel personenauto's slechts maximaal 20% (de rest is dus bestelauto's).
- De wagenparken met overwegend personenauto's zijn vaker bij een leasemaatschappij ondergebracht, wagenparken met bestelauto's zijn relatief vaker bedrijfseigendom.

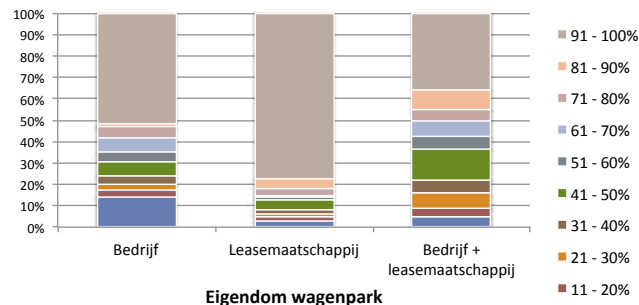
Kunt u het aandeel personenauto's aangeven als percentage van het totale wagenpark (personenauto's en bestelauto's)?



Kunt u het aandeel personenauto's aangeven als percentage van het totale wagenpark (personenauto's en bestelauto's)?



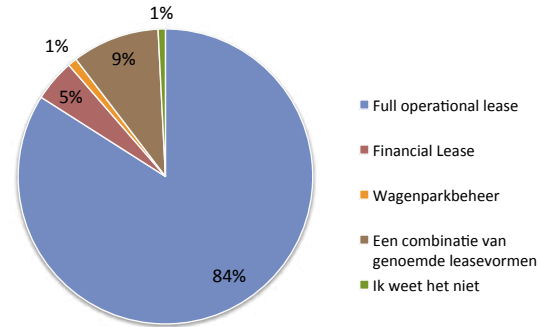
Kunt u het aandeel personenauto's aangeven als percentage van het totale wagenpark (personenauto's en bestelauto's)?



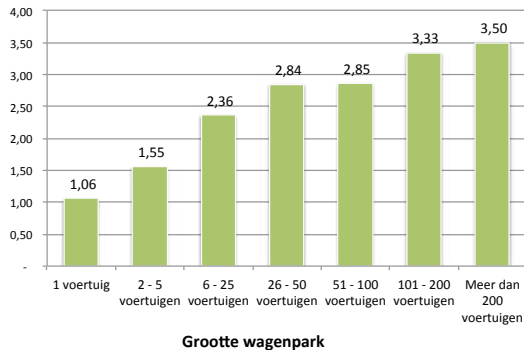
Leaseconstructie

- Full operational lease is de meest voorkomende leasevorm.
- Vooral bij grotere wagenparken komen vaker combinaties van leasevormen voor.
- Wagenparkbeheer door derden (outsourcing operationeel wagenparkbeheer) wordt relatief weinig teruggekoppeld.
- Het aantal leasemaatschappijen waarvan gebruik wordt gemaakt is rechtevenredig met de wagenparkgrootte en varieert van gemiddeld één bij de kleinste wagenparken tot gemiddeld 3,5 bij de grootste wagenparken.

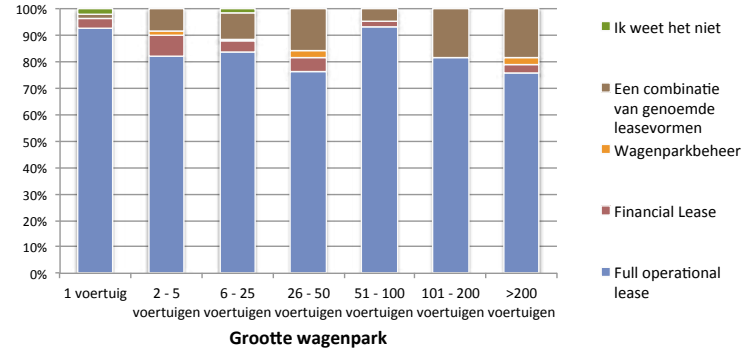
Welke leaseconstructie is van toepassing?



Het gemiddeld aantal leasemaatschappijen waarvan gebruik wordt gemaakt (indien sprake van lease)

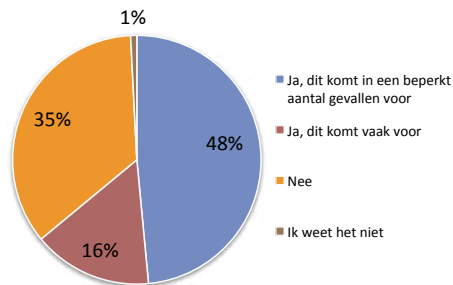


Welke leaseconstructie is van toepassing?

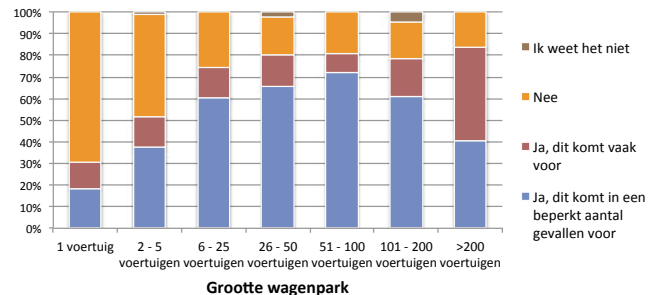


Privé-auto's voor zakelijk gebruik

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

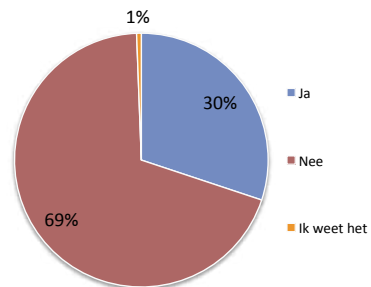


In ons bedrijf zijn er ook medewerkers die hun privé-auto inzetten voor zakelijke ritten en daarvoor een kilometervergoeding ontvangen

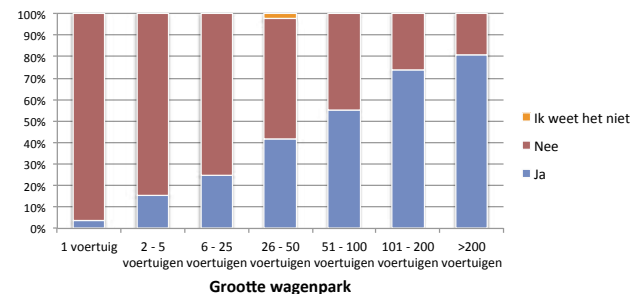


Poolauto's

- Bij gemiddeld 30% van de onderzochte bedrijven zijn poolauto's aanwezig die door medewerkers kunnen worden gebruikt voor zakelijke ritten.
- Hoe groter het wagenpark (c.q. hoe groter het bedrijf) hoe vaker er poolauto's beschikbaar zijn; bij de grootste wagenparken zelfs in 75-80% van de gevallen.



In ons bedrijf zijn ook poolauto's aanwezig die medewerkers kunnen gebruiken voor zakelijke ritten

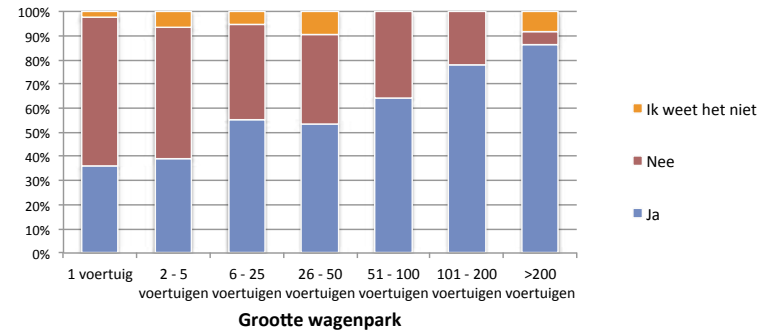


4.2 Beleid werkgever

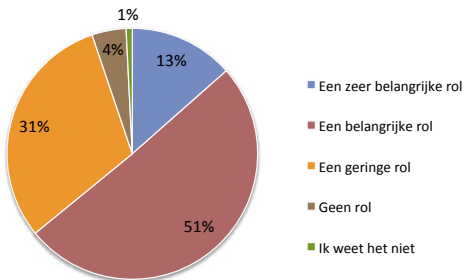
4.2.1 Profilering als 'groen'

- Iets meer dan de helft van de bedrijven profileert zich als 'groen'. Naarmate de wagenparkgrootte (lees: bedrijfsgrootte) toeneemt, neemt het belang van maatschappelijk verantwoord ondernemen ook toe.
- Het wagenpark speelt in deze 'groene' profilering een belangrijke rol.
- De uitkomsten komen vrijwel overeen met de resultaten uit het NZO 2013.

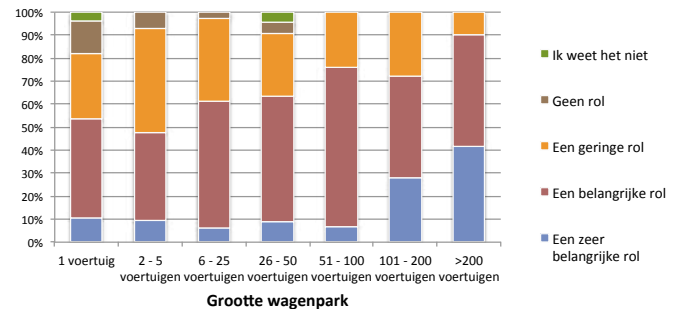
Profileert uw onderneming zich als 'groen' en/of is maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) een belangrijk thema voor uw bedrijf?



Welke rol speelt het wagenpark in deze 'groene' profilering?



Welke rol speelt het wagenpark in deze 'groene' profilering?



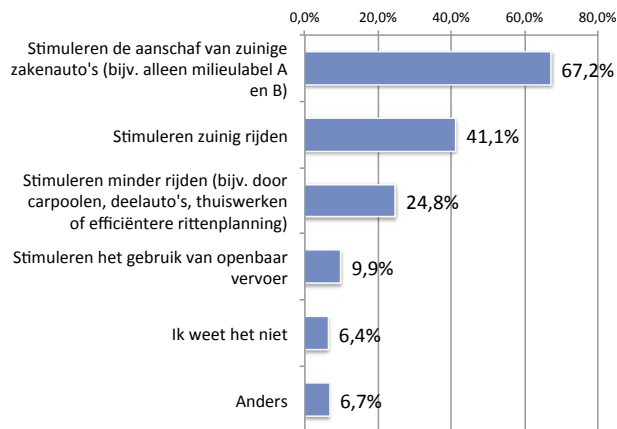
4.2.2 Maatregelen in het kader van milieubesparing

- Het stimuleren van de aanschaf van zuinige zakenauto's en het stimuleren van zuinig rijden worden het vaakst genoemd als maatregel in het kader van milieubesparing.
- Minder rijden (bijvoorbeeld door carpoolen, efficiëntere rittenplanning) wordt door 25% van de bedrijven gestimuleerd.
- Het stimuleren van openbaar vervoer wordt door slechts 9,9% van de bedrijven genoemd.

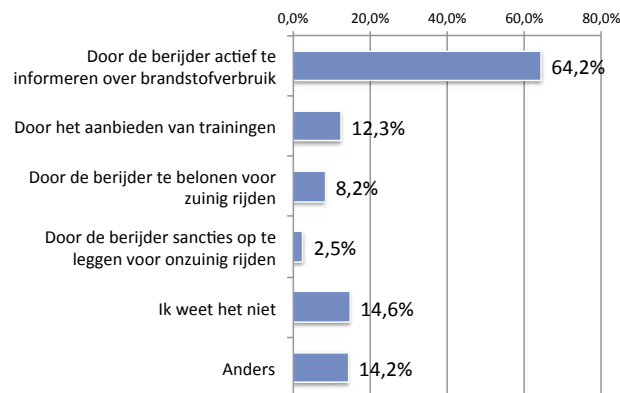
Sturing zuinig rijden

- 65% van alle respondenten geeft aan actief te sturen op zuinig rijden (NZO 2013: 53%).
- Naarmate de wagenparkomvang toeneemt worden er meer instrumenten ingezet om de berijder te stimuleren tot een zuinigere rijstijl.
- Meest genoemde instrumenten: de berijder actief informeren over brandstofverbruik en –besparing (64,2%) en trainingen (12,3%)

Welke maatregelen heeft u als werkgever getroffen als het gaat om mileubesparing?



Hoe stuurt uw organisatie op zuinig rijden?

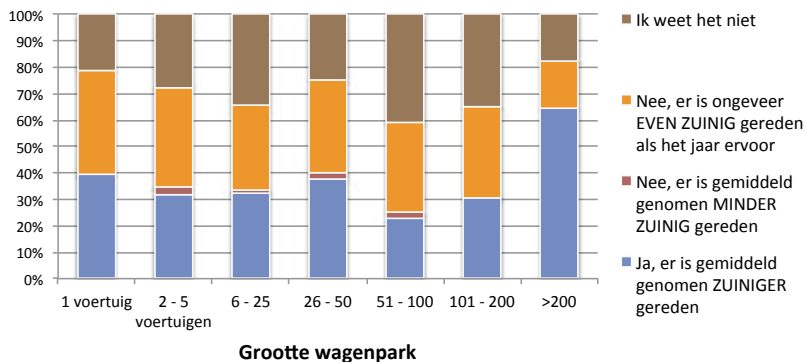


Zuiniger rijden – het afgelopen jaar

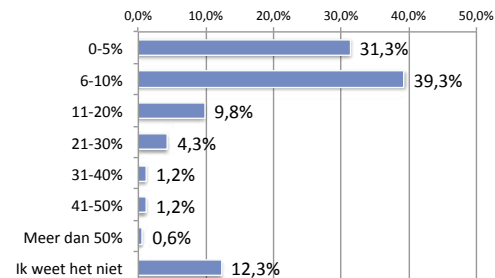
- Hier is vrijwel hetzelfde beeld zichtbaar als in 2013:
 - 36% van de respondenten geeft aan dat er het afgelopen jaar zuiniger is gereden.
 - Een derde verwacht dat er het afgelopen jaar even zuinig/onzuinig is gereden.
 - Een heel gering percentage geeft aan dat er onzuiniger is gereden.
 - Bijna 30% weet het niet.
- Van de wagenparken waar het afgelopen jaar zuiniger is gereden, verwacht zo'n 30% van de respondenten dat de besparing tussen 0 en 5% ligt, 40% verwacht een besparing tussen 5 en 10% en 10% van de respondenten verwacht een besparing tussen 10 en 20%!
- Actief beleid om zuinige auto's te stimuleren, wordt als allerbelangrijkste

reden aangevoerd voor het afgenomen brandstofverbruik. Maar ook het stimuleren van zuiniger rijden (eventueel in combinatie met interne wedstrijden waar prijzen tegenover staan) en het stimuleren van het nieuwe werken / thuiswerken hebben hieraan bijgedragen.

Heeft de zakelijk berijder, gemiddeld genomen, het afgelopen jaar **zuiniger gereden (minder brandstof verbruikt) dan het jaar daarvoor?**



Kunt u het verschil van het gerealiseerde brandstofverbruik ten opzichte van het voorgaande jaar aangeven in een percentage?



Sturing minder (of efficiënter) rijden

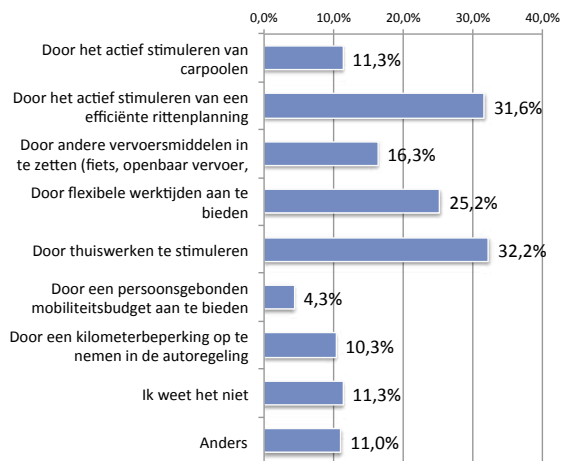
- Als het gaat om het stimuleren van 'minder rijden', wordt hetzelfde beeld zichtbaar als bij 'zuiniger rijden':
- Gemiddeld geeft 65% aan gerichte

activiteiten te ontplooiën op dit gebied (NZO 2013: 47%).

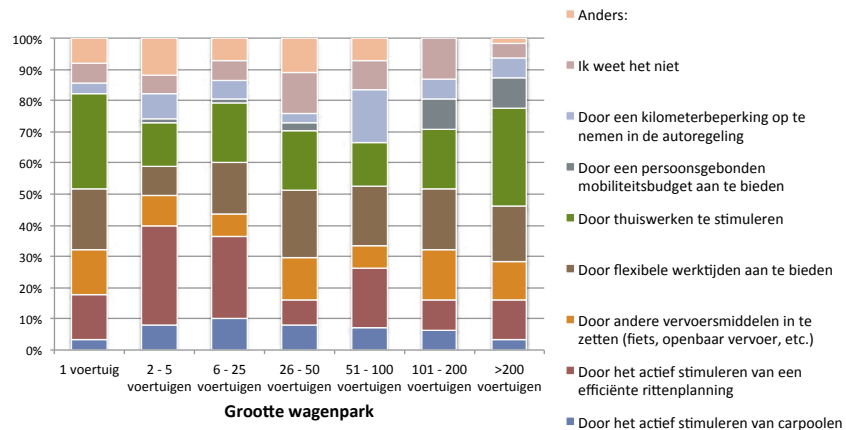
- Stimuleren van efficiënte rittenplanning, flexibele werktijden en thuiswerken

gebeurt het vaakst. Bij de grootste bedrijven worden vaker andere vervoersmiddelen ingezet.

Hoe stuurt uw organisatie op minder (of efficiënter) rijden?

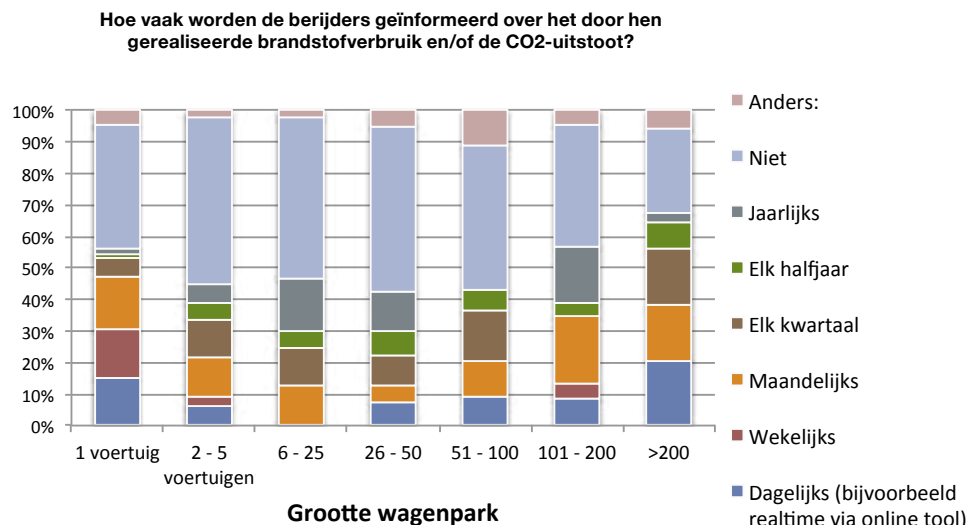


Hoe stuurt uw organisatie op minder (of efficiënter) rijden?



4.2.3 Brandstofverbruik en bewustwording

- De helft van de deelnemende bedrijven informeert de berijders over het gerealiseerde brandstofverbruik. Dit varieert van dagelijks tot eenmaal per jaar. De andere helft informeert de berijders in het geheel niet over het gerealiseerde brandstofverbruik. Vrijwel dezelfde constatering als in het NZO 2013
- Onder 'anders' is meestal als antwoord gegeven dat bij excessen contact wordt opgenomen met de berijder
- Bij de grote wagenparken (>100 voertuigen) is de informatievoorziening stukken beter geregeld, maar toch komt ook bij 26% van deze bedrijven de informatie niet bij de berijder terecht
- Het NZO constateert wederom: een gemiste kans voor bewustwording en daadwerkelijke besparing!



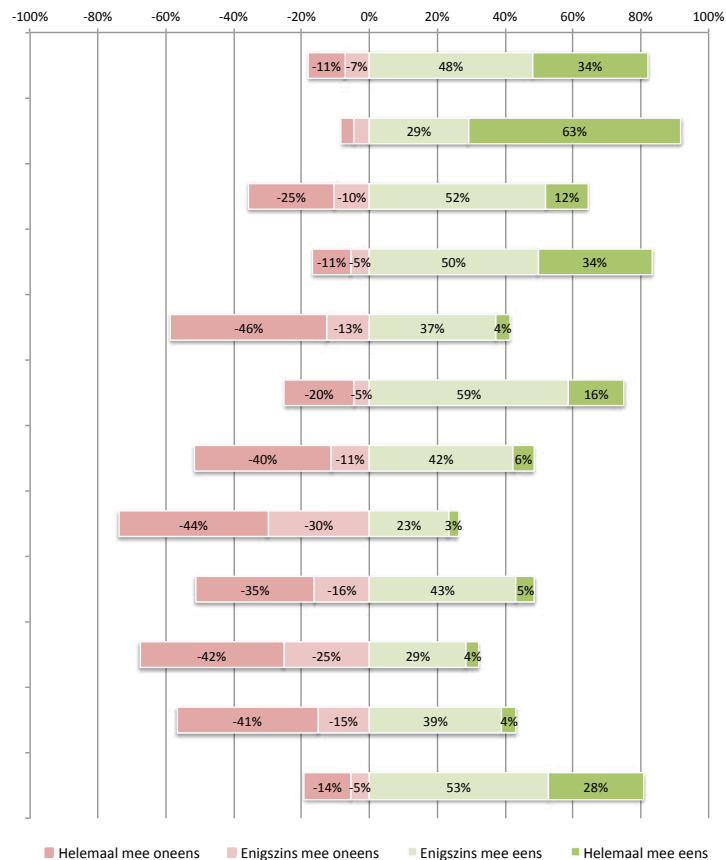
4.3 Stellingen berijder en mobiliteit

De volgende stellingen hebben vooral betrekking op de zakelijke rijder. Hoe kijkt het bedrijf naar werknemers met een zakenauto en waar zijn de veranderingen ten opzichte van voorgaande jaren?

- Bijzonder is dat alle scores vrijwel gelijk zijn aan de resultaten van vorig jaar.
 - De respondenten geven aan dat de bijtellingscategorie (nog steeds) heel belangrijk is maar dat het belang van 'emotie' (stellingen 3 en 5) slechts beperkt afneemt
 - De bereidheid van berijders om zuiniger en/of minder te rijden wanneer zij meedelen in de kostenbesparing, wordt relatief hoog ingeschat
 - De respondenten zijn niet positief over de bereidheid van zakelijke rijders om hun mobiliteit milieubewuster en kostenbewuster in te richten als dat zou betekenen dat ze met een kleinere auto moeten gaan rijden (stelling 7)
 - De beoordeling van deze bereidheid wordt zelfs negatief als de berijder niet alleen een kleinere auto moet rijden maar ook gebruik moet maken van andere vervoersvormen (stelling 8)
- Belangrijk blijven traditionele randvoorwaarden voor mobiliteit (efficiency, representativiteit, veiligheid)
- Bij twee stellingen is een afwijkend beeld zichtbaar (een lagere score) ten opzichte van vorig jaar:
 - Minder dan vorig jaar zijn respondenten het eens met de stelling dat een combinatie van zakenauto en andere vervoersvormen leidt tot lagere kosten voor het bedrijf (stelling 9)
 - Vorig jaar is geconstateerd dat bedrijven vraagtekens zetten bij de interesse van zakelijke rijders in een mobiliteitsbudget (stelling 11). Dit jaar wordt op deze stelling nog iets minder positief gerespondeerd

Geef aan in hoeverre u het met de stelling eens bent. In het algemeen geldt:

1. Berijders maken hun keuze voor de volgende auto veel rationeler dan voorheen.
2. Berijders kiezen bewust voor een lagere bijtellingscategorie.
3. 'Emotie' (design, wegligging, rijgedrag, reputatie, status) wordt steeds minder belangrijk bij de keuze voor een auto
4. Berijders kiezen bewust voor een lagere bijtellingscategorie, zelfs al zou dat betekenen dat moet worden ingeleverd op 'emotie'.
5. 'Emotie' blijft voor de meeste berijders belangrijk en daarop zal men niet of nauwelijks inleveren (ook niet als dit leidt tot een hogere bijtelling).
6. Zakelijke rijders rijden zuiniger en/of minder wanneer zij meedelen in de kostenbesparing.
7. Zakelijke rijders zijn bereid om hun mobiliteit milieubewuster en kostenbewuster in te richten, ook als dat betekent dat ze met een kleinere auto moeten gaan rijden
8. Zakelijke rijders zijn bereid om hun mobiliteit milieubewuster en kostenbewuster in te richten, ook als dat betekent dat ze met een kleinere auto moeten gaan rijden EN van andere vervoersvormen
9. Een combinatie van zakenauto en andere vervoersvormen leidt tot lagere kosten voor het bedrijf
10. Een combinatie van zakenauto en andere vervoersvormen leidt tot efficiënter tijdgebruik en dus tot beter functionerende medewerkers
11. Zakelijke rijders zijn serieus geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget dat naar eigen inzicht kan worden gebruikt voor mobiliteit
12. In ons mobiliteitsbeleid zijn en blijven efficiency, representativiteit en veiligheid belangrijke randvoorwaarden, ook als de zakelijke rijder een mobiliteitsbudget zou willen gebruiken



4.4 Zakelijke mobiliteit en de autoregeling

De zakenauto is en blijft een belangrijke secundaire arbeidsvoorwaarde. Dat vinden zowel de werknemer als de werkgever. Door allerlei ontwikkelingen (onder andere de economische ontwikkeling, de zoektocht naar kostenbesparing en de verslechterde situatie op de arbeidsmarkt) is de invloed van de werknemer de laatste jaren afgenomen en de positie van de werkgever juist in belang toegenomen. In de autoregeling worden afspraken tussen werkgever en werknemer vastgelegd. In deze paragraaf staat centraal wat de status is van de autoregeling en welke dynamiek te verwachten is. Oftewel: wat wil de werkgever en wat mag de werknemer (nog)?

Autoregeling aangepast?

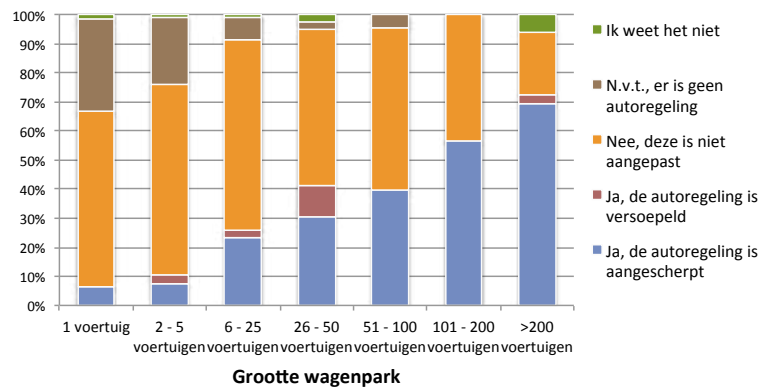
- Gemiddeld is in 27% van de gevallen de autoregeling het afgelopen jaar aangepast (NZO 2013: 30%).
- Naarmate het wagenpark / de bedrijfsgrootte toeneemt, is de autoregeling vaker aan veranderingen onderhevig geweest
- Bij de grootste bedrijven is zelfs bij 72% de

autoregeling aangepast (NZO 2013: 70%).

- Hoe groter het bedrijf, hoe vaker het afgelopen jaar de regeling is aangepast, maar dus ook het jaar dáárvoor! Bij de grote bedrijven lijkt aanpassing bijna een continu proces.
- In de meeste gevallen is de autoregeling aangescherpt.
- Aanpassing van de autoregeling heeft in de meeste gevallen een sterke financiële en/of

kostenbesparende achtergrond. In vrijwel alle gevallen leidt de aanscherping van de regeling tot een beperking voor de berijder (in keuze of mogelijkheden), tot meer controle c.q. naleving van de regeling en (vaak) tot een hogere doorbelasting. Uitbreiding van de regeling met bijvoorbeeld een bonus/malus regeling of het invoeren van elektrisch rijden, wordt in slechts enkele gevallen genoemd.

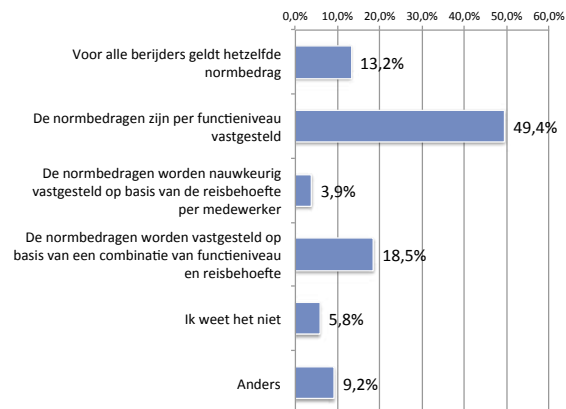
Is de autoregeling binnen uw bedrijf het afgelopen jaar aangepast?



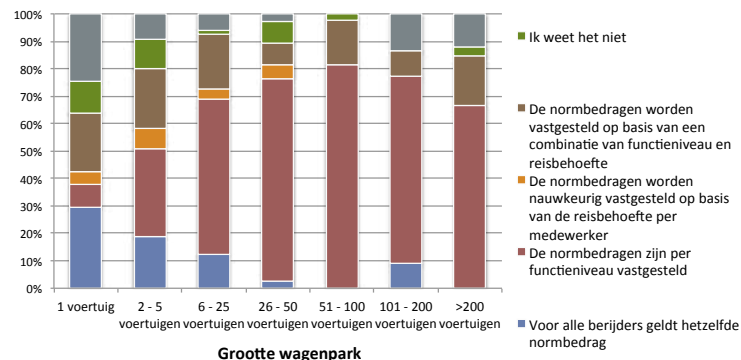
Vaststelling normbedragen

- In de autoregelingen zijn in de meeste gevallen normbedragen vastgesteld per functieniveau
- Voor het vaststellen van (zuiverder) normbedragen kan de individuele reisbehoefte meegenomen worden. Dat gebeurt nog weinig, maar vaker dan de meting in 2013: van 18,9% naar 22,4% (som van 3,9% en 18,5%).

Hoe zijn normbedragen voor autokeuze/mobiliteit vastgesteld?



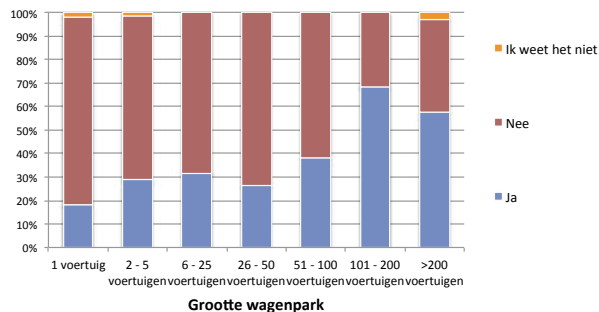
Hoe zijn normbedragen voor autokeuze/mobiliteit vastgesteld?



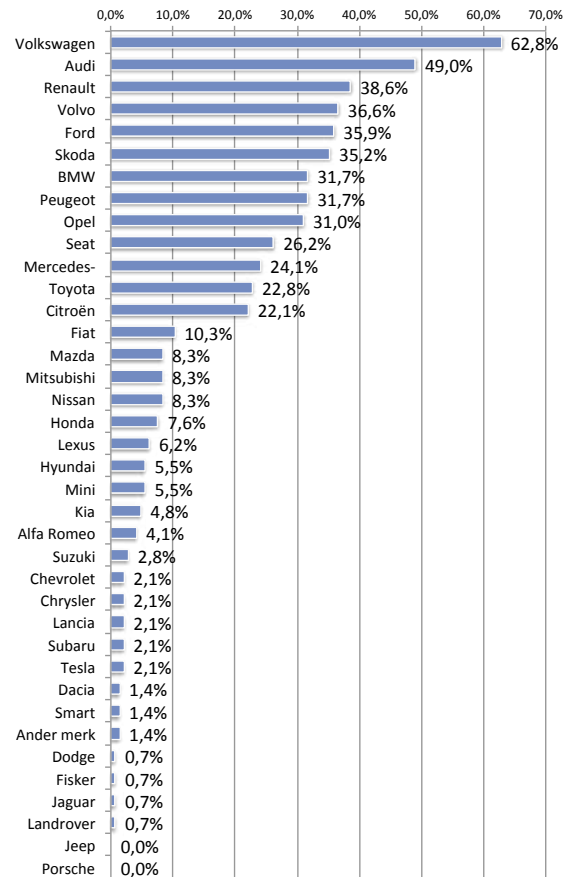
Beperking automerken

- Gemiddeld 33% van de bedrijven beperkt het aantal merken waaruit kan worden gekozen. Bij de grote wagenparken ligt dit percentage tweemaal zo hoog!
- Indien het aantal merken is beperkt, is gevraagd uit welk merken dan wel gekozen kan worden. Zie daarvoor grafiek hiernaast. Gemiddeld staan er 5,4 merken op de 'lijst' waaruit kan worden gekozen. Bij de grootste wagenparken zijn dit gemiddeld zeven merken
- De redenen op grond waarvan een merk wordt toegelaten zijn zeer divers. Relatief vaak worden genoemd: km-kostprijs, representativiteit, reciprociteit (zakelijke wederkerigheid) en relatie dealer

Is het aantal merken waaruit gekozen kan worden beperkt?



Indien het aantal merken is beperkt, welke merken mogen dan worden gekozen?



Andere beperkingen autokeuze

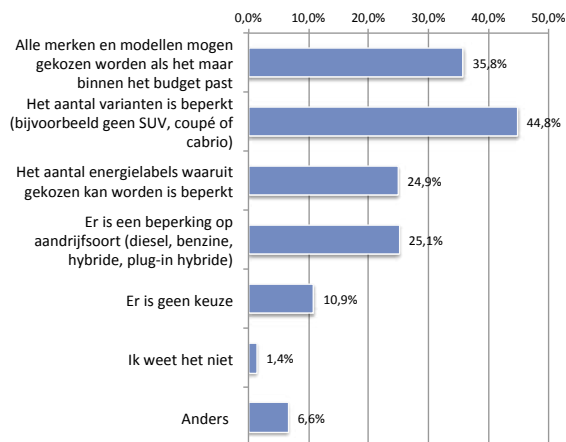
- De meest genoemde andere beperkingen voor autokeuze zijn: het uitsluiten van bepaalde varianten (bijvoorbeeld geen SUV of coupé), aandrijfsorten (bijvoor-

beeld diesel, hybride of plug-in hybride) of energielabels.

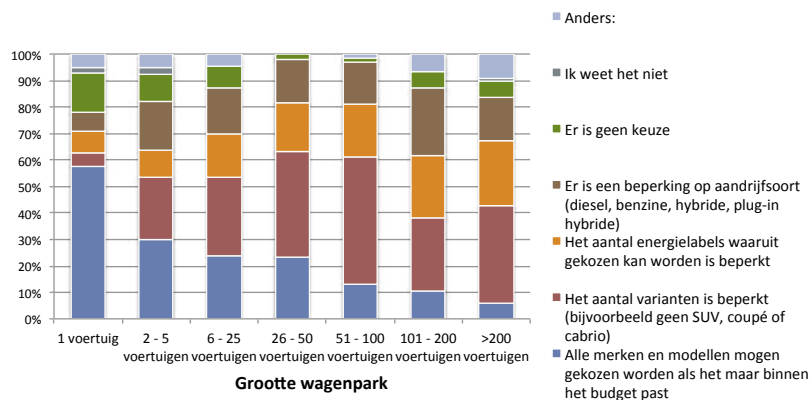
- Bij 10,9% van de bedrijven heeft de rijder in het geheel geen keuze.

- Verder geldt: hoe groter het bedrijf, hoe meer beperkingen.

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



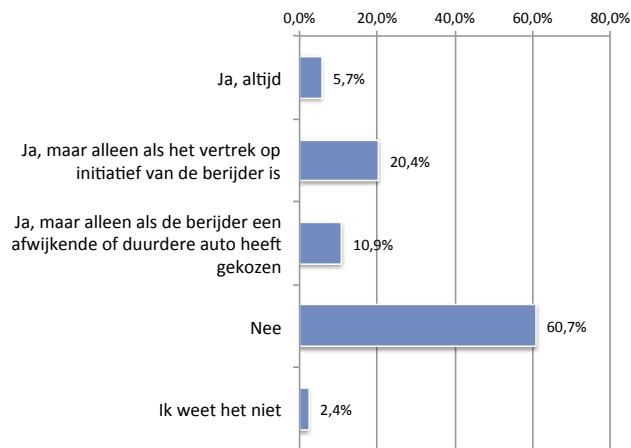
Zijn er andere beperkingen voor autokeuze?
(meerdere antwoorden mogelijk)



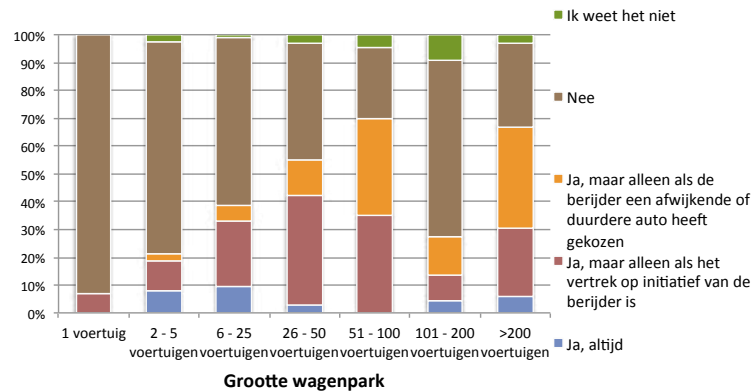
Afkoopregeling bij uitdiensttreding

- Zo'n 40% van de bedrijven hanteert een afkoopregeling van de zakenauto bij uitdiensttreding (60% dus niet)
- Ook hier geldt: hoe groter het bedrijf, hoe vaker een afkoopregeling
- 6% 'rekent' altijd af
- 20% alleen als het vertrek op initiatief van de berijder is
- 11% alleen als de berijder een afwijkende of duurdere auto gekozen heeft (bij grote bedrijven tot 35%)

Is er sprake van een afkoopregeling voor de zakenauto bij uitdiensttreding?



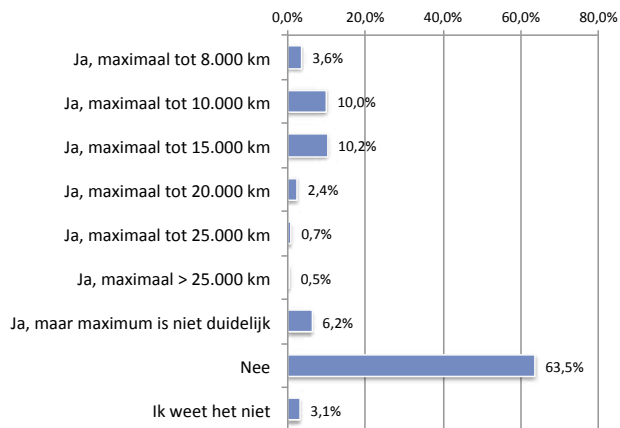
Is er sprake van een afkoopregeling voor de zakenauto bij uitdiensttreding?



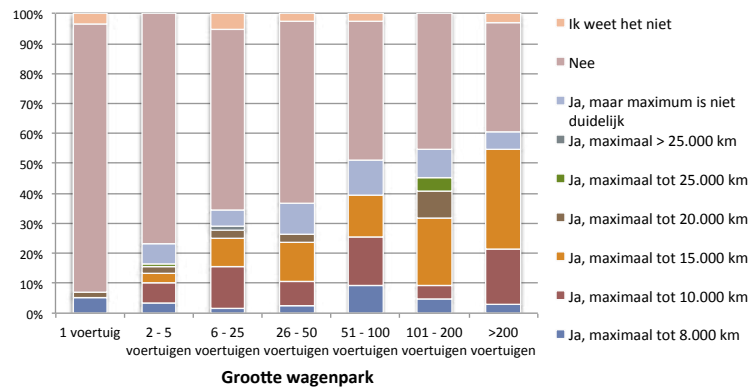
Beperking privé-kilometers

- Privé-gebruik wordt relatief weinig beperkt door de werkgever (gemiddeld 35%)
- Wel vaker door grote bedrijven (50 – 60%)
- Indien er een beperking is, ligt deze meestal op 10.000 – 15.000 kilometer per jaar
- Bovenstaande resultaten zijn nagenoeg vergelijkbaar met het NZO 2013

Is er een beperking op kilometers voor privé-gebruik?



Is er een beperking op kilometers voor privé-gebruik?

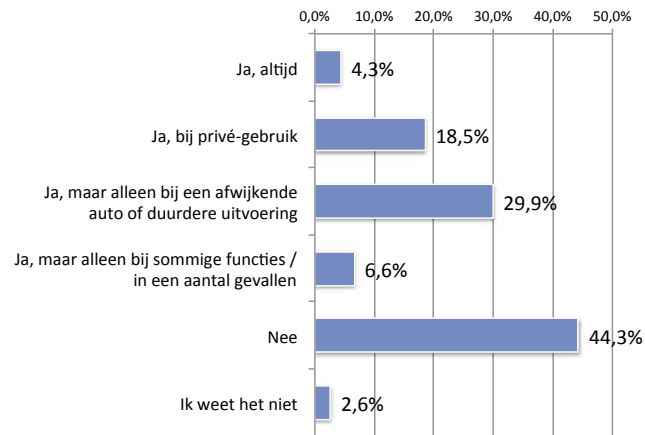


Eigen bijdrage

- Bij ruim de helft van de bedrijven dient de berijder een eigen bijdrage te betalen voor het privé-gebruik van de zakenauto
- In de meeste gevallen alleen bij een afwijkende auto of duurdere uitvoering
- Grotere wagenparken, vaker eigen bijdrage

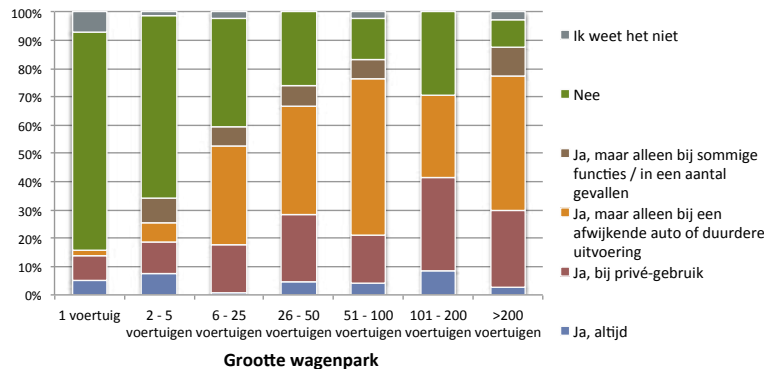
Geldt er een eigen bijdrage voor de berijder?

Meerdere antwoorden mogelijk



Geldt er een eigen bijdrage voor de berijder?

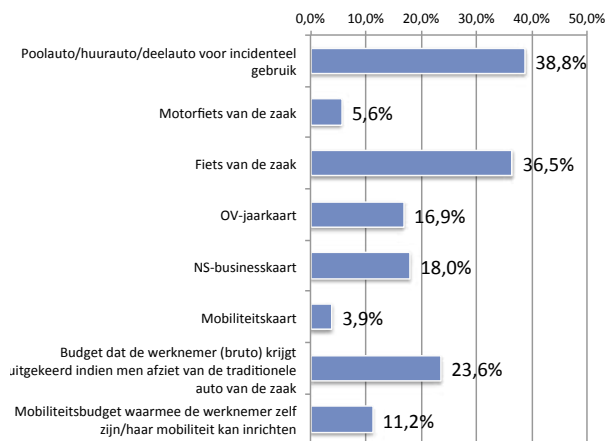
Meerdere antwoorden mogelijk



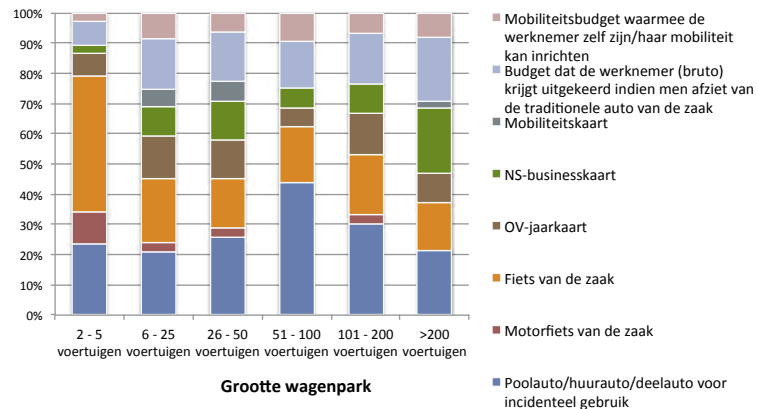
Alternatieven voor de zakenauto?

- Ongeveer tweederde van de bedrijven biedt de medewerkers met een auto van de zaak desgewenst een alternatief aan
- Poolauto/huurauto (39%), openbaar vervoer (35%), fiets van de zaak (37%) worden het vaakst aangegeven
- Opvallend is dat in 23% van de gevallen een budget (vergoeding) wordt uitgekeerd indien wordt afgezien van de zakenauto.
- En bij 11% van de bedrijven wordt een mobiliteitsbudget aangeboden.
- Weinig verschuivingen ten opzichte van het NO 2013, het enige is dat bij de grootste bedrijven vaker een budget wordt aangeboden.

Wij bieden zakelijke rijders nu al de volgende vormen van zakelijk vervoer aan als alternatief voor de huidige auto van de zaak.
(meerdere antwoorden mogelijk)



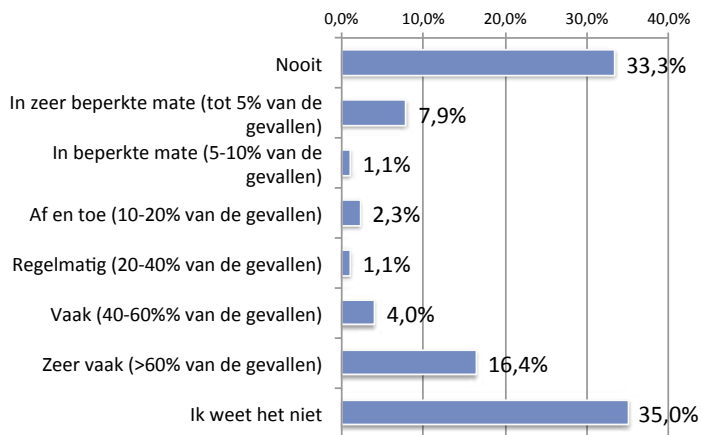
Wij bieden zakelijke rijders nu al de volgende vormen van zakelijk vervoer aan als alternatief voor de huidige auto van de zaak.
(meerdere antwoorden mogelijk)



Als een (mobiliteits)budget wordt aangeboden, hoe vaak wordt daar dan voor gekozen?

In de praktijk wordt weinig gebruik gemaakt van het budget als alternatief voor de traditionele auto van de zaak. In 20% van de gevallen wordt er vaak tot zeer vaak gebruik van gemaakt. In 40% van de gevallen nooit of bijna nooit. 35% van de respondenten weet het niet.

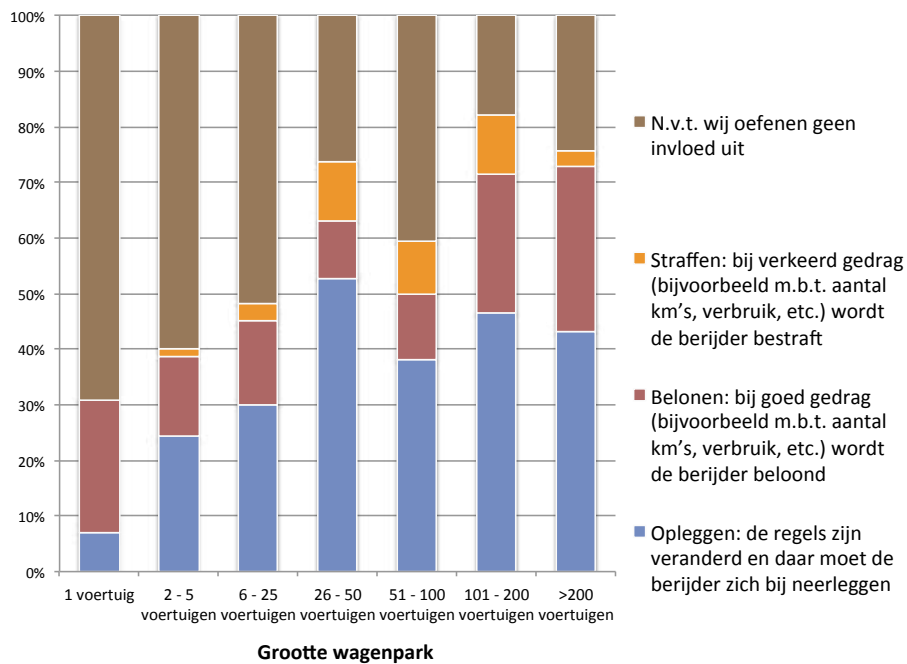
Als de medewerker de keuze heeft, hoe vaak wordt dan daadwerkelijk gekozen voor het budget



Gedragsverandering bewerkstelligen

- Bijna de helft van de bedrijven oefent geen invloed uit / probeert geen invloed uit te oefenen op het gedrag van berijders m.b.t. mobiliteit(skosten)
- Indien wél invloed wordt uitgeoefend, is dat vaak door regels te veranderen en (eenzijdig) op te leggen of door te belonen bij goed gedrag
- Grote(re) bedrijven zijn sterker sturend richting berijders

Hoe zou u de wijze waarop uw bedrijf invloed probeert uit te oefenen op de individuele mobiliteit(skosten), het beste kunnen omschrijven? (meerdere antwoorden mogelijk)

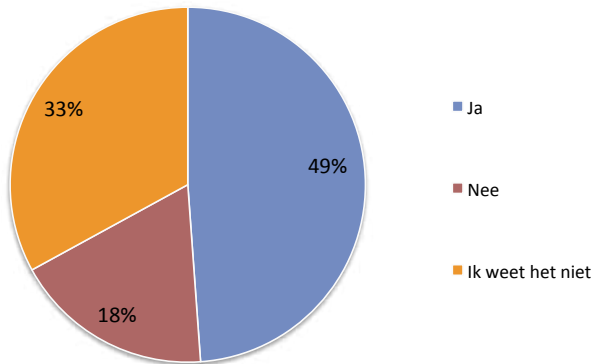


- De helft van de respondenten geeft aan dat de maatregelen die zijn ingezet om het gedrag van bestuurders te beïnvloeden, meetbaar leiden tot lagere kosten en/of hogere opbrengsten

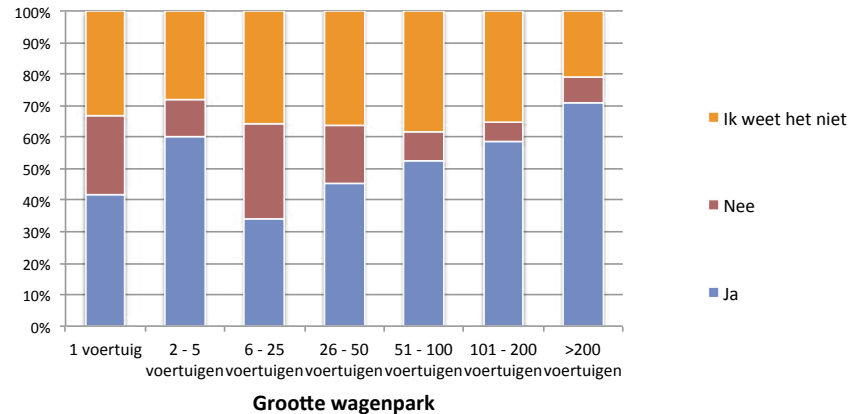
- 18% geeft aan dat de maatregelen geen effect hebben gehad
- 33% weet het niet
- Bovenstaande percentages zijn nauwelijks afwijkend voor bedrijven die op verschil-

lende manieren invloed uitoefenen op de bestuurder. Opvallend is, net als in 2013, dat van de bedrijven die straffen, bijna een kwart aangeeft dat dit niet werkt.

Leidt dit meetbaar tot lagere kosten/
hogere opbrengsten?



Leidt dit meetbaar tot lagere kosten/
hogere opbrengsten?



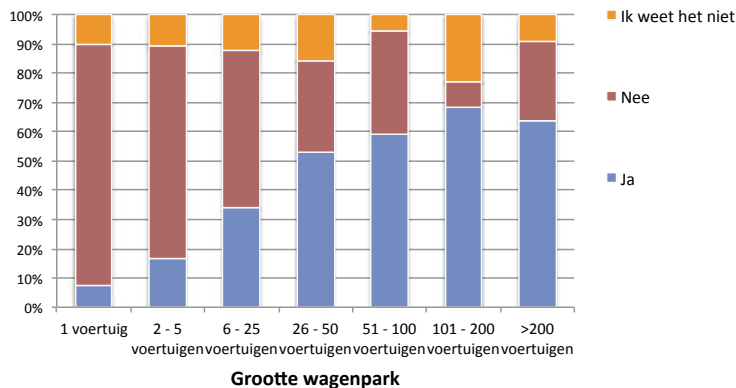
Verwachte aanpassingen op de autoregeling

- De meeste kleine bedrijven verwachten niet dat de autoregeling het komende jaar wordt aangepast (als ze al een regeling hebben..)
- Naarmate de bedrijfsgrootte toeneemt wordt er steeds vaker van uitgegaan dat er aanpassingen zullen worden doorgevoerd in de autoregeling
- Als belangrijkste aanpassingen worden genoemd:
 - Verhoging leasebudget / norm leasebedrag

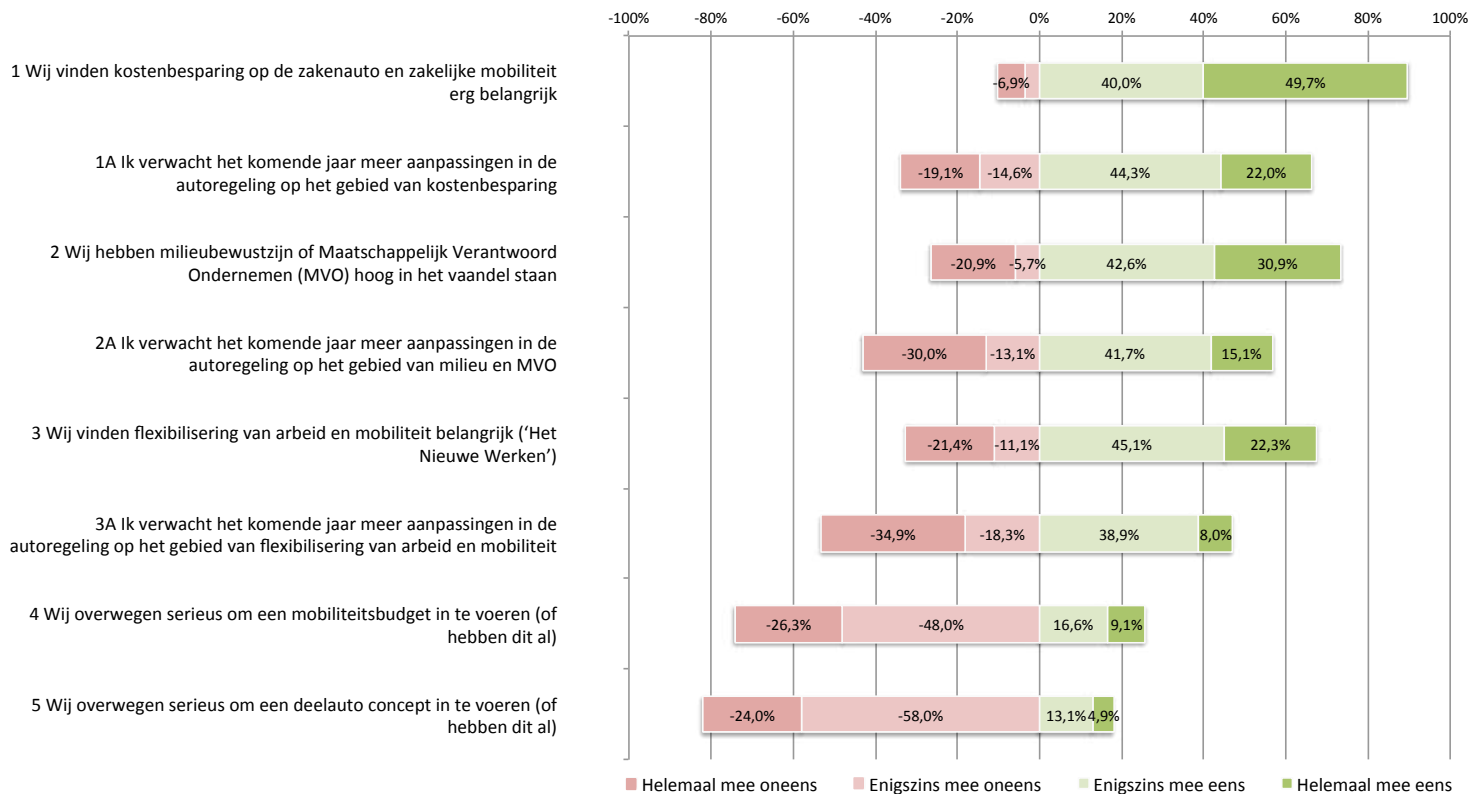
- Van energielabel naar CO₂-norm
- Toevoegen regeling elektrische en/of plug-in hybride voertuigen
- Verhoging doorbelastingen en/of privé-bijdrage
- Beperking privé-kilometers
- Vermindering toekennen zakenauto als secundaire arbeidsvoorwaarde
- Invoering mobiliteitsoplossingen / persoonlijk mobiliteitsbudget

- Kostenbesparing op mobiliteit is voor elke bedrijfsomvang een belangrijk issue c.q. het belangrijkste issue; voornamelijk bij de grotere bedrijven worden er het komende jaar op dit gebied aanpassingen in de autoregeling verwacht (bij 90 – 100% van de grootste bedrijven). Dit is hoger dan de meting in 2013
- Milieubewustzijn of MVO is belangrijk en zal naar verwachting ook leiden tot een herijking van de autoregeling (bij de grootste bedrijven zelfs in 80% van de gevallen)
- Flexibilisering van arbeid en mobiliteit is ten opzichte van vorig jaar in belang toegenomen
- Het invoeren van een mobiliteitsbudget wordt op dit moment niet als een prioriteit gezien, 25% overweegt enigszins serieus of serieus invoering. Dat is niet veel meer dan vorig jaar (22%). De grootste bedrijven zijn het meest positief over mogelijke invoering
- Het invoeren van een deelautoconcept wordt gemiddeld door slechts 18% enigszins serieus of serieus overwogen

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

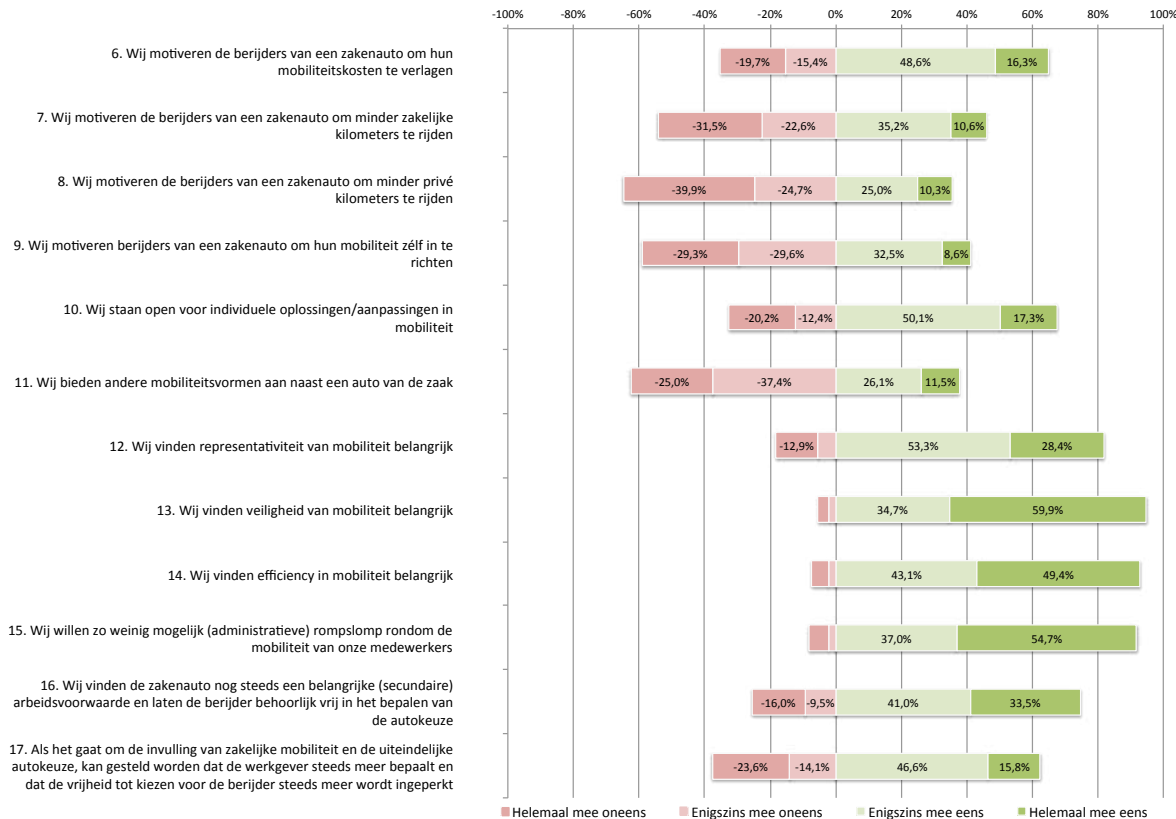


Hieronder volgen een paar stellingen. Geef aan wat voor uw bedrijf het meest van toepassing is.



4.5 Andere stellingen over de zakenauto en zakelijke mobiliteit

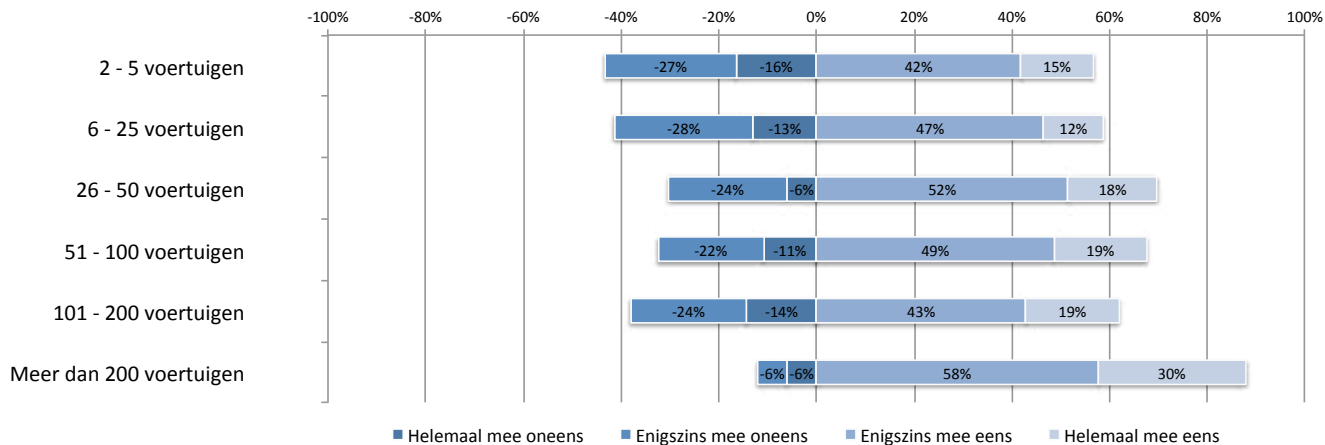
Hiernaast volgen een paar stellingen. Geef aan wat voor uw bedrijf het meest van toepassing is.



Wordt de vrijheid tot kiezen voor de berijder steeds meer ingeperkt?

Door de meerderheid van de bedrijven wordt bij de grote wagenparken / bedrijven. Daar is bevestigd dat de berijders steeds minder dan ook de meeste regelgeving en vinden vrijheid tot kiezen hebben. Dit is vooral zo aanpassingen regelmatig en grondig plaats.

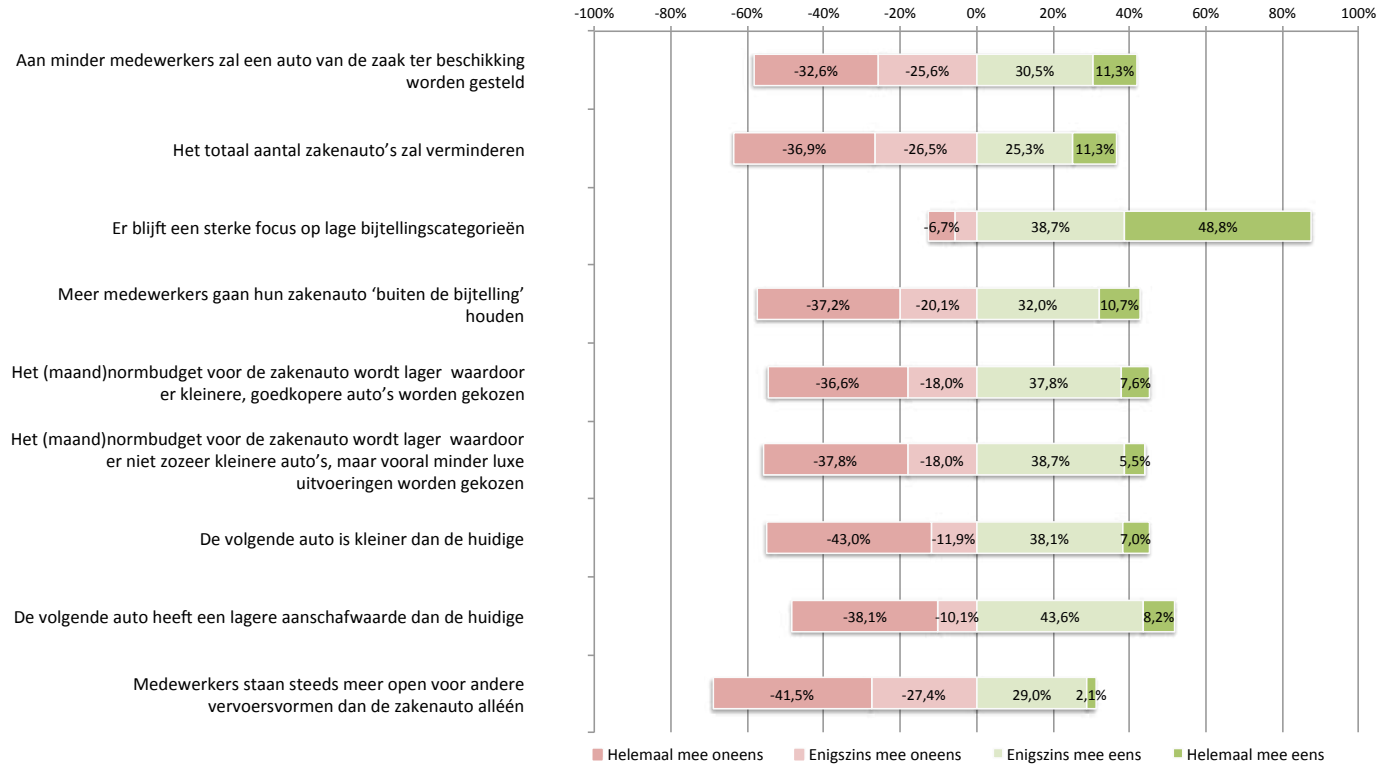
Als het gaat om de invulling van zakelijke mobiliteit en de uiteindelijke autokeuze, kan gesteld worden dat de werkgever steeds meer bepaalt en dat de vrijheid tot kiezen voor de berijder steeds meer wordt ingeperkt



4.6 Verwachting over terbeschikkingstelling zakenauto en autokeuze voor de nabije toekomst

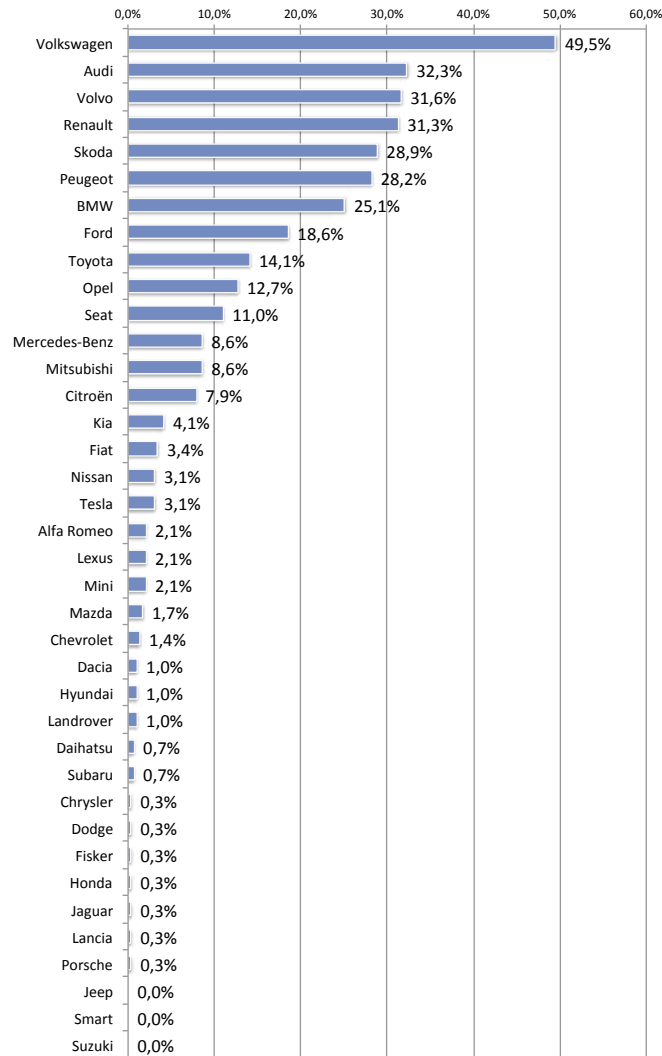
- Opvallend is dat de verwachtingen van alle respondenten bij elkaar opgeteld m.b.t. de autokeuze van medewerkers voor de komende 1-2 jaar een zeer neutraal beeld oplevert: over het algemeen zijn net zoveel respondenten het met de stellingen eens als oneens
- Uitzonderingen: "Er blijft een sterke focus op lage bijtellingscategorieën" (sterk mee eens) en "Medewerkers staan steeds meer open voor andere vervoersvormen dan de zakenauto alléén" (sterk mee oneens)
- Met name de grote wagenparken / bedrijven geven (net als vorig jaar) wél een duidelijke mening. Zo wordt bij grote bedrijven de verwachting uitgesproken dat (voor details zie bijlagenrapport):
 - Minder medewerkers een auto ter beschikking zullen krijgen
 - Het totale aantal zakenauto's zal verminderen
 - Het maandbudget lager zal worden, waardoor er kleinere en goedkopere auto's gekozen gaan worden

Wat is uw verwachting m.b.t. de autokeuze van medewerkers van uw bedrijf voor de komende 1-2 jaar? Ik verwacht:



Ik verwacht dat de medewerkers de komende 1-2 jaar vooral zullen gaan kiezen voor de volgende merken.
(maximaal 5 merken)

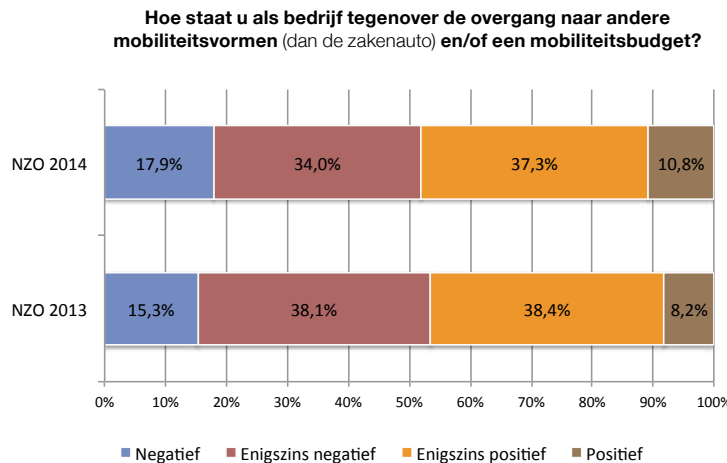
Aan de respondenten is gevraagd voor welke (maximaal 5 te noemen) merken de zakelijke rijders in het bedrijf de komende 1-2 jaar vooral zullen kiezen. Gemiddeld worden 3 merken genoemd. Zo geeft 49,5% van de respondenten aan dat er de komende 1-2 jaar vooral gekozen zal worden voor het merk Volkswagen. De scores zijn een indicatie voor de te verwachten populariteit van bepaalde merken. Ze hebben geen directe relatie met het marktaandeel maar zijn wel richtinggevend voor de verwachte populariteit.



4.7 Verwachting m.b.t. alternatieve mobiliteitsvormen

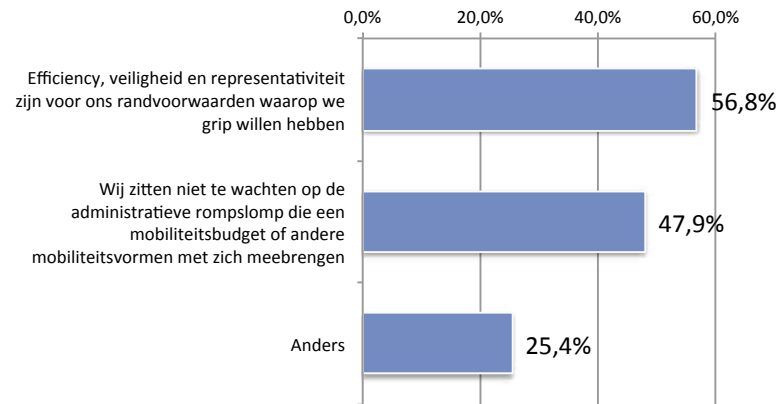
Ondanks dat veel respondenten (allemaal professionals) geen duidelijke mening hebben over het onderwerp 'andere mobiliteitsvormen en/of mobiliteitsbudget', het gemiddelde is 'neutraal', lijkt de acceptatie ten opzichte van het NZO 2013 wel licht te zijn verbeterd. Een klein deel is uitgesproken negatief, een nog kleiner deel is positief en de grote middenmoot is enigszins negatief danwel enigszins positief. De groepen uitgesproken voor- en tegenstanders zijn iets groter geworden.

Opgemerkt moet worden dat de grootste bedrijven aanmerkelijk vaker positief tegenover dit onderwerp staan: Meer dan 30% staat positief tegenover de overgang naar andere mobiliteitsvormen (dan de zakenauto) en/of een mobiliteitsbudget, 69% is enigszins positief of positief.



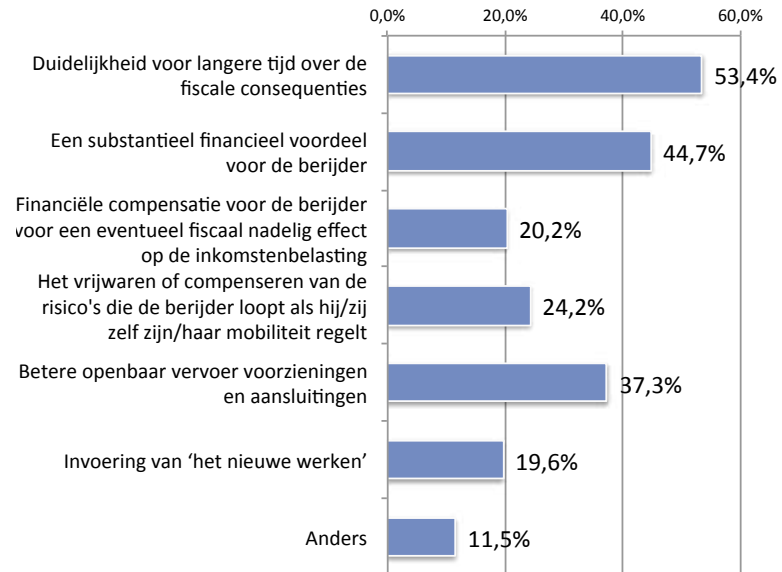
- Belangrijkste redenen om (enigszins) negatief te staan tegenover de overgang naar een mobiliteitsbudget of andere mobiliteitsvormen:
 - Men wil grip houden op zaken als efficiency, veiligheid en representativiteit
 - Er wordt vanuit gegaan dat invoering veel (administratieve) rompslomp met zich meebrengt; daar zit men niet op te wachten
 - Andere redenen die worden genoemd: het is voor ons niet mogelijk, slechte openbaar vervoervoorzieningen, minder efficiënt, zoals het nu is geregeld werkt het goed

Waarom staat uw bedrijf (enigszins) negatief tegenover de overgang naar een mobiliteitsbudget of andere mobiliteitsvormen? (meerdere antwoorden mogelijk)



- De randvoorwaarden waaraan moet worden voldaan voordat werknemers in grote(re) getale overstappen op andere vervoersvormen dan de zakenauto c.q. op een mobiliteitsbudget waarbij de berijder zélf de mobiliteitsvorm kiest, wijken nauwelijks af van de bevindingen vorig jaar. De berijders denken er overigens hetzelfde over:
 - Er moet duidelijkheid voor langere tijd zijn over de fiscale consequenties
 - Het moet een substantieel financieel voordeel voor de berijder opleveren
 - De openbaar vervoer voorzieningen en aansluitingen moeten verbeteren

Aan welke randvoorwaarden moet volgens u worden voldaan voordat werknemers in uw bedrijf in grote(re) getale overstappen op andere vervoersvormen dan de zakenauto c.q. op een mobiliteitsbudget waarbij de berijder zélf de mobiliteitsvormen kiest?

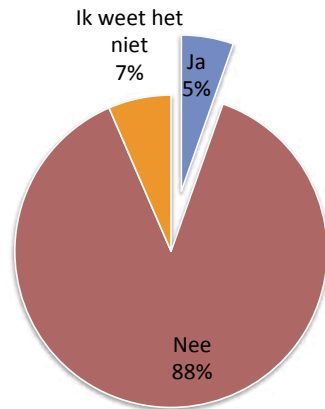


4.8 Privé-lease

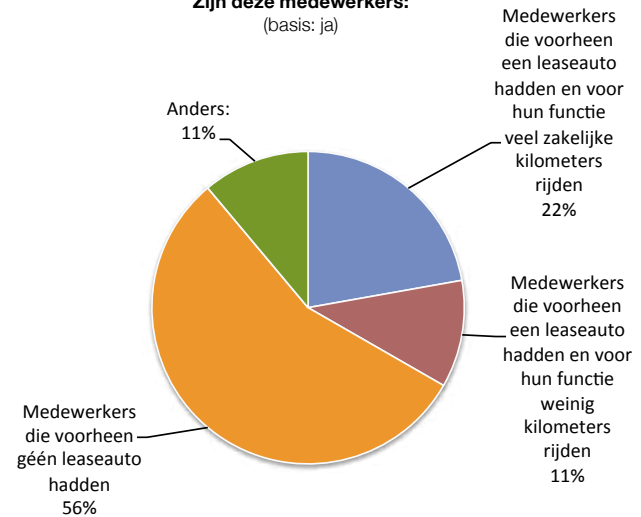
Wordt op dit moment gebruik gemaakt van privé-lease?

- Slechts 5% van de onderzochte bedrijven heeft medewerkers die gebruik maken van privé-lease (voor zakelijke doeleinden). Voor zover dat bekend is, want 7% van de respondenten weet dit niet.

Zijn er in bedrijf medewerkers met een privé-leaseauto die (ook) voor zakelijke doeleinden wordt gebruikt?



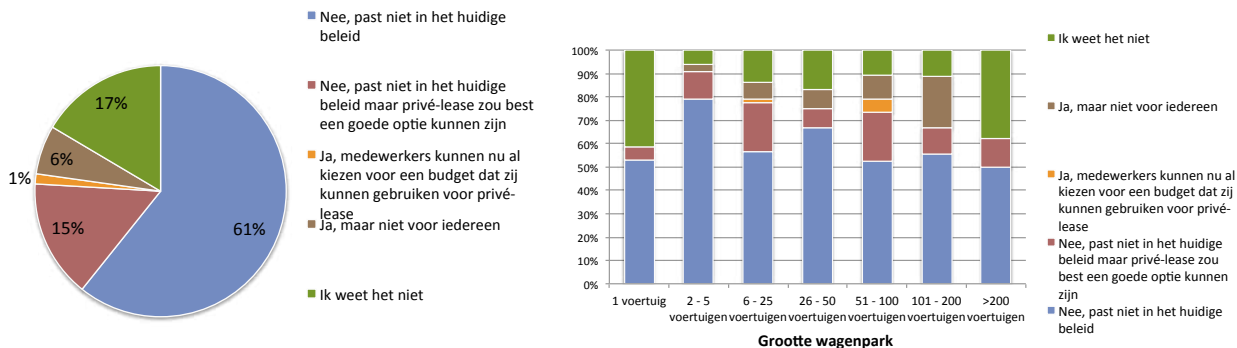
Zijn deze medewerkers: (basis: ja)



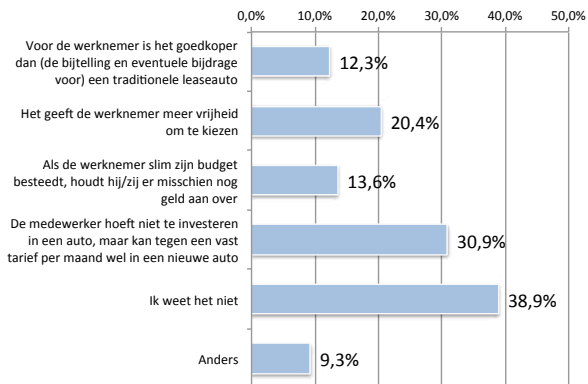
Is privé-lease een reële optie en wat zijn de voor- en nadelen?

- Driekwart van de respondenten wijst privé-lease af als reële optie voor de medewerkers in hun bedrijf die zakelijke ritten maken. Voor een deel omdat het niet in het huidige beleid past
- Een vrij groot deel is hierover (nog) onzeker: gemiddeld weet 17% het niet
- Ook een vrij hoog percentage weet de voor- en nadelen voor de werknemer en de werkgever niet te benoemen. Een teken van onbekendheid, een gebrek aan interesse, of het niet actueel zijn van het onderwerp.
- Belangrijkste voordelen voor de werknemer: geen investering nodig, vrijheid
- Belangrijkste nadelen voor de werknemer: langdurende financiële verplichting, toenemende verantwoordelijkheid
- Belangrijkste voordeel voor de werkgever: overgedragen (operationele) verantwoordelijkheid naar de werknemer toe
- Belangrijkste nadeel voor de werkgever: de verantwoordelijkheid die de werkgever op zich neemt door de werknemer met de nadelen op te zadelen (langdurende financiële verplichting, toenemende verantwoordelijkheid voor de werknemer). Dit wordt gezien als ongewenst

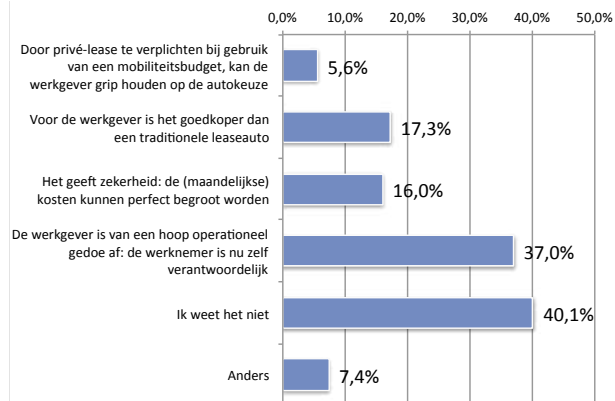
Zou privé-lease voor de medewerkers in uw bedrijf (die zakelijke ritten maken) een reële optie kunnen zijn?



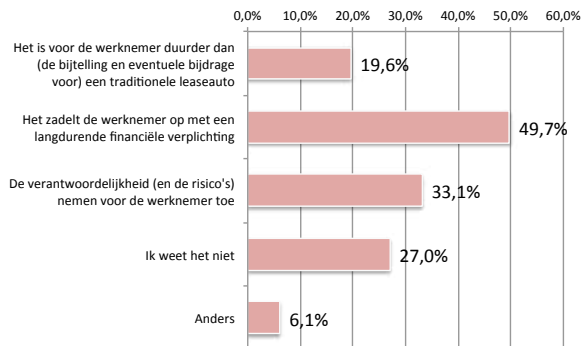
Wat zijn volgens u de voordelen van privé-lease voor de werknemer? (maximaal de twee belangrijkste voordelen)



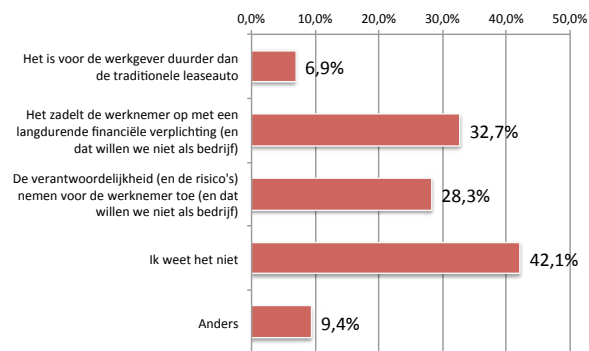
Wat zijn volgens u de voordelen van privé-lease voor de werkgever? (maximaal de twee belangrijkste voordelen)



Wat zijn volgens u de nadelen van privé-lease voor de werknemer? (maximaal de twee belangrijkste nadelen)



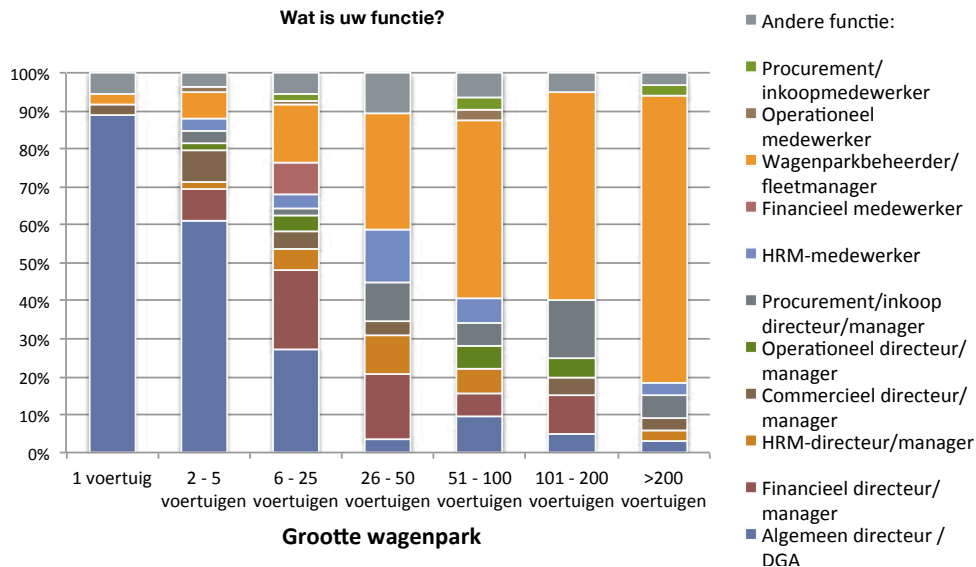
Wat zijn volgens u de nadelen van privé-lease voor de werkgever? (maximaal de twee belangrijkste nadelen)



4.9 Achtergrondinformatie bedrijf en functie respondent

Functie respondent

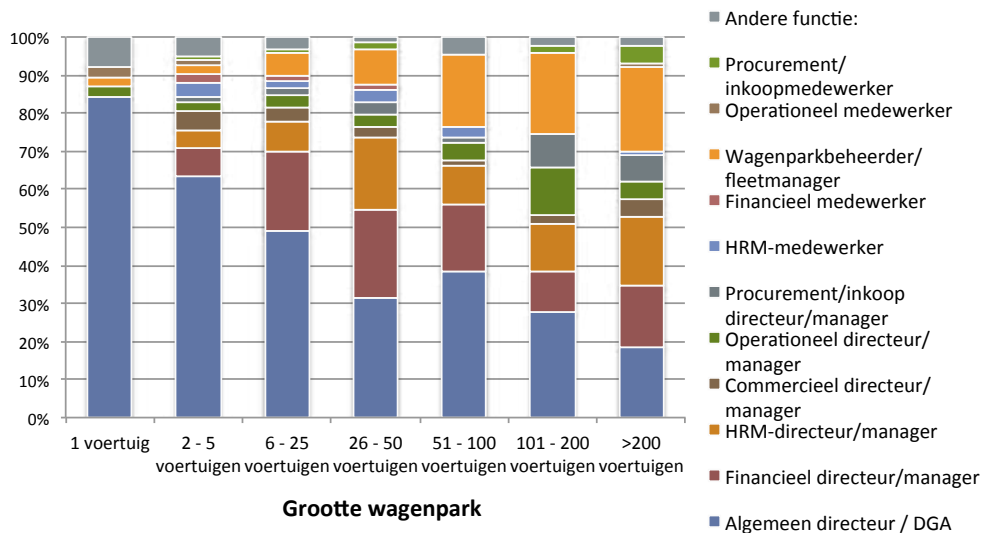
- Van kleine bedrijven heeft vooral de algemeen directeur gerespondeerd
- Bij de grotere bedrijven zijn het vooral de financieel directeur/manager en (met name) de wagenparkbeheerder/fleetmanager die de vragenlijst hebben ingevuld



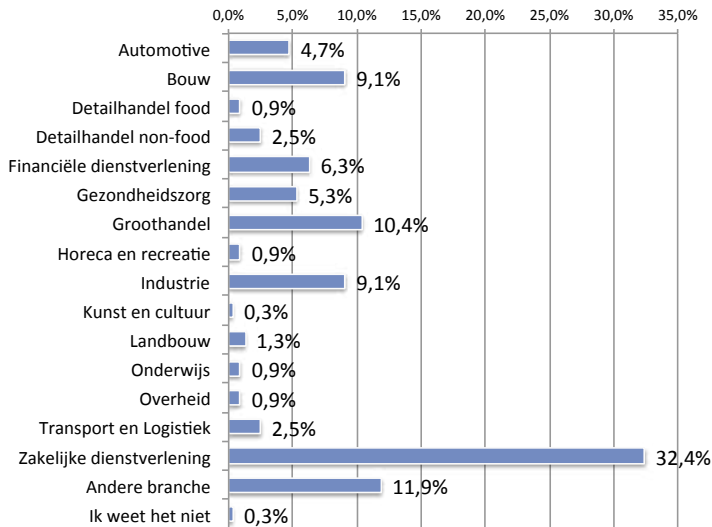
Beslissers en medebeslissers over zakelijke mobiliteit

In het NZO 2014 is tevens de vraag gesteld wie er in het bedrijf betrokken zijn bij beslissingen over zakelijke mobiliteit. Het blijkt dat de algemeen directeur / DGA altijd een belangrijke stem heeft. Naarmate bedrijven groter worden, wordt de besluitvorming steeds omvangrijker en complexer en wordt de rol van de wagenparkbeheerder steeds prominenter.

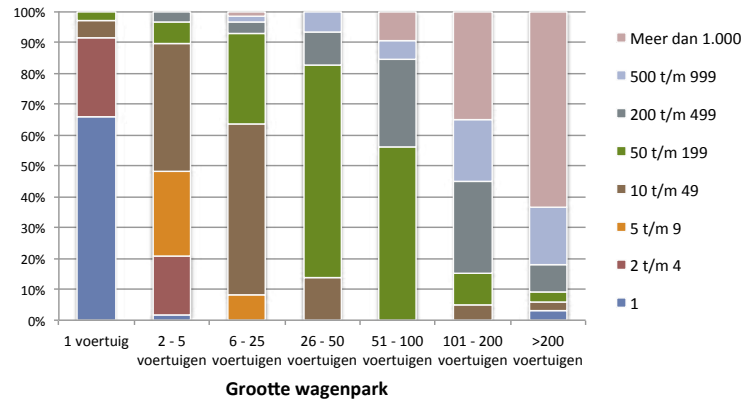
Wie zijn binnen uw bedrijf de beslissers (of belangrijke beïnvloeders) op het gebied van zakelijke (auto)mobiliteit? (meerdere antwoorden mogelijk)



Tot welke branche behoort uw bedrijf/het bedrijf waarvoor u werkzaam bent?



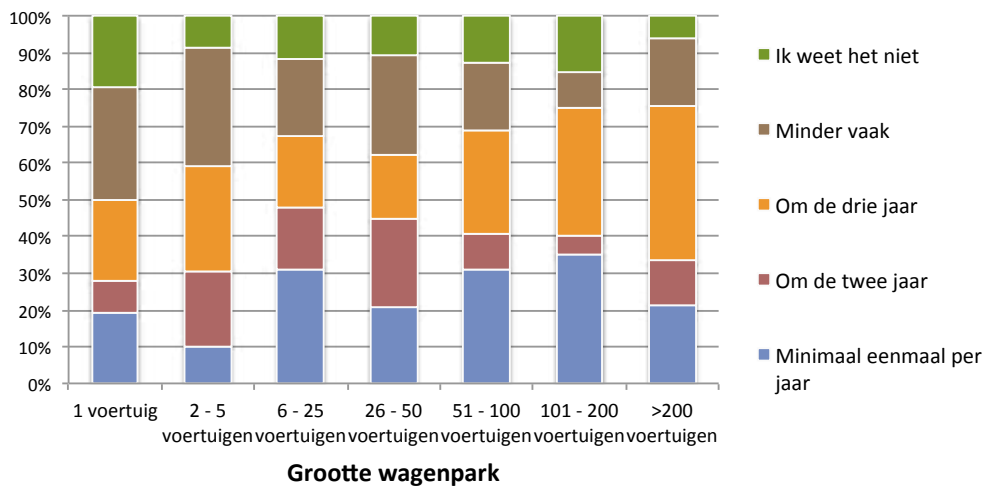
Hoeveel mensen zijn er werkzaam voor uw bedrijf?



Evaluëren inkoopcondities

Zakenauto's en zakelijke mobiliteit zijn forse kostenposten. En al eerder is geconstateerd dat bedrijven op zoek zijn naar kostenbesparingen. Opvallend is daarom dat de inkoopcondities relatief weinig worden geëvalueerd. Minder dan 30% doet dit minimaal eenmaal per jaar. Zo'n 50% doet dit om de drie jaar of minder vaak.

Hoe vaak worden de inkoopcondities voor (auto)mobiliteit tegen het licht gehouden (voor grote bedrijven: hoe vaak wordt een tender uitgeschreven)?

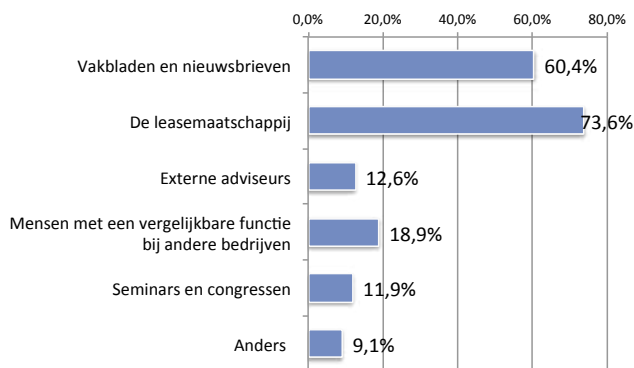


Belangrijke informatiebronnen op het gebied van wagenparkbeheer

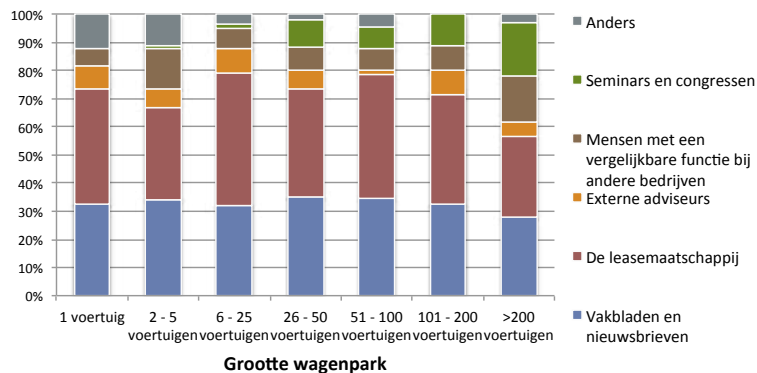
- De leasemaatschappij wordt gezien als de belangrijkste informatiebron voor de verantwoordelijke voor het wagenpark
- Vakbladen zijn tevens een belangrijk medium om op de hoogte te blijven
- Onder 'anders' worden vaak genoemd: internet, nieuwssites.
- Bij de grootste wagenparken is het beheer professioneel ingericht en zijn de benodigde resources ingevuld. Ook hier speelt de leasemaatschappij een belangrijke rol, maar in de antwoorden is duidelijk te zien

dat de grootste bedrijven meer activiteiten ontplooiën om zelfstandig de benodigde kennis te vergaren en dus minder op de leasemaatschappij leunen.

Wat zijn uw belangrijkste informatiebronnen op het gebied van mobiliteit en de zakenauto? (meerdere antwoorden mogelijk)



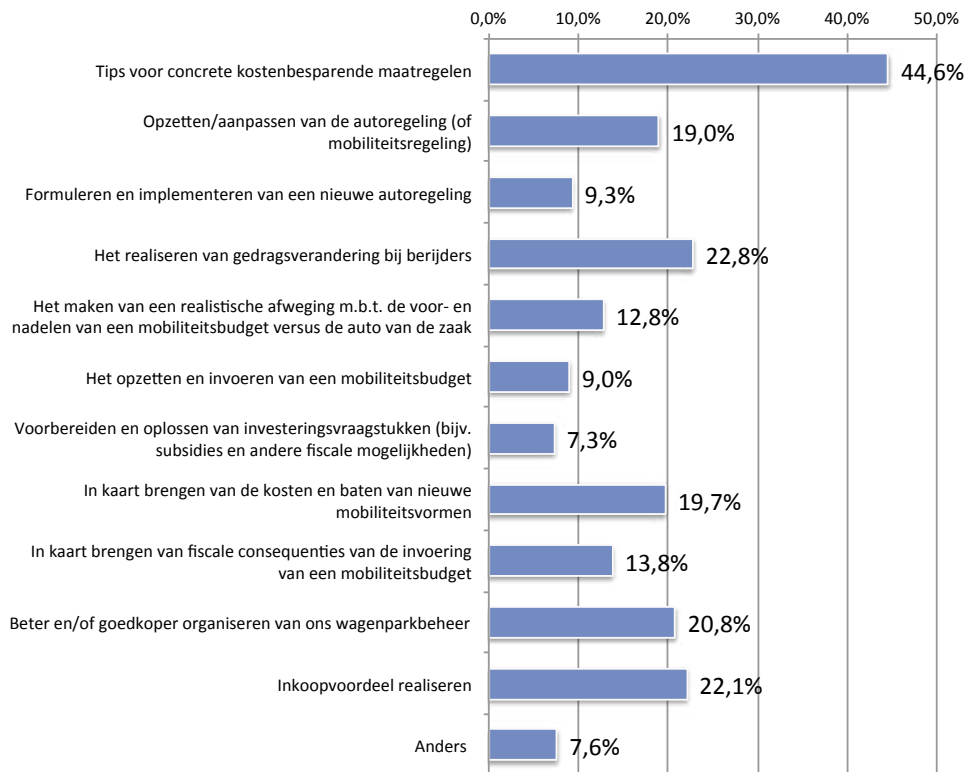
Wat zijn uw belangrijkste informatiebronnen op het gebied van mobiliteit en de zakenauto? (meerdere antwoorden mogelijk)



Behoeft aan ondersteuning

- De respondenten zijn vooral geïnteresseerd in concrete 'tips & trics': tips voor kostenbesparende maatregelen, inkoopvoordeel realiseren, duidelijkheid verschaffen bij investeringsvraagstukken
- Maar ook in het maken van beleid voor de toekomst en het onderbouwen daarvan; het opzetten/aanpassen van regelingen, het opzetten en invoeren van een mobiliteitsbudget inclusief de financiële consequenties
- Het realiseren van gedragsverandering is eveneens een onderwerp waarin ondersteuning gewenst is (vooral bij de grotere bedrijven)
- De belangrijke gebieden zijn sterk financieel gedreven

Op welke gebieden heeft u de meeste behoefte aan ondersteuning?
(geef maximaal (de belangrijkste) 3 antwoorden)





Hoofdstuk 5

Verantwoording

5.1 Achtergrond

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek 2014 is inmiddels de zesde editie van een jaarlijks onderzoek naar de zakenauto. De doelstelling is het uitvoeren van kwalitatief hoogstaand, betrouwbaar en actueel onderzoek op het gebied van de zakenauto. Bovendien wil het NZO onderbouwde en relevante conclusies met toegevoegde waarde presenteren aan de autobranche en andere belangstellenden. Continuïteit van het onderzoek en de onderzoeksresultaten staan centraal maar elk jaar wordt een specifiek thema nader uitgelicht. In 2012 was het thema de zakelijke rijder zélf. In 2013 en 2014 staan ‘willen en mogen’ centraal. De zakelijke rijder heeft wensen en behoeften, maar die heeft de werkgever ook. Sterker nog, het lijkt erop dat de werkgever steeds vaker de touwtjes in handen wil houden. Oftewel: wat wíl de zakelijke rijder en wat mág de zakelijke rijder (nog)? Welke keuzes worden gemaakt, nu en in de toekomst, op het gebied van de zakenauto en andere mobiliteitsaspecten?

Onderzoeksvragen Nationaal Zakenauto Onderzoek 2014:

- Welke factoren zijn van invloed op de keuze voor een zakenauto?
- Hoe belangrijk is ‘emotie’ (nog) bij de keuze voor een zakenauto?
- Welke rol speelt fiscale bijtellingsklasse in het keuzeproces?
- In hoeverre zijn andere en/of flexibele mobiliteitsvormen een serieus alternatief?
- Hoe belangrijk is de ‘eigen’ auto?
- Hoe zal de autokeuze zich ontwikkelen?
- Wat is de rol van de werkgever?

- Wie is de zakelijke rijder en welke keuzes maakt hij/zij nu en in de toekomst, op het gebied van de auto en mobiliteit?
- Welke afwegingen maken werkgever en werknemer op het gebied van (auto)mobiliteit? En wat zijn de gevolgen daarvan? Hoe kijken berijder en werkgever aan tegen het mobiliteitsbudget en privé-lease?
- Hoe loyaal zijn zakelijke rijders ten opzichte van hun merk, ten opzichte van het segment waarin ze rijden en ten opzichte van de bijtellingscategorie?
- Hoe aantrekkelijk worden merken/modellen door zakelijke rijders gevonden? Behoudt de NZO-attractiviteitsindex zijn voorspellende waarde?
- Welke ontwikkeling is zichtbaar met betrekking tot de belangrijkste conclusies uit het NZO 2013?

Het Nationaal Zakenauto Onderzoek is tot stand gekomen door een samenwerking tussen Automobiel Management, RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Informatie en Vereniging van Nederlandse Auto-leasemaatschappijen VNA. Onderzoek en analyse zijn uitgevoerd door Eric Vousten, principal researcher VMS | Research, Intelligence & Strategy.

5.2 Verantwoording

Er zijn twee onderzoeken uitgevoerd:

1. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2014 – BEDRIJVEN
2. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2014 – BERIJDEERS

Beide onderzoeken hebben plaatsgevonden door middel van een internet-enquête in de periode mei - juni 2014. Indien een emailadres voorhanden was, zijn naar zakelijke berijders en vertegenwoordigers van bedrijven die tot de doelgroep behoren gepersonaliseerde uitnodigingen verstuurd om deel te nemen aan het onderzoek. Verder zijn er anonieme hyperlinks geplaatst in relevante emailnieuwsberichten en websites.

Response

Bedrijvenonderzoek

Aantal respondenten:	489
Aantal volledig ingevulde vragenlijsten:	321

Berijdersonderzoek

Aantal respondenten:	3.989
Aantal volledig ingevulde vragenlijsten:	3.014

De deelnemende bedrijven vertegenwoordigen een mooie dwarsdoorsnede van Nederlandse bedrijven met een wagenpark. Alle wagenparken zijn (naar omvang wagenpark) goed vertegenwoordigd.

De reponse is ruim voldoende om betrouwbare resultaten te genereren. Indien statistisch verantwoord, is nader ingezoomd op gedetailleerde resultaten.

De reponse op het berijdersonderzoek is met bijna 4.000 deelnemers iets lager dan vorig jaar, maar zeer tevredenstellend. De betrouwbaarheid van de resultaten is hoog en het biedt mogelijkheden diepgaande analyses te maken. Het aandeel leaserijders is met negentig procent relatief hoog. Dankzij de hoge reponse en de voldoende hoge aantallen rijders met een zakenauto die eigendom is van het bedrijf, kunnen desondanks resultaten goed geïnterpreteerd en indien nodig verbijzonderd worden.

5.3 Opzet rapportage

De rapportage is in vijf delen opgesplitst:

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

Uitgebreide onderzoeksresultaten en gedetailleerde analyses zijn terug te vinden in het bijlagenrapport. Het bijlagenrapport NZO 2014 is te downloaden op de websites van Automobiel Management (www.automobielmanagement.nl), RDC (www.rdc.nl) en VNA (www.vna-lease.nl)

Colofon

Datum

September 2014

NZO 2014 is een onderzoek van

- AM Automobiel Management – Deventer
- RDC | Centraal Bureau Mobiliteit Informatie – Amsterdam
- VNA Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen – Bunnik

Research & analyse

VMS | Research, Intelligence & Strategy – IJsselstein

Eric Vousten – principal researcher

Redactie

Automobiel Management – Deventer

Vormgeving en opmaak

De Opmaakredactie – Deventer

Druk

Drukkerij Roelofs - Enschede