



NATIONAAL
ZAKENAUTO
ONDERZOEK
2019

ZAKENAUTO IN NEDERLAND

DATA - ANALYSES - TRENDS

NATIONAAL ZAKENAUTO ONDERZOEK 2019
DATA - ANALYSES - TRENDS

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

Inhoud

Voorwoord	5	Hoofdstuk 3 Onderzoeksresultaten	24
Hoofdstuk 1 Belangrijkste conclusies	6	3.1 Huidige en volgende zakenauto	25
Hoofdstuk 2 Marktanalyse op basis van AutoMotive Dashboard	12	3.1.1 Kenmerken huidige zakenauto	26
2.1 De totale markt en de zakelijke markt	14	3.1.2 Kenmerken huidige zakenauto EV	28
2.2 De zakelijke markt – een aantal kenmerken	15	3.1.3 Net Promoter Score (aanbeveling)	29
2.3 De zakelijke markt – merkposities	17	3.1.4 Invloedsfactoren op de keuze van de zakenauto	32
2.4 De zakelijke markt – merkposities door de jaren heen	18	3.1.5 De volgende zakenauto	35
2.5 De zakelijke markt – modelposities door de jaren heen	19	3.1.6 Rangorde automerken op basis van Loyaliteit	42
2.6 De zakelijke markt – ontwikkeling EV	20	3.1.7 Rangorde automerken op basis van de Attractiviteitsindex	43
2.7 De zakelijke markt – ontwikkeling (PH)EV	21	3.1.8 Imago: associaties merken	45
2.8 De zakelijke markt – indicatie private leasemarkt	22	3.2 Inrichting mobiliteit	48
		3.2.1 Behoefte aan verandering	49
		3.2.2 Wat is belangrijk	50

3.2.3	Stellingen over de werkgever	51	3.3	Mobiliteitsbudget en MaaS	81
3.2.4	Beperkingen autokeuze	52	3.3.1	Gebruik en interesse mobiliteitsbudget	81
3.2.5	Alternatieven en concrete gebruiksintenties	56	3.3.2	MaaS	85
3.2.6	Regeling fiets van de zaak	58	3.4	Verkeersveiligheid	86
3.2.7	Kenmerken van de groep ‘triple yes’	59	3.5	Autodelen	94
3.2.8	Behoeftte aan verandering	61	3.6	Verwachte ontwikkeling samenstelling wagenpark naar aandrijfsoort	95
3.2.9	Visie op mobiliteit	62	3.7	Achtergrond en profilering	97
3.2.9.1	Stellingen over mobiliteit	62	3.7.1	Kenmerken van de zakelijke rijder	97
3.2.9.2	Criteria die het mobiliteitsplan bepalen	63	3.7.2	Zes profielen van zakelijke rijders – ontwikkeling	101
3.2.10	Verwachte veranderingen	66	3.7.3	Kenmerken van de onderzochte bedrijven	108
3.2.11	Alternatieven en concrete gebruiksintenties	69	3.7.4	Onderscheidende kenmerken van de onderzochte populatie bedrijven	111
3.2.12	Fiets van de zaak	71			
3.2.13	Parkeerproblemen en oplossingen	73		Hoofdstuk 4 Verantwoording	112
3.2.14	Actieve rol verduurzaming	74		Colofon	116

Voorwoord



Peter Brouwer



Renate Hemerik



Joost Bruins



Onderzoeker Eric Vousten

Dit is alweer de elfde uitgave van het Nationaal Zakenauto Onderzoek. Dit onderzoek is evenals voorgaande jaren tot stand gekomen met de drie partners: RDC, de Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen en Automobiel Management. Het onderzoek is zoals ieder jaar uitgevoerd door VMS | Insight en geeft een helder en compleet beeld van de zakelijke markt in Nederland. Uitputtend, volledig en voorspellend.

Zo laat het zien dat de EV op korte en middellange termijn de norm wordt. De fiscale stimulering heeft hier zonder meer een grote rol in gespeeld, maar inmiddels zijn er meerdere argumenten die de keuze voor een EV bepalen. Allereerst is er steeds meer keuze en zijn de ervaringen van de EV-rijders dusdanig positief dat de volgende auto eveneens

een elektrisch aangedreven auto wordt. Diesel is de grote verliezer en benzine is een transitiebrandstof aan het worden.

Het mobiliteitsbudget is onmiskenbaar in opmars, waarbij de groots aangekondigde leasefiets toch nog een bescheiden rol lijkt te spelen. Met name de opmars van Aziatische merken in de zakelijke markt zet stevig door. De beschikbaarheid van EV's bij enkele merken zet hier zoden aan de dijk.

De toepassing van ADAS wordt vooral als een vanzelfsprekendheid beschouwd. Nog steeds worden verschillende functies weinig tot niet gewaardeerd. Zo blijft de lane departure warning bij de meeste bestuurders een doorn in het oog en schakelen zij deze onmiddellijk uit.

De hoeveelheid data die u ook dit jaar weer in het onderzoek zult aantreffen biedt een betrouwbare onderbouwing voor de toekomst van zakelijke mobiliteit en de wijze waarop uw dienstverlening daarop kan aansluiten. Wie nog dieper in de resultaten wil graven kan contact opnemen met onderzoeker Eric Vousten.

Namens de samenstellers,
Peter Brouwer,
hoofdredacteur AM

Joost Bruins,
commercieel directeur RDC Group

Renate Hemerik,
directeur VNA

Hoofdstuk 1

CONCLUSIES NZO 2019



1. EV wordt de norm

Snelle opkomst EV voorspeld: In 2025 is 44% van de zakelijke fleet volledig elektrisch.

Benzine wordt gezien als transitiebrandstof.

Bedrijven zijn behoorlijk positief over volledig elektrische aandrijving en verwachten een snelle acceptatie en een hoge bereidwilligheid om over te stappen. Men verwacht ook een relatief snelle introductie en adaptatie van waterstof/FCEV (Fuel Cell Electric Vehicle), maar de voorspellingen hierover zijn iets gematigder (en wellicht realistischer) dan vorig jaar. De snelle opkomst van BEV's (Battery Electric Vehicles) gaat in eerste instantie vooral ten koste van diesel, in een later stadium ook van benzine. Ten opzichte van vorig jaar is het dieselaandeel van het actueel rijdende wagenpark al sterk afgenomen. Deze verwachtingen resulteren samen in de volgende kerncijfers van het wagenpark personenauto's: in 2025 is 44% van alle zakelijke auto's een full EV (BEV of FCEV), 55% van alle zakelijke auto's heeft een vorm van elektrische aandrijving.

Tesla Model 3 meest gewild als volgende zakenauto (by far...)

Het NZO meet jaarlijks de attractiviteit van merken en modellen. Opvallend is de sterke stijging van Kia en in mindere mate van Hyundai.

Het kunnen aanbieden van EV's in een voor velen toegankelijk segment is blijkbaar een succesfactor. Het lijkt erop dat Nissan hiervan minder weet te profiteren.

Tesla staat al jaren op de eerste plaats van de attractiviteitsladder.

Die positie kan Tesla in 2019 handhaven, de populariteit van de Model 3 speelt daarbij een belangrijke rol. De Tesla Model 3 is veruit het meest gewild bij de zakelijke rijders, 10% zou daar nu voor kiezen. Daarna volgen de Volvo V60 en BMW 3-serie. Kia Niro en Hyundai Kona (beide EV) staan ook hoog op het lijstje. Er staan opvallend veel auto's uit het L-segment (medium SUV) tussen.

Eenmaal EV ervaren....

EV-rijders zijn over het algemeen zeer tevreden wat zich vertaalt in een hoge NPS van +51. Overigens speelt de gunstige bijtelling daarbij wel een belangrijke rol. De aanbeveling van benzine (+30), PHEV (+17) en diesel (+16) is een stuk lager. De hoogste aanbevelingsscore is nog steeds voor Tesla. Kia en Hyundai behalen een hoge NPS mede dankzij hun EV's Niro en Kona. Bijna iedereen die nu EV rijdt zal hierna ook weer voor EV kiezen.

Attractiviteit
sterke relatie met
EV-aanbod

NB tijdens het veldwerk voor dit onderzoek was nog niet bekend dat de bijtelling in 2020 zou gaan wijzigen.

2. Fleetverantwoordelijken voorspellen veel minder vaak een afname van het aantal zakenauto's. Toenemende bedrijfsactiviteiten zorgen vaker voor groei wagenpark.

Meer dan de helft van de bedrijven geeft aan selectiever om te gaan met het verstrekken van auto's van de zaak. In 2017 verwachtte 37% dat aan minder medewerkers een auto van de zaak ter beschikking zal worden gesteld; dat is toegenomen naar 47% in 2018 en 53% in 2019. Grote bedrijven zijn het meest expliciet in hun oordeel.

Maar: de verwachting dat het totale aantal zakenauto's zal afnemen is drastisch gedaald: van 42% in 2016 en 34% in 2018 naar 12% in 2019. Het grootste deel verwacht voor de komende drie jaar geen verandering, meer dan een derde verwacht juist een toename van auto's. De belangrijkste reden voor toename is bedrijfsgroei of verwachte groei in activiteiten.

1/3
verwacht groei fleet

3. In het mobiliteitsbeleid staat de medewerker (weer) centraal

Naast kosten hebben werkgevers steeds meer aandacht voor medewerkerstevredenheid, flexibiliteit, mobiliteitsbudget en veiligheid.

De kosten van mobiliteit worden door bedrijven nog steeds aangegeven als belangrijkste aspect bij de inrichting van het mobiliteitsbeleid. Maar andere aspecten als medewerkerstevredenheid en verkeersveiligheid zijn sterk gestegen in

70%
hecht belang aan
wens medewerkers

belang. Ook 'voldoen aan de wens van medewerkers naar meer keuze en flexibiliteit' neemt sterk toe (van 46% in 2016 naar 70% in 2019). Dit uit

zich bijvoorbeeld in het vaker aanbieden van een mobiliteitsbudget.

De medewerker staat steeds meer centraal: zowel de vrijheid om de keuze voor een auto te bepalen als het gebruik kunnen maken van een gevarieerd mobiliteitsaanbod scoren (weer) hoger dan vorig jaar. Berijders koppelen dat ook terug: in het NZO zien we dat berijders vaker volledige vrijheid ervaren om binnen het budget een auto naar eigen keuze te kiezen (67% ten opzichte van 60% vorig jaar).

4. Na jaren van tegenvallende acceptatie van het mobiliteitsbudget, nemen gebruik en interesse significant toe

Gebruik van en interesse in mobiliteitsbudget neemt na jaren nu merkbaar toe.

De afgelopen jaren was een schijnbare tegenstelling zichtbaar: bedrijven zetten steeds vaker in op het aanbieden van een mobiliteitsbudget maar zakelijke rijders liepen er maar niet warm voor. Dit jaar is duidelijk sprake van een trendbreuk: zowel het gebruik als de interesse liggen beduidend hoger dan voorgaande jaren. Belangrijke redenen: meer zakelijke rijders worden geconfronteerd met een mobiliteitsbudget omdat meer werkgevers het positioneren als alternatief en daarnaast wil een toenemend aantal zakelijke rijders meer grip op de eigen mobiliteit.

11% van de berijders die nu geen gebruik maakt van een mobiliteitsbudget heeft er wel interesse in en 33% heeft misschien interesse. De concrete gebruikssintentie (het aandeel respondenten zonder mobiliteitsbudget dat aangeeft dat de kans meer dan 60% is dat ze de komende drie jaar gebruik gaan maken van een mobiliteitsbudget) is 5%. Een procentpunt

Potentieel gebruik
mobiliteitsbudget
groeit naar
11%

hoger dan vorig jaar. In het NZO worden zes profielen van zakelijke rijders onderscheiden. Voor de 'Onverschillige' en de 'Statusgevoelige' is het mobiliteitsbudget vaker een realistische optie. In potentie groeit het aandeel gebruikers van een mobiliteitsbudget de komende drie jaar naar 6% huidige gebruikers + 5% nieuwe gebruikers = 11% van alle zakelijke rijders. Nog steeds heeft een aanzienlijk deel van de bedrijven invoering van het mobiliteitsbudget op de agenda staan: 19% verwacht dit de komende drie jaar te doen. Van hen verwacht een kwart dat een groot deel van de zakelijke rijders van het budget gebruik zal gaan maken. Belangrijkste motivatie voor invoering is het voldoen aan de wensen van medewerkers naar meer keuzemogelijkheden. Bijkomend voordeel van de overstap van een eigen wagenpark naar een mobiliteitsbudget is de reductie van CO₂-uitstoot. De mate waarin is uiteraard wel afhankelijk van de wijze waarop de medewerker invulling geeft aan het budget.

Gebruikssintentie alternatieven (met name Openbaar Vervoer) neemt significant toe.

Bijna een kwart van de bedrijven geeft aan regelmatig tot zeer intensief bezig te zijn met het stimuleren van het gebruik van alternatieve vervoersvormen. Zij verwachten vooral

een toename van OV-gebruik. De meeste zakelijke rijders zijn behoorlijk verknocht aan hun zakenauto en in veel gevallen worden alternatieven resoluut afgewezen. Dat is het beeld dat we de afgelopen jaren ook in het NZO bevestigd zagen. Toch zien we dit jaar een opvallende verschuiving: Aanmerkelijk vaker dan voorheen wordt de verwachting uitgesproken daadwerkelijk binnen drie jaar gebruik te maken van alternatieven. Zo stijgt het aandeel dat van de trein gebruik gaat maken van 9% naar 13%. Bus/tram/metro stijgt van 7% naar 10%. Dat zijn significante stijgingen. Desondanks is een nuancering op zijn plaats: veruit de grootste groep verwacht uitsluitend de zakenauto te blijven gebruiken.

5. Nog veel onbekendheid over de leasefietsregeling. 40% van de bedrijven verwacht regeling aan te bieden. Interesse onder zakelijke rijders laag.

Met ingang van 1 januari 2020 is er een nieuwe regeling voor een fiets van de zaak. Fiscaal vergelijkbaar met de behandeling van een auto van de zaak; er is een bijtelling van toepassing van 7% van de nieuwwaarde van de fiets. Voor relatief veel bedrijven is de nieuwe regeling voor een fiets van de zaak nog onbekend terrein. Grote bedrijven geven vaker aan inhoudelijk

goed op de hoogte te zijn. 38% van de bedrijven gaat naar verwachting een fiets van de zaak aanbieden. 62% van de bedrijven verwacht dat niet te doen. Bij bedrijven met meer dan 1.000 medewerkers verwacht 50% de fietsregeling beschikbaar te stellen.

Enthousiasme over leasefiets is beperkt

Wat invoering van de fietsregeling concreet betekent voor de interne (financiële) regelgeving is vaak nog niet bekend. Bedrijven die de fiets gaan aanbieden verwachten dat vooral medewerkers zonder zakenauto er gebruik van zullen maken.

Meer dan de helft van de zakelijke rijders is niet bekend met deze regeling. De interesse is laag. Berijders met een laag woon-werk kilometrage hebben meer interesse in een leasefiets.

6. Verkeersveiligheid is vooral een zaak van anderen, zo lijkt het.

Werkgevers hechten veel belang aan verkeersveiligheid, maar beleid en uitvoering lopen daarmee niet in de pas.

Bij meer dan de helft van de bedrijven is verkeersveiligheid een belangrijk thema. Bij 13% is het géén thema. Bedrijven die verkeersveiligheid belangrijk vinden zijn vaker

bezig met verduurzaming, hebben vaker een merkenbeperking, stimuleren zakelijke rijders vaker om minder kilometers te rijden en voelen zich vaker verantwoordelijk voor de (verkeers) veiligheid van medewerkers. 44% van de bedrijven heeft instructies en/of voorwaarden opgenomen in het mobiliteitsbeleid met betrekking tot verkeersveiligheid. 45% besteedt helemaal geen aandacht aan verkeersveiligheid en 10% weet het niet. Minder bedrijven dan vorig jaar (11% ten opzichte van 13%) stelt eisen aan de aanwezigheid van bepaalde ADAS bij de keuze voor een nieuwe zakenauto. De bereidheid om financieel bij te dragen aan ADAS is beperkt. Het lijkt erop dat bedrijven verkeersveiligheid wel belangrijk vinden maar dat er in de praktijk weinig concreet beleid wordt gemaakt om dit te realiseren.

Méér ADAS in méér auto's, maar aandeel niet-gebruik neemt toe.

Over het algemeen zijn nieuwe auto's steeds vaker voorzien van diverse ADAS-systemen. Omdat zakenauto's relatief jong zijn, is de ingroei van ADAS in dit segment nog duidelijker zichtbaar. De aanwezigheid van ADAS in

Verkeersveiligheid bij 13% geen thema

auto's van bouwjaar 2019 is zeer hoog en sterk toegenomen ten opzichte van auto's van bouwjaar 2018 en eerder. Van de ADAS-systemen zijn achteruitrijcamera (61%), emergency brake (56%),

+30%
schakelt ADAS uit

distance alert (46%) en adaptive cruise control (43%) het meest aanwezig, het vaakst gebruikt en het meest gewenst bij een volgende aankoop.

Overigens is Blind Spot Indication System (BLIS) of dodehoekdetectie ook erg gewenst bij de volgende keuze. Over de systemen die de berijder zelf kan aan/uitzetten is gevraagd hoe deze worden gebruikt en in welke mate deze worden uitgezet. Iets meer dan 30% van de respondenten schakelt lane departure warning (LDW) en lane keeping aid (LKA) wel eens of altijd uit. Vorig jaar was dat minder dan 30%. Het aandeel auto's met ADAS is dus toegenomen, maar het aandeel berijders dat er niet of onvoldoende gebruik van maakt is ook (licht) toegenomen.

Berijders voelen nauwelijks urgentie en verantwoordelijkheid om de werking van de veiligheidsvoorzieningen in hun auto uit te leggen aan andere gebruikers.

In 85% van de zakenauto's wordt ook door anderen gereden. Dat kan een collega zijn of een familielid.

In de helft van de gevallen wordt aangegeven dat de andere bestuurders op de hoogte zijn van de aanwezigheid en werking van ADAS. De andere helft geeft aan dat de andere bestuurders niet op de hoogte zijn of weet het niet.

7. MaaS nauwelijks bekend; vooral grote bedrijven in de Randstad zien voordelen.

Mobility as a Service (MaaS) is een steeds meer gehoord begrip in de mobiliteitsmarkt. Letterlijk vertaald betekent het: mobiliteit aanbieden als een service. Geen bezit van vervoersmiddelen, maar het gebruik ervan. Binnen het MaaS-concept worden alle mogelijke vormen van vervoer gecombineerd en het is daarmee, in andere woorden, een marktplaats voor mobiliteit. Via deze marktplaats voor mobiliteit kan de medewerker eenvoudig de beste vervoersoplossing plannen, boeken en betalen voor zijn of haar reis (zowel zakelijk als privé).

MaaS
nog weinig bekend

De bekendheid van MaaS ligt nog op een laag niveau. Eigenlijk geven alleen de grote bedrijven aan inhoudelijk behoorlijk goed op de hoogte te zijn waar het voor staat en wat het betekent. Kenmerken van bedrijven die wél geïnteresseerd

zijn in MaaS: ze zijn gevestigd in een stedelijke omgeving, alternatieve vervoersvormen worden nu al gestimuleerd, het besef is vaker aanwezig dat verduurzaming op korte termijn geld kost en vaak wordt al een mobiliteitsbudget aangeboden. Het merendeel van de respondenten die interesse hebben in MaaS, is er redelijk zeker van dat een bedrijf met een actief mobiliteitsbeleid op het gebied van MaaS wordt gezien als een aantrekkelijke werkgever.

Hoofdstuk 2

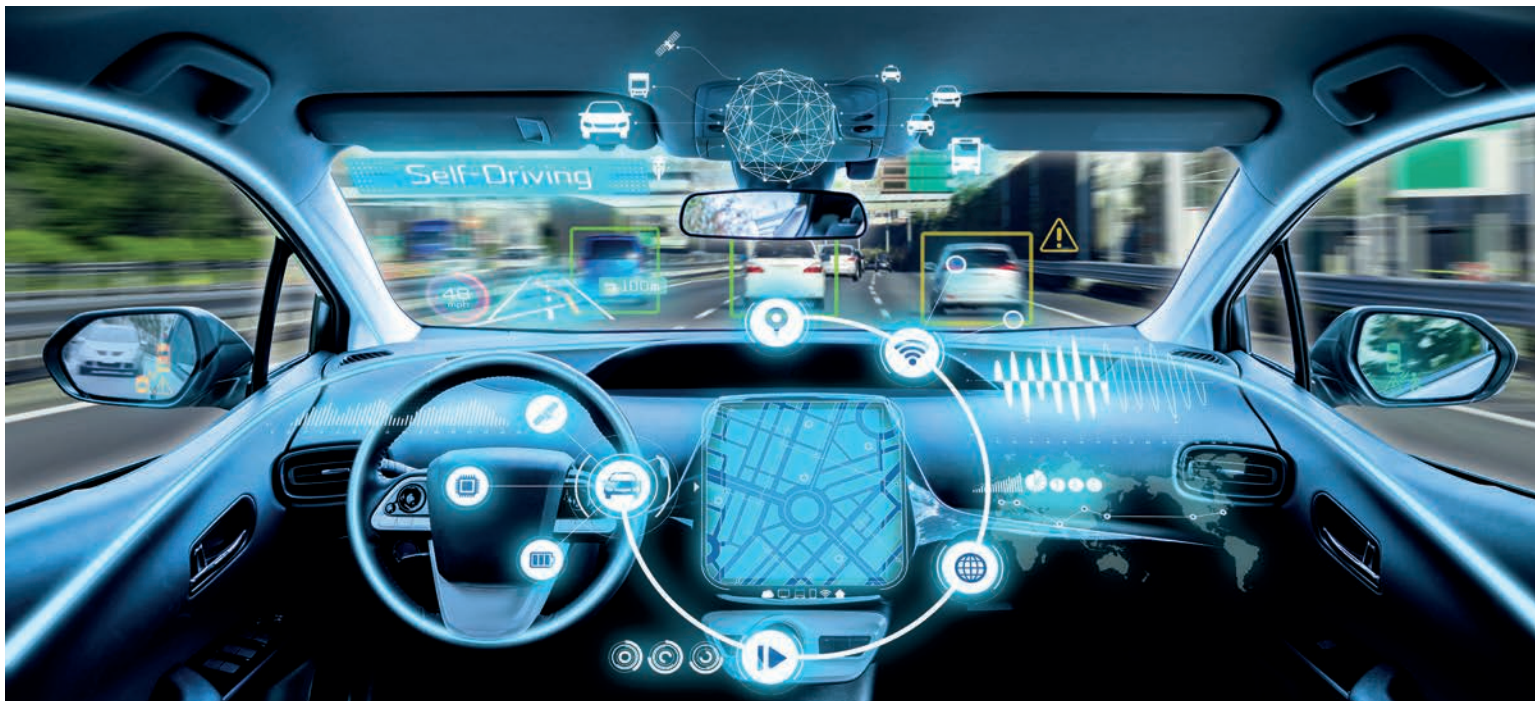
MARKTANALYSE OP BASIS VAN AUTOMOTIVE DASHBOARD

In dit hoofdstuk worden de trends in de markt voor zakelijke auto's behandeld. Hiervoor is gebruik gemaakt van AutoMotive Dashboard van RDC - een platform voor het analyseren van automotive data.

Alle data hebben betrekking op geregistreeerde personenauto's tot en met augustus 2019.

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 wettelijke verplichtingen en niet het commercieel gebruik. Dit behoeft enige toelichting:

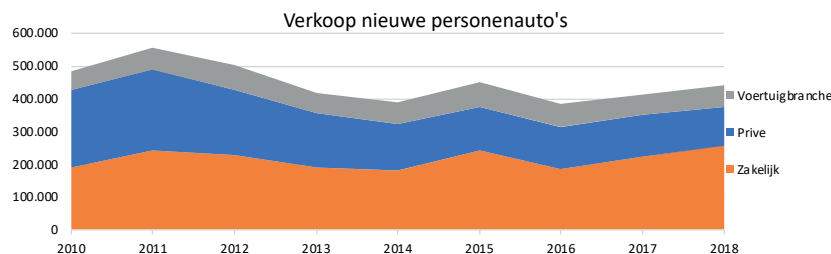
- De segmenten klein zakelijk, fleetowner, leasemaatschappij en rental bestaan niet volledig uit auto's met een zakelijke bestemming. In sommige gevallen zijn private leaseauto's geregistreerd op naam van een leasemaatschappij.
- Het RTL-register (Registratie Tenaamstelling Leasemaatschappij) stelt leasemaatschappijen in staat om voertuigen te registreren in het RDW-kentekenregister op naam van de

lessee of haar berijders, terwijl de leasemaatschappij een aantal kentekenhouderverplichtingen op zich kan nemen. De lessee kan zakelijk zijn of particulier (bij private lease).

- 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

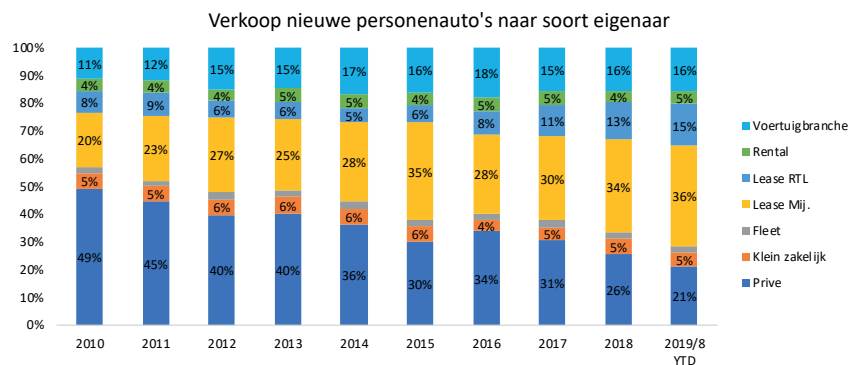
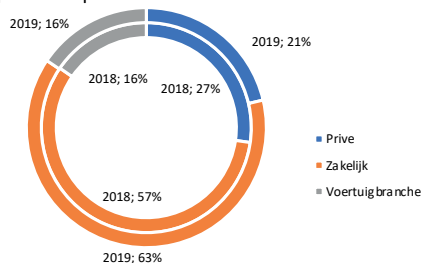
zijn niet volledig uit de statistiek te herleiden. Met inachtneming van bovenstaande nuancerings geeft clustering van de vijf segmenten (klein zakelijk, fleetowner, leasemaatschappij, lease RTL en rental) het meest zuivere beeld op basis van de registratiestatistiek. Echter, in dit NZO wordt een indicatie gegeven van de grootte van de private lease markt en tevens worden de consequenties zichtbaar voor onder andere catalogusprijs, BPM en CO₂-uitstoot indien de private leaseauto's niet worden meegeteld in de zakelijke markt. De resultaten en de uitgangspunten voor de berekening zijn te vinden in paragraaf 2.8.

2.1 De totale markt en de zakelijke markt

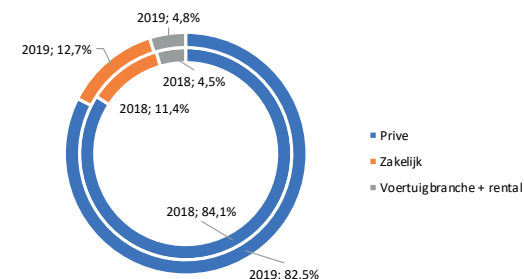


	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019/8 YTD
Prive	237.822	248.472	199.996	166.232	141.284	135.316	129.842	127.201	114.667	61.940
Zakelijk	190.642	241.771	225.891	188.998	181.316	240.814	184.223	223.039	258.925	185.349
Voertuigbranche	54.169	65.603	76.592	61.487	64.968	72.776	68.447	64.066	69.939	46.357
Totaal	482.633	555.846	502.479	416.717	387.568	448.906	382.512	414.306	443.531	293.646

Verkoop nieuwe personenauto's YTD 2018-2019



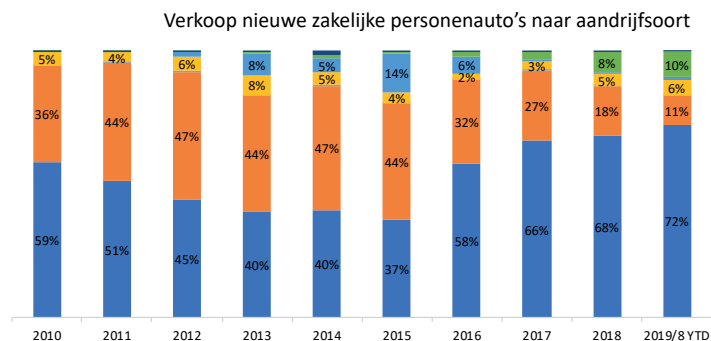
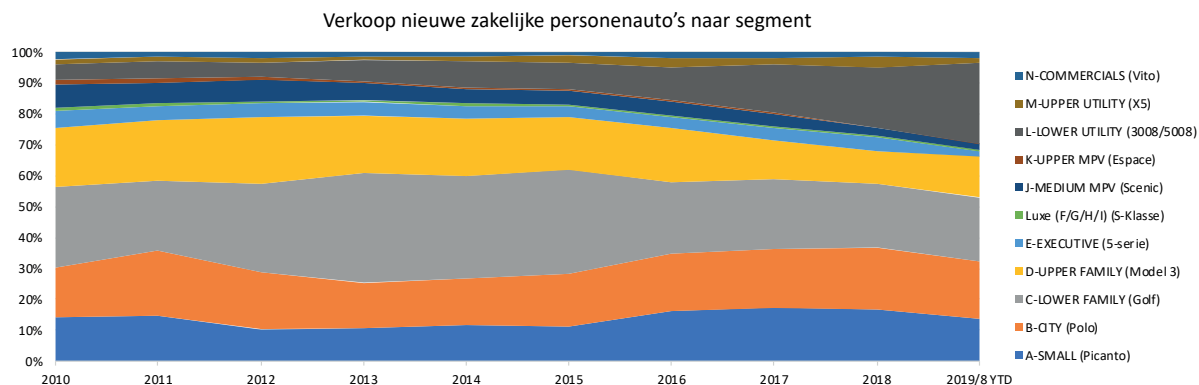
Wagenpark personenauto's 1-1-2018 – 1-9-2019



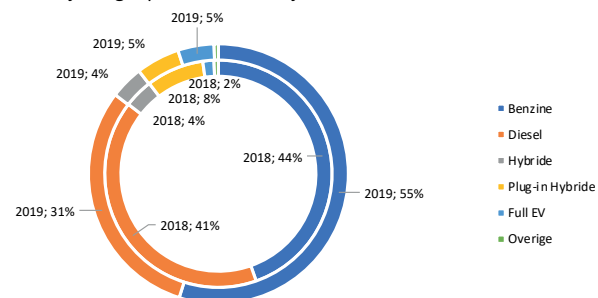
- De totaalmarkt nieuwverkopen 2018 bestaat uit 443.500 personenauto's. In 2018 is het aandeel zakelijk 57%, in de eerste 8 maanden van 2019 is dit gestegen naar 63%. Met name de privé-verkopen zijn gedaald. Deze daling wordt gedeeltelijk gecompenseerd door de toename van private lease.
- Tot en met augustus 2019 is de verkoop van nieuwe personenauto's met 11% afgenomen

- ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. De zakelijke markt is met 1,1% afgenomen. Het aandeel lease (inclusief RTL) is voor het eerst meer dan 50% van de nieuwverkopen.
- Het totale zakelijke personenautopark bestaat uit ruim 1,1 miljoen auto's, dat is 12,7% van het totale wagenpark. Circa 175.000 private leaseauto's maken hiervan deel uit.

2.2 De zakelijke markt – een aantal kenmerken



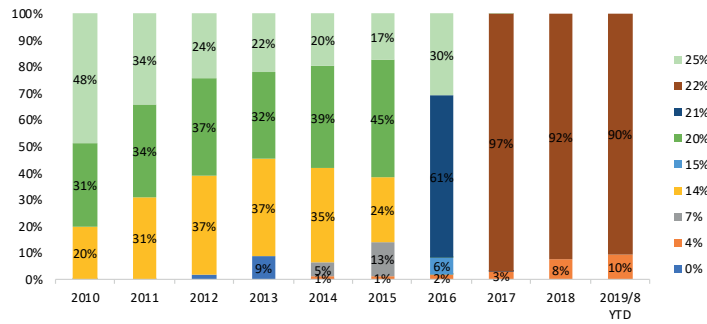
Zakelijk wagenpark naar aandrijfsoort 1-1-2018 – 1-9-2019



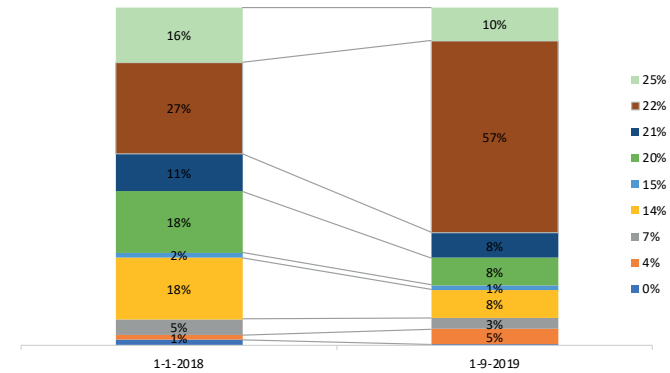
- Het L-segment is in 2019 voor het eerst het grootste segment. Jarenlang was het C-segment het grootste. Kleine SUV's worden steeds gewilder. Momenteel zijn de elektrische Kona en Niro zeer populair. Maar ook de marktaandelen van de Grandland X en VW T-Roc zijn sterk gestegen.
- Het aandeel elektrische auto's in de nieuwverkopen is gestegen tot boven de 10%.

- De gunstige bijtelling voor de zakelijke rijder en het toenemende aanbod van EV's zijn de belangrijkste oorzaken voor het stijgende marktaandeel.
- Er worden nog maar weinig dieselauto's zakelijk ingezet, slechts 11% van de nieuwe zakelijke personenauto's is voorzien van een dieselmotor. In het zakelijke wagenpark is 31% van de auto's voorzien van een diesel, begin 2018 was dit nog 41%.

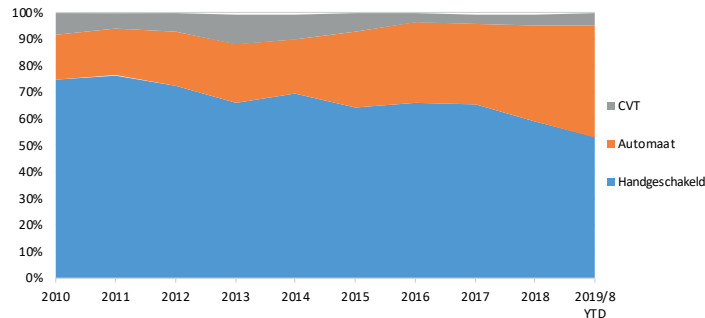
Verkoop nieuwe zakelijke personenauto's naar bijtellingsklasse



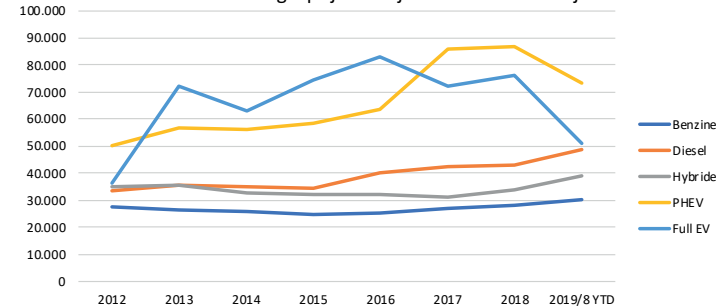
Zakelijke wagenpark personenauto's naar bijtellingsklasse



Verkoop nieuwe zakelijke personenauto's naar transmissie



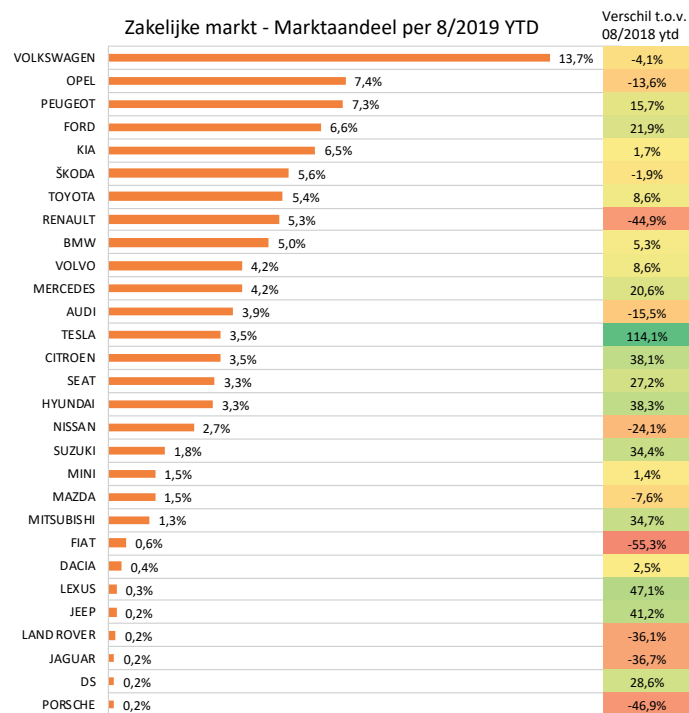
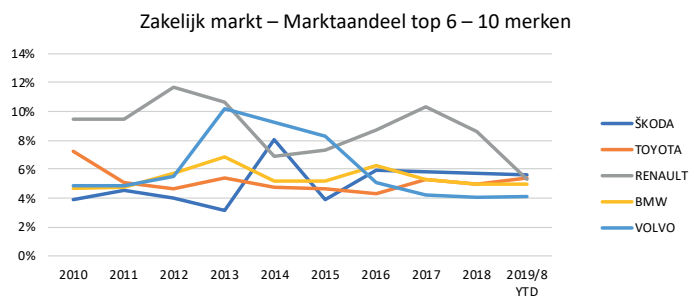
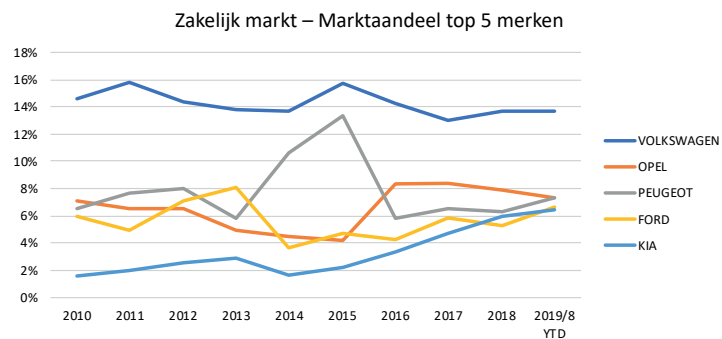
Gemiddelde catalogusprijs zakelijke auto naar aandrijfsort



- Het wagenpark zakelijke auto's met 22% bijtelling is sterk toegenomen. Per 1-9-2019 valt bijna 60% van alle zakelijke personenauto's in deze bijtellingscategorie. 5% (1 op de 20) valt in de 4%-bijtellingscategorie.
- Inmiddels is bijna de helft van alle verkochte zakelijke auto's uitgerust met een automatische transmissie of CVT (Continu Variabele Transmissie).
- Interessante waarnemingen met betrekking tot de prijsontwikkeling naar aandrijfsort:
 - Na het wegvallen van het bijtellingsvoordeel op PHEV vanaf 2017, worden alleen nog maar dure PHEV's verkocht.
 - Vanaf 2013 is Tesla beschikbaar en al snel de meest verkochte EV, dit zorgt voor een hoge gemiddelde prijs voor EV. De introductie van de Jaguar I-Pace eind 2018 en de invoering

- van de "Tesla-tax" met ingang van 2019 zorgt in 2018 nog voor veel vooruitgeschoven registraties. Vanaf 2019 zijn goedkopere EV's beschikbaar, zoals Model 3, Kona en Niro. Dure modellen worden in de eerste 8 maanden van 2019 nauwelijks geregistreerd.
- De gemiddelde prijs voor dieselauto's neemt toe. Het aantal diesels neemt af en de diesels die worden verkocht zijn vaak groter en duurder. Bij deze auto's is, bij een hoog jaarkilometrage, het financiële voordeel van diesel nog aanzienlijk. Daarnaast zorgt de afschaffing van de 14% bijtellingscategorie met ingang van 2016 voor een afname van goedkopere diesels.
- De catalogusprijs van de gemiddelde diesel en gemiddelde EV is in 2019 nagenoeg gelijk.

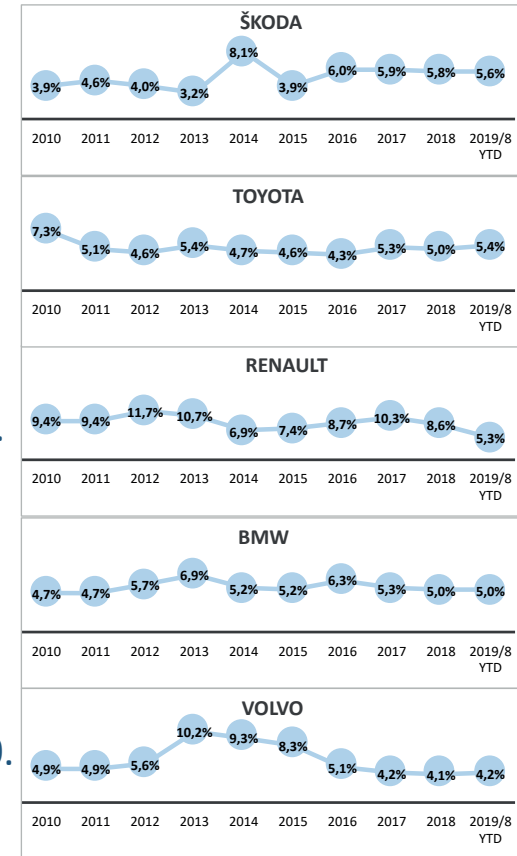
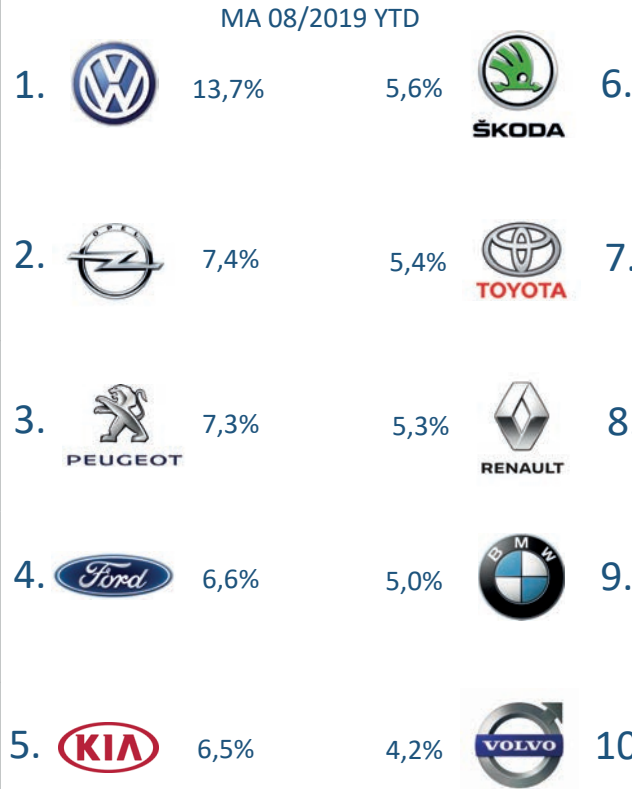
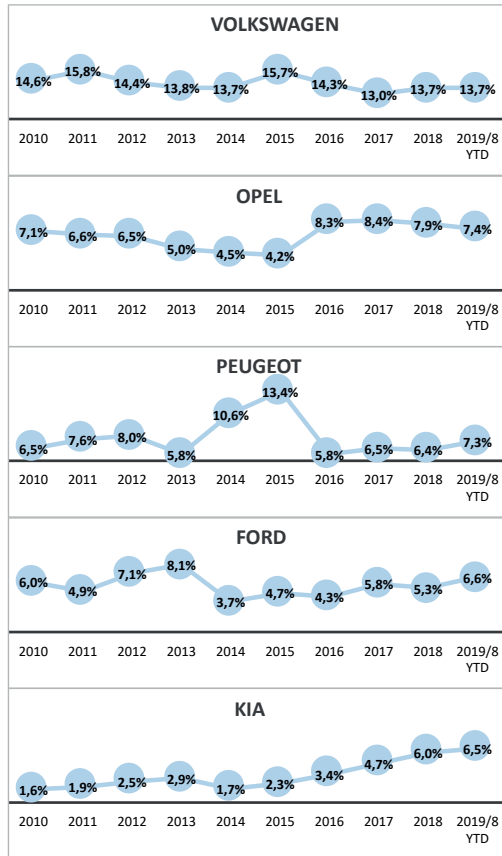
2.3 De zakelijke markt – Merkposities



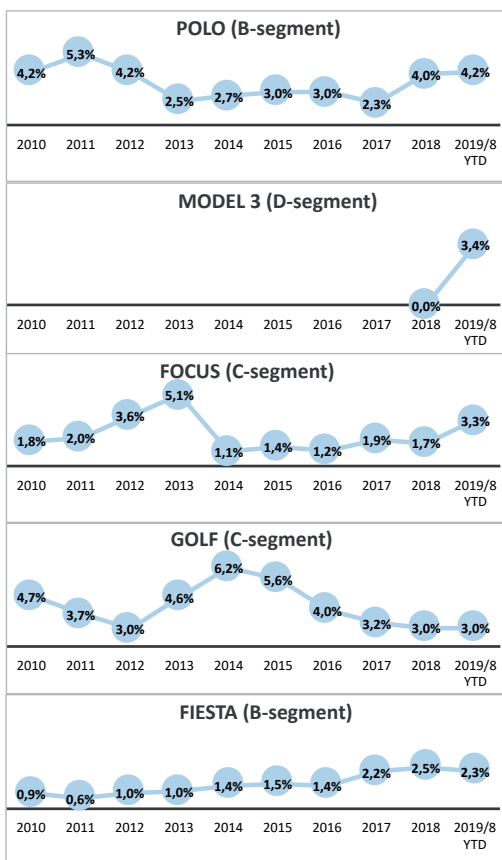
- Volkswagen is nog steeds het meest populaire merk in de zakelijke markt. Gevolgd door Opel en Peugeot.
- In de top 10 neemt het marktaandeel van Peugeot, Ford, Kia, Toyota, BMW en Volvo toe. Het marktaandeel van Renault is sterk afgenomen. Audi stond vorig jaar nog op plek 10, maar is ondertussen gezakt naar de 12e plek. Het marktaandeel van Tesla is meer dan verdubbeld.

- Bij de modellen staat de Polo op de eerste plaats. De Model 3 heeft in de eerste 8 maanden van 2019 een marktaandeel van 3,4% bereikt, goed voor een tweede plaats. De nieuwe Focus slaat goed aan en maakt de top-3 compleet.











2.4 De zakelijke markt – Merkposities door de jaren heen

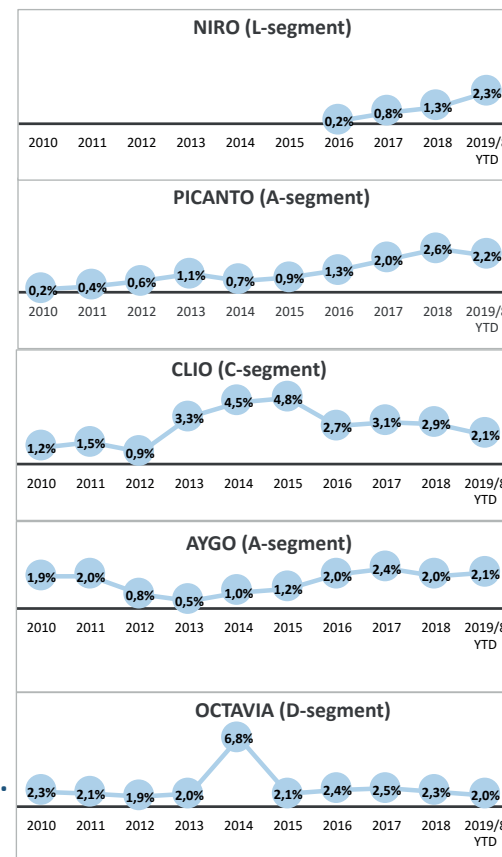


2.5 De zakelijke markt – Modelposities door de jaren heen



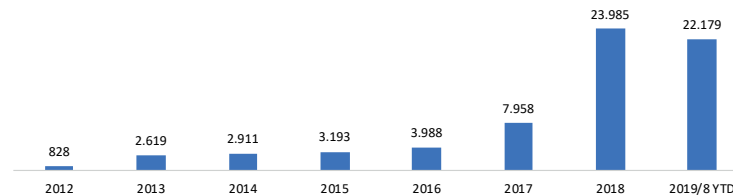
MA 08/2019 YTD

1.  4,2%
2.  3,4%
3.  3,3%
4.  3,0%
5.  2,3%
6.  2,3%
7.  2,2%
8.  2,1%
9.  2,1%
10.  2,0%

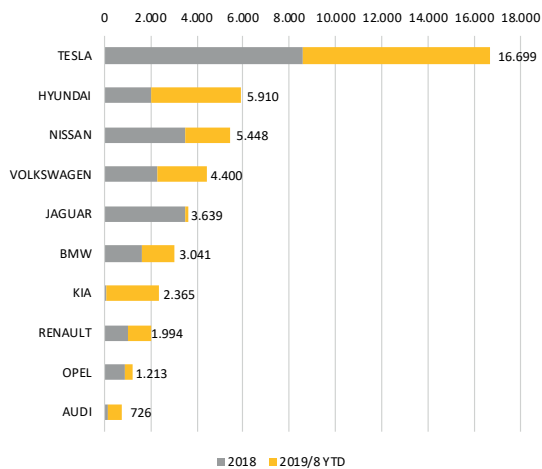


2.6 De zakelijke markt – Ontwikkeling EV

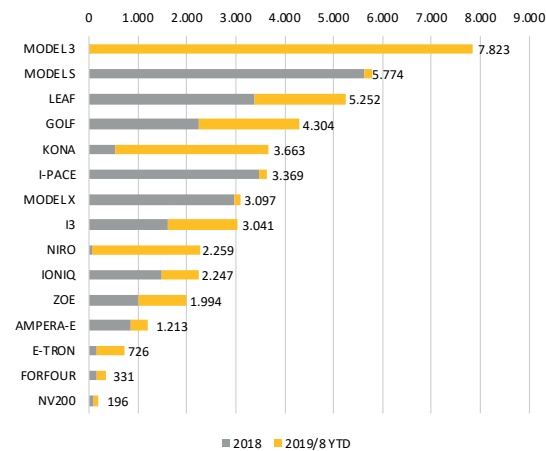
Verkoop nieuwe EV-personenauto's



Verkoop nieuwe EV's 2018-2019 naar merk



Verkoop nieuw EV's 2018-2019 naar model



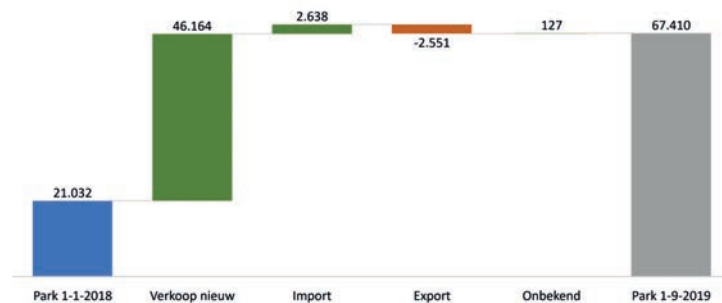
- Elektrische auto's worden steeds populairder. In de eerste 8 maanden van 2019 zijn in Nederland bijna evenveel EV's verkocht als in geheel 2018. Met name de Model 3 van Tesla is zeer populair, maar ook de Kona en Niro mogen zich verheugen in warme belangstelling van zakelijke rijders.
- Ten opzichte van vorig jaar worden er minder dure EV's verkocht. Modellen zoals de Jaguar I-Pace, Tesla Model S en X zijn in 2019 nauwelijks geregistreerd. Eind vorig jaar zijn er veel

geregistreerd om nog maximaal te profiteren van de 4% bijtelling. Vanaf januari geldt alleen nog maar 4% bijtelling over de eerste €50.000, over de waarde daarboven moet 22% bijgeteld worden.

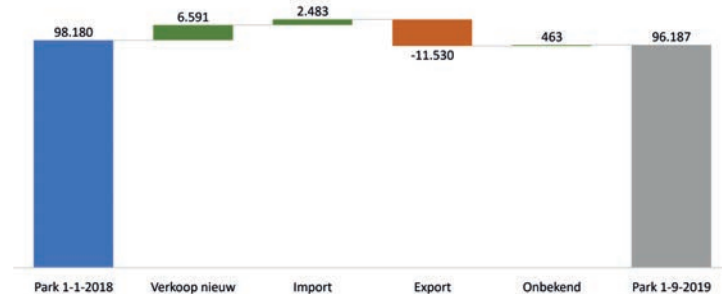
- Indien de nieuwverkopen van 2018 en 2019 (tot en met augustus) worden opgeteld, wordt de dominantie van Tesla erg duidelijk. Nissan en Volkswagen scoren hoog. Runners up: Hyundai en Kia.

2.7 De zakelijke markt – Ontwikkeling (PH)EV inclusief import en export

Ontwikkeling wagenpark EV-personenauto's 1-1-2018 tot 1-9-2019



Ontwikkeling wagenpark PHEV-personenauto's 1-1-2018 tot 1-9-2019



- Sinds januari 2018 is het wagenpark elektrische personenauto's gegroeid van ruim 21.000 naar ruim 67.000 in september 2019. In die periode zijn er ruim 46.000 EV's geregistreerd. Maar ook 2.600 geïmporteerd. Daartegenover zijn er tevens 2.600 geëxporteerd. Dit zijn voornamelijk Tesla's van meer dan 5 jaar oud (geen bijtellingsvoordeel meer), maar ook enkele honderden jonge Hyundai Ioniqs en Nissan Leafs zijn geëxporteerd.
- Het wagenpark plug-in hybrides is iets afgenomen. Dit komt voornamelijk door de export van PHEV's die 5 jaar oud zijn geworden. Inmiddels hebben ruim 11.000 PHEV's waar geen bijtellingsvoordeel meer op zit het land verlaten. Ondanks de afwezigheid van bijtellingsvoordeel worden er nog steeds nieuwe PHEV's verkocht; de relatief lage CO₂-uitstoot en het bijkomende BPM-voordeel ten opzichte van diesel en benzine zorgt ervoor dat ze relatief gunstig geprijsd zijn.

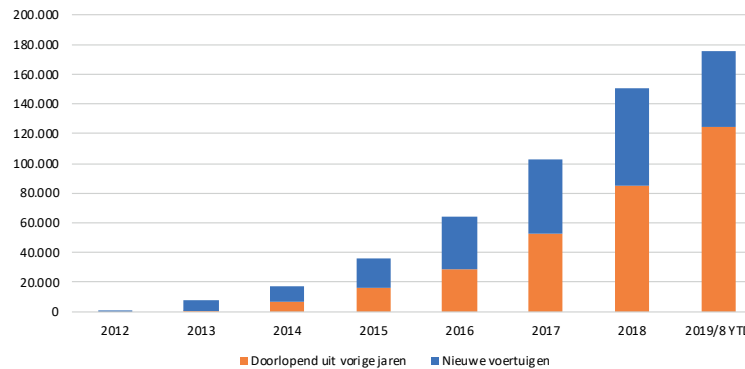
2.8 De zakelijke markt – Indicatie private leasemarkt

Private lease wordt steeds populairder. In 2018 zijn er naar schatting 65.000 nieuwe private leaseauto's geregistreerd. In de eerste 8 maanden van 2019 zijn er naar verwachting zo'n 50.000 bijgekomen. Momenteel zijn er in totaal circa 175.000 private leaseauto's in Nederland.

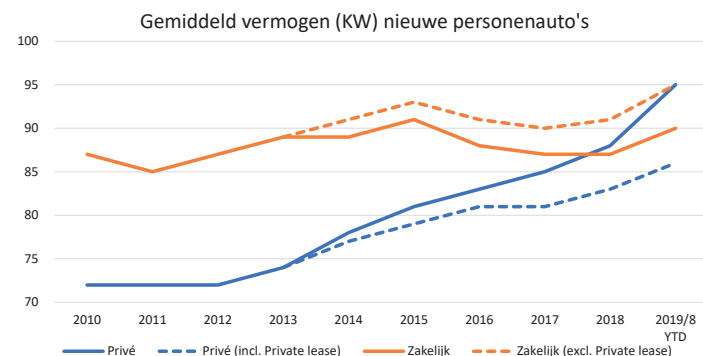
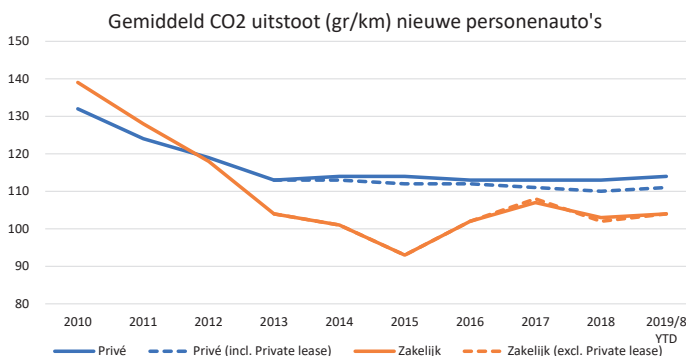
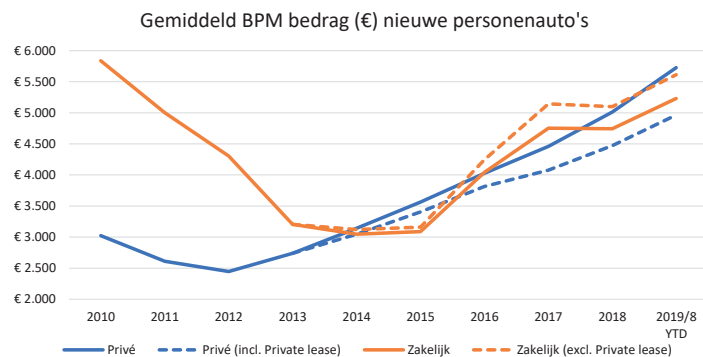
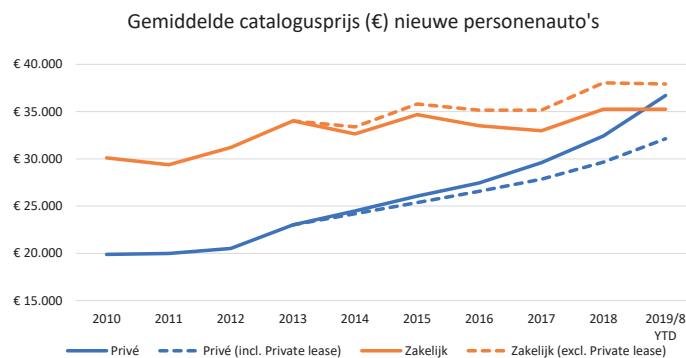
Naar schatting bestaat momenteel meer dan een kwart van de zakelijke registraties uit private leaseauto's.

Private leaseauto's zijn van leasemaatschappijen en tellen dus mee voor de zakelijke markt. Op dit moment is het niet mogelijk om op basis van de registraties een onderscheid te maken tussen een private lease en zakelijke lease. Uit onderzoek blijkt dat de meeste leasemaatschappijen de private leaseauto's registreren op naam van de consument (RTL Privé). Om toch meer transparantie te geven over de leasemarkt en het aandeel private lease in het bijzonder, hebben we een bewerking gemaakt op basis van RDC-registraties (Automotive Dashboard), de VNA-publicatie 'VNA autoleasemarkt in cijfers' en eigen inschattingen.

Indicatie wagenpark private lease



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019/8 YTD
Nieuwe voertuigen private lease	500	7.500	10.000	20.000	35.000	50.000	65.000	50.000
Aandeel private lease van zakelijke registraties	0%	4%	6%	8%	19%	22%	25%	27%
Wagenpark private lease	500	8.000	17.000	36.000	64.000	103.000	150.000	175.000



Wat is de invloed van private lease op een aantal kenmerken van de zakelijke markt?

In bijgevoegde grafieken is een inschatting gemaakt welke invloed private lease heeft op een aantal kenmerken van de nieuwe registraties. De oranje en blauwe lijnen geven de zakelijke respectievelijk particuliere markt weer volgens de registatiestatistieken. De oranje stippellijn geeft de zakelijke markt weer exclusief private lease en de blauwe stippellijn de privémarkt inclusief private lease.

- Private leaseauto's bestaan voornamelijk uit A-, B- en L-segment auto's. Aangezien het relatief kleine auto's zijn zorgt dit ervoor dat de gemiddelde prijs en het BPM- bedrag van een zakelijke auto hoger uitkomen wanneer privé leaseauto's buiten beschouwing worden gelaten. De gemiddelde prijs van een zakelijke auto is in 2019 € 35.250,-. Wordt private lease niet meegenomen dan kost een gemiddelde zakelijke auto circa € 38.000,-
- Private leaseauto's hebben weinig invloed op de

gemiddelde uitstoot van zakelijke auto's. De CO2-uitstoot van zakelijke auto's ligt lager dan van privé geregistreerde auto's, mede dankzij het grote aantal elektrische auto's. Private leaseauto's zijn over het algemeen kleiner en lichter en stoten daardoor gemiddeld evenveel uit.

- Bijna 85% van de nieuwe verkochte privé registraties is op naam van personen met een leeftijd van boven de 45 jaar. Voor een groot deel (40%) kiest deze doelgroep voor een SUV in het L-segment.

Hoofdstuk 3

ONDERZOEKSRESULTATEN

Dit hoofdstuk bevat de belangrijkste resultaten van het berijdersonderzoek en het bedrijvenonderzoek van het NZO 2019. Het berijdersonderzoek geeft inzicht in de zakenauto en zijn berijder en de wijze waarop de berijder omgaat met mobiliteitsvraagstukken en autokeuze. Aan het onderzoek is door bijna 2.400 respondenten deelgenomen. Het bedrijvenonderzoek is uitgevoerd onder ruim 800 respondenten die allemaal verantwoordelijk of medeverantwoordelijk zijn voor het wagenpark en/of het mobiliteitsbeleid.

De resultaten van beide onderzoeken zijn per onderwerp geclusterd. Om goed onderscheid te kunnen maken tussen berijders en bedrijven is per onderwerp (paragraaf) duidelijk aangegeven op welke doelgroep deze betrekking heeft: berijders, bedrijven of berijders én bedrijven. Bovendien is bij elke grafiek of tabel een kenmerk 'berijders' of 'bedrijven' toegevoegd.

3.1 Huidige en volgende zakenauto

Een vast element in het NZO is de autokeuze. Om voorkeuren goed te kunnen meten zijn vragen gesteld over de huidige auto en over de volgende auto. Hieruit kunnen veel zaken worden afgeleid zoals merk- en modelvoorkeur, voorkeur voor brandstofsoort/aandrijfsoort en bijtellingsklasse.

Ook dit jaar is traditiegetrouw het marktsentiment in kaart gebracht.

Loyaliteit en attractiviteit zijn daarbij belangrijke begrippen. Hiermee wordt de voorkeurspositie van automerken binnen de zakelijke doelgroep aangegeven, welke marktpositie realistisch is en welke inspanningen nodig zijn om de gewenste marktpositie te behalen. Door de gebruikte methodiek in combinatie met de grootte en de samenstelling van de respondentengroep levert het NZO inmiddels een betrouwbare indicatie op voor de toekomstige marktposities binnen de zakelijke markt.

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

Verder is de tevredenheid van merken gemeten en uitgedrukt in de NPS (Net Promoter Score, of aanbeveling). Ook wordt het belang van 20 aspecten (invloedsfactoren) op de keuze van de zakenauto in beeld gebracht.

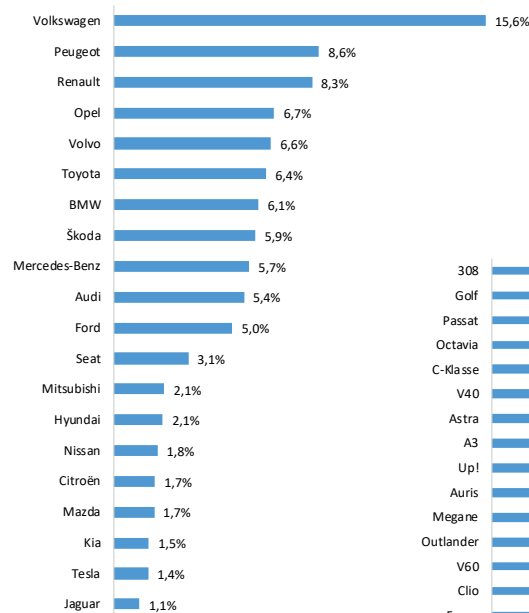
Waar relevant worden resultaten vergeleken met eerdere metingen.



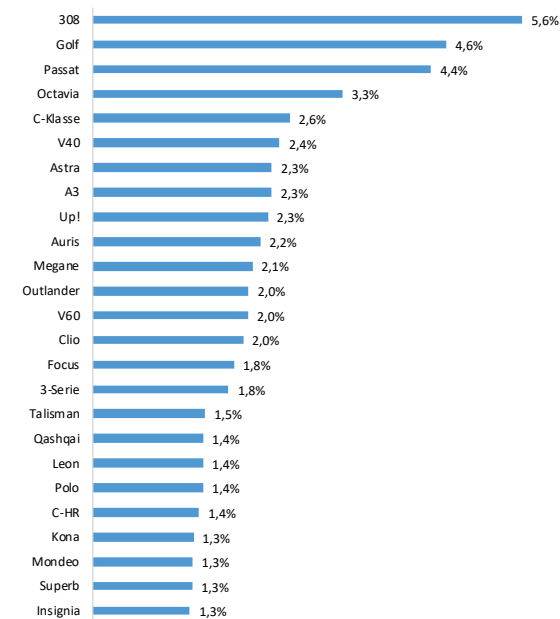


- De merkaandelen binnen de onderzochte populatie komen in grote lijnen overeen met het wagenpark zakelijke auto's. De top-5 bestaat uit dezelfde merken als in 2018, alleen zijn Opel en Volvo van plek gewisseld.
- In het overzicht van modellen staan ook geen verrassingen. De Peugeot 308 staat bovenaan dankzij het aantrekkelijke (14%-bijtellings-) aanbod tot en met 2015.
- 76% heeft een auto die is uitgerust met (alleen) een traditionele verbrandingsmotor. Het aandeel diesel is stevig gedaald van 58% in 2017 en 51% in 2018 naar 41% in 2019. 6% rijdt volledig elektrisch (t.o.v. 1% in 2017 en 2% in 2018) en 11% heeft een plug-in hybride (gelijk aan 2018).
- Er zijn relatief veel auto's van bouwjaar 2015; die worden met een lange looptijd ingezet om maximaal gebruik te kunnen maken van het bijtellingsvoordeel.
- De gemiddelde cataloguswaarde is gestegen naar € 41.500. Deze stijging is te verklaren door de toegenomen inzet van relatief dure EV's. De gemiddelde prijs van het zakelijke wagenpark is volgens RDC € 35.600. Maar dat is inclusief private lease en verhuurauto's die het gemiddelde naar beneden trekken.
- Bijna de helft van de zakelijke auto's valt nu in de 22% bijtellingsklasse. Het aandeel respondenten met een gunstige bijtelling (alle bijtellingsklassen behalve 22% en 25%) is sterk afgenomen: van 70% in 2017 en 50% in 2018 naar 44% in 2019.
- Bijna 40% van de respondenten heeft nog meer dan 24 maanden te gaan voordat de auto vervangen wordt, 23% vervangt binnen 13 tot 24 maanden en bij 35% staat vervanging de komende 12 maanden op de rol.

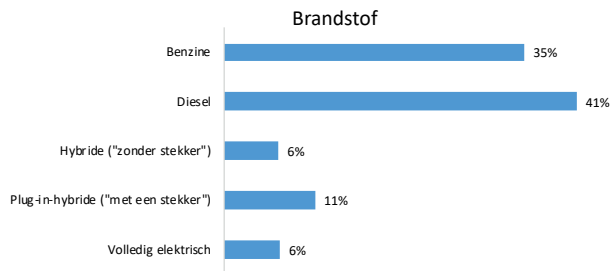
In welk merk auto rijdt u?



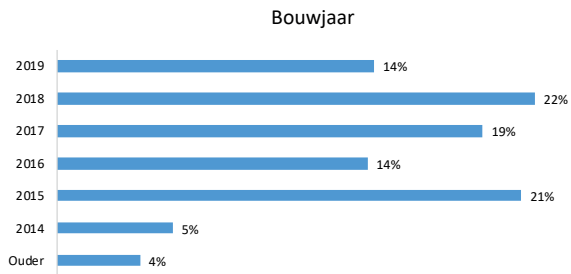
En in welk model?



Diesel neemt sterk af, in 2019 nog maar 41% (51% in 2018)



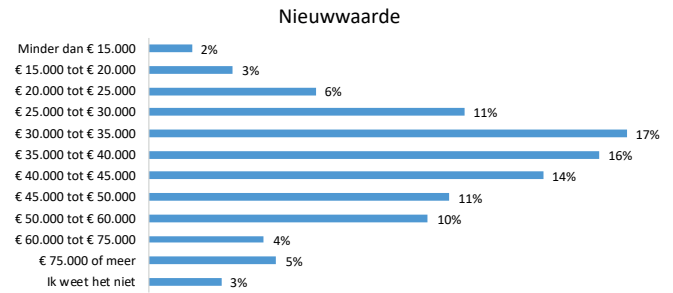
Gemiddelde leeftijd van de zakenauto is 2,3 jaar (2,1 in 2018)



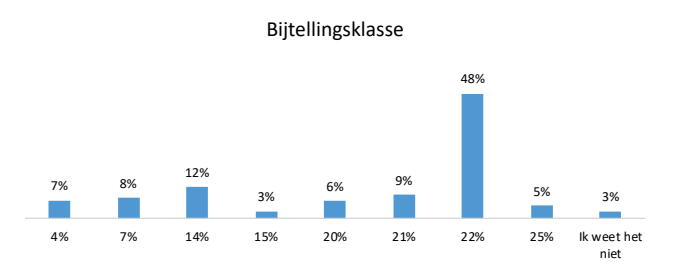
30% heeft een leasetermijn > 48 maanden, meestal lage bijtellingsklasse



Gemiddelde nieuwwaarde is: €41.500,- (+€1.800,- t.o.v. 2018)



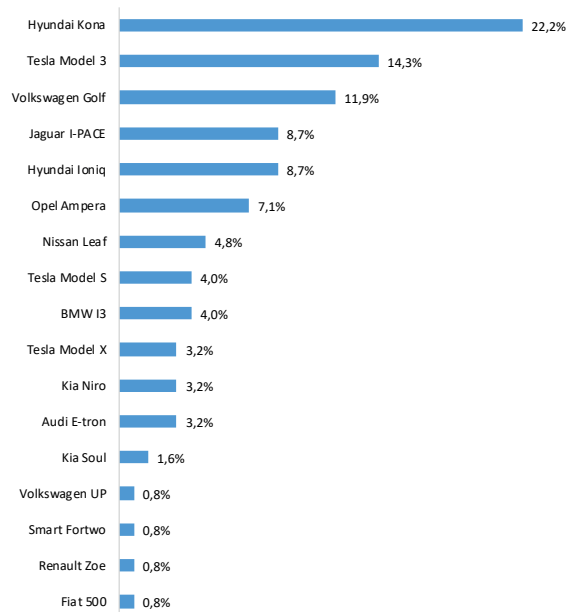
Meer dan de helft 22% + 25% bijtelling (41% in 2018)



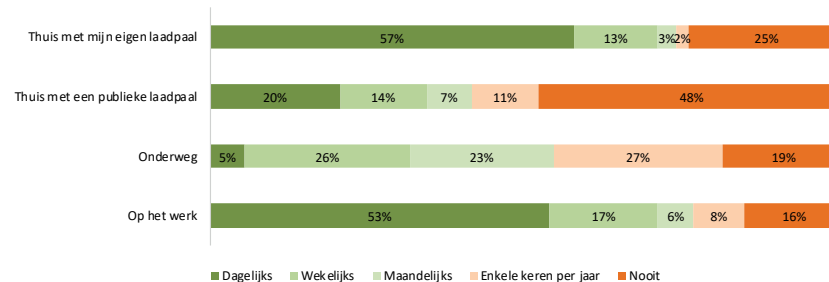
35% moet binnen 12 maanden een keuze maken



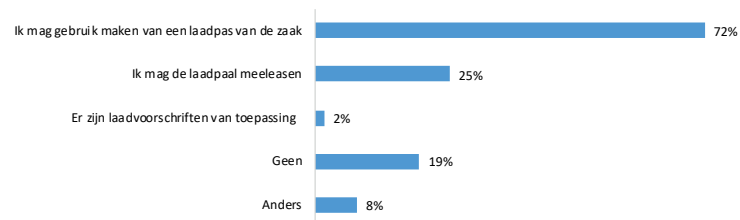
Merk model elektrische auto



Kunt u aangeven hoe vaak u thuis, onderweg of op het werk de auto oplaad?



Welke voorwaarden mbt het laden van uw elektrische/hybride auto zijn voor u van toepassing?



- In totaal hebben 128 berijders van een EV gerespondeerd. Alle merken en alle segmenten zijn vertegenwoordigd.
- 57% van de EV-rijders laadt dagelijks de auto met een eigen laadpaal. 53% laadt dagelijks op het werk. 19% laadt de auto nooit onderweg.
- Berijders die nooit laden werken voornamelijk op hun werk/kantooradres. Daarnaast werkt deze groep ook relatief veel in het buitenland waarbij vaak het vliegtuig wordt gebruikt.
- Meer dan 70% heeft een laadpas van de zaak. 25% is in de gelegenheid gesteld om een laadvoorziening thuis mee te leasen. Bijna 2% geeft aan dat er laadvoorschriften zijn. De werkgever bepaalt dan bijvoorbeeld dat er niet geladen mag worden bij publieke snelladers. Onder 'anders' vallen antwoorden als 'ik heb al een laadpaal' of 'mijn werkgever had al een laadpaal ter beschikking gesteld'.

3.1.3 Net Promoter Score (aanbeveling)

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

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

Berekening van de Net Promoter Score

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

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

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

NPS – door de jaren heen





- Jaar op jaar meten we de Net Promoter Score. Vanaf 2015 is de gemiddelde NPS elk jaar weer iets hoger ten opzichte van het voorgaande jaar. Dit jaar is de gemiddelde NPS +24 (in 2018: +20). Een van de oorzaken voor deze stijging is dat zakelijke rijders weer vaker kiezen voor de auto die ze leuk vinden in plaats van voor de auto met een gunstige bijtelling. Aan de andere kant zijn er steeds meer zakelijke rijders die voor EV hebben gekozen: zij zijn over het algemeen zeer tevreden wat zich vertaalt in een hoge NPS van +51. Overigens speelt de gunstige bijtelling daarbij wel een belangrijke rol.
- Per aandrijfsoort zijn verschuivingen ten opzichte van vorig jaar te constateren. Berijders van een EV (+51) of hybride (+40) geven de hoogste aanbeveling, daarna volgt benzine (+30). De NPS voor PHEV (+17) en diesel (+16) is een stuk lager.
- Opvallend is de negatieve score voor auto's uit de 14%-bijtellingsklasse. De afgelopen jaren was ook al zichtbaar dat de tevredenheid c.q. de aanbeveling voor deze, voornamelijk in verband met de bijtelling gekozen auto's, aanmerkelijk lager was dan het gemiddelde. Daar komt bij dat de groep 14%-bijtellers inmiddels ouder zijn geworden en binnen 1 tot 2 jaar zullen worden vervangen. In voorgaande NZO-rapportages hebben we geconstateerd dat naarmate het vervangingsmoment nadert, de NPS drastisch afneemt.
- De NPS is in het kleine segment het laagst en in de luxe segmenten het hoogst.
- Ontwikkelingen per merk: De hoogste aanbevelingsscore is nog steeds voor Tesla. De premium-merken scoren traditiegetrouw hoog, Mercedes zet de stijgende lijn door. Kia en Hyundai behalen hoge NPS mede dankzij hun EV's Niro en Kona. Citroën en Seat zijn sterk gestegen. Toyota en Mazda scoren bovengemiddeld. Peugeot en Opel leveren in.

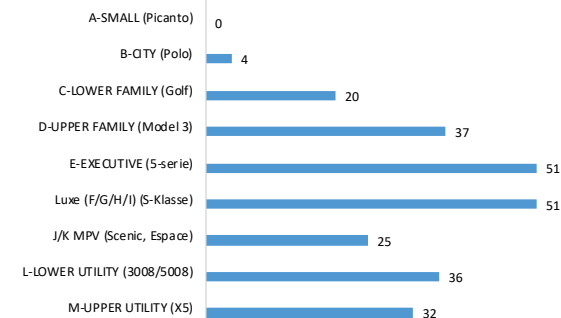
NPS naar aandrijfsoort, bijtellingsklasse en merkenbeperking

Aandrijfsoort	Benzine	Diesel	Hybride	PHEV	EV	Totaal
NZO 2019	30	16	40	17	51	24
NZO 2018	28	16	28	16	49	20

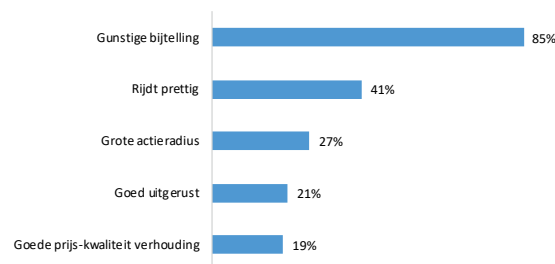
Bijtellingsklasse	4%/7%	14%	15%	20/21%	22/25%	Totaal
NZO 2019	30	-4	33	22	24	24
NZO 2018	16	6	33	14	31	20
NZO 2017	13	5	34	16	29	17

Merkenbeperking	JA	NEE
NZO 2019	18	26
NZO 2018	17	23

NPS Score naar segment

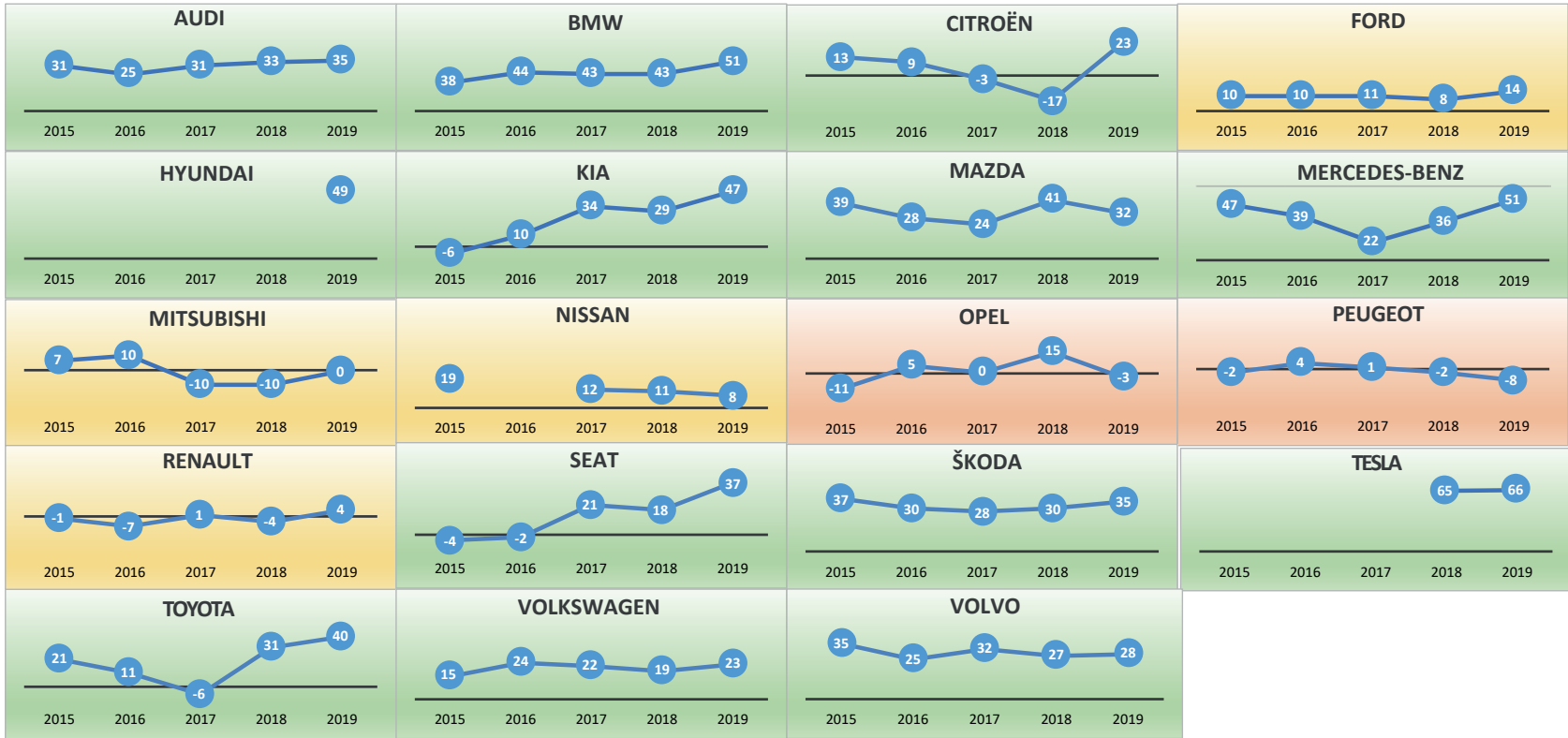


Toelichting promoters EV



NPS: Elektrische auto's



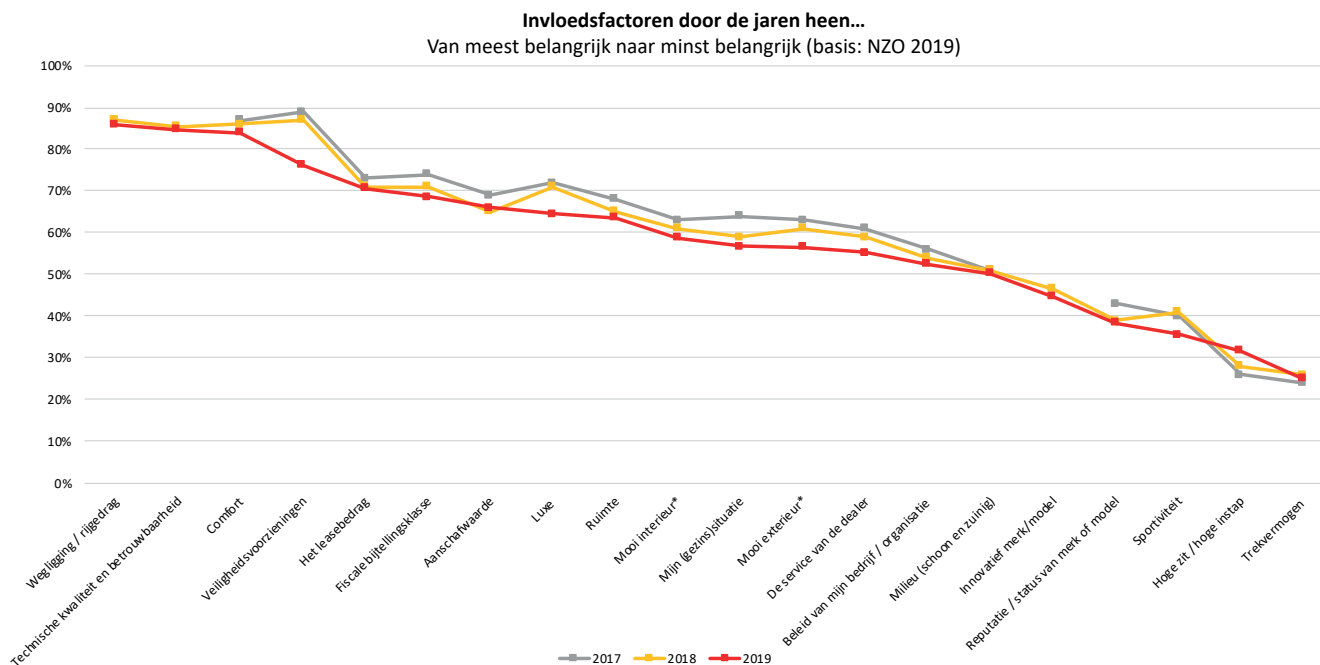


3.1.4 Invloedsfactoren op de keuze van de zakenauto

Bijtelling speelt al jaren een cruciale rol in het keuzeproces van zakelijke rijders. In de meting van 2016 en 2017 werden andere invloedsfactoren belangrijker zoals veiligheid, comfort, wegligging, design/reputatie en service van de dealer. Ook de invloedsfactor 'beleid van mijn bedrijf / organisatie' nam in belang toe.

In 2018 werd zichtbaar dat fiscale bijtellingsklasse,

aanschafwaarde, leasebedrag en mijn gezinssituatie (licht) in belang afnamen; hoge zit/hoge instap en trekvermogen namen juist in belang toe. Wegligging, veiligheid en comfort bleven de belangrijkste factoren.





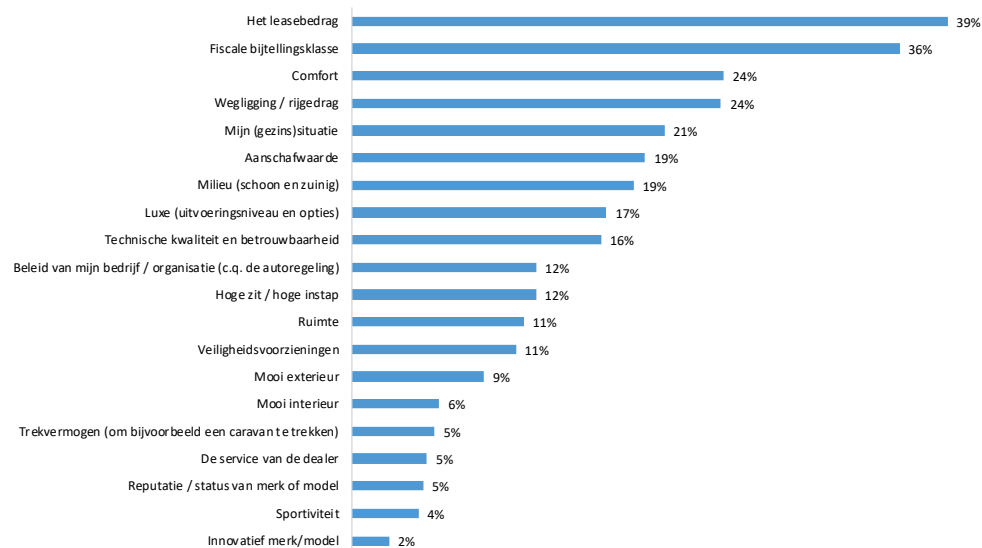
Opmerkelijke verschuivingen in 2019:

- De invloedsfactoren scoren over de hele linie wat lager dan afgelopen twee jaar, op hoge zit na. Dit laatste is in lijn met de verschuiving naar SUV's.
- Fiscale bijtellingsklasse is nog steeds belangrijk (69%), maar is vanaf 2016 behoorlijk gedaald (was 77%). Momenteel is de keuze(stress) dan ook beperkt tot EV of de rest.

- Luxe neemt in belang af. Auto's worden steeds completer, blijkbaar wordt luxe voor automerken een minder onderscheidende factor.
- Verder valt op dat aan veiligheidsvoorzieningen minder belang wordt gehecht bij de keuze van een auto. Voorzichtige conclusie is dat steeds meer auto's standaard worden voorzien van veiligheidsvoorzieningen waardoor het een minder grote rol speelt als invloedsfactor op de keuze.

- Als wordt gevraagd naar de drie allerbelangrijkste keuzefactoren wordt duidelijk dat financiële randvoorwaarden (namelijk leasebedrag en fiscale bijtellingsklasse), comfort en wegligging/rijgedrag het allerhoogst scoren. Per segment en per merk zijn er uiteraard verschillen. Op verzoek zijn diverse dwarsdoorsneden te verkrijgen.

En welke van deze onderwerpen zijn voor u de 3 allerbelangrijkste keuzefactoren?

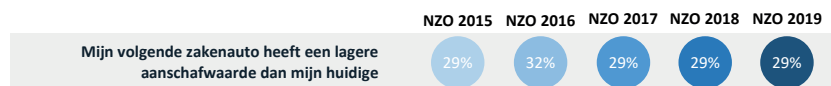
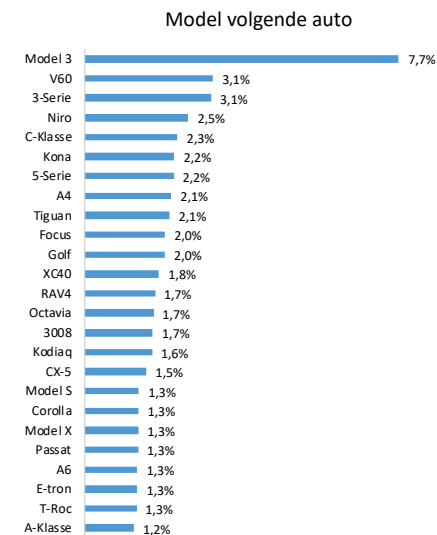
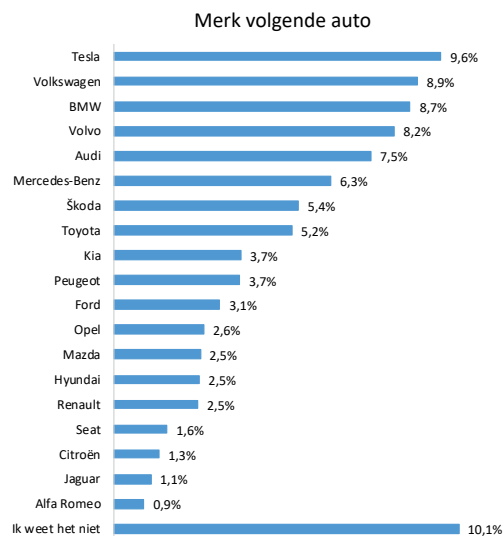




3.1.5 De volgende zakenauto



- Van de respondenten kan 90% het merk en model noemen van de volgende auto. 10% weet (nog) niet voor welk merk te kiezen.
- Bijna 10% van de zakelijke rijders geeft aan voor Tesla te gaan kiezen. Opvallend is dat de traditionele volumemerken (Opel, Peugeot, Ford, Renault) laag scoren.
- De Tesla Model 3 is veruit het meest gewild bij de zakelijke rijders. Daarna volgen de V60 en 3-serie. Niro en Kona (beide EV) staan ook hoog op het lijstje. Er staan opvallend veel auto's in het L-segment (medium SUV) tussen.
- Het aandeel zakelijke rijders dat verwacht dat de volgende auto een lagere aanschafwaarde heeft dan de huidige, ligt al jaren op een stabiel niveau van rond de 30%.

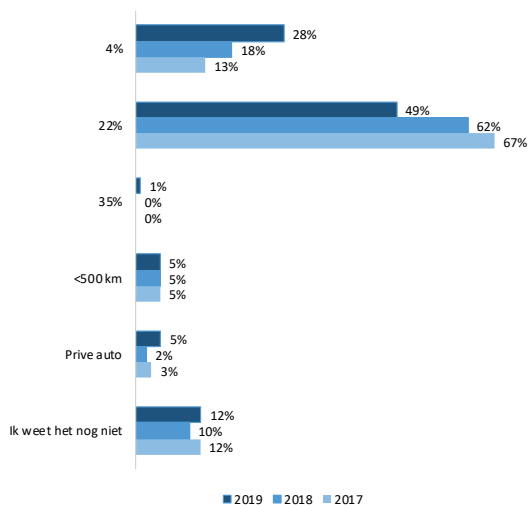


Van bijtelling huidige auto naar bijtelling volgende auto

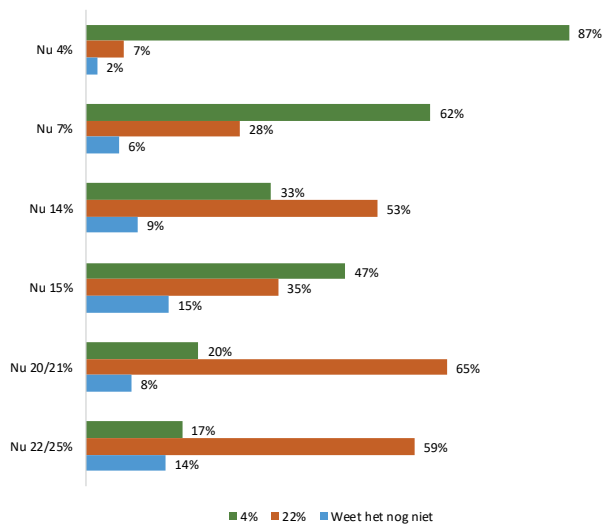
• Wie nu een auto met lage bijtelling rijdt kiest hier de volgende keer waarschijnlijk ook voor. Dat constateerden we vorig jaar ook al. Maar in de laatste meting is dat beeld nog extremer geworden. In totaal kiest meer dan een kwart (in 2018: 18%) van alle rijders voor een auto met een bijtelling van 4%. Bijna iedereen die nu EV rijdt zal hierna ook weer voor EV kiezen.

• De groep die nu een auto rijdt in de bijtellingscategorie 22%/25% zal weliswaar in de meeste gevallen opnieuw voor de hoogste (22%-)bijtellingscategorie kiezen, maar dat aandeel loopt terug van 79% in 2017, 76% in 2018, naar 59% nu.

Voor welke bijtellingscategorie zou u dan kiezen?



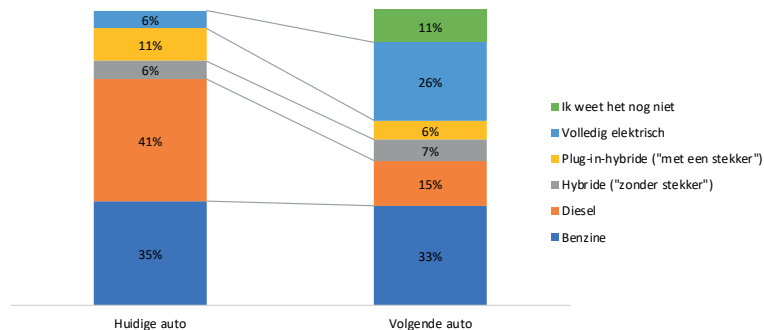
Keuze bijtelling volgende auto naar bijtelling huidige auto



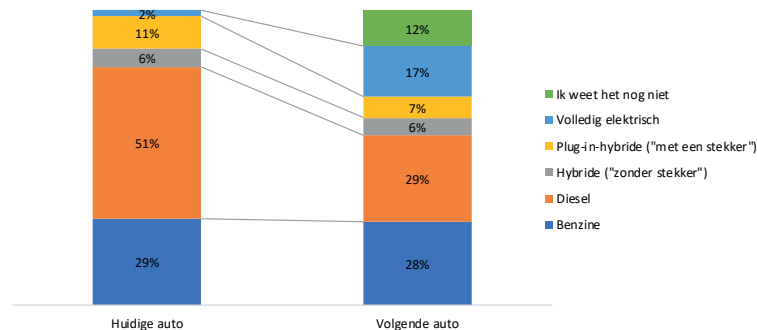
Van brandstof/aandrijfsort huidige auto naar brandstof/aandrijfsort volgende auto

- Het negatieve sentiment rondom diesel heeft een duidelijke weerslag op de verwachte toekomstige keuze. Nog maar 15% van alle zakelijke rijders gaat voor diesel kiezen (was in 2017 nog 41% en in 2018 29%).
- Benzine profiteert van deze afname; van de diesel-rijders gaat een groot deel voor benzine kiezen.
- De keuze voor volledig elektrisch neemt sterk toe tot 26%.
- Richtlijnen van de werkgever zijn de belangrijkste reden om voor diesel of benzine te kiezen.
- Bijtelling is de belangrijkste reden om voor EV te kiezen gevolgd door milieuvriendelijkheid. De belangrijkste reden om niet voor EV te kiezen is de actieradius.
- Kenmerken van berijders die weer voor diesel gaan kiezen:
 - Ze rijden nu een relatief grote auto, vaak D- of E-segment.
 - Houden de huidige auto gemiddeld vaker buiten de bijtelling.
 - Rijden gemiddeld meer dan 46.000 km per jaar.
 - Vinden comfort en rijgedrag bovengemiddeld belangrijk.
 - Mogen in de meeste gevallen alleen voor diesel kiezen. Slechts een kwart mag voor EV of benzine kiezen.
 - Wonen relatief gezien vaker op het platteland.
 - Werkgebied is in 70% van de gevallen heel Nederland en/ of buitenland.

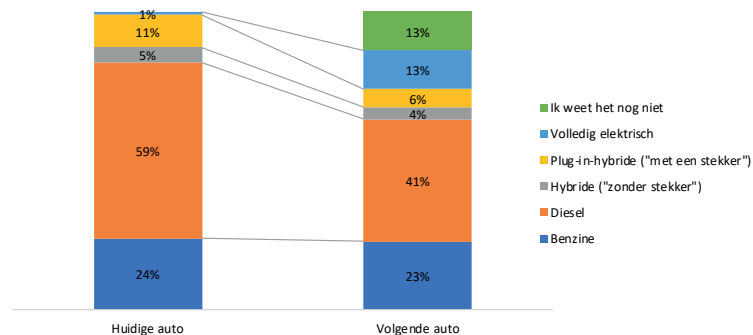
Aandrijfsort huidige en volgende zakenauto (NZO 2019)



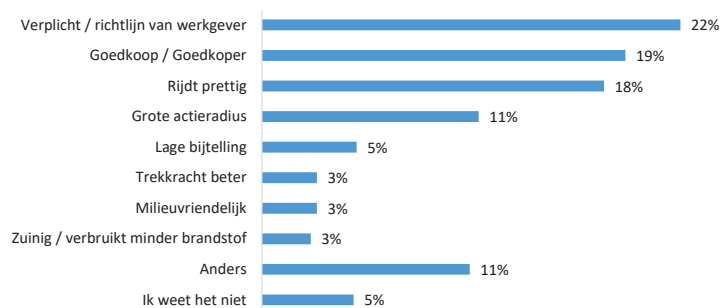
Aandrijfsort huidige en volgende zakenauto (NZO 2018)



Aandrijfsort huidige en volgende zakenauto (NZO 2017)



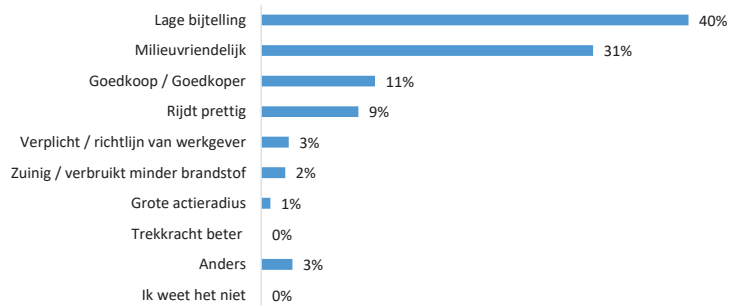
Wat is de allerbelangrijkste reden om voor BENZINE te kiezen



Wat is de allerbelangrijkste reden om voor DIESEL te kiezen



Wat is de allerbelangrijkste reden om voor ELEKTRISCH te kiezen



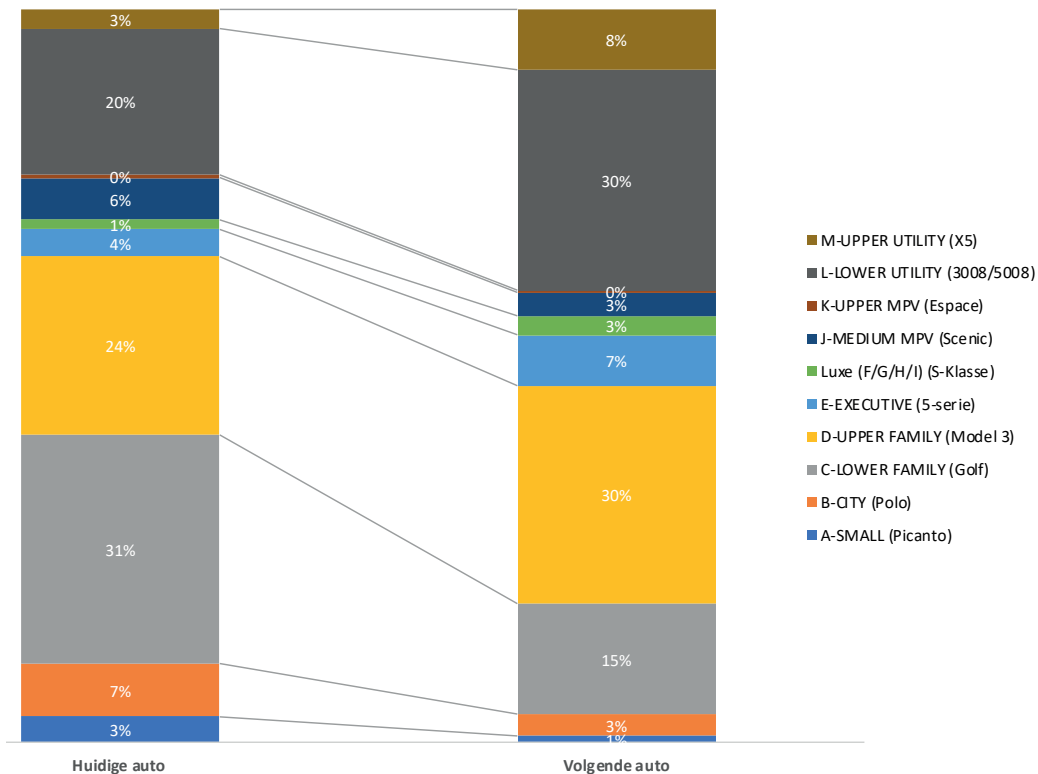
Wat zijn de allerbelangrijkste redenen om NIET voor elektrisch te kiezen?



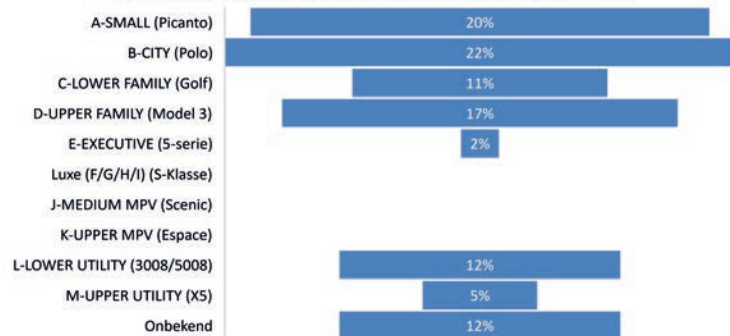
Van segment huidige auto naar segment volgende auto

- Er wordt vaker gekozen voor het L-segment, dit ligt in lijn met de trend van de steeds populairder wordende SUV's.
- Opvallend is de toename in het D-segment. Dit segment heeft juist de laatste jaren veel marktaandeel verloren, maar dankzij de Model 3, maar ook de V60 en 3-serie is hier een stevige groei zichtbaar.
- Het C-segment daalt sterk.
- Zakelijke rijders in het A- en C-segment willen veelal een grotere auto. Rijders in het B-segment zijn het meest verdeeld of weten het nog niet. De meeste rijders in het D-segment kiezen weer voor dit segment of voor een SUV.
- Rijders in het E-segment kiezen vaak weer opnieuw voor dit segment of voor het D-segment. De MPV-rijders willen graag weer een MPV of een SUV. En de rijders die nu een SUV (L) hebben zullen er niet zo snel meer uitstappen.

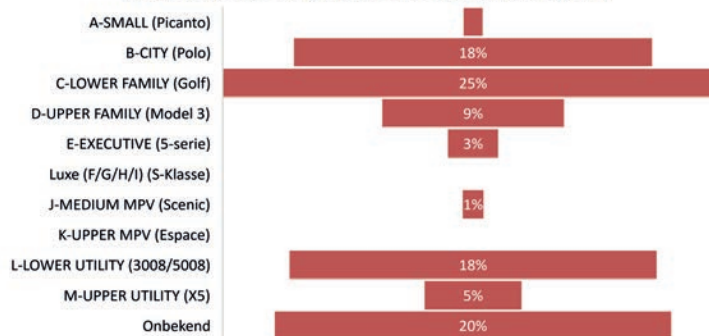
Segmentindeling huidige en volgende auto



Keuze volgende auto, huidige auto in segment A (Picanto)



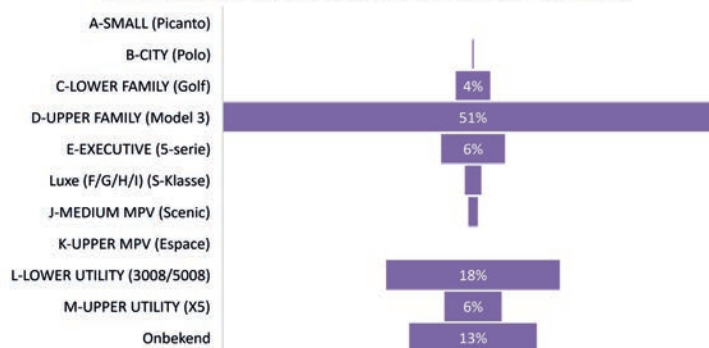
Keuze volgende auto, huidige auto in segment B (Polo)



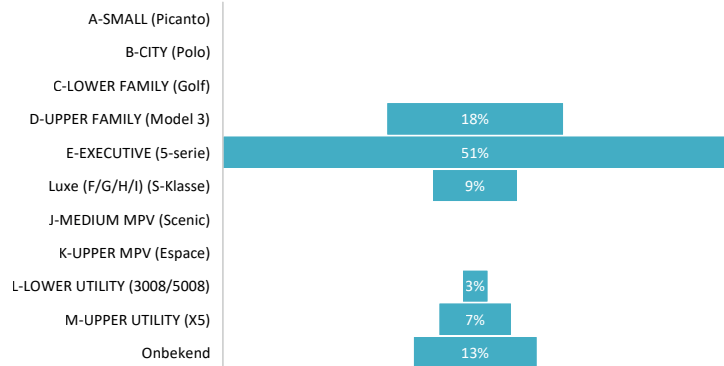
Keuze volgende auto, huidige auto in segment C (Golf)



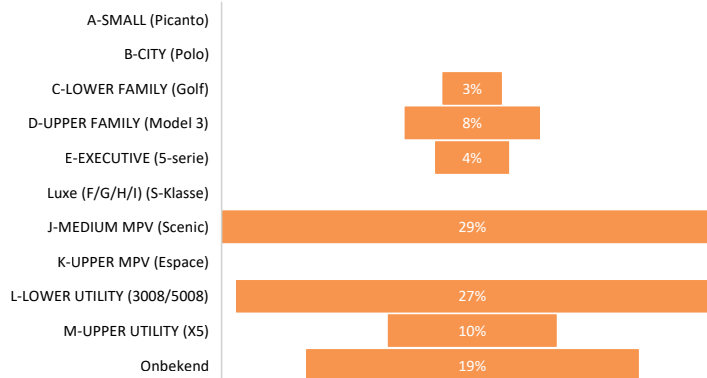
Keuze volgende auto, huidige auto in segment D (Model 3)



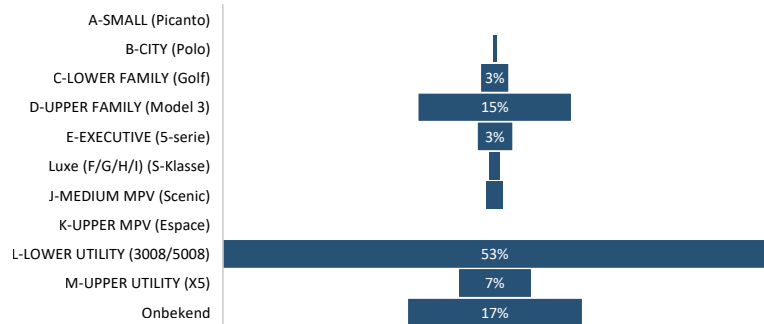
Keuze volgende auto, huidige auto in segment E (5-serie)



Keuze volgende auto, huidige auto in segment J (Scenic)



Keuze volgende auto, huidige auto in segment L (3008/5008)



3.1.6 Rangorde automerken op basis van Loyaliteit



- De gemiddelde loyaliteit van alle merken tezamen is 43%, vrijwel gelijk aan vorig jaar.
- Opvallende stijgers zijn Toyota, Seat en Citroën. Ook Mitsubishi stijgt, maar staat nog wel onderaan. De meeste Outlander-rijders gaan een ander merk/model kiezen. Jaguar, met vorig jaar nog een hoge loyaliteitsscore, is gezakt; veel I-Pace rijders weten nu al dat ze niet trouw blijven. De loyaliteit bij Opel, Peugeot, Nissan en Renault staat onder druk.

	Loyaliteit: Mijn volgende zakenauto heeft hetzelfde merk als mijn huidige auto								
	NZO 2016		NZO 2017		NZO 2018		NZO 2019		
BMW	2	69%	2	69%	2	75%	1	76%	👉
Tesla	1	80%	1	71%	1	79%	2	76%	👉
Toyota	9	44%	16	32%	10	48%	3	61%	👆
Mercedes-Benz	3	67%	11	41%	6	55%	4	54%	👉
Audi	6	51%	8	47%	7	54%	5	54%	👉
Volvo	5	52%	6	50%	8	52%	6	52%	👉
Škoda	7	48%	7	48%	9	49%	7	52%	👉
Hyundai	19	18%	5	50%	12	45%	8	49%	👉
Mazda	10	37%	12	39%	11	46%	9	45%	👉
Kia	12	35%	9	44%	13	42%	10	44%	👉
Jaguar					3	72%	11	40%	👇
Seat	17	22%	19	28%	18	33%	12	38%	👆
Volkswagen	11	37%	14	33%	15	40%	13	38%	👉
Citroën	18	21%	20	23%	22	15%	14	38%	👆
Ford	13	33%	18	30%	17	33%	15	34%	👉
Opel	14	28%	17	32%	14	41%	16	26%	👇
Peugeot	20	18%	21	21%	16	34%	17	25%	👇
Nissan	8	46%	13	35%	21	29%	18	24%	👇
Renault	15	25%	15	33%	19	33%	19	24%	👇
Mitsubishi	16	23%	22	8%	23	12%	20	19%	👇

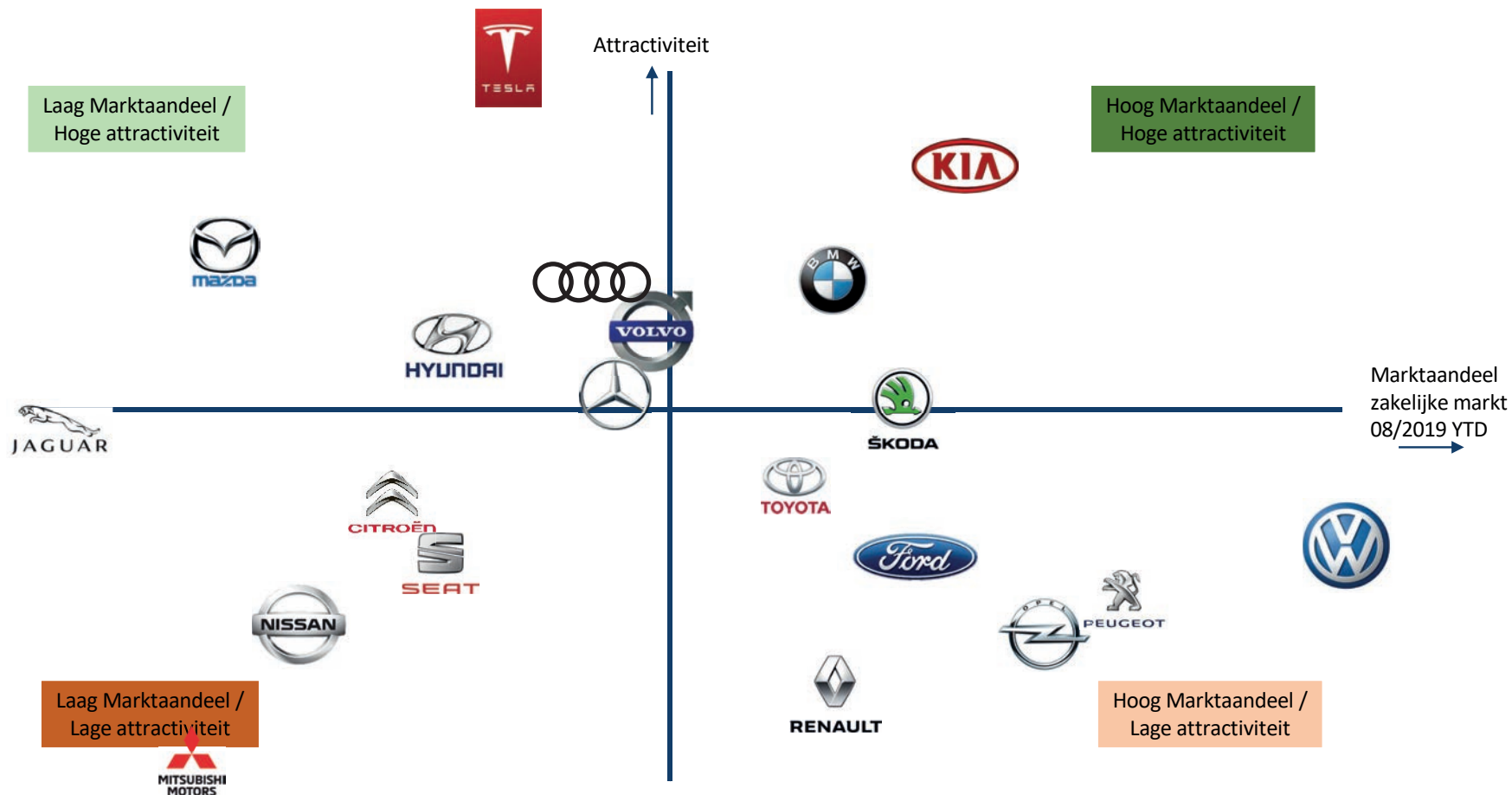
3.1.7 Rangorde automerken op basis van de Attractiviteitsindex



- De attractiviteit is een indicator voor de mate waarin een merk interessant wordt gevonden. Het is het percentage zakelijke rijders dat voor een merk gaat kiezen ten opzichte van de huidige groep zakelijke rijders van dat merk. Een attractiviteitsindex van 100 betekent daarmee dat er evenveel rijders voor dit merk zouden kiezen als dat er nu in rondrijden. Een index van 150 betekent dat er 50% meer rijders voor dit merk zouden kiezen dan nu. Er zijn vele factoren die het marktaandeel uiteindelijk bepalen maar op basis van het huidige marktsentiment kan gesteld worden dat bij een hoge attractiviteitsindex, er meer interesse in het merk is en dus een stijgend marktaandeel valt te verwachten. Het omgekeerde geldt ook: bij een lage attractiviteitsindex is de interesse laag en staat (bij gelijkblijvende omstandigheden) de merkpositie onder druk.
- Tesla staat al jaren op de eerste plaats van de attractiviteitsladder. Die positie kan Tesla in 2019 handhaven, de populariteit van de Model 3 speelt daarbij een belangrijke rol.
- Opvallend is de sterke stijging van Kia en in mindere mate van Hyundai. Het kunnen aanbieden van EV's in een voor velen toegankelijk segment is blijkbaar een succesfactor. Het lijkt erop dat Nissan hiervan niet weet te profiteren.
- Verder: De attractiviteit van Peugeot, Opel en Renault staat onder druk. Toyota en Citroën verbeteren hun positie.

	Attractiviteitsindex								
	NZO 2016		NZO 2017		NZO 2018		NZO 2019		
Tesla	1	1330	1	1615	1	534	1	687	++
Kia	19	43	14	58	14	73	2	247	++
Mazda	9	87	6	105	7	148	3	156	++
BMW	6	136	5	130	6	157	4	140	+
Audi	7	116	7	104	5	162	5	139	+
Volvo	8	103	8	102	8	115	6	121	+
Hyundai	15	55	4	190	4	302	7	121	+
Mercedes-Benz	4	149	9	102	11	89	8	108	o
Jaguar	3	250	3	380	3	331	9	97	o
Škoda	11	75	11	85	9	104	10	96	o
Toyota	14	60	18	54	18	64	11	82	-
Citroën	21	39	21	41	22	48	12	74	-
Volkswagen	12	73	17	56	17	64	13	58	-
Ford	15	58	20	52	15	66	14	58	-
Seat	17	46	16	57	16	65	15	54	-
Peugeot	23	28	22	34	20	60	16	42	--
Nissan	5	146	15	58	13	77	17	39	--
Opel	18	44	12	67	19	60	18	37	--
Renault	13	60	19	53	21	56	19	30	--
Mitsubishi	22	36	23	10	23	10	20	22	--

Attractiviteitsindex betrouwbare voorspeller

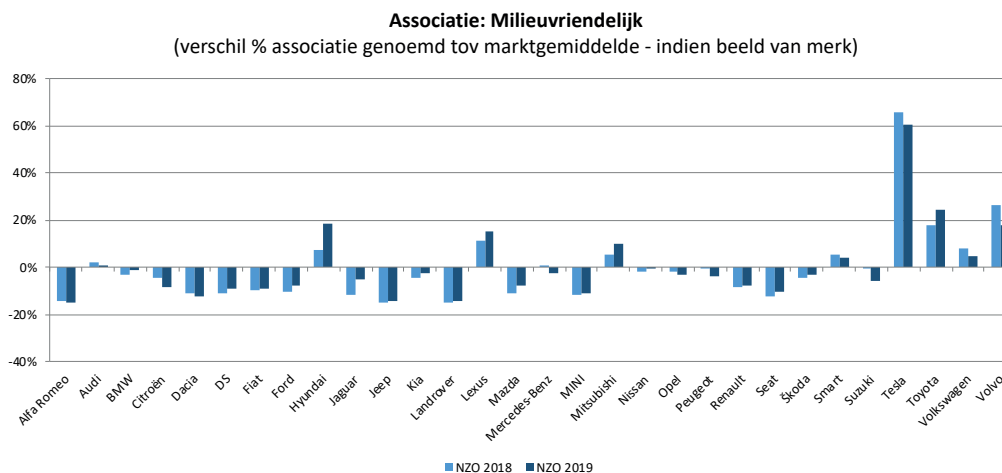


3.1.8 Imago: associaties merken

Als het gaat om automerken geeft het NZO niet alleen inzicht in loyaliteit, attractiviteit en verwachte instroom en uitstroom, maar ook een helder beeld over imago. Meer specifiek: over de associaties die merken oproepen bij zakelijke rijders. Aan de respondenten is een roulerende set automerken gepresenteerd met het verzoek aan te geven welke eigenschappen bij deze merken horen. Op deze wijze ontstaat een duidelijk beeld over merken: welke associaties roept een merk op en hoe krachtig zijn die ten opzichte van andere merken? Stroken deze associaties met het beeld dat het merk wil uitstralen? Hebben respondenten überhaupt een duidelijk beeld bij een merk? In totaal zijn 14 associaties voor 30 merken in kaart gebracht. De associaties 'milieuvriendelijk', 'veiligheid' en 'innovatief' zijn onderstaand uitgewerkt. Rapportage van andere associaties, relaties tussen merken of crossings met bepaalde (doel)groepen zijn op verzoek te verkrijgen.

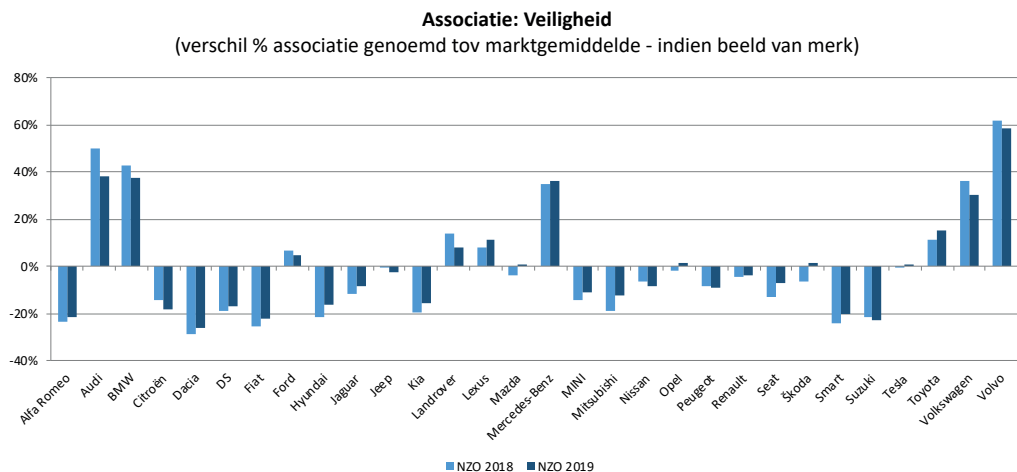
1. Associatie 'milieuvriendelijk'

De merken Tesla en Volvo worden sterk geassocieerd met milieuvriendelijkheid. Opvallend is dat Toyota, Lexus en Hyundai, vaker worden geassocieerd met milieuvriendelijkheid dan vorig jaar.



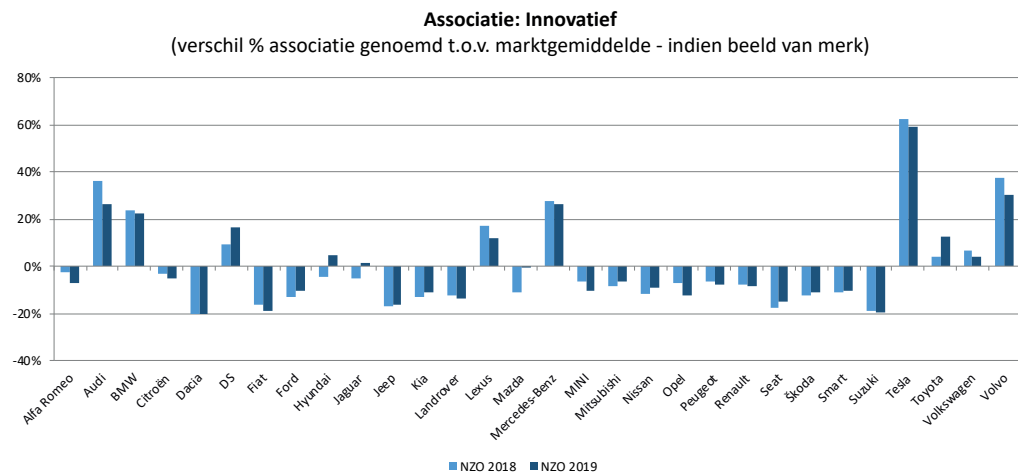
2. Associatie 'veiligheid'

Volvo, Audi, BMW, Mercedes-Benz en Volkswagen worden sterk geassocieerd met veiligheid. Merken met een licht positieve stijging zijn Mercedes-Benz, Lexus en Toyota. Opvallend is dat de associaties op veiligheid gemiddeld genomen minder sterk scoren dan vorig jaar. Voorzichtige conclusie is dat de toenemende beschikbaarheid van veiligheidsvoorzieningen op vele/alle merken, modellen en segmenten ervoor zorgt dat veiligheid minder onderscheidend is en meer gezien wordt als 'commodity'.



3. Associatie 'innovatief'

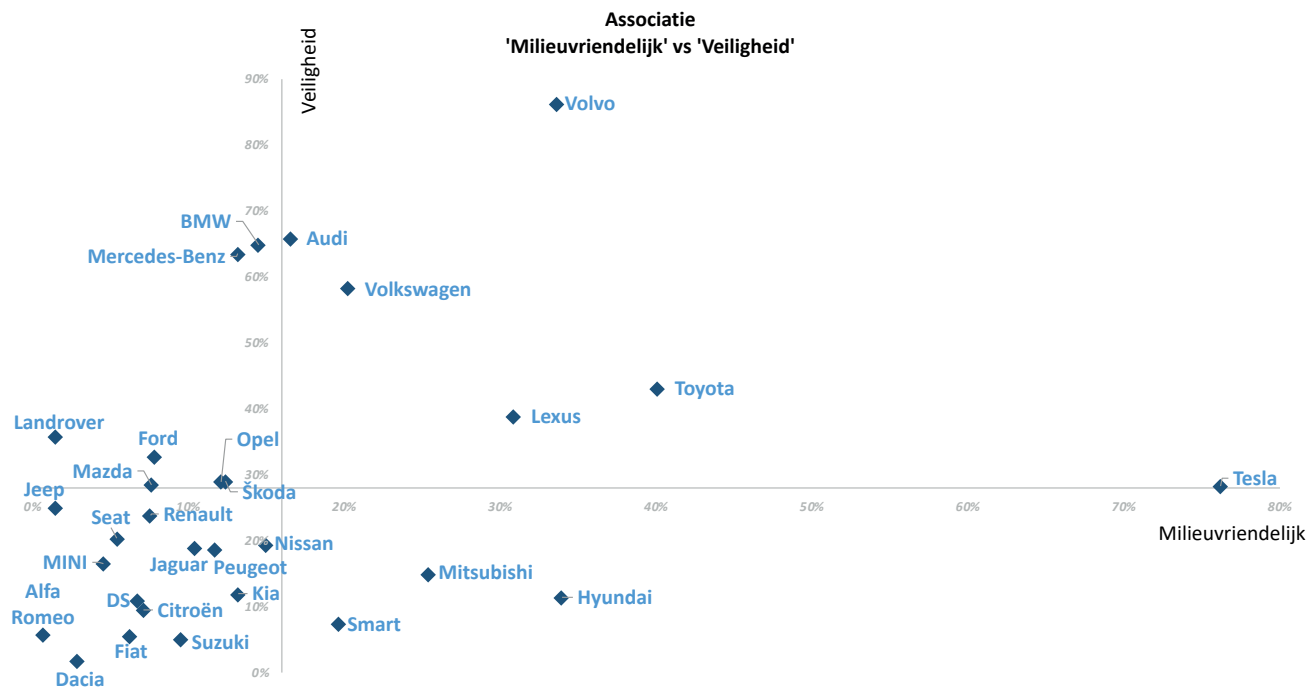
Innovatief wordt vooral in verband gebracht met Tesla, Volvo, Audi, Mercedes-Benz, BMW en Lexus. DS en Toyota worden vaker geassocieerd met innovatief ten opzichte van 2018. De negatieve associatie van Hyundai met innovatief, is omgebogen naar positief.



3. Associatie 'milieuvriendelijk' versus 'veiligheid'

Volvo, Toyota, Lexus en Volkswagen worden geassocieerd met milieuvriendelijk én veiligheid. Audi, BMW en Mercedes-Benz vooral met veiligheid. Tesla (voorop!), Smart, Mitsubishi en Hyundai vooral met milieuvriendelijkheid. Een groot deel

van de merken heeft, voor de zakelijke rijder in ieder geval, een onduidelijk en/of onzichtbaar profiel met betrekking tot deze twee associaties. Deze merken zitten op een kluitje opeengepakt in het kwadrant linksonder.



3.2 Inrichting mobiliteit

Berijders

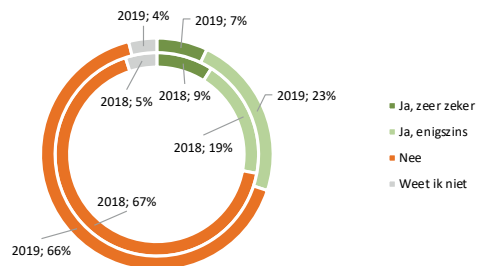
Bedrijven

Mobiliteit is een belangrijk onderdeel van het bestaan. Gemak, geluk, gedrag en gewenning zijn er nauw mee verbonden. Niet verwonderlijk dat veranderen vaak veel moeite kost. In deze paragraaf brengen we de uitgevraagde onderwerpen over de inrichting van mobiliteit samen. Van berijders: welke behoefte aan verandering is er, hoe zien zij de rol van hun werkgever, welke alternatieven voor de auto worden gebruikt of overwogen, wat zijn concrete gebruiksintenties. En van bedrijven: welke behoefte hebben zij, wat is hun visie op mobiliteit, in welke mate heeft parkeerproblematiek invloed op het mobiliteitsbeleid, welke veranderingen worden voorzien, wat zijn concrete gebruiksintenties.

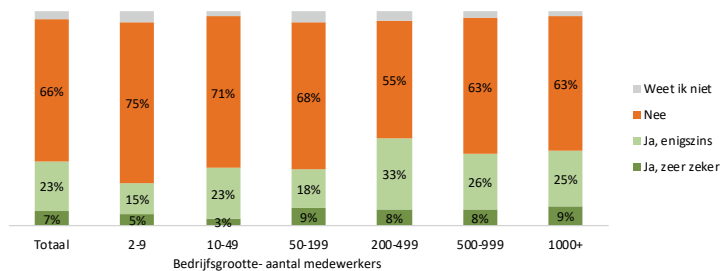


3.2.1 Behoeftte aan verandering

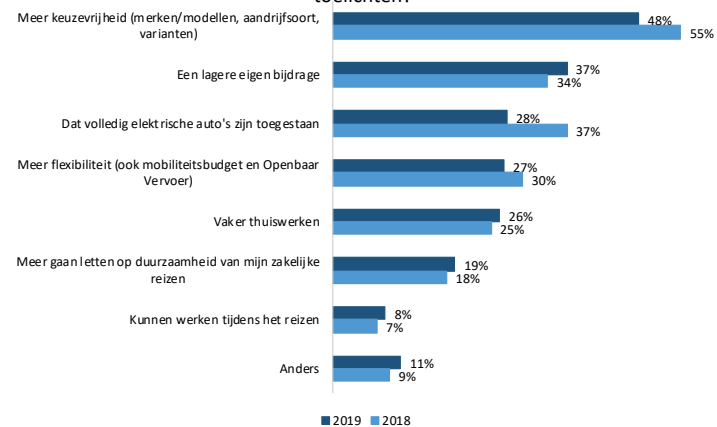
Hebt u de behoefte om de wijze waarop uw zakelijke mobiliteit momenteel is ingericht, te veranderen?



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



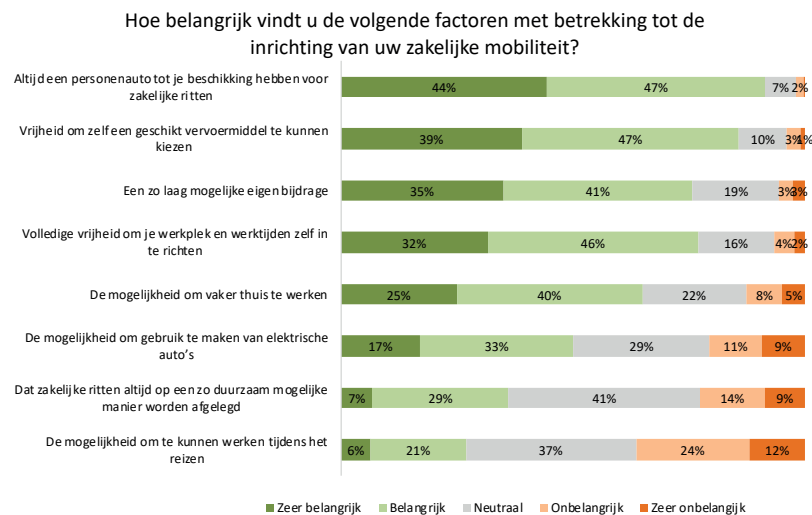
U wenst inrichting zakelijke mobiliteit te veranderen; Kunt u dit toelichten?



- Het grootste deel van de berijders is tevreden over de huidige invulling van zijn/haar zakelijke mobiliteit.
- 30% wil veranderen, iets meer dan vorig jaar. Meer zakelijke rijders dan vorig jaar geven aan dat ze een lagere eigen bijdrage willen betalen. Elektrisch mogen rijden scoort minder hoog; werkgevers staan dit al veel vaker toe.

- De wens tot veranderen was voorheen het sterkst zichtbaar bij werknemers van grotere bedrijven. Dat lijkt nu afgenomen te zijn: de behoefte aan verandering is minder gebonden aan de grootte van het bedrijf.

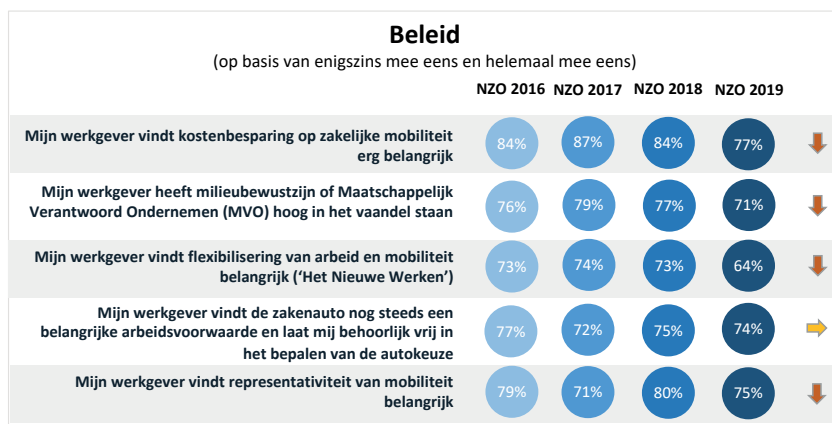
3.2.2 Wat is belangrijk?



- Als het gaat om de inrichting van hun zakelijke mobiliteit ligt de prioriteit bij het altijd ter beschikking staan van een auto alsmede de vrijheid om zelf keuzes te maken en dat tegen zo laag mogelijke eigen kosten.
- De mogelijkheid om tijdens het reizen te kunnen werken wordt beperkt positief beantwoord. 21% vindt dit belangrijk en slechts 6% vindt dit zeer belangrijk. Overigens maakt deze groep vaker gebruik van alternatieven zoals de trein, taxi en fiets en hebben ze een groot werkgebied ('groot deel van Nederland en het buitenland').
- De mogelijkheid om vaker thuis te werken wordt vooral belangrijk gevonden door rijders die veel woon-werk kilometers maken en werkzaam zijn bij een groot bedrijf (>1.000 medewerkers).

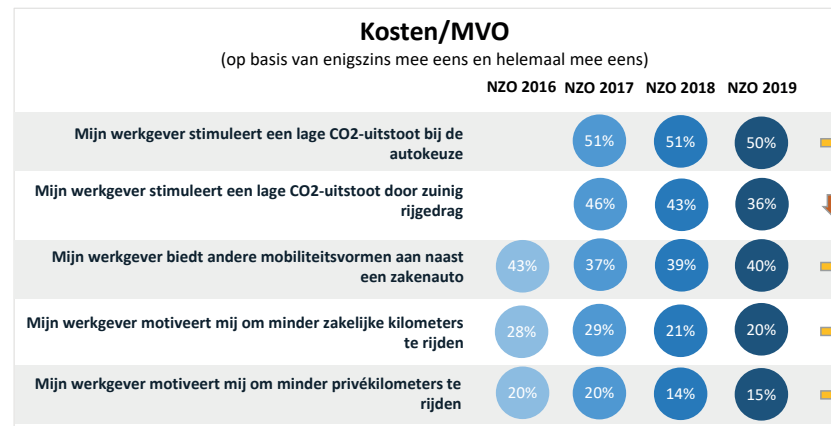
- 93% van de huidige EV's rijders vindt de mogelijkheid om gebruikt te maken van een elektrische auto (zeer) belangrijk. Fiscale bijtelling en milieu zijn de belangrijkste keuze factoren. Driekwart van de zakelijke rijders die de mogelijkheid om gebruik te maken van EV zeer belangrijk vindt kiest ook voor EV bij de volgende auto, bij de overige groep is dit nog niet toegestaan.

3.2.3 Stellingen over de werkgever



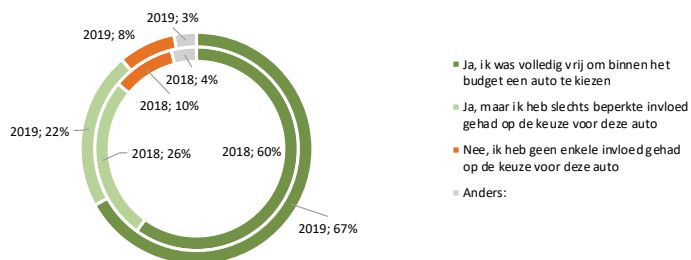
Aan de respondenten is gevraagd wat volgens hen de visie is van hun werkgever op het gebied van mobiliteit en op welke wijze gedrag of keuzes worden gestuurd. De meeste stellingen worden al meerdere jaren op dezelfde wijze voorgelegd. De belangrijkste trends:

- Volgens berijders is kostenbesparing op zakelijke mobiliteit, hoewel gedaald ten opzichte van vorig jaar, (nog steeds) een van de belangrijke onderwerpen voor hun werkgever.
- Het belang dat werkgevers hechten aan milieubewustzijn en flexibilisering van arbeid wordt minder sterk teruggekoppeld dan voorheen. Werkgevers geven juist aan dat dit belangrijke beleidsonderwerpen zijn. Conclusie is dat er ofwel een mismatch is in wat berijders willen en wat bedrijven mogelijk maken ofwel dat er sprake van is dat deze onderwerpen in het bedrijf onvoldoende onder de aandacht worden gebracht.
- Alle stellingen met betrekking tot verkeersveiligheid scoren lager dan in 2018. Met andere woorden: zakelijke rijders vinden minder vaak dat hun werkgever een actieve rol neemt om verkeersveiligheid te stimuleren.
- 50% van de werkgevers stimuleert een lage CO₂-uitstoot bij de autokeuze, 36% door zuinig rijgedrag te stimuleren (in 2018: 43%).

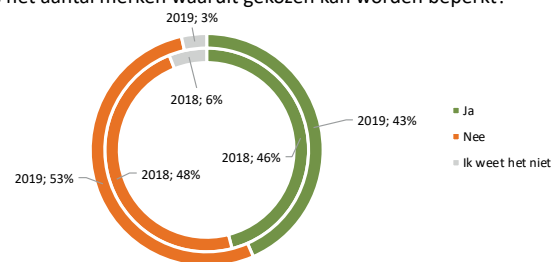


3.2.4 Beperkingen autokeuze

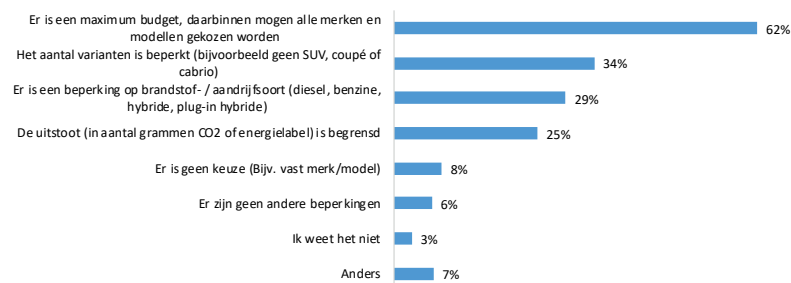
Heeft u invloed gehad op de keuze voor de huidige zakenauto?



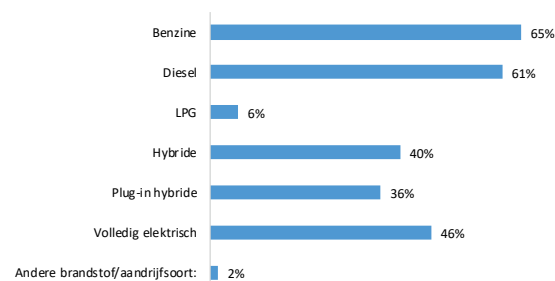
Is het aantal merken waaruit gekozen kan worden beperkt?



Welke andere beperkingen voor autokeuze zijn er?



Uit welke aandrijfssoorten u kunt kiezen?

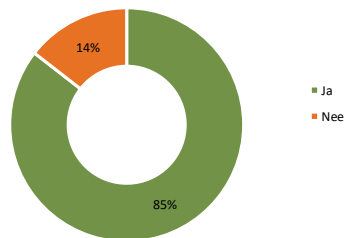


• De goede economische situatie en de krapte op de arbeidsmarkt moeten welhaast gevolgen hebben voor de keuzemogelijkheden voor een zakenauto en de wijze waarop de berijders dit ervaren. In het NZO zien we dat berijders vaker volledige vrijheid ervaren om binnen het budget een auto naar eigen wens te kiezen (67% ten opzichte van 60% vorig jaar).

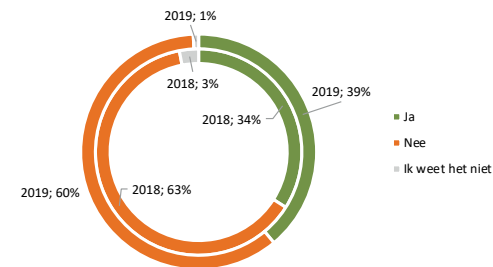
• Iets minder vaak is er sprake van een merkenbeperking (43% ten opzichte van 46% vorig jaar).



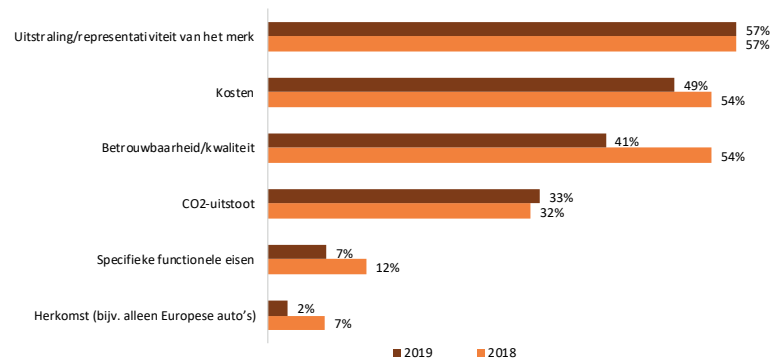
Heeft uw bedrijf een autoregeling voor medewerkers?



Is het aantal merken waaruit gekozen kan worden beperkt?



Op grond waarvan wordt vastgesteld of een merk wordt toegelaten?



Welke merken mogen worden gekozen? (Indien beperkte merkkeuze)

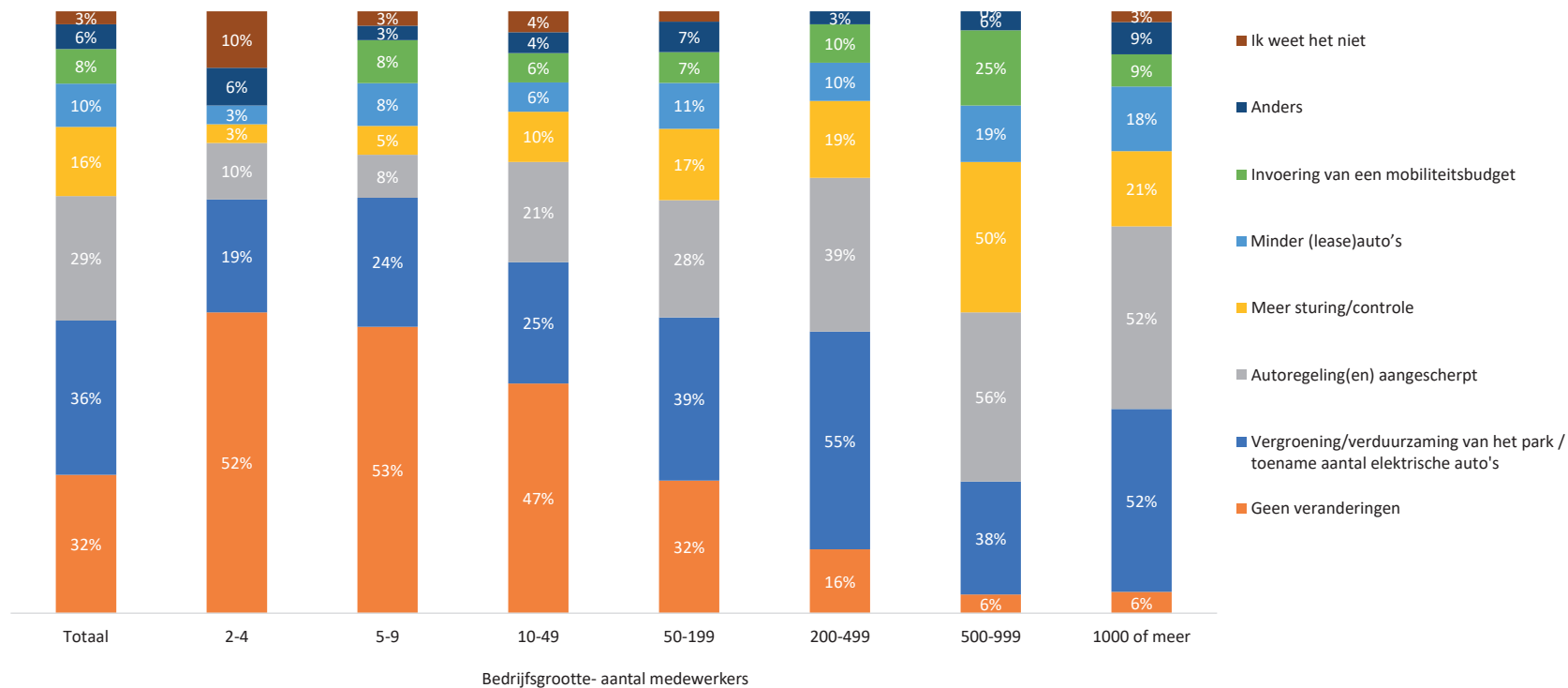
1	Volkswagen	69%
2	Škoda	52%
3	Opel	49%
4	Audi	46%
5	Peugeot	45%
6	Renault	44%
7	BMW	43%
8	Volvo	39%
9	Seat	38%
10	Ford	36%
11	Mercedes-Benz	32%
12	Toyota	31%
13	Hyundai	26%
14	Nissan	25%
15	Citroën	25%
16	Mazda	24%
17	Kia	23%
18	Tesla	23%
19	Fiat	22%
20	Mitsubishi	20%



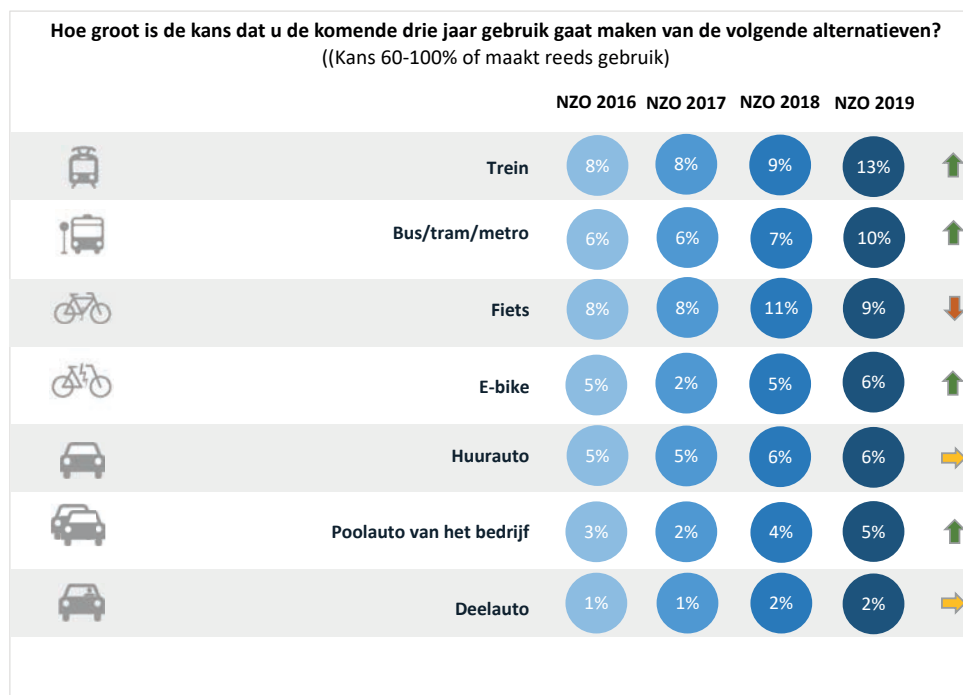
- Van de bedrijven heeft 85% een autoregeling. In 39% van de gevallen is er sprake van een merkenbeperking. Dit komt vrijwel overeen met de terugkoppeling van berijders.
- Uitstraling, kosten, betrouwbaarheid en CO2-uitstoot zijn de belangrijkste toelatingscriteria. Het belang van kosten en betrouwbaarheid is overigens wel significant afgenomen.

- Zoals gebruikelijk staan de PON-merken Volkswagen, Škoda en Audi hoog op de short-list. De runners up volgens de berijders (Hyundai, Kia, Tesla) hebben nog niet de top-10 bereikt.

Wat is de meest opvallende ontwikkeling in de autoregeling afgelopen 3 jaar?

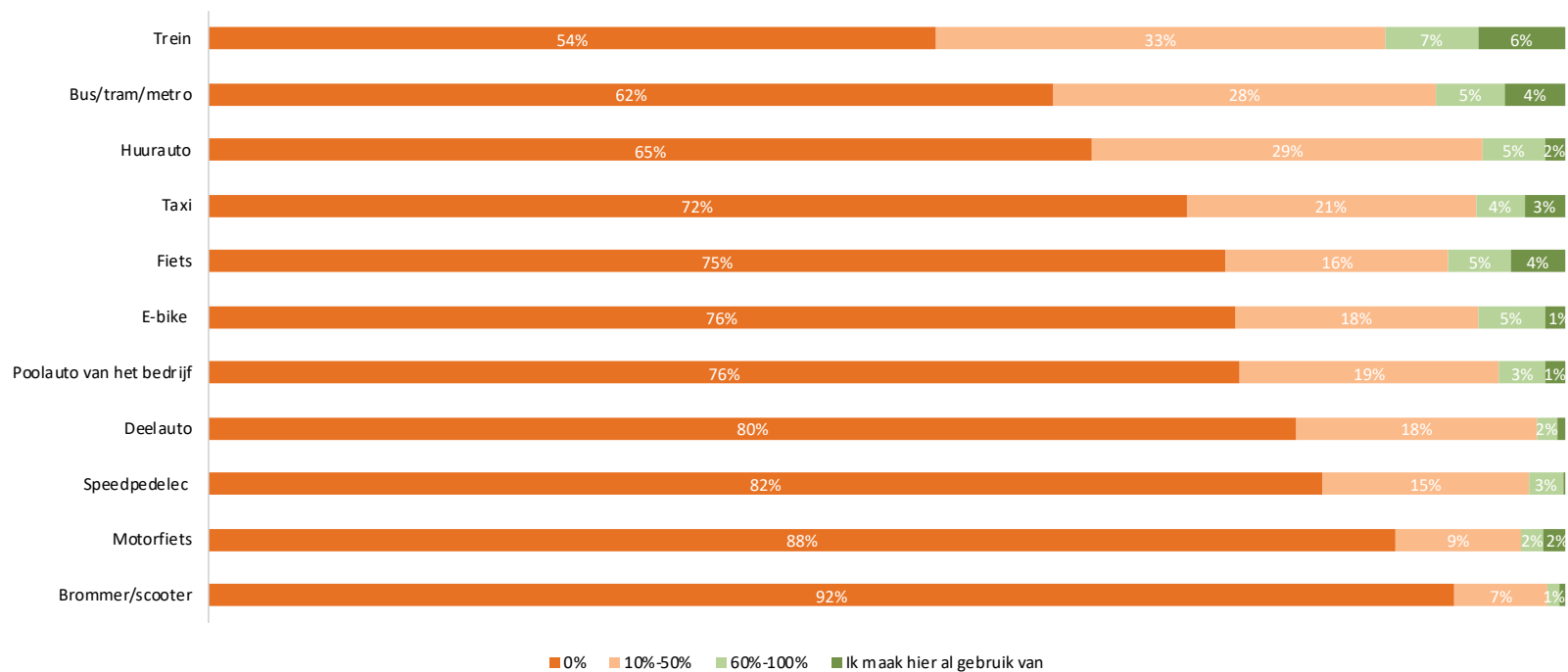


3.2.5 Alternatieven en concrete gebruiksententies



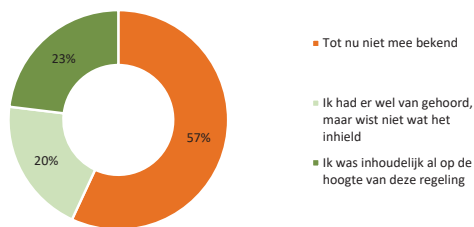
- De meeste zakelijke rijders zijn behoorlijk verknocht aan hun zakenauto en in veel gevallen worden alternatieven resoluut afgewezen. Dat is het beeld dat we de afgelopen jaren ook in het NZO bevestigd zagen. Toch zien we dit jaar een opvallende verschuiving: Aanmerkelijk vaker dan voorheen wordt de verwachting uitgesproken daadwerkelijk binnen drie jaar gebruik te maken van alternatieven. Zo stijgt het aandeel dat van de trein gebruik gaat maken van 9% naar 13%. Bus/tram/metro stijgt van 7% naar 10%. Dat zijn significante stijgingen.
- Desondanks is een nuancering op zijn plaats: veruit de grootste groep verwacht uitsluitend de zakenauto te blijven gebruiken.
- Zakelijke rijders die nu al gebruikmaken van het OV (6% van het totaal) werken vaker in de ICT-sector, financiële en zakelijke dienstverlening en bij grote bedrijven. Werk- en woonadres zijn goed te bereiken met het OV en in meer dan 86% van de gevallen is men woonachtig in een stedelijk gebied.

Hoe groot is de kans dat u de komende drie jaar gebruik gaat maken van de volgende alternatieven?



3.2.6 Regeling fiets van de zaak

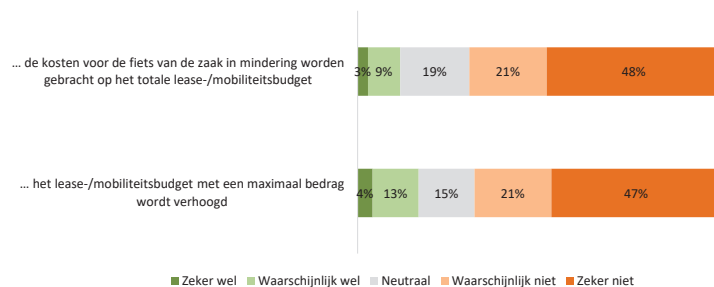
Regeling fiets van de zaak vanaf 2020



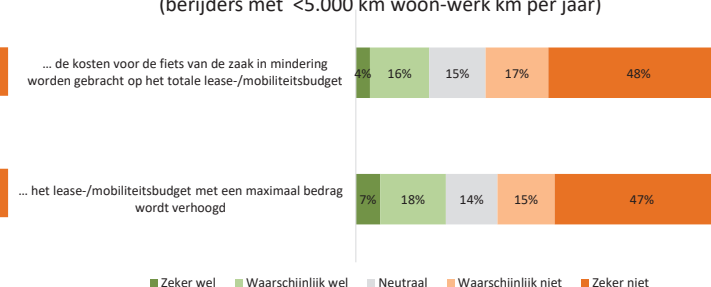
Interesse in leasefiets

- Zakelijke rijders die interesse hebben in een leasefiets maken nu al vaker gebruik van alternatieven, zoals trein, bus of fiets en/of maken vaker gebruik van een mobiliteitsbudget.
- De interesse is groter bij grotere huishoudens en mensen woonachtig in de randstad
- Mensen die interesse hebben in de leasefiets zijn beter op de hoogte van de regeling dan mensen die geen interesse hebben.

Zou u interesse hebben in een fiets van de zaak als...



Zou u interesse hebben in een fiets van de zaak als...
(berijders met <5.000 km woon-werk km per jaar)



Met ingang van 1 januari 2020 is er een nieuwe regeling voor een fiets van de zaak. Fiscaal vergelijkbaar met de behandeling van een auto van de zaak; er is een bijtelling van toepassing van 7% van de nieuwwaarde van de fiets.

- Meer dan de helft van de zakelijke rijders is niet bekend met deze regeling, 20% heeft ervan gehoord en 23% is inhoudelijk op de hoogte.
- De interesse is laag. Als het totale (lease)budget wordt verhoogd heeft 4% zeker wel en

13% waarschijnlijk wel interesse. Als de keuze voor een leasefiets ten laste komt van het huidige (lease)budget daalt de interesse naar respectievelijk 3% en 9%. In beide gevallen geeft bijna de helft aan zeker geen interesse te hebben.

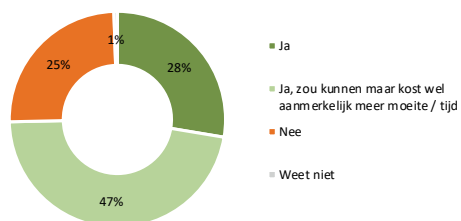
- Berijders met een laag woon-werk kilometrage hebben meer interesse in een leasefiets. Overigens is het aandeel dat de leasefiets resoluut afwijst onafhankelijk van de woon-werk afstand.

3.2.7 Kenmerken van de groep 'triple yes'

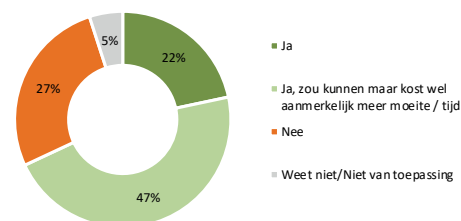
We hebben de groep in kaart gebracht voor wie het gebruik van alternatieven geen problemen oplevert en realistisch haalbaar is. Deze groep hebben we gefilterd uit de respondenten die driemaal bevestigend antwoorden ('triple yes') op de vragen:

1. Is uw woonadres gemakkelijk bereikbaar met andere vervoersvormen dan de auto?
2. Is het bedrijf waar u werkt gemakkelijk bereikbaar met andere vervoersvormen dan de auto?
3. Kunt u gemakkelijk relaties/klanten bezoeken met andere vervoersvormen dan de auto?

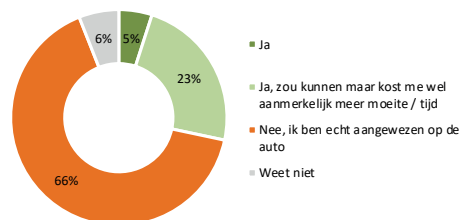
Is uw woonadres gemakkelijk bereikbaar met andere vervoersvormen dan de auto?



Is het bedrijf waar u werkt gemakkelijk bereikbaar met andere vervoersvormen dan de auto?



En voor ZAKELIJK VERKEER? Kunt u gemakkelijk gebruik maken van andere vervoersvormen dan de auto?



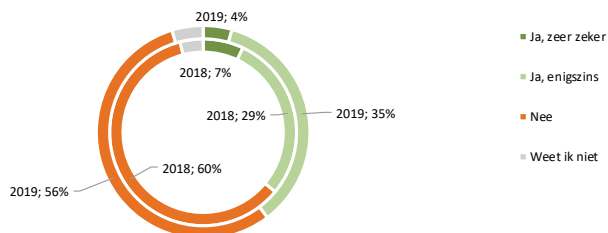
- Belangrijke conclusie: de groep die aangeeft dat woning, werk en zakenrelaties (redelijk) makkelijk bereikbaar zijn met het OV, heeft een duidelijk afwijkend profiel en staat significant positiever tegenover alternatieven en elektrisch rijden. Overigens betreft het relatief vaak ZZP'ers en DGA's.
- Ten opzichte van de meting vorig jaar wordt iets vaker geantwoord dat de bereikbaarheid van de drie bestemmingen met alternatieven mogelijk is.

Kenmerken van de groep respondenten die aangeven dat zowel woon- als bedrijfs- als zakelijke adressen gemakkelijk te bereiken zijn met andere vervoersvormen dan de auto

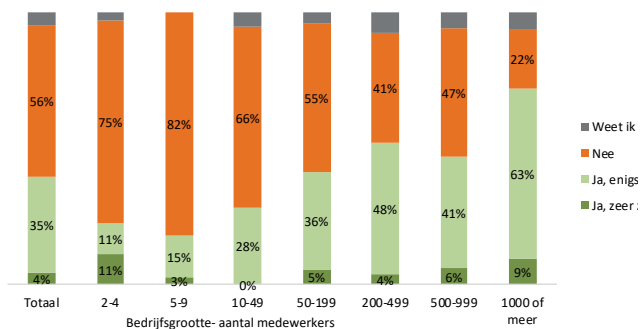
 <ul style="list-style-type: none"> Rijden vaker in een BMW, Ford, Mercedes-Benz of Toyota (vaker D-UPPER FAMILY) Rijdt vaker met een (plug-in-)hybride Lagere NPS van +16 Vaker een auto in privé eigendom (declaratie zakelijke km's) Vaker 7% of 25% bijtellingscategorie Vindt de auto minder vaak een belangrijke arbeidsvoorwaarde 	 <ul style="list-style-type: none"> Indien behoefte aan verandering van huidige mobiliteit, worden vaker als reden genoemd; meer flexibiliteit (ook mobiliteitsbudget en OV) en vaker thuis kunnen werken 	 <ul style="list-style-type: none"> Maakt vaker gebruik van Openbaar Vervoer voor zakelijke ritten Minder vaak interesse in fietsplan Huidig gebruik en de Intentie tot gebruik van alternatieven is bij bijna alle vormen hoger Kiest vaker voor OV als de reistijd vergelijkbaar is
 <ul style="list-style-type: none"> Vaker ZZP en DGA Vaker wat jonger, met 1- of 2-persoonshuishouden Woont vaker in een druk stedelijk gebied Vaker een lager inkomen Werkt vaker op een vast adres 	 <ul style="list-style-type: none"> Volgende auto vaker uit D-UPPER FAMILY segment of J-LOWER MPV Volgende auto is vaker een elektrisch aangedreven auto en dus vaker lage bijtelling van 4% Belangrijkste redenen die genoemd worden om voor elektrisch te kiezen zijn, zuinig en milieuvriendelijk Keuzefactoren: milieu, aanschafwaarde, reputatie en technische kwaliteit worden vaker belangrijk gevonden 	 <ul style="list-style-type: none"> Invloed op keuze auto vaker beperkt Vaker merkenbeperking Vaker beperking op varianten en brandstof- / aandrijfsoort Werkgever biedt vaker andere mobiliteitsvormen aan naast een zakenauto Mobiliteitsbudget wordt vaker aangeboden. Men maakt hier echter minder vaak gebruik van
 <ul style="list-style-type: none"> Rijdt vaker minder kilometers 		

3.2.8 Behoefte aan verandering

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

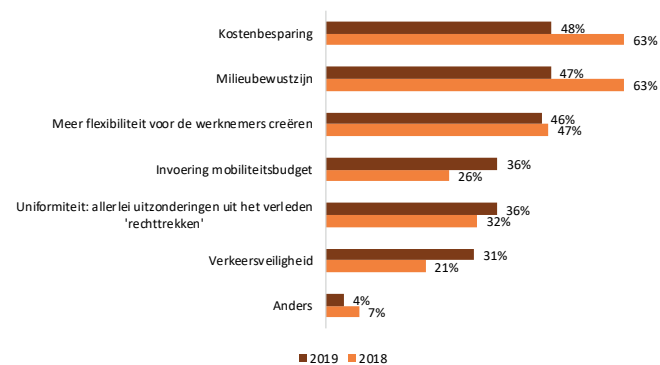


Hebt u als bedrijf de behoefte om de wijze waarop de zakelijke mobiliteit van uw medewerkers nu is ingericht, te veranderen?



- De groep bedrijven die zakelijke mobiliteit anders wil aanpakken is gegroeid van 36% naar 39%. De behoefte leeft voornamelijk bij grote bedrijven.
- De focus van de verandering verschuift van kostenbesparing en milieu steeds meer naar een mobiliteitsbudget en veiligheid.

Wens verandering - Wat zijn volgens u daarvoor de belangrijkste redenen?



3.2.9 Visie op mobiliteit

3.2.9.1 Stellingen over mobiliteit



- Bedrijven vinden besparing op mobiliteitskosten erg belangrijk, maar er is sprake van een licht dalende tendens.
- Medewerkers worden in mindere mate gemotiveerd om minder te rijden en er wordt minder gestimuleerd op een lage CO₂-uitstoot. Mogelijke oorzaken: groeiende economie, krapte op de arbeidsmarkt en de toename van elektrische auto's (en de vanzelfsprekendheid dat dit automatisch leidt tot lagere CO₂-uitstoot)?
- De medewerker staat steeds meer centraal: zowel de vrijheid om de keuze voor een auto te bepalen als het kunnen gebruikmaken van een gevarieerd mobiliteitsaanbod scoren (weer) hoger dan vorig jaar.

Stellingen met betrekking tot inrichting mobiliteit: (op basis van enigszins mee eens en helemaal mee eens)					
	NZO 2016	NZO 2017	NZO 2018	NZO 2019	
Wij vinden kostenbesparing op zakelijke mobiliteit erg belangrijk	94%	92%	91%	89%	↓
Wij hebben milieubewustzijn of Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) hoog in het vaandel staan	80%	89%	84%	87%	↑
Wij vinden flexibilisering van arbeid en mobiliteit belangrijk	74%	78%	78%	80%	↑
Wij vinden de zakenauto een belangrijke (secundaire) arbeidsvoorwaarde en laten de berijder behoorlijk vrij in het bepalen van de autokeuze	76%	74%	71%	76%	↑
Wij vinden een breed mobiliteitsaanbod met veel individuele keuzemogelijkheden een belangrijke (secundaire) arbeidsvoorwaarde	63%	65%	73%	74%	↑

Stellingen met betrekking tot sturen op gedrag: (op basis van enigszins mee eens en helemaal mee eens)					
	NZO 2016	NZO 2017	NZO 2018	NZO 2019	
Wij motiveren berijders van een zakenauto om minder zakelijke kilometers te rijden	33%	43%	49%	40%	↓
Wij motiveren berijders van een zakenauto om minder privé kilometers te rijden	32%	37%	41%	29%	↓
Wij stimuleren een lage CO ₂ -uitstoot door middel van autokeuze		73%	67%	63%	↓
Wij stimuleren een lage CO ₂ -uitstoot door zuinig rijgedrag		66%	57%	52%	↓



- De rol van de personenauto bij de invulling van de zakelijke mobiliteitsbehoefte van het bedrijf neemt af. 77% van alle bedrijven gaf in 2017 aan dat de auto een (zeer) belangrijke rol vervult. Dat is gedaald naar 66% in 2018 en 57% in 2019. Flexibiliteit wordt steeds belangrijker.
- Voor 10 aspecten is gevraagd hoe belangrijk ze zijn voor de inrichting van het mobiliteitsbeleid. Ten

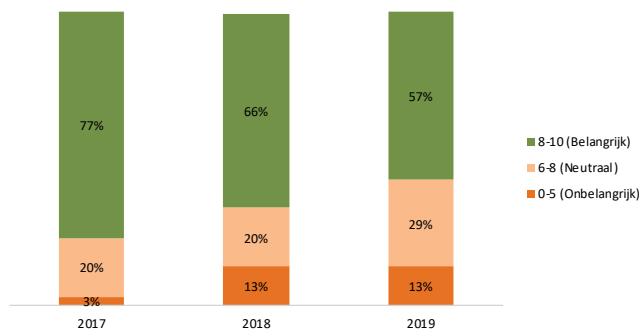
opzichte van vorig jaar valt op dat alle aspecten wat hoger worden beoordeeld, de scores zijn nu meer in lijn met 2017. Opvallend:

- Kosten voor het bedrijf neemt weliswaar toe ten opzichte van vorig jaar maar krijgt niet meer de hoogste score, verkeersveiligheid staat nu op nummer één.
- Op de tweede en derde plaats volgen kosten voor

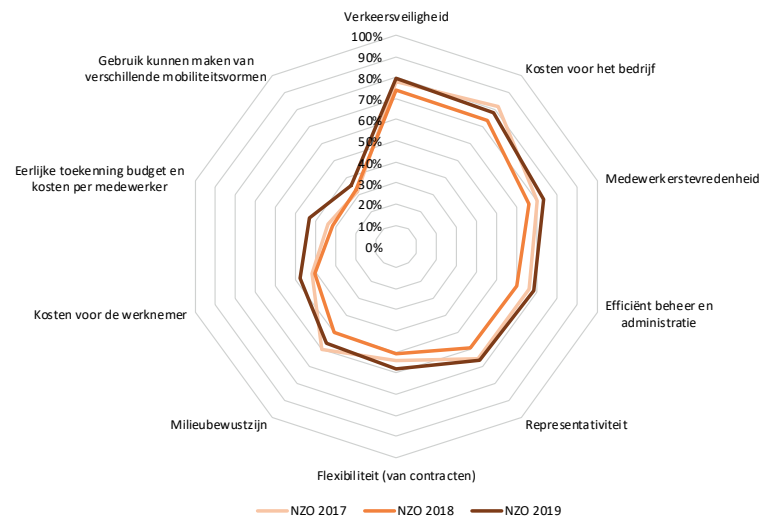
het bedrijf en medewerkerstevredenheid.

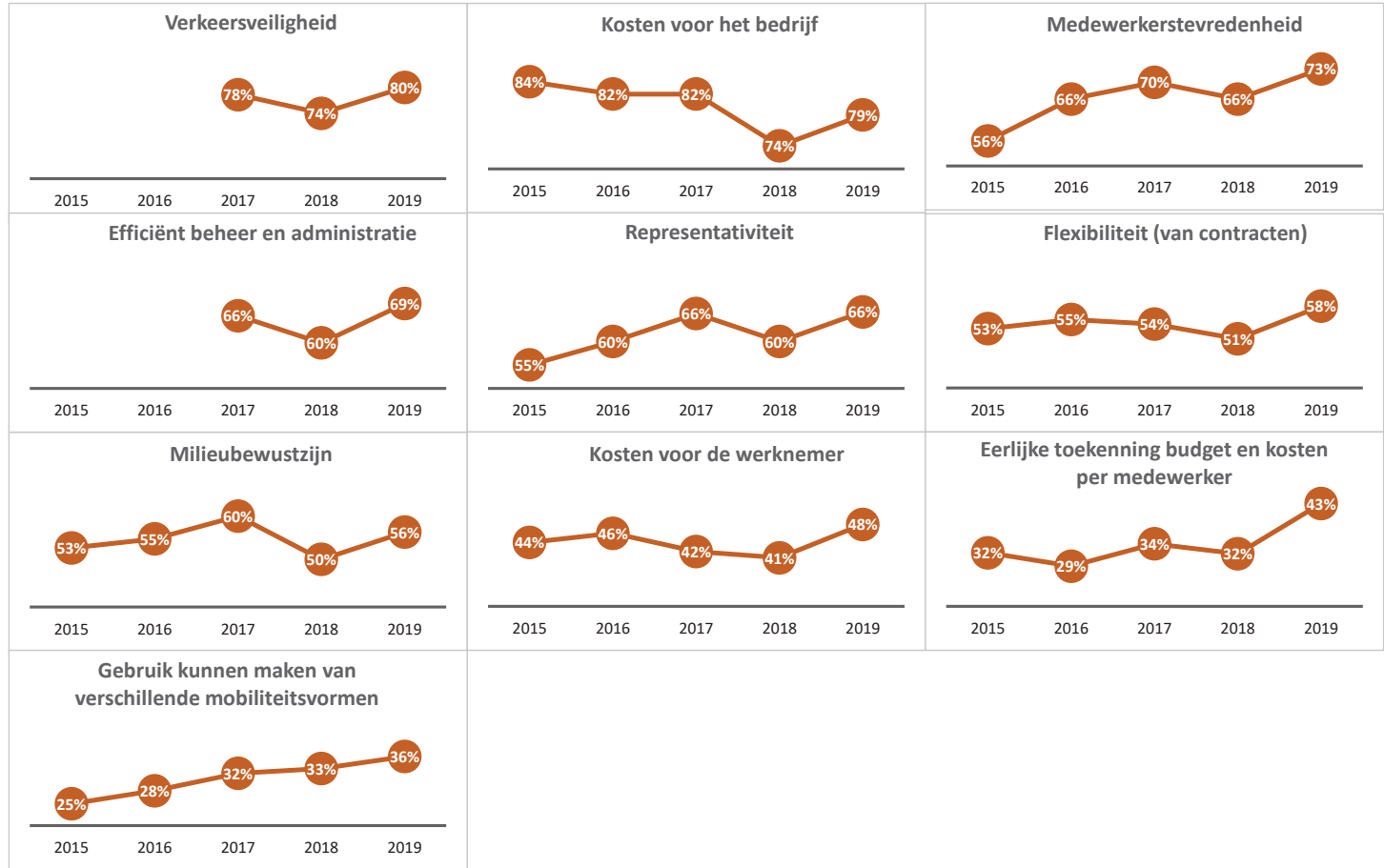
- Efficiënt beheer en administratie wordt belangrijker gevonden dan bijvoorbeeld representativiteit en milieubewustzijn; het onderwerp volgt op plaats vier.
- Flexibiliteit en eerlijke toekenning budget en kosten per medewerker neemt in belang toe.

Hoe groot is de rol van de personenauto in zakelijke mobiliteit voor uw bedrijf



In hoeverre spelen de volgende onderwerpen een rol bij het inrichten van zakelijke mobiliteit voor uw medewerkers: (op basis van hoge beoordeling 8-9-10 op 10-puntschaal)

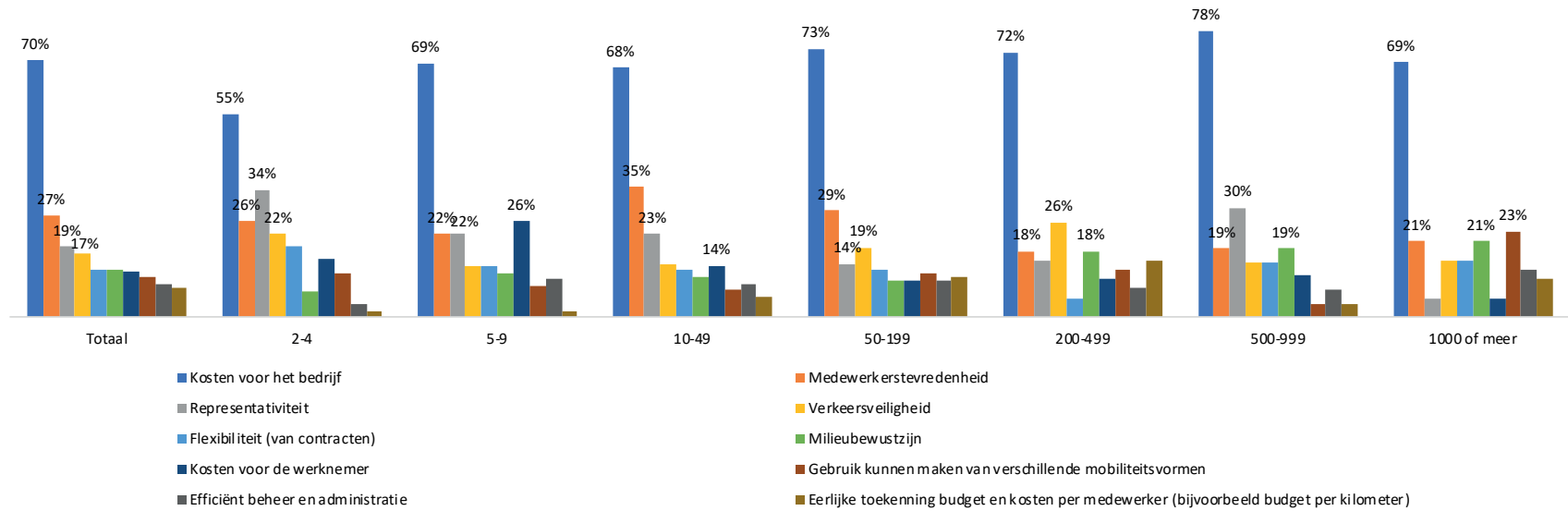






- Om een duidelijker beeld te krijgen van de aspecten die bedrijven écht belangrijk vinden is dit jaar gevraagd om maximaal 2 van de allerbelangrijkste aspecten te benoemen. Hieruit komt overduidelijk naar voren dat (toch) kosten voor het bedrijf veruit het belangrijkste is gevolgd door medewerkerstevredenheid.
- Verkeersveiligheid staat nu op plek 4 en is voornamelijk bij de middelgrote bedrijven een belangrijk onderwerp.
- Representativiteit is bij de grootste bedrijven minder van belang, deze bedrijven vinden milieu en het gebruik kunnen maken van verschillende mobiliteitsvormen belangrijker.

Welke van deze onderwerpen zijn voor uw bedrijf de allerbelangrijkste factoren? (maximaal 2 antwoorden)



3.2.10 Verwachte veranderingen



- Belangrijke verschuivingen bij de verwachtingen voor de komende 1-2 jaar:
 - Inmiddels geeft meer dan de helft van de bedrijven aan dat aan minder medewerkers een auto van de zaak ter beschikking zal worden gesteld (sterke toename van 37% in 2017 en 47% in 2018 naar 53% in 2019).
 - Met betrekking tot de volgende autokeuze wordt minder vaak verwacht dat deze kleiner en/of goedkoper zal zijn dan de huidige.
 - Ook meer dan de helft geeft aan dat medewerkers steeds meer open staan voor andere vervoersvormen dan de zakenauto alléén.
 - Sterke focus op verkeersveiligheid scoort hoog (maar vrijwel gelijk aan 2018).
 - De focus op bijtelling blijft volgens de bedrijven hoog: 80% geeft aan dat medewerkers dat realiseren door te kiezen voor een auto met een lagere fiscale waarde, 72% door te kiezen voor een EV.

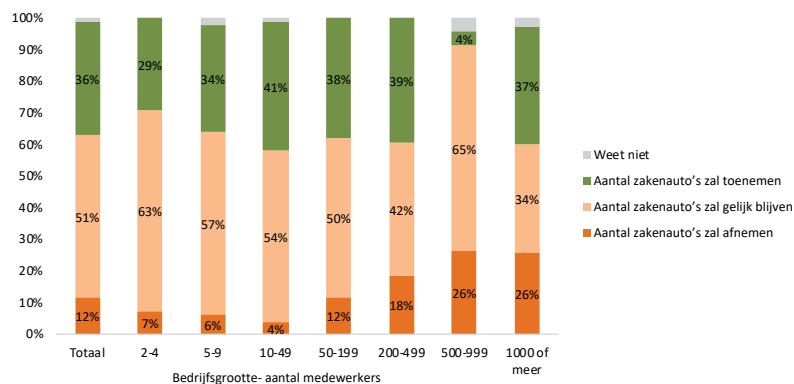
En binnen 1-2 jaar verwacht ik...						
(op basis van enigszins mee eens en helemaal mee eens)						
	NZO 2015	NZO 2016	NZO 2017	NZO 2018	NZO 2019	
Aan minder medewerkers zal een auto van de zaak ter beschikking worden gesteld	43%	43%	37%	47%	53%	↑
De volgende auto is kleiner dan de huidige	42%	42%	38%	45%	40%	↓
De volgende auto heeft een lagere aanschafwaarde dan de huidige	46%	48%	48%	45%	43%	↓
Medewerkers staan steeds meer open voor andere vervoersvormen dan de zakenauto alléén	34%	42%	51%	49%	54%	↑
Meer medewerkers gaat de zakenauto buiten de bijtelling houden		42%	38%	41%	40%	→
Een sterke(re) focus op veilig rijden c.q. veiligheidsopties in de auto			57%	72%	71%	→
Dat er een sterke focus blijft op lage bijtelling: de meeste medewerkers gaan een auto met een lagere fiscale waarde kiezen			68%	75%	80%	↑
Dat er een sterke focus blijft op lage bijtelling: de meeste medewerkers gaan een volledig elektrische auto kiezen			47%	67%	72%	↑



- De verwachting dat het aantal zakenauto's zal afnemen is drastisch gedaald: van 42% in 2016 en 34% in 2018 naar 12% in 2019*. Het grootste deel verwacht voor de komende drie jaar geen verandering, meer dan een derde verwacht juist een toename.
- Afname van zakenauto's wordt vooral bij grotere bedrijven voorspeld (en dan betreft het dus wel relatief grote volumes...).

- De meeste bedrijven die een afname van het totaal aantal zakenauto's voorspellen, gaan ervan uit dat de totale mobiliteitsbehoefte afneemt en er minder auto's nodig zijn. De overgang naar mobiliteitsbudgetten is ook een belangrijke reden voor de verwachte afname.
- De belangrijkste reden voor toename is een groei in activiteiten / bedrijfsgroei.

Wat is uw verwachting over de ontwikkeling van het aantal zakenauto's (personenauto's) binnen uw onderneming voor de komende 3 jaar?



NZO 2016 NZO 2018 NZO 2019

Verwachting dat het aantal zakenauto's zal afnemen*

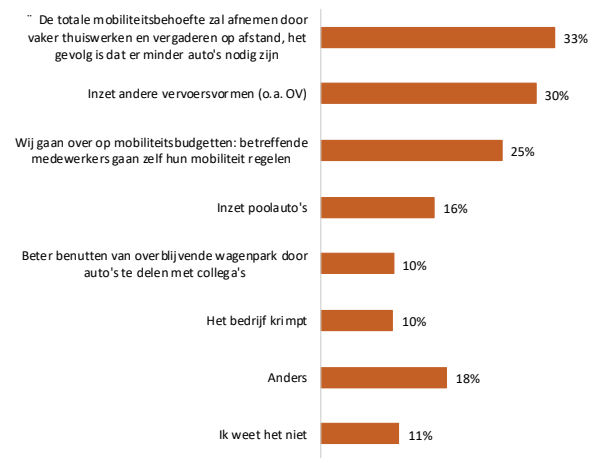
42%

34%

12%

* Vraagstelling is niet geheel vergelijkbaar: 2019 gebaseerd op drie jaar vooruitkijken. 2016 en 2018 gebaseerd op twee jaar.

Reden afname aantal zakenauto's



Reden toename aantal zakenauto's





3.2.11 Alternatieven en concrete gebruiksincenties



- Ruim 80% van alle medewerkers (dus met en zonder zakenauto) mag gebruikmaken van het OV voor zakelijke ritten. In de praktijk maakt circa 13% van alle medewerkers hiervan gebruik en 9% van de medewerkers met een auto van de zaak.
- Deelgebruik wordt hoog ingeschat; verklaring kan zijn dat zakelijke rijders regelmatig met collega's naar afspraken gaan en dat dit ook wordt gezien als een vorm van deelgebruik.



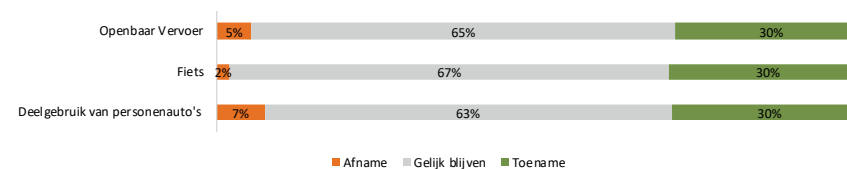
Hoeveel % van alle medewerkers maakt naar schatting gebruik van...

	Alle medewerkers	Medewerkers met auto vd zaak	
	Zakelijke ritten	Zakelijke ritten	Woon-werk
Openbaar vervoer	13%	9%	11%
Fiets/E-bike	7%	5%	14%
Deelgebruik personenauto's	30%	35%	19%

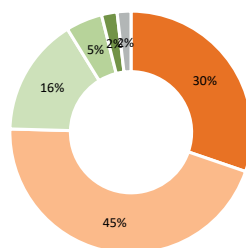


- Bedrijven zijn gematigd positief gestemd over de ontwikkeling van het gebruik van deze vervoersvormen voor zakelijke ritten. Voor de komende drie jaar wordt gemiddeld een toename van 30% verwacht. Bij de grote bedrijven is dit meer dan 50%.
- Bijna een kwart van de bedrijven geeft aan regelmatig tot zeer intensief bezig te zijn met het stimuleren van het gebruik van alternatieve vervoersvormen. Zij verwachten vooral een toename van OV-gebruik.
- Opvallend is dat zo'n 20% van de bedrijven die weinig of niet stimuleren ook een toename verwachten van alternatieven.

Wat is uw verwachting over de ontwikkeling van het gebruik van deze vervoersvormen voor zakelijke ritten voor de komende drie jaar?

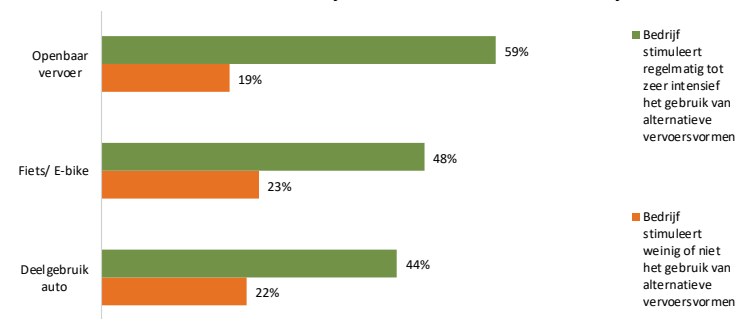


In hoeverre stimuleert uw bedrijf het gebruik van deze alternatieve vervoersvormen onder medewerkers met een zakenauto (in plaats van of naast de zakenauto)?



- Zijn we als bedrijf helemaal niet mee bezig
- Zijn we als bedrijf weinig mee bezig
- Zijn we als bedrijf regelmatig mee bezig
- Zijn we als bedrijf veel mee bezig
- Zijn we als bedrijf zeer intensief mee bezig
- Weet niet

Bedrijven die een toename verwachten van het gebruik van deze vervoersvormen voor zakelijke ritten voor de komende drie jaar



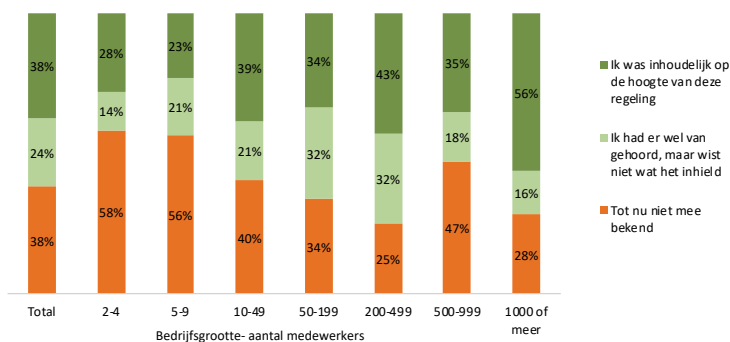
3.2.12 Fiets van de zaak



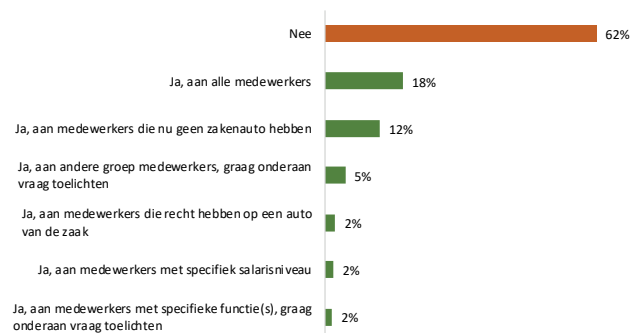
- Voor relatief veel bedrijven is de nieuwe regeling voor een fiets van de zaak nog onbekend terrein. Grote bedrijven geven vaker aan inhoudelijk goed op de hoogte te zijn.
- 38% van de bedrijven gaat naar verwachting een fiets van de zaak aanbieden. 62% van de bedrijven verwacht dat niet te doen. Bij bedrijven met meer dan 1.000 medewerkers verwacht 50% de fietsregeling beschikbaar te stellen.

- Wat invoering van de fietsregeling concreet betekent voor de interne (financiële) regelgeving is vaak nog niet bekend.
- Grote bedrijven bieden de fiets voornamelijk aan om de vitaliteit van werknemers te verbeteren, kleinere bedrijven in verband met aantrekkelijk werkgeverschap.
- Bedrijven die de fiets gaan aanbieden verwachten dat vooral medewerkers zonder zakenauto er gebruik van zullen maken.

Op de hoogte van regeling fiets vd zaak



Verwacht u dat uw bedrijf (vanaf 2020) fietsen van de zaak gaat aanbieden?



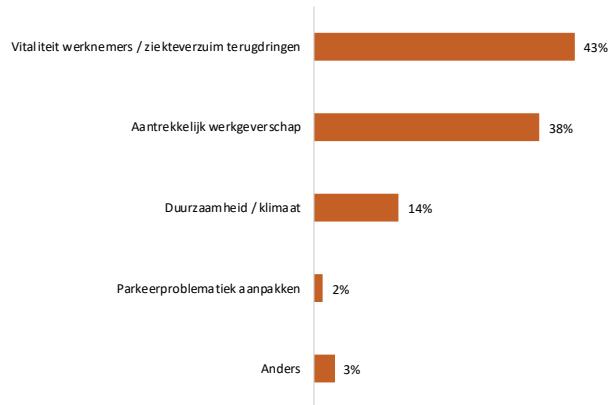
Wat betekent dit voor werknemers die zowel een zakenauto als een fiets van de zaak wensen?



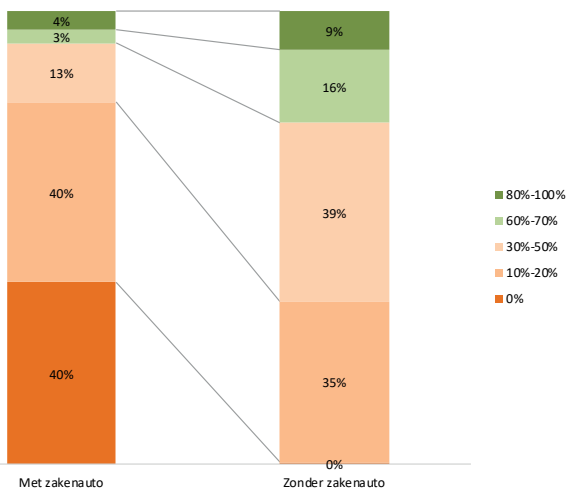
Highlights fietsmarkt Nederland

- In 2018 zijn in Nederland ruim 1 miljoen nieuwe fietsen verkocht, waarvan 409.000 e-bikes en 3.000 speedpedelecs (e-bikes met een max. snelheid van 45 km/h).
- Tot 2014 bestond er een bedrijfsfietsenregeling in Nederland, fietsen tot €750,- konden fiscaal aantrekkelijk worden aangeboden aan medewerkers. Destijds viel 13% van alle nieuwe fietsen onder deze regeling.
- Vanaf 2020 is er een nieuwe regeling voor fietsen van de zaak: net als bij leaseauto's geldt een bijtelling over de nieuwwaarde van de fiets. Voor fietsen is de bijtelling vastgesteld op 7% van de nieuwwaarde.

Wat is de belangrijkste reden om een fiets van de zaak aan te bieden aan medewerkers?



Hoeveel % van de medewerkers gaat gebruik maken van een fiets van de zaak



3.2.13 Parkeerproblemen en oplossingen

Parkeren is onlosmakelijk verbonden aan (auto)mobiliteit. Parkeerproblematiek kan dus een belangrijke driver zijn voor de inrichting van mobiliteit. Dit jaar is een aantal vragen toegevoegd specifiek met betrekking tot parkeren.

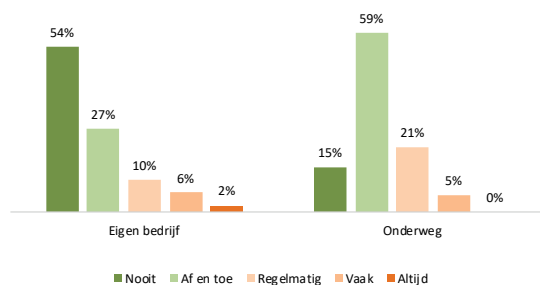


- Iets meer dan de helft van de bedrijven ondervindt nooit problemen met parkeren op en rondom het eigen bedrijf. Parkeren onderweg wordt lastiger gevonden, slechts 15% geeft aan dat er nooit problemen zijn onderweg.
- Vooral grote bedrijven in de Randstad hebben parkeerproblemen bij het eigen bedrijf.
- Bijna een vijfde geeft aan dat de inrichting van mobiliteit wordt

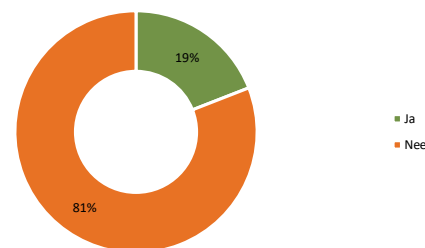
beïnvloed door de parkeersituatie.

- Als belangrijkste oplossingen worden genoemd: mogelijkheid bieden om thuis te werken (40%), stimuleren OV (27%), stimuleren fiets (25%) en stimuleren telefonische afspraken (25%). Ruim een kwart van de bedrijven is helemaal niet bezig met oplossingen.

Parkeerproblemen



Wordt de inrichting van zakelijke mobiliteit beïnvloed door de parkeersituatie?



Wat doet u als bedrijf om de parkeerproblemen op te lossen (of te verminderen)?



3.2.14 Actieve rol verduurzaming

Hoe zien bedrijven hun betrokkenheid bij de verduurzaming van mobiliteit? Spelen ze een actieve rol? En wat is het beleid met betrekking tot (het beperken van) CO₂-uitstoot?

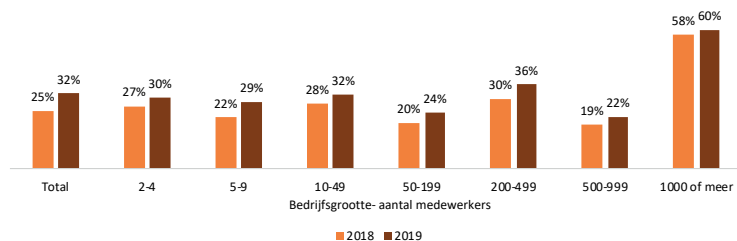


- Een derde vindt dat het eigen bedrijf een uitermate actieve rol speelt in verduurzaming. Bij de grootste bedrijven (>1.000 medewerkers) is dit 60%.
- De grootste bedrijven zijn het meest actief, maar ten opzichte van 2018 zijn er meer kleine en middelgrote bedrijven die een actieve rol spelen.
- Verduurzaming gebeurt met allerlei activiteiten, maar sturen op autokeuze blijft (met 52%) de belangrijkste.
- Het stimuleren van thuiswerken neemt sterk toe. Nieuw toegevoegde

antwoordmogelijkheden zoals faciliteren fiets van de zaak en stimuleren deelgebruik scoren met respectievelijk 16% en 13% niet heel hoog.

• In de meeste gevallen overheerst de mening dat verduurzaming géén geld mag kosten. Bij 26% (en bij grote bedrijven beduidend méér) mag verduurzaming wél geld kosten en/of is zelfs gebudgetteerd. Dit is een lichte toename ten opzichte van vorig jaar.

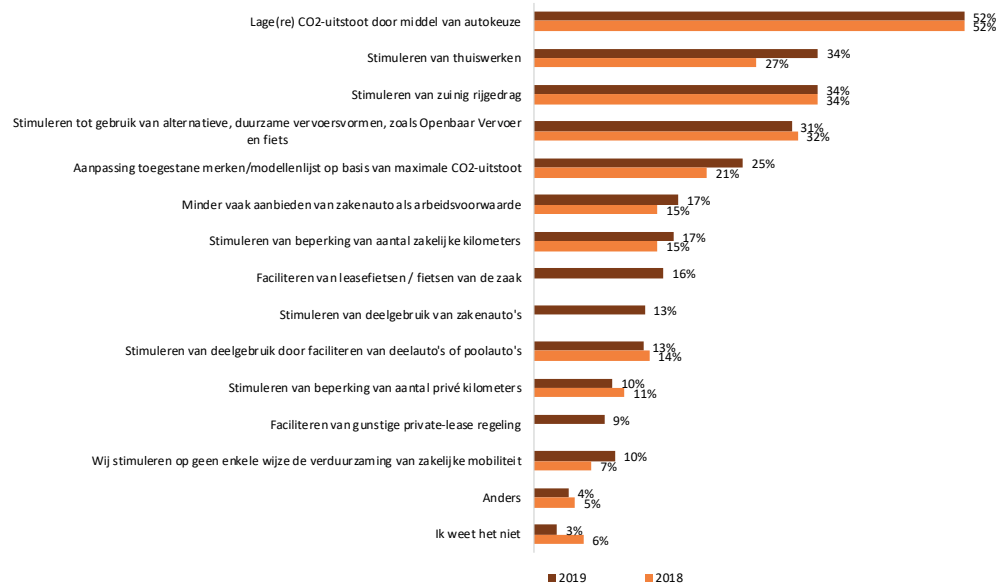
In hoeverre speelt uw bedrijf een actieve rol mbt verduurzaming van zakelijke mobiliteit? (op basis van hoge beoordeling 8-9-10 op 10-puntschaal)



Mag verduurzaming van zakelijke mobiliteit voor uw bedrijf geld kosten?



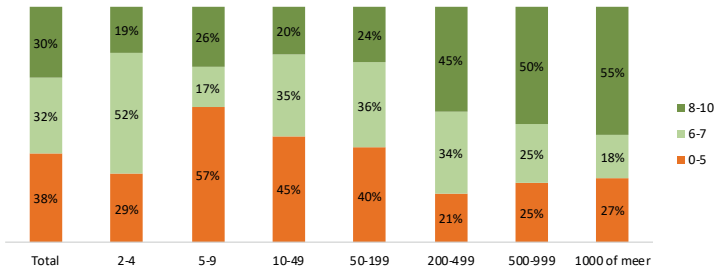
Op welke manier wordt verduurzaming van zakelijke mobiliteit (inclusief woon-werk verkeer) onder medewerkers gestimuleerd?



Belang reductie CO2-uitstoot

- Voor 30% van alle bedrijven is reductie van de CO2-uitstoot een uitermate belangrijk onderdeel van het bedrijfsbeleid. Voor 32% is het redelijk belangrijk en voor 38% onbelangrijk.

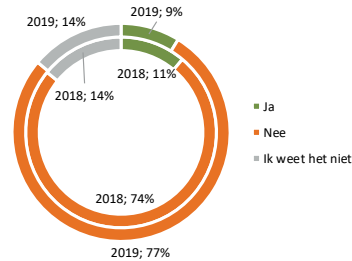
Hoe belangrijk is CO2-reductie als onderdeel van het bedrijfsbeleid?



Doelstelling voor emissievrije uitstoot

- Bedrijven hebben nauwelijks een doelstelling voor emissievrije uitstoot: 9% (was 11%) heeft een doelstelling voor emissievrije uitstoot. Alleen bij de hele grote bedrijven is dit momenteel een aandachtspunt.
- Reductie van CO2 staat beter op de radar van de bedrijven.

Heeft uw bedrijf een doelstelling met betrekking tot emissievrije uitstoot?

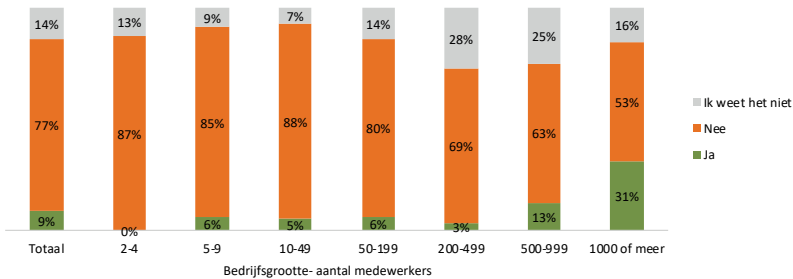


Bedrijven met een doelstelling voor emissievrije uitstoot zijn in te delen in 3 groepen:



1. Bedrijven die aangeven te streven naar volledig elektrisch, volledig emissievrij, CO2 neutraal
2. Bedrijven die aangeven te streven naar een beperking/afname van emissie
3. Bedrijven die refereren aan de CO2 prestatieladder

Heeft uw bedrijf een doelstelling met betrekking tot emissievrije uitstoot?



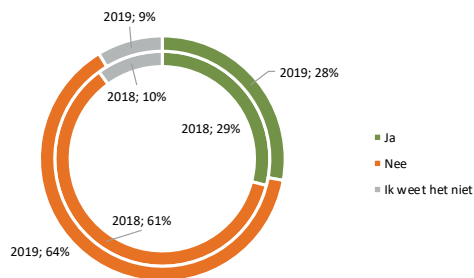
Interessante quotes:

- "2025 alle voertuigen elektrisch (indien technisch haalbaar)"
- "Alleen CO2 vrije lease auto is toegestaan"
- "Alle auto's worden alleen vervangen door emissievrije versies"
- "CO2 uitstoot wordt afgekocht waar nodig"
- "Zo snel mogelijk naar minder uitstoot"
- "50% minder CO2-uitstoot eind 2020 t.o.v. 2014"
- "In het kader van de CO2 ladder zoveel mogelijk beperken."

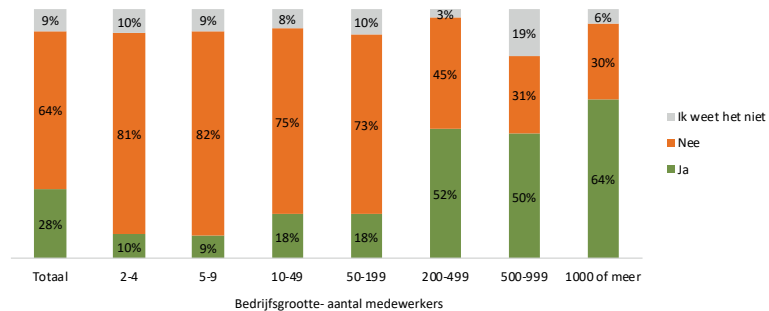
Maximale CO2-uitstoot zakenauto's

- CO2-uitstoot is bij 28% van de bedrijven (en dan vooral bij de grotere bedrijven) aan een maximum gebonden, vrijwel gelijk aan vorig jaar.
- Eigenlijk alleen bij de grote bedrijven vanaf 500 medewerkers is er sprake van een concrete richtlijn voor de maximale CO2-uitstoot in grammen CO2 per kilometer. In de helft van de gevallen ligt dit maximum tussen 120 en 150 gram.

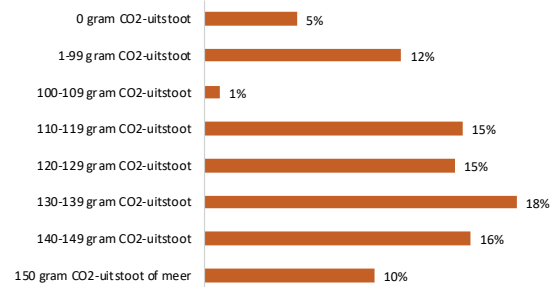
Is de CO2-uitstoot van een zakenauto aan een maximum gebonden?



Is de CO2-uitstoot van een zakenauto aan een maximum gebonden?



Maximum CO2

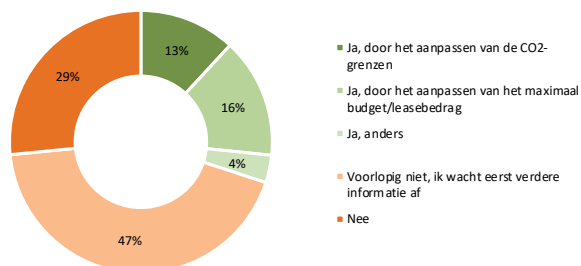


Invloed WLTP

De Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedure, afgekort WLTP, is een nieuwe meetprocedure voor auto's. Deze is in het leven geroepen om een realistischer beeld te scheppen van brandstofverbruik, CO₂-uitstoot en uitstoot van andere verontreinigende stoffen. WLTP meet bij de meeste auto's een hogere CO₂-uitstoot en een hoger brandstofverbruik in vergelijking met de vorige meetprocedure. Hoe hoger de CO₂-uitstoot van een auto, hoe hoger de autobelasting (bpm). WLTP zorgt er dus voor dat de bpm voor bepaalde auto's stijgt.

- Precies een derde van de bedrijven geeft aan dat WLTP effect heeft op de autoregeling door het aanpassen van de CO₂-grenzen of door het aanpassen van het maximale budget/leasebedrag. 29% geeft aan dat de regeling niet wordt aangepast, bijna de helft weet het nog niet en wacht verdere informatie af.

Gaat u als gevolg van WLTP uw autoregeling aanpassen (of autoregeling al aangepast)?

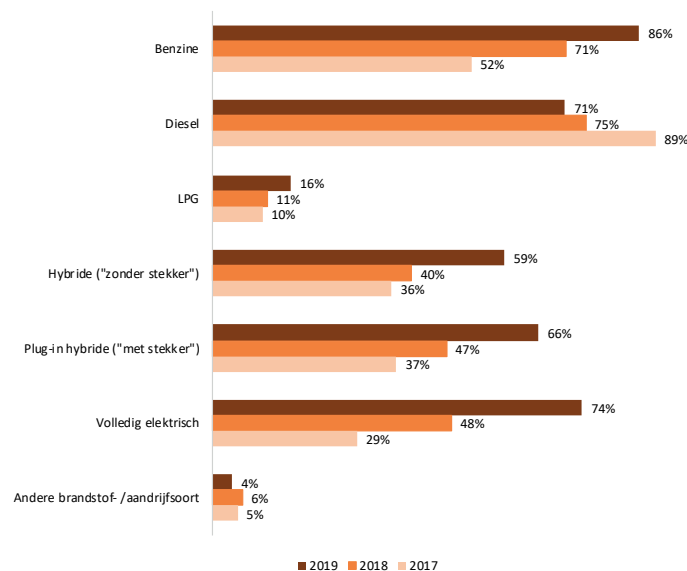


Autoregeling en mogelijkheid om voor Full EV te kiezen

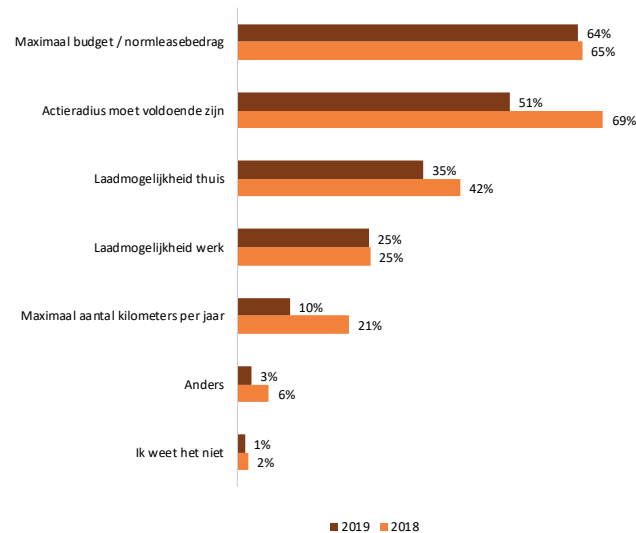
- Elektrische voertuigen worden door bedrijven als volwaardig gezien. Bij driekwart van de bedrijven mag voor EV worden gekozen, een sterke toename ten opzichte van vorig jaar. Maar ook hybride is toegenomen. Diesel loopt sterk terug.

- Dat de EV steeds meer als 'normale auto' wordt gezien blijkt ook uit de verschuiving in de randvoorwaarden die worden gesteld. Voldoende actieradius is gedaald van 69% naar 51%, laadmogelijkheid thuis van 42% naar 35%. De elektrische auto moet vooral passen in het budget (64%).

Uit welke brandstof-/aandrijfsoorten kan worden gekozen?



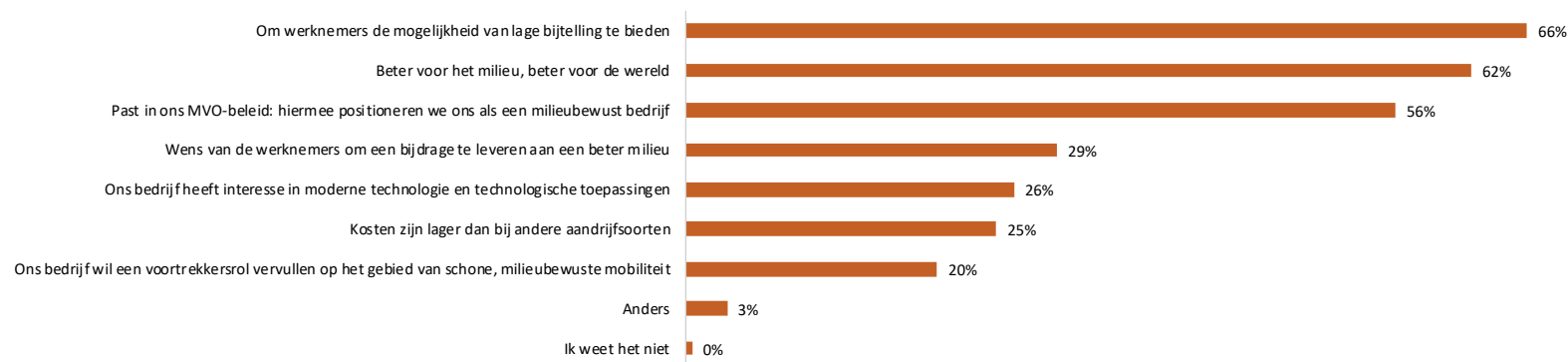
Welke randvoorwaarden worden er gesteld om volledig elektrisch te kiezen?



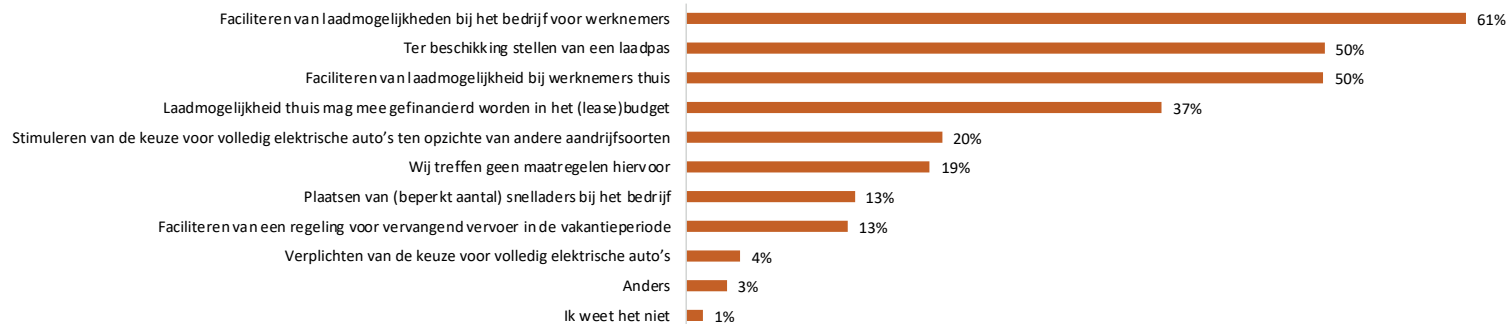
- Belangrijkste drijfveer om EV toe te staan is de werknemer een lage bijtelling te gunnen (medewerkerstevredenheid!).
- Beter voor het milieu en past in ons MVO-beleid scoren met respectievelijk 62% en 56% ook hoog.

- Ruim 60% van de bedrijven zorgt voor laadmogelijkheden bij het bedrijf en 50% faciliteert een laadmogelijkheid thuis. De helft stelt een laadpas ter beschikking.

Wat zijn drijfveren voor uw bedrijf om volledig elektrisch toe te staan?



In welke mate worden maatregelen getroffen om keuze full EV aantrekkelijk te maken?



Thuisladen

• Na afloop van de leasetermijn wordt de werknemer in de meeste gevallen eigenaar van de laadmogelijkheid thuis. Wordt het einde van de leasetermijn niet gehaald dan moet de werknemer in veel gevallen betalen of wordt de laadmogelijkheid verwijderd.

• Aan medewerkers die niet de mogelijkheid hebben om thuis te laden wordt in 23% van de gevallen geëist dat er op korte afstand van het woonadres een (publieke) laadvoorziening is. In 7% van de gevallen wordt de medewerker uitgesloten van EV-keuze.

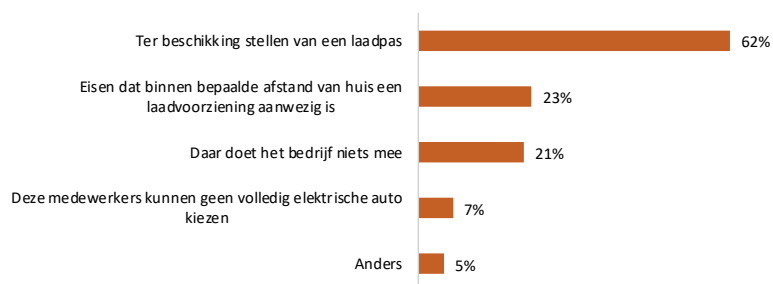
Wat gebeurt er met de laadmogelijkheid bij de werknemer thuis als de leasetermijn is versteken?



En wat gebeurt er als het einde van de leasetermijn niet wordt gehaald (bijvoorbeeld als medewerker eerder uit dienst gaat)?



Hoe gaat het bedrijf om met medewerkers die thuis geen laadmogelijkheid hebben?



3.3. Mobiliteitsbudget en MaaS

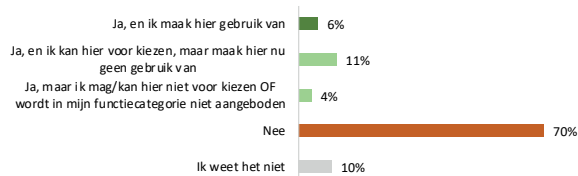
3.3.1 Gebruik en interesse mobiliteitsbudget



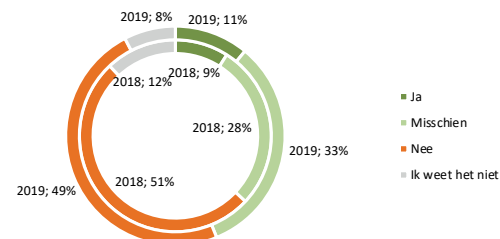
- Ruim 20% van de berijders werkt bij een bedrijf waar een mobiliteitsbudget wordt aangeboden (2017: 10%, 2018: 16%). Dit percentage loopt op naarmate bedrijven groter worden, tot 30% bij de grootste bedrijven.
- Van de totale steekproef maakt 6% gebruik van een mobiliteitsbudget, dat is meer dan voorgaande jaren.
- De gebruikers hebben veelal (87%) voor een auto van de zaak gekozen. 58% gebruikt daarnaast geen andere vervoermiddelen. Indien er wel gebruik wordt gemaakt van andere vervoersoplossingen scoren trein (22%), fiets (13%) en bus/tram/metro (12%) het hoogst.

- 11% van de berijders die nu geen gebruik maken van een mobiliteitsbudget heeft er wel interesse in en 33% heeft misschien interesse. De interesse ligt daarmee hoger dan vorig jaar.
- De concrete gebruiksiintentie (het aandeel respondenten zonder mobiliteitsbudget dat aangeeft dat de kans meer dan 60% is dat ze de komende drie jaar gebruik gaan maken van een mobiliteitsbudget) is 5%. Een procentpunt hoger dan vorig jaar. In potentie groeit het aandeel gebruikers van een mobiliteitsbudget de komende drie jaar naar 6% huidige gebruikers + 5% nieuwe gebruikers = 11% van alle zakelijke rijders.

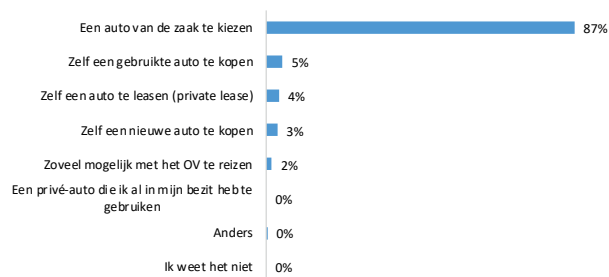
Wordt binnen uw bedrijf een mobiliteitsbudget aangeboden (aan medewerkers in het algemeen)?



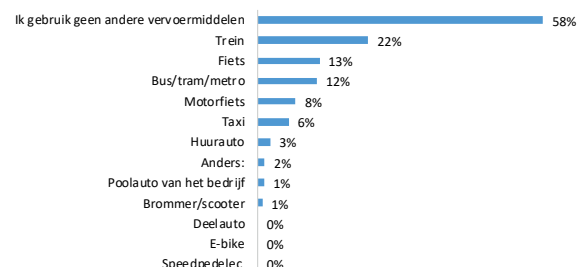
Bent u geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget?



Als hoofdvervoermiddel heb ik er voor gekozen:



Van welke andere vervoermiddelen maakt u ook regelmatig gebruik voor zakelijke ritten?



NZO 2016 NZO 2017 NZO 2018 NZO 2019

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








4%

6%

4%

5%

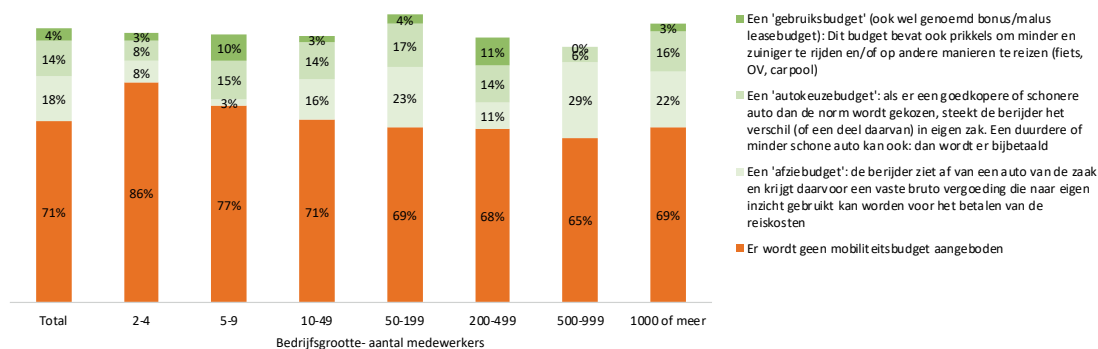
Kenmerken van de groep respondenten die aangeven geïnteresseerd te zijn in een mobiliteitsbudget

 <ul style="list-style-type: none"> Rijden vaker in een B CITY-segment auto (bijv. Renault Clio) Rijdt vaker met een (plug-in-)hybride Lagere NPS van +17 Rijdt relatief vaak in auto met veel mankementen Vaker 7% of 14% bijtellingscategorie Houdt vaker de auto buiten de bijtelling Belangrijkste keuzefactoren zijn bijtellingsklasse, gezinssituatie en milieu 	 <ul style="list-style-type: none"> Vaker heeft behoefte aan verandering Meer dan de helft heeft behoefte aan meer flexibiliteit (ook mobiliteitsbudget en OV) Meer behoefte aan thuiswerken  <ul style="list-style-type: none"> De tweede auto in het huishouden is vaker nieuw gekocht of private lease 	 <ul style="list-style-type: none"> Maakt vaker gebruik van Openbaar Vervoer of andere vervoersmiddelen voor zakelijke ritten Vaker interesse in fietsplan Huidig gebruik en de intentie tot gebruik van alternatieven is bij bijna alle vormen hoger Kiest vaker voor OV als de reistijd vergelijkbaar is
 <ul style="list-style-type: none"> Vaker werknemer Vaker wat jonger en 1-persoonshuishouden Woont vaker in een druk stedelijk gebied Woont en werkt vaker op een plek dat goed bereikbaar is met alternatief vervoer. Werkt vaker voor een groot bedrijf 	 <ul style="list-style-type: none"> Volgende auto vaker uit D-UPPER FAMILY segment en minder vaak uit het L-LOWER UTILITY segment Kiest vaker voor een Tesla of Toyota Kiest vaker voor een privé auto, zodat men geen bijtelling betaald. 	 <ul style="list-style-type: none"> Invloed op keuze auto vaker beperkt Vaker merkenbeperking Vaker beperking op varianten en CO2 uitstoot Verwacht vaker minder keuzevrijheid in de toekomst voor de zakenauto Werkgever biedt vaker andere mobiliteitsvormen aan Mobiliteitsbudget wordt vaker aangeboden binnen het bedrijf, maar men mag hier vaak niet voor kiezen

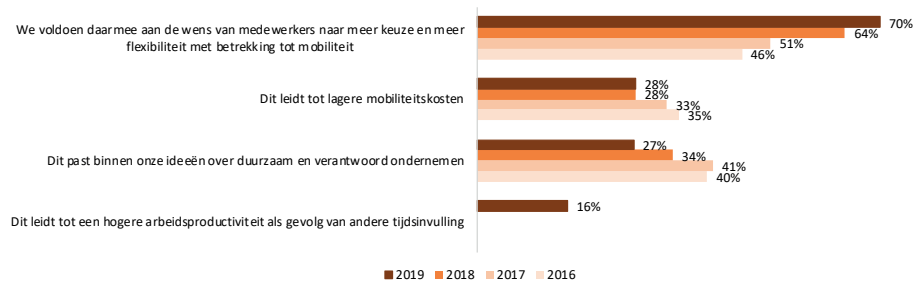


- 29% van de bedrijven biedt een mobiliteitsbudget aan, een toename ten opzichte van vorig jaar (was 25%).
- Redenen om het mobiliteitsbudget aan te bieden tekenen zich steeds explicieter af:
 - 'lagere mobiliteitskosten' en 'duurzaam en verantwoord ondernemen' worden minder belangrijk
 - 'voldoen aan de wens van medewerkers naar meer keuze en flexibiliteit' wordt steeds belangrijker (toegenomen van 46% in 2016 naar 70% in 2019)
- De groep die aangeeft dat zakelijke rijders serieus geïnteresseerd zijn in een mobiliteitsbudget is toegenomen van 8% naar 11%.

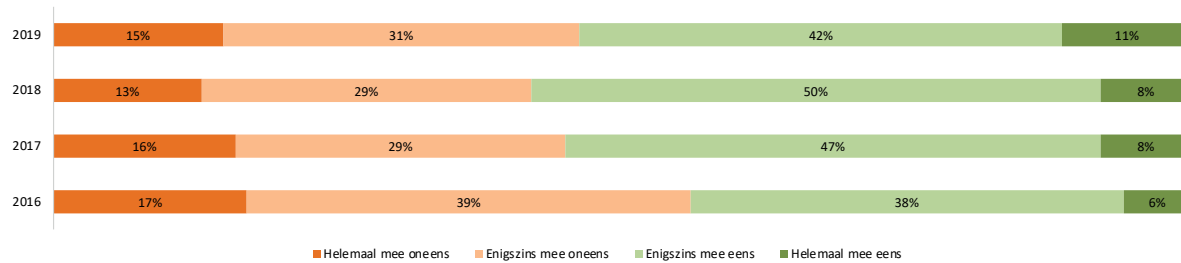
Welk soort mobiliteitsbudget(ten) wordt/worden binnen uw bedrijf op dit moment aangeboden aan zakelijke rijders?



Waarom biedt u een mobiliteitsbudget aan?

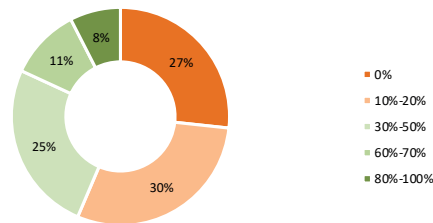


Zakelijke rijders zijn serieus geïnteresseerd in een mobiliteitsbudget dat naar eigen inzicht kan worden gebruikt voor mobiliteit

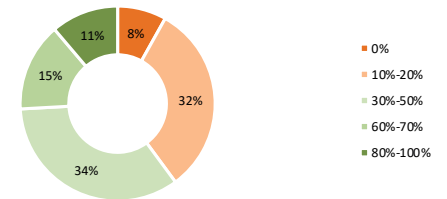


Nog steeds heeft een aanzienlijk deel van de bedrijven invoering van het mobiliteitsbudget op de agenda staan: 19% verwacht dit de komende drie jaar te doen (2018: 20%). Van hen verwacht een kwart dat een groot deel van de zakelijke rijders van het budget gebruik zal gaan maken.

Hoe groot is de kans dat u de komende 3 jaar een mobiliteitsbudget aanbiedt aan uw werknemers?



Hoeveel % van de zakelijke rijders in uw bedrijf zal de komende drie jaar gebruik gaan maken van een mobiliteitsbudget?



	NZO 2017	NZO 2018	NZO 2019
Hoe groot is de kans dat u de komende 3 jaar een mobiliteitsbudget aanbiedt aan uw werknemers? (kans 60-100%)	15%	20%	19%
Hoeveel % van de zakelijke rijders in uw bedrijf zal de komende drie jaar gebruik gaan maken van een mobiliteitsbudget? (kans 60-100%)	21%	25%	26%

3.3.2 MaaS

Mobility as a Service (MaaS) is een steeds meer gehoord begrip in de mobiliteitsmarkt. Letterlijk vertaald betekent het: mobiliteit aanbieden als een service. Geen bezit van vervoersmiddelen, maar het gebruik ervan. Binnen het MaaS-concept worden alle mogelijke vormen van vervoer gecombineerd en het is daarmee, in andere woorden, een marktplaats voor mobiliteit. Via deze marktplaats voor mobiliteit kan de medewerker eenvoudig de beste vervoersoplossing plannen, boeken en betalen voor zijn of haar reis (zowel zakelijk als privé).

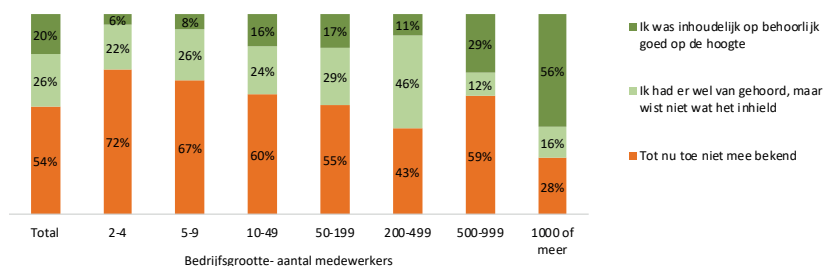


- De bekendheid van MaaS ligt nog op een laag niveau. Eigenlijk alleen de grote bedrijven geven aan inhoudelijk behoorlijk goed op de hoogte te zijn waar het voor staat en wat het betekent.
- Onbekend maakt onbemind: de interesse in MaaS ligt (nu nog) op een laag niveau. De grootste interesse bij de grootste bedrijven.
- Kenmerken van bedrijven die wél geïnteresseerd

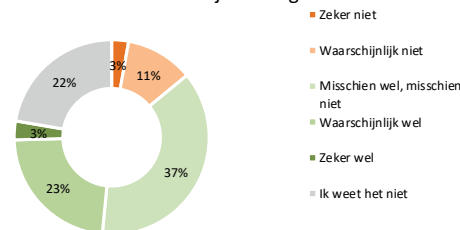
zijn in MaaS: alternatieve vervoersvormen worden nu al gestimuleerd, besef is vaker aanwezig dat verduurzaming op korte termijn geld kost, vaak wordt al een mobiliteitsbudget aangeboden.

• Het merendeel van de respondenten die interesse hebben in MaaS, is er redelijk zeker van dat een bedrijf met een actief mobiliteitsbeleid op het gebied van MaaS wordt gezien als een aantrekkelijke werkgever.

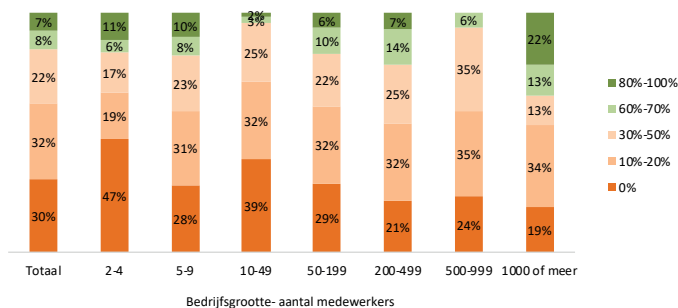
In hoeverre was u (voor het invullen van deze vragenlijst) al bekend met MaaS?



Wordt een bedrijf met een actief mobiliteitsbeleid op het gebied van MaaS gezien als een aantrekkelijke werkgever?



Hoe groot is de interesse van uw bedrijf in het gebruik van MaaS?



Kenmerken van bedrijven die grote interesse hebben in MaaS (60-100%)

- 56% van de bedrijven stimuleren medewerkers tot gebruik van alternatieve, duurzame vervoersvormen, zoals openbaar vervoer en fiets (gemiddeld 31%).
- 40% van de bedrijven gaat ervan uit dat verduurzaming op de korte termijn geld kost en heeft daar budget voor uitgetrokken (gemiddeld 24%).
- 49% van de bedrijven biedt momenteel een mobiliteitsbudget aan (gemiddeld 27%). En een derde van de overige bedrijven met grote interesse in MaaS is van plan om dit binnen nu en 3 jaar aan te bieden.

3.4 Verkeersveiligheid

Berijders

Bedrijven

Verkeersveiligheid staat de laatste jaren steeds meer in de belangstelling. Het aantal verkeersongevallen neemt jaarlijks toe, blijkt uit cijfers van onder meer het CBS en SWOV. Niet alleen toenemende drukte en meer verkeersparticipatie met andere transportmiddelen (denk aan onder andere e-bikes, speedpedelecs) maar ook het toenemende gebruik van de smartphone is daarvoor een belangrijke reden. Daarnaast is er sprake van een toenemende schadelast, mede als gevolg van duurdere auto's, duurdere onderdelen en duurdere reparatiemethoden. Ook vanuit een financieel / kostenperspectief zal de toenemende schadelast er toe leiden dat er meer focus komt op het voorkomen van ongevallen.

Berijders zijn zich zeer bewust van de risico's in het verkeer. Ze doen opmerkelijke uitspraken over hun eigen rijvaardigheid, geven aan dat het lastig is om de smartphone te negeren maar juichen hulpmiddelen om de smartphone tijdens het rijden actief uit te zetten toe, net als controle op naleving ervan. Er staan berijders van een auto steeds meer hulpmiddelen ter beschikking die helpen om zo comfortabel en veilig mogelijk aan het verkeer deel te nemen: Deze zogenaamde rijtaakondersteunende systemen of ADAS (advanced driver assistance systems) worden in steeds meer auto's standaard ingebouwd of zijn als optie verkrijgbaar. Net als de afgelopen twee jaar hebben we bij bedrijven uitgevraagd hoe zij omgaan met verkeersveiligheid en welke eisen worden gesteld aan ADAS. Bij berijders hebben we vragen gesteld over de aanwezigheid van ADAS, het gebruik ervan en het belang van ADAS bij de volgende autokeuze.



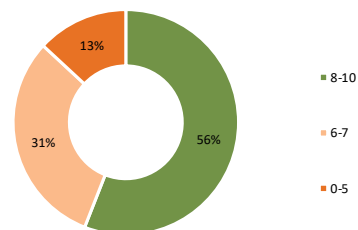


- Bij meer dan de helft van de bedrijven is verkeersveiligheid een belangrijk thema. Bij 13% is het géén thema.
- De belangrijkste manieren om verkeersveiligheid te stimuleren hebben te maken met de autokeuze (merk/model en veiligheidsopties).
- Bedrijven die verkeersveiligheid belangrijk vinden zijn vaker bezig met verduurzaming, hebben vaker een merkenbeperking, stimuleren zakelijke rijders vaker om minder kilometers te rijden en voelen zich vaker verantwoordelijk voor de

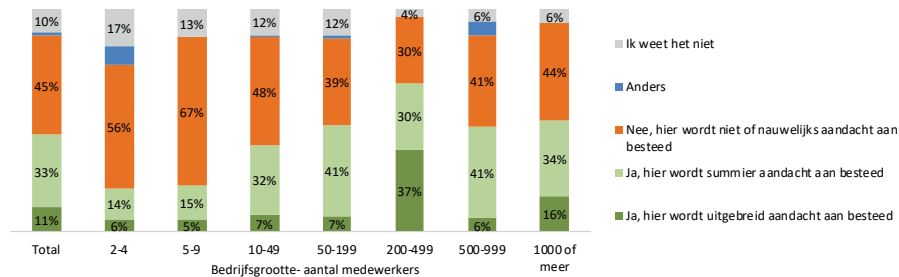
- (verkeers)veiligheid van medewerkers.
- 44% van de bedrijven heeft instructies en/of voorwaarden met betrekking tot verkeersveiligheid opgenomen in het mobiliteitsbeleid (was in 2018: 62%). 45% besteedt helemaal geen aandacht aan verkeersveiligheid en 10% weet het niet.
- Het lijkt erop dat bedrijven verkeersveiligheid wel belangrijk vinden maar dat er in de praktijk weinig concreet beleid wordt gemaakt om dit te realiseren.

In hoeverre is verkeersveiligheid een belangrijk thema in uw bedrijf?

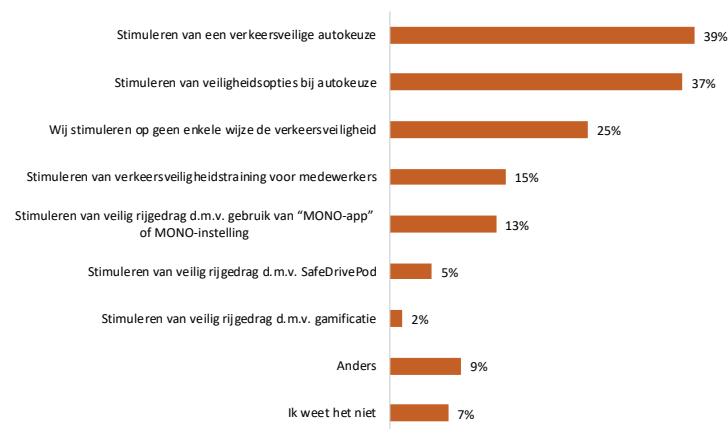
(Totaal onbelangrijk 0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 Uitermate belangrijk)



Zijn in het mobiliteitsbeleid instructies of voorwaarden opgenomen met betrekking tot verkeersveiligheid?



Op welke manier wordt verkeersveiligheid onder medewerkers gestimuleerd?

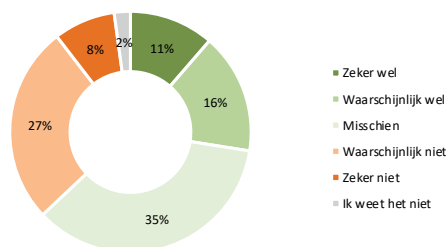




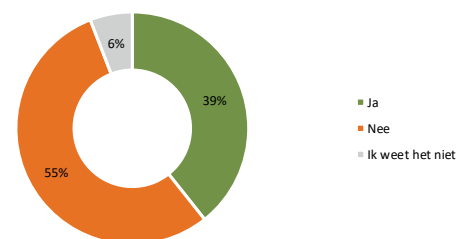
· Bijna 40% van de bedrijven heeft richtlijnen opgenomen voor het gebruik van de smartphone tijdens het rijden (vrijwel gelijk aan 2018). Toch heeft meer dan 50% van de bedrijven geen richtlijnen opgenomen. Er zijn weinig verschillen tussen grote en kleine bedrijven. De instructie heeft wel een beperkte reikwijdte: in de meeste gevallen is de beperking dat alleen handsfree bellen is toegestaan.

· In veel gevallen volgen er geen sancties als er wordt geconstateerd dat een medewerker zich niet aan de richtlijn heeft gehouden. Eventuele schade wordt in de helft van de gevallen wel doorberekend.

Bent u als werkgever bereid om de volgende maatregelen te nemen op het gebied van verkeersveiligheid?
Verkeersveiligheidstraining voor medewerkers



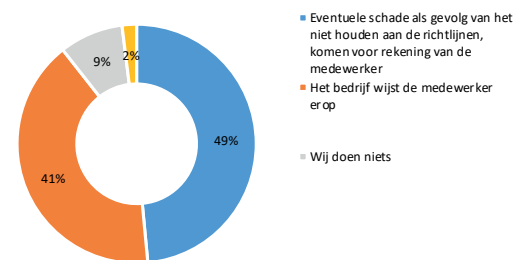
Zijn in het personeels- / het mobiliteitsbeleid richtlijnen opgenomen voor het gebruik van de smartphone tijdens het rijden?



Wat houden deze richtlijnen in?



Wat doet u als er wordt geconstateerd dat een medewerker zich niet aan deze richtlijnen houdt?



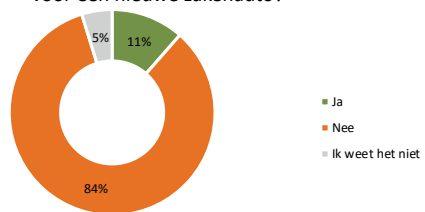


• 11% van de bedrijven stelt eisen aan de aanwezigheid van bepaalde ADAS bij de keuze voor een nieuwe zakenauto, iets lager dan vorig jaar (13%). Vooral de aanwezigheid van adaptive cruise control en emergency brake worden dan verplicht gesteld. De achteruitrijcamera staat ook hoog in het lijstje (voorkomen

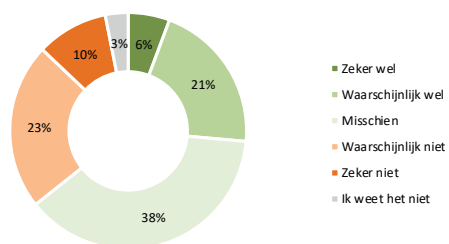
parkeerschades). Van de bedrijven die verkeersveiligheid belangrijk vinden stelt 18% eisen.

• De bereidheid om financieel bij te dragen aan ADAS is beperkt: 6% is zeker bereid, 21% waarschijnlijk wel. 33% is daartoe waarschijnlijk niet of zeker niet bereid.

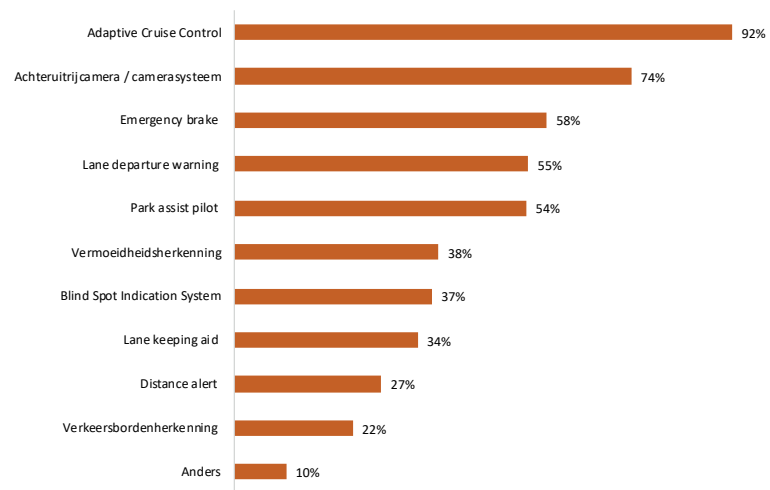
Worden er eisen gesteld met betrekking tot de aanwezigheid van bepaalde ADAS bij de keuze voor een nieuwe zakenauto?



Bent u als werkgever bereid om de volgende maatregelen te nemen op het gebied van verkeersveiligheid? Financieel bijdragen zodat gewenste ADAS aanwezig is



Welke systemen betreft het dan?



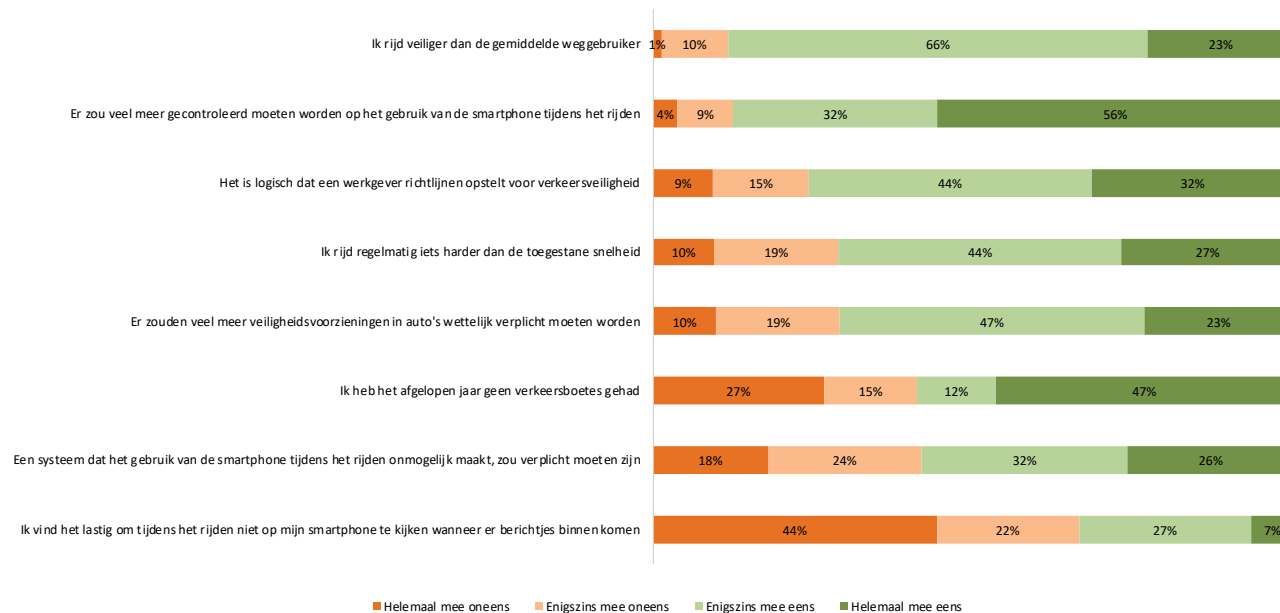


- De houding van de respondenten ten aanzien van verkeersveiligheid is nauwelijks veranderd ten opzichte van vorig jaar:
- Een derde geeft aan dat het lastig is om de smartphone tijdens het rijden te negeren.
- Meer dan 70% rijdt regelmatig iets te hard, 40% heeft het afgelopen jaar een

verkeersboete(s) gehad.

- 89% vindt zichzelf een veiligere weggebruiker dan gemiddeld.
- Meer veiligheidsvoorzieningen, hulpmiddelen om de smartphone bij het rijden actief uit te zetten en meer controle op naleving worden toegejuicht.

Stellingen over verkeersveiligheid

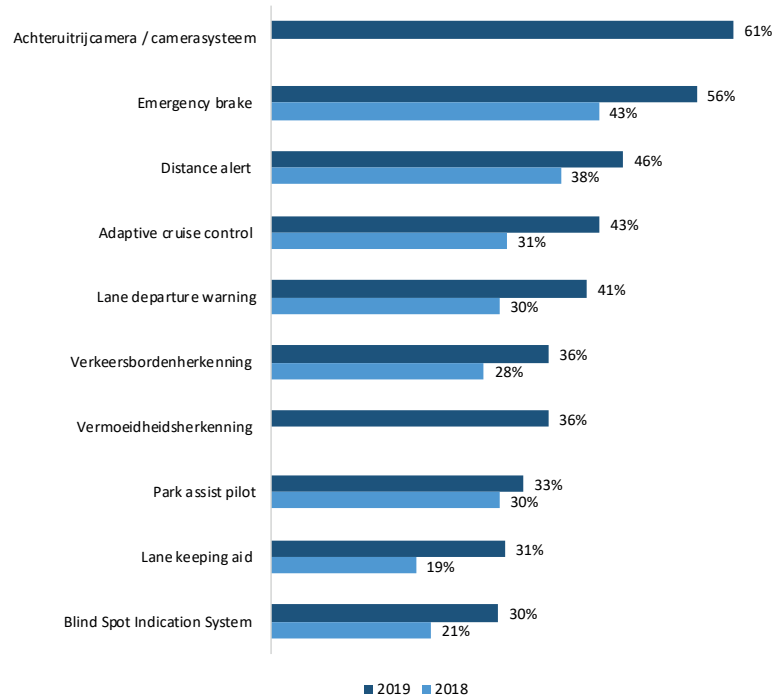




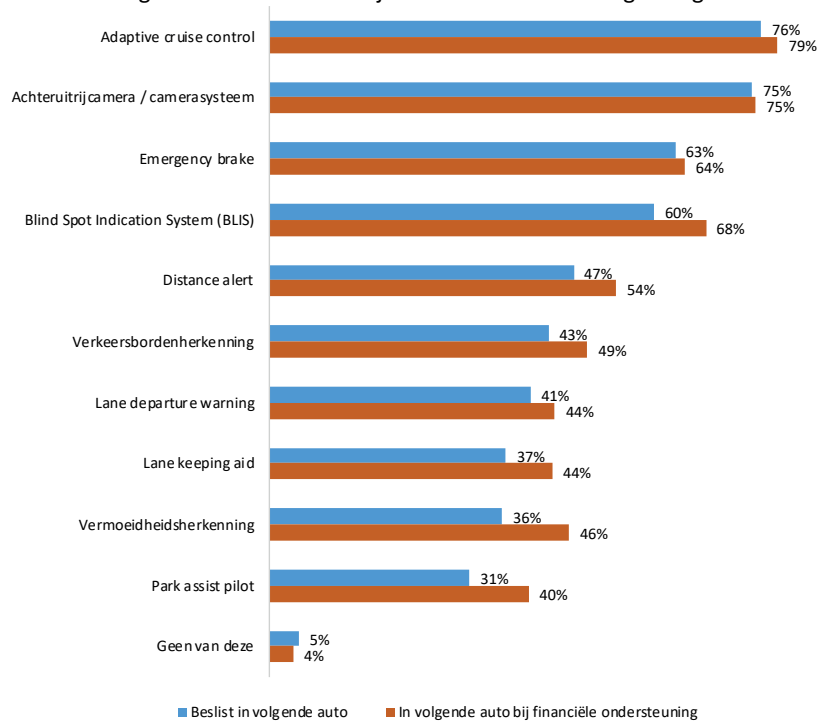
Over het algemeen zijn nieuwe auto's steeds vaker voorzien van diverse ADAS-systemen. Omdat zakenauto's relatief jong zijn, is de ingroei van ADAS in dit segment nog duidelijker zichtbaar. De aanwezigheid van ADAS in auto's van bouwjaar 2019 is

zeer hoog en sterk toegenomen ten opzichte van auto's van bouwjaar 2018 en eerder (zie grafiek volgende pagina).

Aanwezigheid ADAS in huidige zakenauto

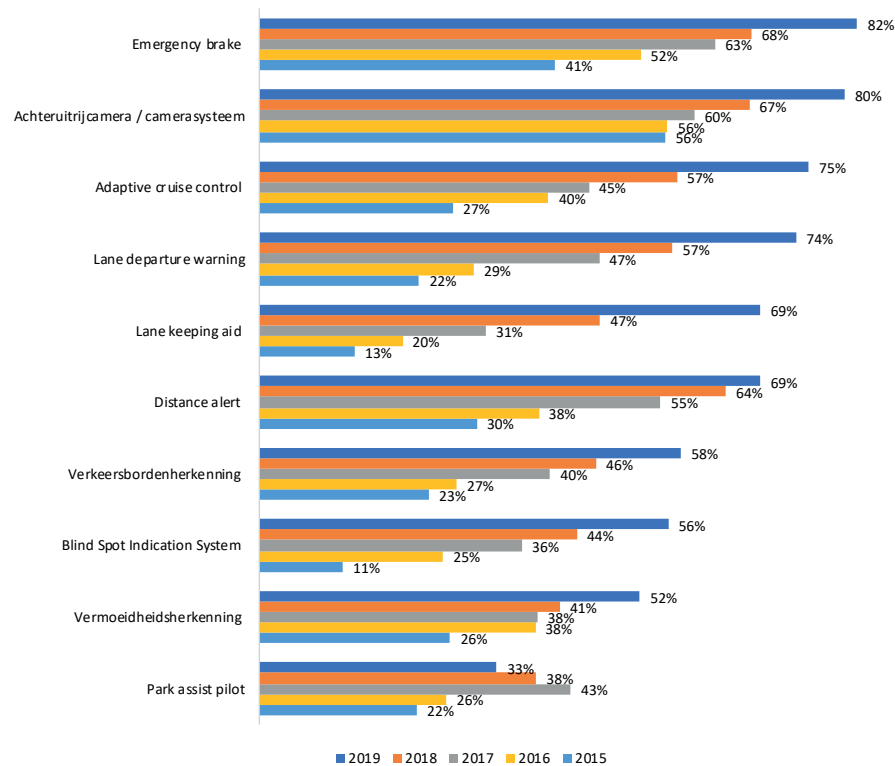


Welke van deze voorzieningen zou u beslist willen hebben in uw volgende auto en welke bij financiële ondersteuning werkgever?

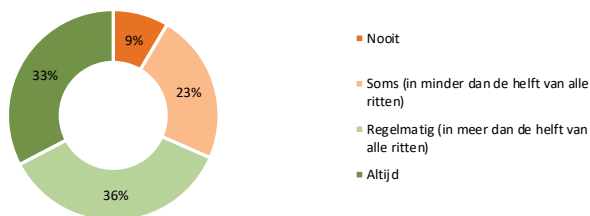


- Van de ADAS-systemen zijn achteruitrijcamera (61%), emergency brake (56%), distance alert (46%) en adaptive cruise control (43%) het meest aanwezig, het vaakst gebruikt en het meest gewenst bij een volgende aankoop. Overigens is Blind Spot Indication System (BLIS) of dodehoekdetectie ook erg gewenst bij de volgende auto.
- Indien de werkgever ADAS financieel zou ondersteunen, neemt het aandeel ADAS niet erg toe. Alleen bij systemen waar berijders in mindere mate voor kiezen is in dat geval een stijging waar te nemen.
- De werking van sommige systemen is niet te beïnvloeden door de berijder (bijvoorbeeld emergency brake is altijd geactiveerd). Over de systemen die de berijder zelf kan aan/uitzetten is gevraagd hoe deze worden gebruikt en in welke mate deze worden uitgezet. Iets meer dan 30% van de respondenten schakelt lane departure warning (LDW) en lane keeping aid (LKA) wel eens of altijd uit. Vorig jaar was dat minder dan 30%. Het aandeel auto's met ADAS is dus toegenomen, maar het aandeel berijders dat er niet of onvoldoende gebruik van maakt is ook (licht) toegenomen.
- Op de vraag of andere bestuurders dan de hoofdbestuurder op de hoogte zijn van de aanwezigheid en werking van ADAS, wordt in ongeveer de helft van de gevallen een bevestigend antwoord gegeven. In zo'n een op de zeven situaties wordt er niet door anderen in de auto gereden (aandeel n.v.t.). 15% is van mening dat andere personen die weleens in de auto rijden niet op de hoogte zijn van de aanwezigheid van ADAS-systemen en nog eens 16% weet het niet. Met andere woorden: in 31% van de gevallen is onduidelijk of de andere bestuurder op de hoogte is van de aanwezigheid van ADAS. In 38% van de gevallen is het onduidelijk of de werking bekend is.

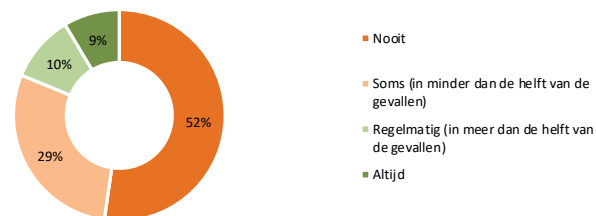
Aanwezigheid ADAS naar bouwjaar auto



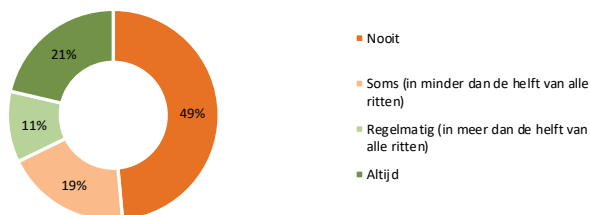
U gaf aan dat u " Adaptive cruise control" in uw auto heeft.
Hoe vaak gebruikt u dit systeem?



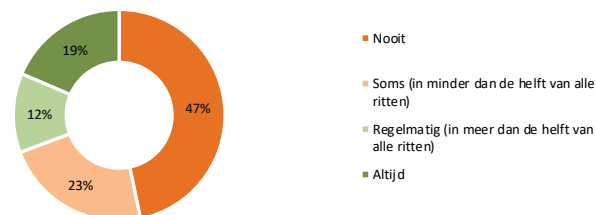
U gaf aan dat u " Park Assist Pilot " in uw auto heeft. Hoe vaak gebruikt u dit systeem bij het parkeren?



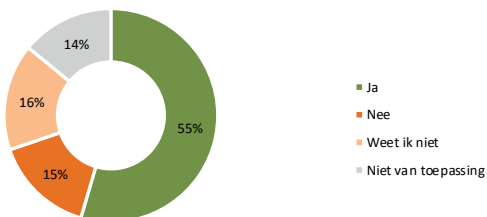
U gaf aan dat u "Lane departure warning" in uw auto heeft.
Schakelt u deze wel eens actief uit?



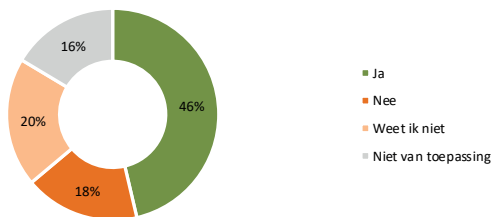
U gaf aan dat u "Lane keeping aid" in uw auto heeft. Schakelt u deze wel eens actief uit?



Weten andere personen die wel eens met uw auto rijden welke ADAS in de auto aanwezig zijn



Weten andere personen die wel eens met uw auto rijden hoe de ADAS werken?



3.5 Autodelen

Auto's delen kan op verschillende manieren. De belangrijkste mogelijkheden voor bedrijven zijn het inzetten van poolauto's en het beter benutten van auto's door meerdere mensen toegang te geven tot een zakenauto.



- Houding ten opzichte van autodelen:
 - 68% ziet een auto van de zaak als een arbeidsvoorwaarde; de auto hoeft volgens hen dan ook niet aan andere collega's ter beschikking te worden gesteld.
 - Echter, meer dan acht op de tien (83%) is van mening dat als een auto van de zaak beschikbaar is, deze gebruikt kan worden door collega's (toename ten opzichte van 2018).
 - Ongeveer de helft is het eens met de stelling dat de benutting van

- auto's (door middel van een systeem) moet worden geoptimaliseerd.
- Poolauto's worden door 74% van de respondenten als een ideale oplossing gezien voor medewerkers/afdelingen die incidenteel een auto nodig hebben voor zakelijk verkeer (toename ten opzichte van 2018).
- Deelauto's (via een commerciële aanbieder) worden vaker als ideale oplossing aangemerkt voor incidenteel gebruik (van 53% in 2018 naar 59% in 2019), vooral door grote bedrijven.

Stellingen m.b.t. autodelen		
(op basis van enigszins mee eens en helemaal mee eens)		
	NZO 2018	NZO 2019
Als een auto van de zaak beschikbaar is, kan deze ook gebruikt worden door collega's	78%	83% ↑
Poolauto('s) zijn een ideale oplossing voor medewerkers/afdelingen die incidenteel een auto nodig hebben voor zakelijk verkeer	68%	74% ↑
Een auto van de zaak kan ook een arbeidsvoorwaarde zijn; de auto hoeft niet aan anderen ter beschikking te worden gesteld	65%	68% ↑
Deelauto's (via een commerciële aanbieder) zijn een ideale oplossing voor medewerkers/afdelingen die incidenteel een auto nodig hebben voor zakelijk verkeer	53%	59% ↑
Het is belangrijk dat een auto van de zaak (via een systeem) zo intensief mogelijk gebruikt wordt door collega's	48%	52% ↑
In het algemeen geldt dat een combinatie van zakenauto en andere vervoersvormen leidt tot lagere kosten voor het bedrijf		48%
Medewerkers moeten een poolauto of deelauto ook privé kunnen gebruiken		38%

3.6 Verwachte ontwikkeling samenstelling wagenpark naar aandrijfsoort

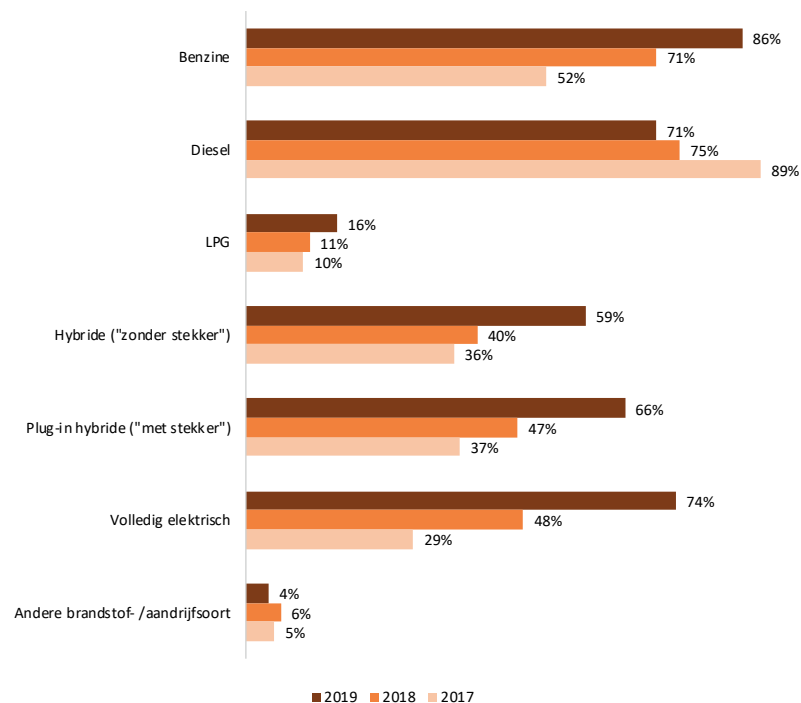
Als het gaat om een verantwoorde keuze voor brandstof of aandrijfsoort zijn veel van de gebruikelijke normen, omslagpunten en andere uitgangspunten de afgelopen twee jaar behoorlijk veranderd. Volledig elektrische aandrijving wordt TCO-technisch steeds interessanter maar de subsidies op BPM, wegenbelasting en bijtelling zijn en blijven voorlopig nog belangrijke stimulerende factoren. Milieubewustzijn en vergroening zijn naast kosten ook belangrijke (strategische) onderwerpen waardoor met een andere blik naar de aandrijving van auto's wordt gekeken. Fabrikanten sorteren sterk voor op de toekomst met een toenemend aanbod aantrekkelijke auto's voor de zakelijke markt.

Hoe de markt zich daadwerkelijk (in registratie-aantallen) gaat ontwikkelen is van veel factoren afhankelijk. Een van die factoren is de houding c.q. acceptatie van bedrijven ten opzichte van brandstof- en aandrijfsoortkeuze. Vorig jaar is voor de eerste keer in de historie van het NZO een serieuze meting uitgevoerd naar de huidige samenstelling van het wagenpark en de prognose over 2 jaar (in 2021) en 6 jaar (in 2025). Een van de conclusies van vorig jaar was dat bedrijven een bijzonder positief beeld hebben van de positie van volledig elektrisch aangedreven personenauto's in de toekomst. De meting in 2019 bevestigt dit beeld in sterke mate.

Hoe is de vloot opgebouwd en wat is de verwachting voor de toekomst?

- De keuzemogelijkheid voor diesel daalt sterk. Bij nog maar 71% van de bedrijven mag voor deze aandrijfsoort worden gekozen (was in 2017: 89% en in 2018: 75%). Het aandeel bedrijven waar benzine mag worden gekozen is toegenomen naar 86%.
- Bij 74% van de bedrijven mag een volledig elektrische auto gekozen worden (was in 2017: 29% en in 2018: 48%).

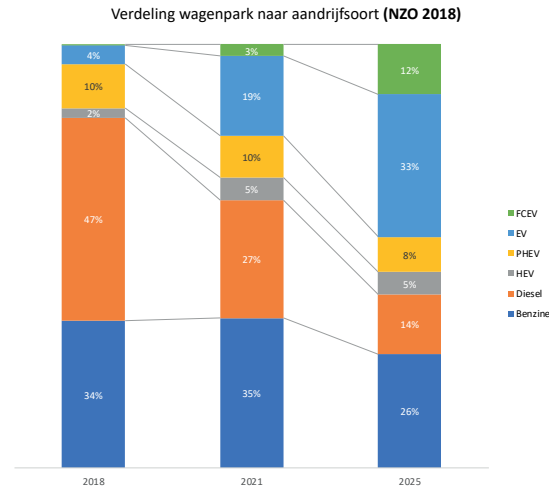
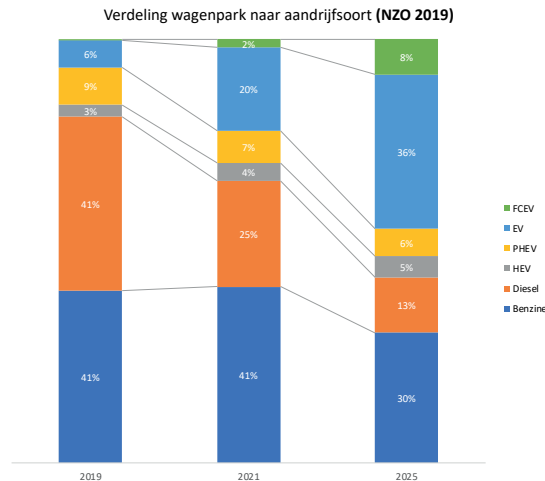
Uit welke brandstof-/aandrijfsoorten kan worden gekozen?



Hoe kijken de fleetverantwoordelijken naar de ontwikkeling van hun fleet?

- Het gemiddelde wagenpark personenauto's is op dit moment opgebouwd uit (in volgorde van aandeel): benzine 41% (was 34%), diesel 41% (was 47%), plug-in hybride 9% (was 10%), volledig elektrisch 6% (was 4%), hybride 3% (was 2%).
- Bij de prognose van de samenstelling van de vloot over 2 jaar (in 2021) vallen de volgende zaken op:
 - Diesel daalt sterk van 41% naar 25%.
 - BEV (batterij elektrisch) stijgt sterk van 6% naar 20%.
 - FCEV (waterstof elektrisch) komt op met 2%.
- En de prognose 4 jaar later (in 2025) kenmerkt zich doordat:
 - Diesel opnieuw sterk daalt naar 13%.
 - Benzine nu ook terrein moet prijsgeven (van 41% nu naar 30% in 2025).
 - BEV verder toeneemt naar 36%.
 - FCEV stijgt naar 8%.
 - Plug-in hybride en hybride een stabiel aandeel behouden.

- Deze verwachtingen resulteren samen in de volgende kerncijfers van het wagenpark personenauto's in 2025: 44% van alle auto's is een full EV (BEV of FCEV); 55% van alle auto's heeft een vorm van elektrische aandrijving.
- Deze prognose geeft opnieuw een beeld van de verwachte ontwikkeling van de samenstelling van het wagenpark naar brandstof/aandrijfsoort, uitgesproken door verantwoordelijken voor wagenparken. Zij zijn behoorlijk positief over volledig elektrische aandrijving en verwachten een snelle acceptatie en een hoge bereidwilligheid om over te stappen. Men verwacht ook een relatief snelle introductie en adaptatie van waterstof/FCEV, maar de voorspellingen hierover zijn iets gematigder (en wellicht realistischer) dan vorig jaar. De snelle opkomst van full EV gaat in eerste instantie vooral ten koste van diesel, in een later stadium ook van benzine. Ten opzichte van vorig jaar is het dieselaandeel van het actueel rijdende wagenpark al sterk afgenomen.



3.7 Achtergrond en profilering

3.7.1 Kenmerken van de zakelijke rijder

De onderzochte groep zakelijke rijders bestaat uit zo'n tweeëneenhalf duizend personen. Elk jaar proberen we een interessante schets te maken van de zakelijke rijder. Vaak worden kenmerken of eigenschappen uitgedrukt in gemiddelden. Maar de gemiddelde zakelijke rijder bestaat uiteraard niet. Er zijn veel onderlinge verschillen als het gaat om achtergrond, werksituatie, keuzefactoren en veranderingsbereidheid. Er zijn echter ook gemeenschappelijke kenmerken die weer gebruikt kunnen worden om zakelijke rijders te segmenteren. In de editie 2017 hebben we voor de eerste keer een profilering gemaakt op basis van een statistische clusteranalyse. In 2018 en 2019 hebben we de clusteranalyse opnieuw uitgevoerd en daaruit blijkt dat de profilering naar de 6 segmenten nog steeds een goed beeld geeft van de (geclusterde) kenmerken van zakelijke rijders. Meer inzicht in segmenten (of persona's) kunt u vinden in paragraaf 3.7.2 Zes profielen van zakelijke rijders. In deze paragraaf worden de belangrijkste persoonlijke kenmerken van de onderzochte populatie zakelijke rijders op een rijtje gezet.

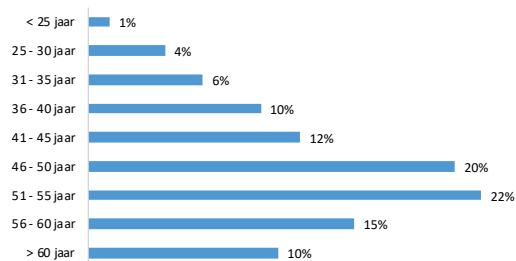
De schets levert het volgende beeld op van de zakelijke rijder:

- In grote lijnen zijn de belangrijke kenmerken gelijk of vrijwel gelijk aan de meting van vorig jaar.
- Meer dan de helft van de zakelijke rijders in de onderzochte populatie is tussen de 40 en 55 jaar. De helft verdient tussen de veertig en tachtig duizend euro per jaar, 39% heeft een 1 of 2-persoonshuishouden en 61% een huishouden met 3 of meer personen, een derde werkt voornamelijk op een vast adres, 84% is werknemer en 17% is ZZP'er of DGA.
- De bedrijven waarvoor men werkt zijn divers qua grootte (aantal werknemers) en branche: 14% (was 12%) werkt bij kleine bedrijven tot 10 werknemers en 25% (was 35%) bij bedrijven met meer dan 1.000 werknemers. Iets meer dan de helft van alle respondenten werkt in de branches zakelijke dienstverlening, ICT en industrie.

- Het gemiddelde jaarkilometrage is met 35.900 kilometer gelijk aan vorig jaar.
- EV-rijders rijden nagenoeg evenveel als de gemiddelde benzine-rijder. Alleen met diesels wordt gemiddeld veel meer gereden dan met EV, benzine of hybride.
- Privé-gebruik van de zakenauto ligt al jaren op een stabiel niveau van rond de 90%.
- Het aandeel respondenten met een auto van de zaak dat meer rijdt dan 500 km privé en dus in aanmerking komt voor bijtelling ligt al jaren op een stabiel niveau van rond de 91-92%. Met andere woorden: zo'n 8 tot 9% van alle zakelijke rijders rijdt niet privé met de zakenauto en telt dus niet bij. Elk jaar vragen we wat de verwachting is voor het volgende jaar: komt de respondent dan wel of niet in aanmerking voor bijtelling? Het normale patroon is dat meer respondenten verwachten de auto buiten de bijtelling te gaan houden, maar bij de volgende meting een jaar later blijkt dan steevast dat de verwachting niet is omgezet in daden. Blijkbaar blijft privérijden met de zakenauto voldoende (financieel) interessant om de bijtellingsverplichting te continueren. Maar vorig jaar leek er een trendbreuk zichtbaar te zijn: 20% verwachtte volgend jaar de zakenauto buiten de bijtelling te houden. Dat is veel hoger dan gebruikelijk en leek een direct gevolg te zijn van het relatief grote aandeel berijders die van een lage bijtellingsauto gaan overstappen naar een auto met een hogere (22%) bijtelling. Zij waren blijkbaar van mening dat de hogere bijtelling een te hoge prijs is voor privégenot. Maar wat blijkt nu, een jaar later: alles blijft bij het oude. Nog steeds rijdt 91% van de berijders privé met de auto en telt dus bij.

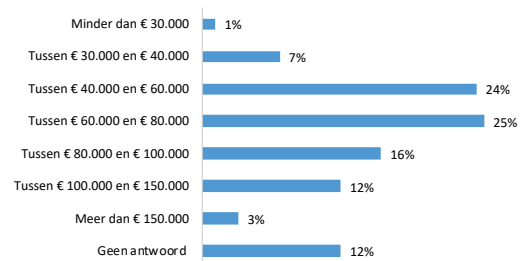
Gemiddelde leeftijd: 48,5 jaar (47,6 jaar in 2018)

Wat is uw leeftijd?



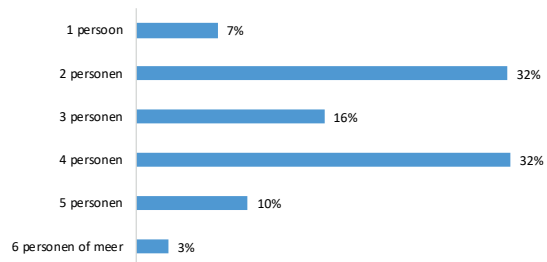
Gemiddelde jaarinkomen: €76.210,- (€73.878 in 2018)

Wat is uw bruto-jaarinkomen?



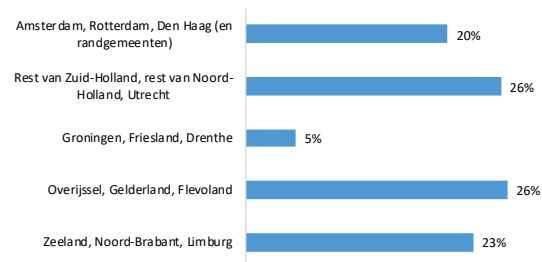
Gemiddelde huishouden: 3,1 jaar (gelijk aan 2018)

Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden?



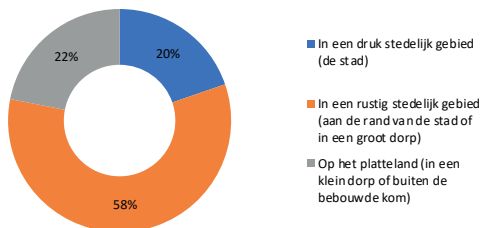
46% woont in Noord-, Zuid-Holland en Utrecht (50% in 2018)

In welke regio van Nederland woont u?



20% woont in een druk stedelijk gebied, vergelijkbaar met 2018

Waar woont u?



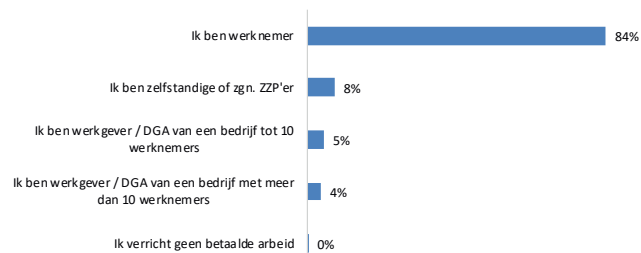
Verdeling werksituatie is vergelijkbaar met 2018

Welke omschrijving is het best van toepassing op uw werksituatie?



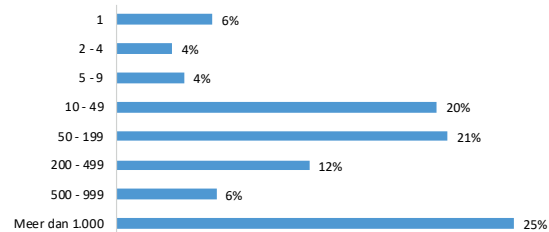
84% is werknemer (86% in 2018)

Welke omschrijving past het beste bij uw situatie?



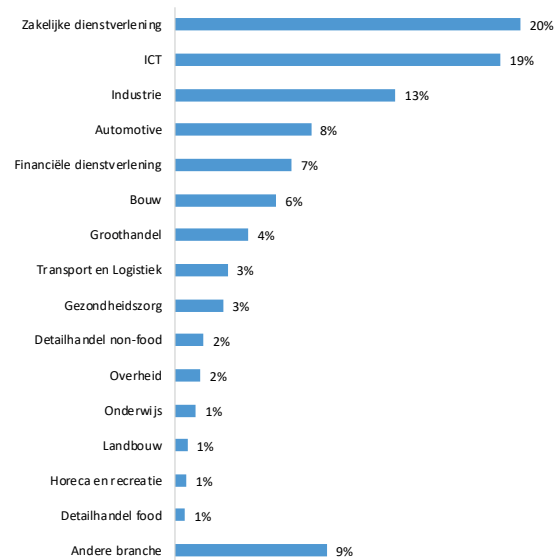
43% is werkzaam bij een bedrijf met > 200 werknemers (52% in 2018)

Hoeveel mensen zijn werkzaam bij uw werkgever/onderneming?

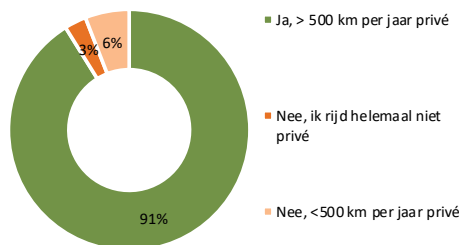


Drie sectoren omvatten 52% van de zakelijke rijders (53% in 2018)

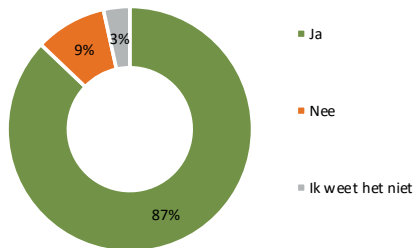
Tot welke branche behoort uw bedrijf / het bedrijf?



Komt u in aanmerking voor een bijtelling in 2019?



Gaat u volgend jaar (in 2020) uw zakenauto privé gebruiken (> 500 km per jaar)?



Hoeveel kilometer rijdt u per jaar met uw zakenauto?

	Totaal	Zakelijk	Woon-Werk	Privé
NZO 2019	35.900	9.100	17.700	9.100
NZO 2018	35.900	8.800	17.600	9.500
NZO 2017	37.100	11.400	16.500	9.200
NZO 2016	37.100	10.400	17.600	9.100
NZO 2015	37.800	9.500	18.800	9.500

	Totaal	Zakelijk	Woon-Werk	Privé
Benzine	29.500	5.200	15.200	9.100
Diesel	42.400	13.900	19.400	9.100
Hybride	33.300	6.900	17.800	8.600
PHEV	31.400	6.100	16.000	9.300
EV	30.600	6.800	15.200	8.600

Komt u in aanmerking voor bijtelling? (%ja)



Verwacht u volgend jaar bij te gaan tellen (%ja)



3.7.2 Zes profielen van zakelijke rijders – ontwikkeling

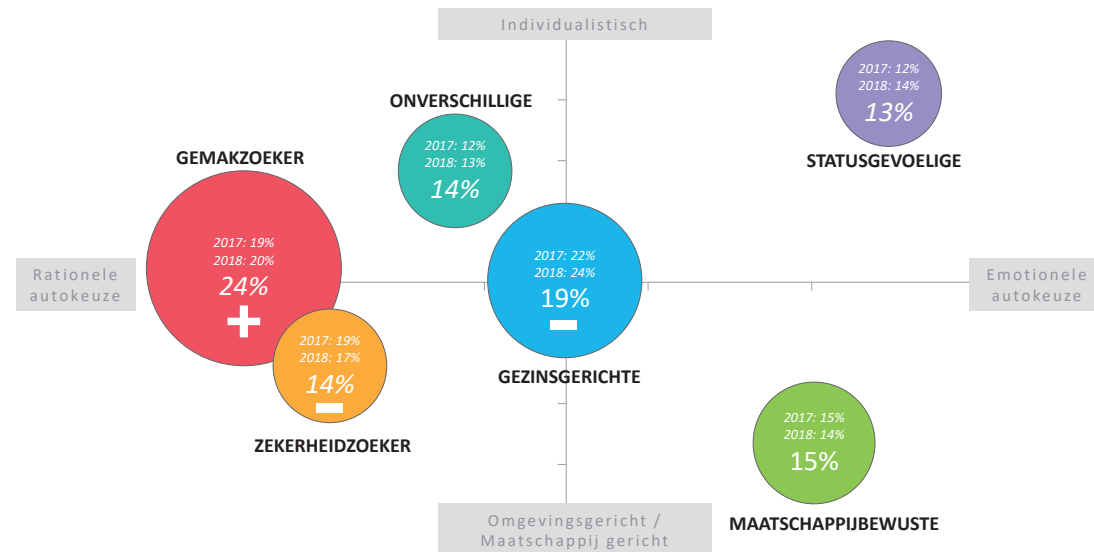


De onderzoeksresultaten geven inzicht in onderwerpen als de achtergrond van zakelijke rijders, kenmerken van de huidige auto, keuzefactoren, de volgende autokeuze, intenties omtrent zakelijke mobiliteit, etcetera. We hebben met behulp van clusteranalyse gemeenschappelijke kenmerken gevonden waardoor verschillende groepen zakelijke rijders gedefinieerd kunnen worden. Dit heeft geleid tot zes groepen van zakelijke rijders. Vervolgens zijn aan deze groepen kenmerken toegevoegd (privé, zakelijk, invulling zakelijke mobiliteit, keuzecriteria en kenmerken auto) waardoor er een set gelaagde en kleurrijke profielen is ontstaan. In het NZO 2017 is deze profilering voor de eerste keer toegepast. De onderzoeksresultaten van 2018 en 2019 zijn gebruikt om de belangrijkste verschillen en verschuivingen in kaart te brengen.

In onderstaande grafiek zijn de profielen geplott op een assenkruis, met op de horizontale as autokeuze (emotioneel vs. rationeel) en op de verticale as omgevingsgerichtheid (omgevingsgericht/maatschappij-gericht vs. individualistisch). De grootte van de cirkels en de percentages geven de omvang aan van de groep binnen de totale populatie zakelijke rijders. De uitgewerkte profielen en de verschuiving van eigenschappen zijn te vinden op de volgende pagina's. Een paar opmerkelijke zaken:

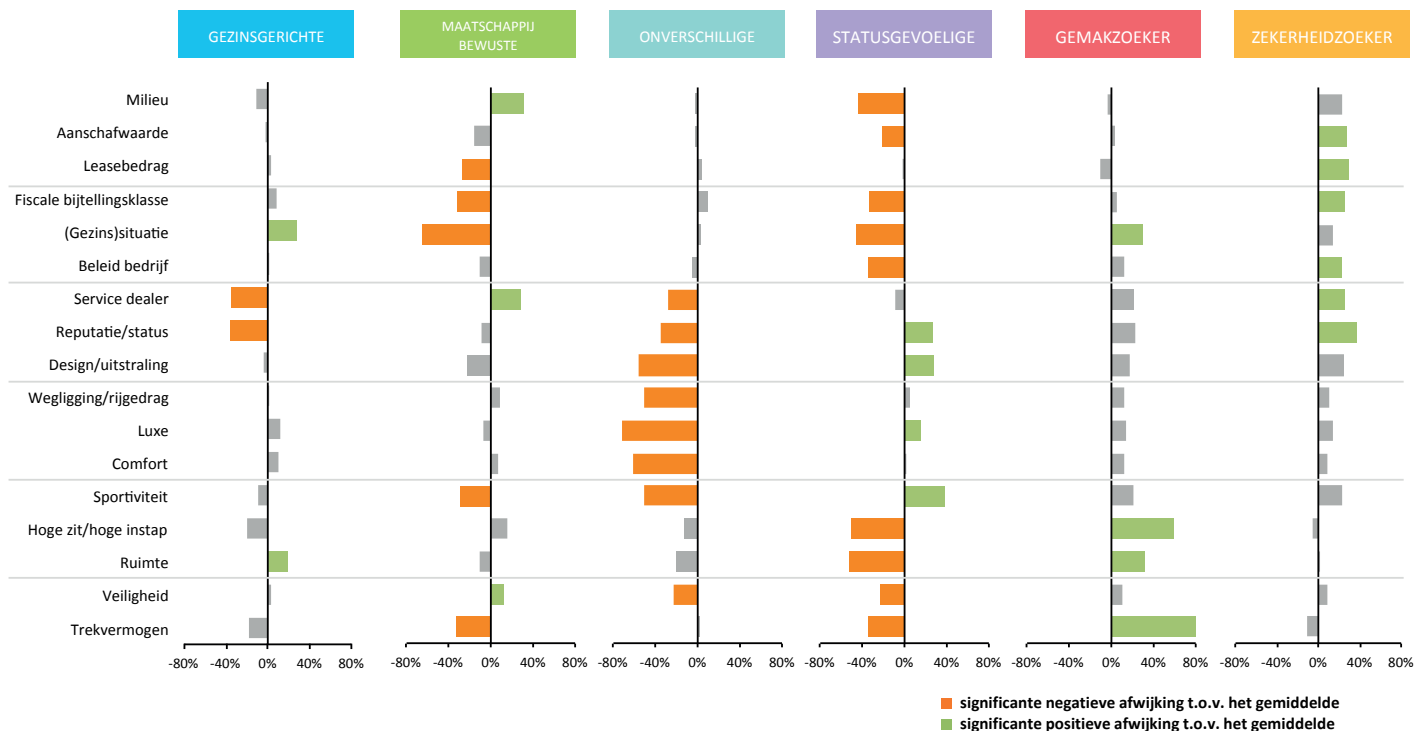
- Het aandeel 'Gezinsgerichte' en 'Zekerheidzoeker' neemt in belang af, het aandeel 'Gemakzoeker' neemt juist in belang toe. Een van de oorzaken van deze verschuiving is dat de zakenauto meer op zijn merites wordt beoordeeld (met betrekking tot eigenschappen als ruimte, hoge zit, trekvermogen) en dat bijtelling minder dominant is geworden. Eigenschappen van de auto worden vooral belangrijk gevonden door de gemakzoeker, bijtelling vooral door de gezinsgerichte en zekerheidszoeker.
- De 'Maatschappijbewuste' en de 'Onverschillige' rijden nu het vaakst een EV. De 'Statusgevoelige' en 'Gemakzoeker' zijn het

- minst van plan om als volgende auto een EV te kiezen.
- Het L-segment (medium SUV) is erg populair; vooral de 'Gemakzoeker' voelt zich hiertoe sterk aangetrokken.
- De 'Statusgevoelige' kiest het vaakst een auto uit de traditionele zakensegmenten C, D, E en F.
- Het mobiliteitsbudget is voor de 'Onverschillige' en de 'Statusgevoelige' vaker een realistische optie.
- De 'Onverschillige' is duidelijk het minst geïnteresseerd in verkeersveiligheid en de aanwezigheid van ADAS in de auto. De 'Zekerheidzoeker' daarentegen kiest bewust voor (meer) ADAS-voorzieningen in de volgende auto.



Segmentatie: belang keuzecriteria











Waar wijken segmenten positief/negatief af van het gemiddelde?



Segmentatie: beknopt profiel

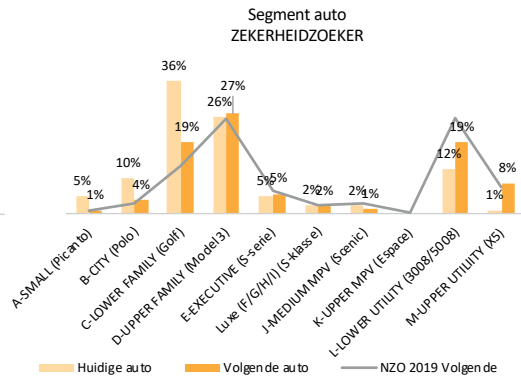
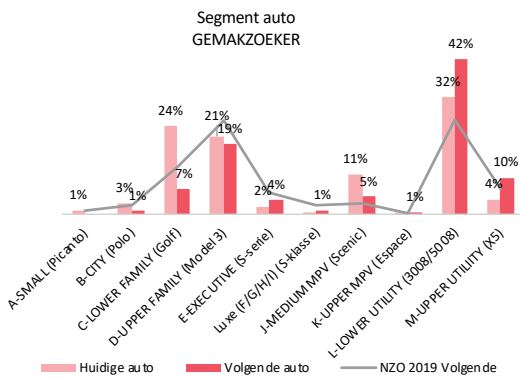
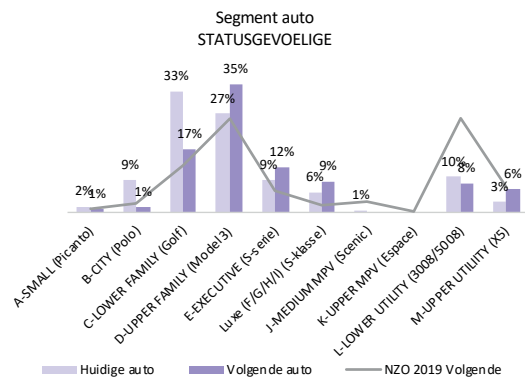
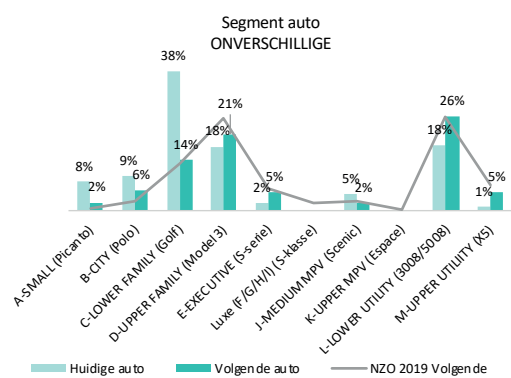
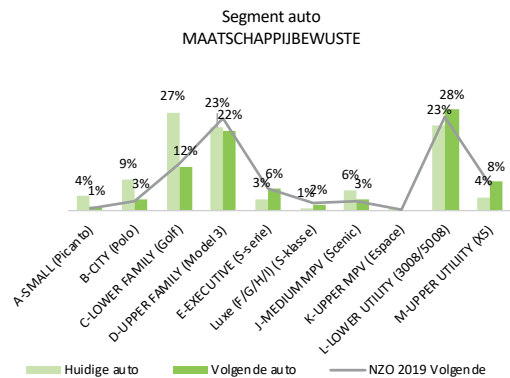
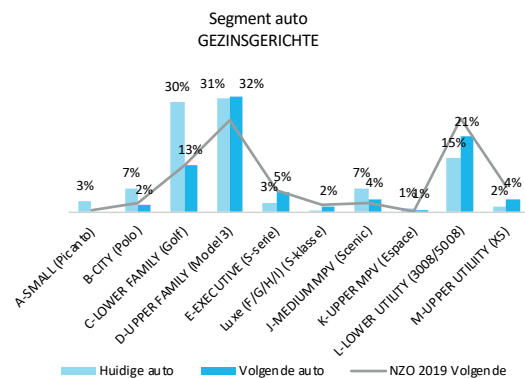
	GEZINSGERICHTE	MAATSCHAPPIJBEWUSTE	ONVERSCHILLIGE
Profiel privé   	<p>Vaker <50 jaar</p> <p>Vaker grote huishoudens (4-5 pers)</p> <p>Werkt voornamelijk op vast adres</p>	<p>Veelal ouder (51+ jaar)</p> <p>Vaker 2-persoons huishoudens</p> <p>Werkgebied relatief vaak NL en buitenland</p>	<p>Vaker jong (<30 jaar) of ouder (51-60 jaar)</p> <p>Huishoudgrootte gemiddeld</p> <p>Werkt vooral op vast adres of in regio</p>
Kenmerken auto     	<p>Rijden vaker in Mitsubishi, Renault Ford, Peugeot en Škoda (D-UPPER FAMILY)</p> <p>Huidige auto vaker diesel of hybride Nieuwe auto vaker benzine of full EV</p> <p>Gemiddelde cataloguswaarde (€35-€45 k)</p> <p>Kilometrage gemiddeld</p>	<p>Rijden vaker dan gemiddeld in Hyundai of Toyota (B-CITY)</p> <p>Huidige en toekomstige auto vaker hybride</p> <p>Cataloguswaarde gemiddeld</p> <p>Ofwel weinig km's (<20.000 km per jaar) ofwel veel km's (50.000+)</p>	<p>Rijden vaker in Mitsubishi, Hyundai, Škoda (A-SMALL, B-CITY, C-LOWER FAMILY)</p> <p>Huidige en toekomstige auto vaker elektrisch</p> <p>Vaak lagere cataloguswaarde (< €35 k)</p> <p>Kilometrage laag (<30.000 km per jaar)</p> <p>Hebben en wensen relatief weinig ADAS</p>
Invulling zakelijke mobiliteit  	<p>Relatief grote kans op toekomstig gebruik van poolauto, huurauto, fiets en taxi</p> <p>Nauwelijks open voor mobiliteitsbudget</p>	<p>Relatief grote kans op toekomstig gebruik van fiets en e-bike; speedpedelec juist niet</p> <p>Nauwelijks open voor mobiliteitsbudget</p>	<p>Vaker gebruik van pool-/huur-/deelauto, fiets en trein; verwacht gebruik OV, fiets, e-bike en speedpedelec hoger</p> <p>Iets meer dan gemiddeld geïnteresseerd in mobiliteitsbudget</p>

Segmentatie: beknopt profiel

	STATUSGEVOELIGE	GEMAKZOEKER	ZEKERHEIDZOEKER
Profiel privé   	Vaker <50 jaar Vaker 1- of 2-persoons huishoudens Werkgebied vaker NL en buitenland	Veelal ouder (46+ jaar) Vaker grote huishoudens (4-5 pers) Werkgebied relatief vaak regio of heel NL	Vaker middelbare leeftijd (31-50 jaar) Iets vaker 1-persoons huishouden Meer dan gemiddeld vrouw Werkgebied relatief vaak regio of heel NL
Kenmerken auto     	Rijden vaker in Audi, BMW, MINI, Mercedes-Benz of Jaguar (C-LOWER FAMILY, D-UPPER FAMILY, E-EXECUTIVE) Huidige en toekomstige auto vaker benzine Relatief vaak duurdere auto (€50.000+) Kilometrage gemiddeld	Rijden vaker dan gemiddeld in Opel, Škoda, Mitsubishi of Nissan (L-LOWER UTILITY, M-UPPER UTILITY) Huidige en toekomstige auto vaker diesel Cataloguswaarde vaak in midden-categorie (€30-45 k) Relatief veel km's (50.000+)	Rijden vaker in Audi of Volkswagen (B-CITY, C-LOWER FAMILY) Brandstofverdeling als marktgemiddelde Toekomstige auto vaker full EV Cataloguswaarde als marktgemiddelde Kilometrage laag (<30.000 km per jaar) Wensen meer dan gemiddeld ADAS
Invulling zakelijke mobiliteit  	Vaker gebruik van motor en taxi; verwacht gebruik taxi hoger dan gemiddeld Hoogste gebruik mobiliteitsbudget	Lager dan gemiddeld gebruik van OV; verwacht gebruik poolauto, deelauto en fiets relatief laag; speedpedelec hoog Minst open voor mobiliteitsbudget	Verwacht toekomstig gebruik van huur-/deelauto, motor en speedpedelec hoog; bus/tram/metro en taxi juist laag Meest onzeker tav mobiliteitsbudget

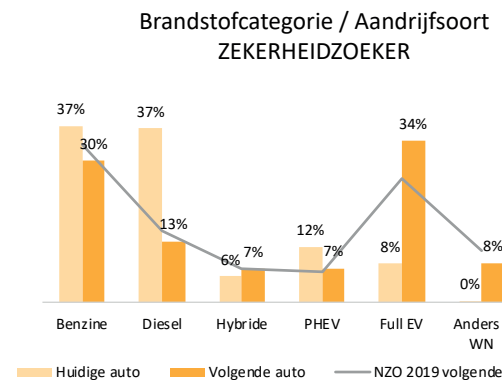
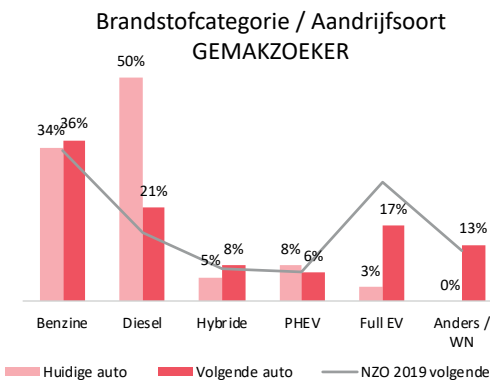
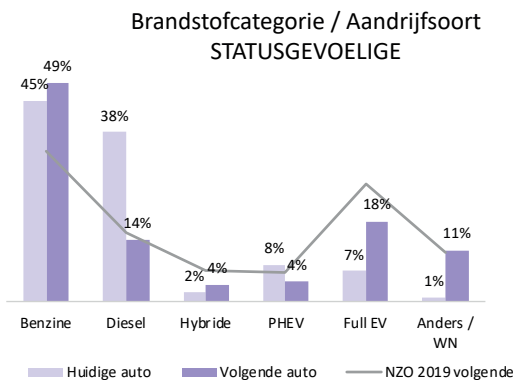
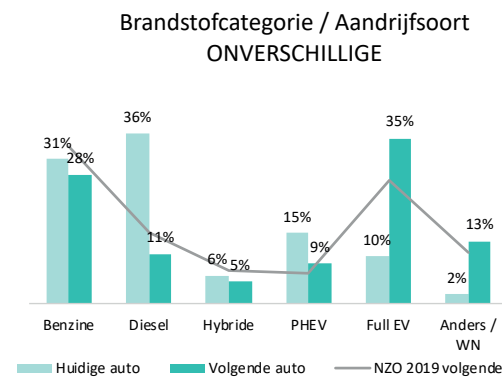
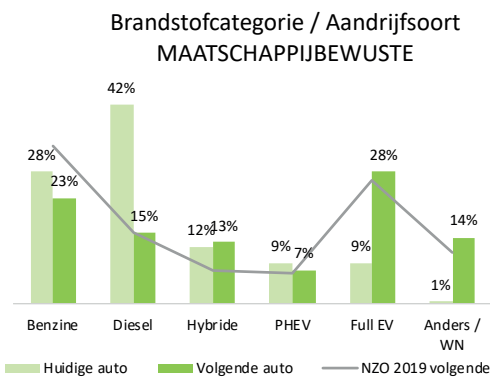
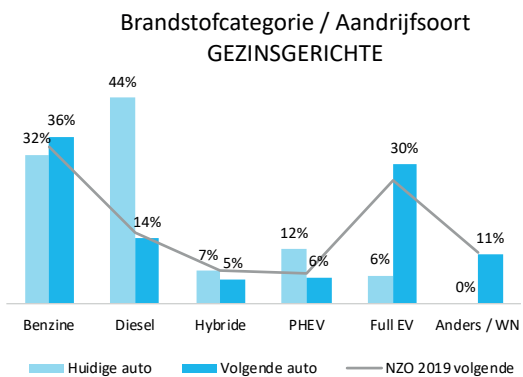


Segmentatie: autosegment van -> naar



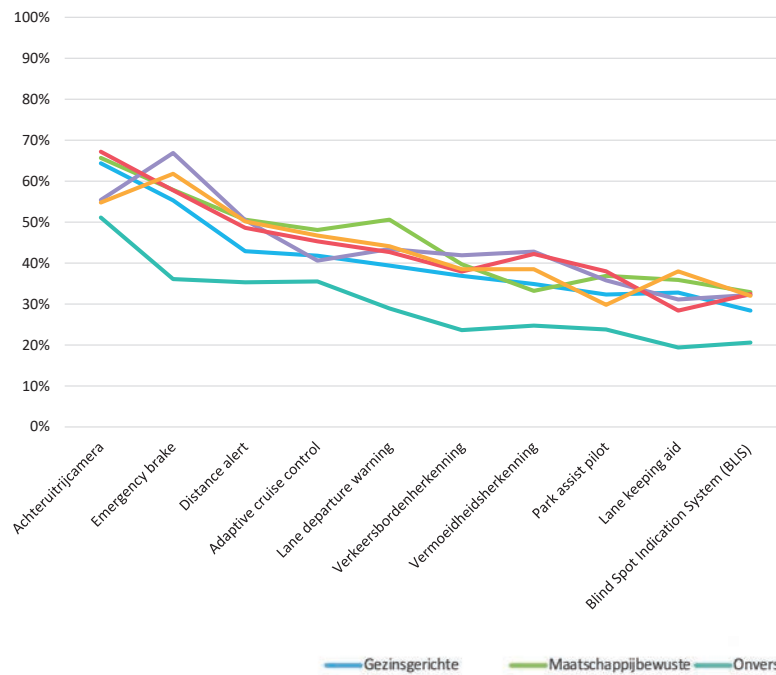


Segmentatie: brandstofcategorie van -> naar

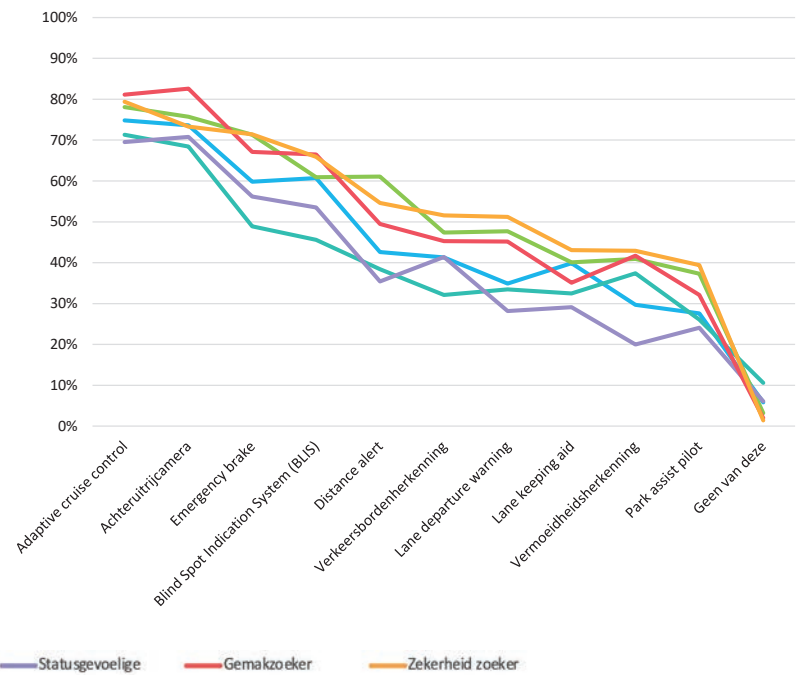


Segmentatie: ADAS

Aanwezigheid ADAS



Wens ADAS volgende auto



3.7.3 Kenmerken van de onderzochte bedrijven

Iets meer dan 800 bedrijven hebben effectief deelgenomen aan het onderzoek. De respondenten zijn allen (mede)verantwoordelijk voor het wagenpark en/of het mobiliteitsbeleid. Bij kleinere bedrijven is dat vaak de directie of de financieel manager en bij grote bedrijven veelal de wagenparkbeheerder of de fleetmanager. Net als bij berijders geldt ook voor bedrijven dat hét gemiddelde bedrijf niet bestaat. Er zijn veel verschillen die bepalen dat er anders wordt omgegaan met zakelijke mobiliteit en de visie daarop voor de toekomst. We hebben gezocht naar de gemeenschappelijke kenmerken om zo segmenten te herkennen en profielen te bouwen. Bedrijfsprofielen en de verschillen daartussen zijn niet in deze rapportage opgenomen maar op verzoek wel beschikbaar.

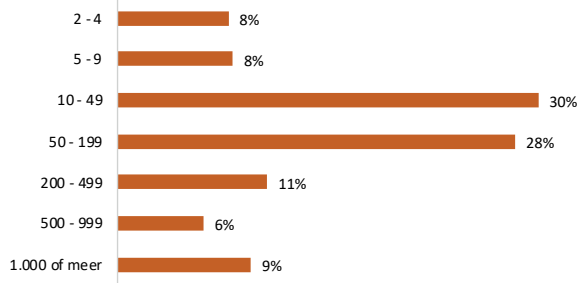
In deze paragraaf worden de belangrijkste kenmerken van de onderzochte bedrijven op een rijtje gezet.

De schets die gemaakt kan worden op basis van de kenmerken ziet er grotendeels hetzelfde uit als vorig jaar; in de steekproef zitten iets meer kleine bedrijven.

- De omvang van het wagenpark personenauto's geeft, uitgesplitst naar wagenparkgrootte, een redelijk getrouw beeld van de werkelijke opbouw van het wagenpark van fleetowners (conform de beschikbare gegevens van RDC).
- Zes op de tien is verantwoordelijk voor het wagenpark van een bedrijf met 10 tot 199 medewerkers, een kwart voor een bedrijf met meer dan 200 medewerkers. Vooral de bedrijfsgrootte bepaalt de manier waarop mobiliteit is ingericht. Om een goede vergelijking te maken met voorgaande jaren zijn de resultaten dan ook gewogen naar bedrijfsgrootte (medewerkerklassen).
- 74% maakt gebruik van full operational lease. Bijna de helft doet beheer zelf (dan betreft het financial lease of auto's in eigendom). 8% heeft beheer uitbesteed aan een externe partij. Uiteraard zijn er combinaties van deze vormen mogelijk.
- Meer dan de helft heeft naast personenauto's ook bestelauto's in het wagenpark.
- De branches zakelijke dienstverlening, industrie en ICT zijn het meest vertegenwoordigd (samen 51%).

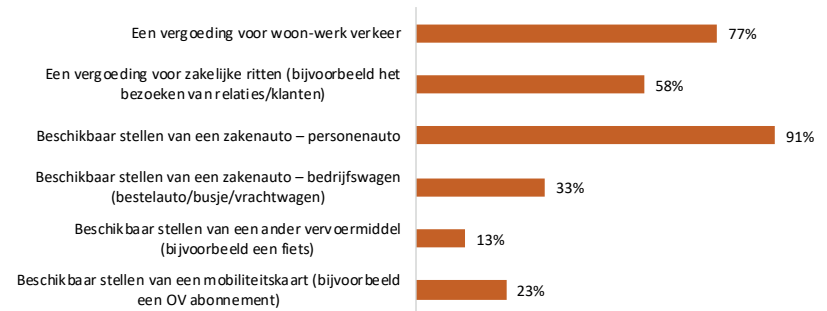
26% heeft meer dan 200 medewerkers (29% in 2018)

Hoeveel mensen zijn werkzaam voor uw bedrijf?

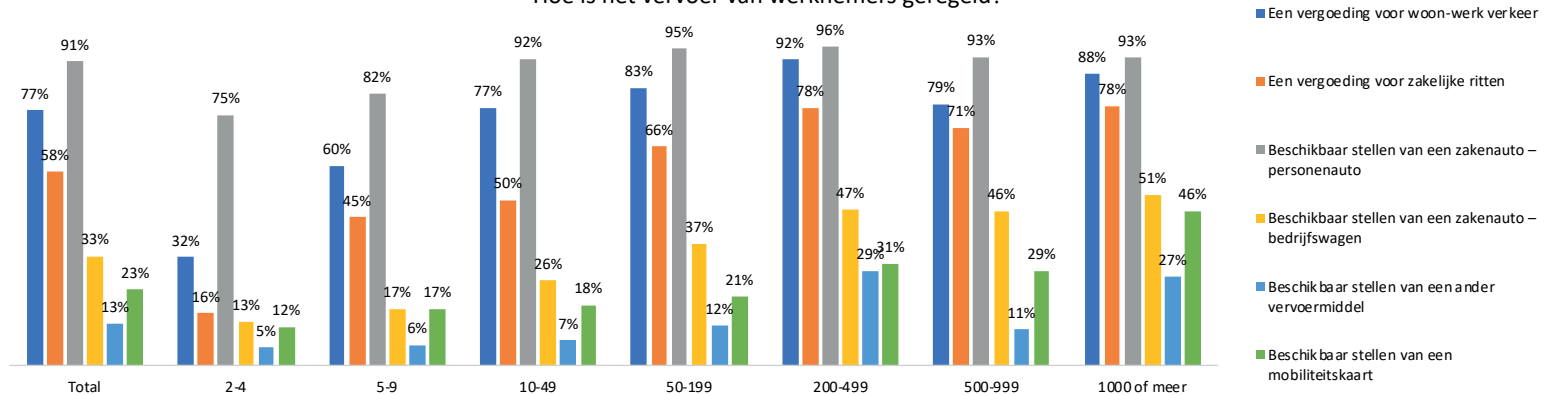


23% van de bedrijven stellen een mobiliteitskaart beschikbaar

Hoe is het vervoer van werknemers geregeld?

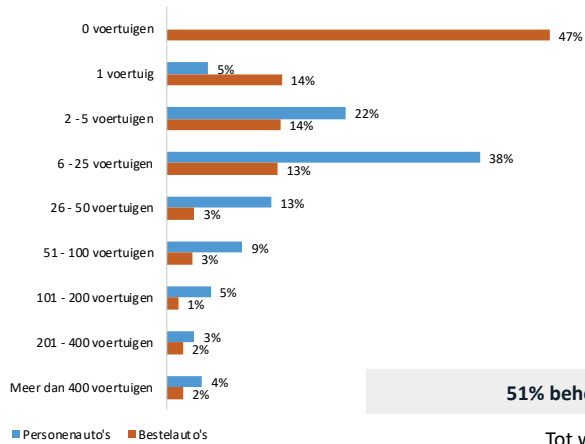


Hoe is het vervoer van werknemers geregeld?



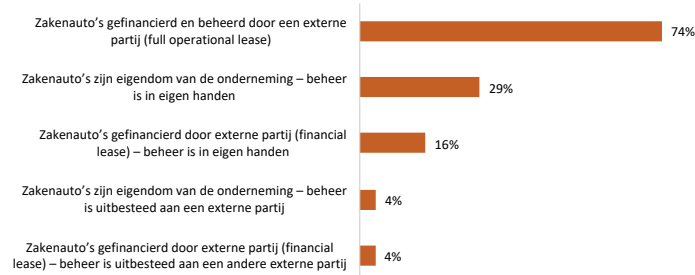
53% heeft naast personenauto's ook bestelauto's

Omvang van het wagenpark in uw bedrijf?



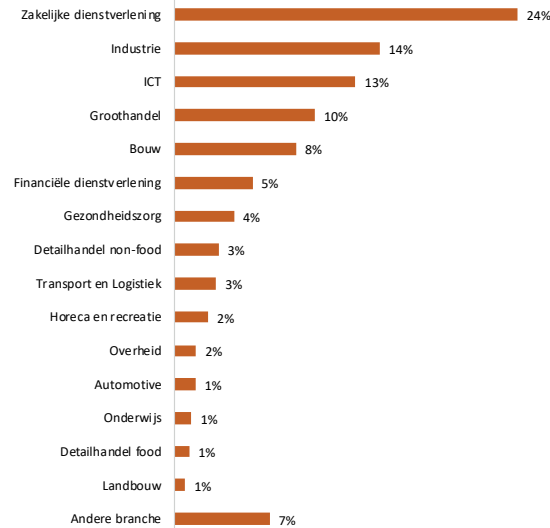
74% van de bedrijven maakt gebruik van full operational lease

Waar ligt het eigendom en beheer van het wagenpark personenauto's?



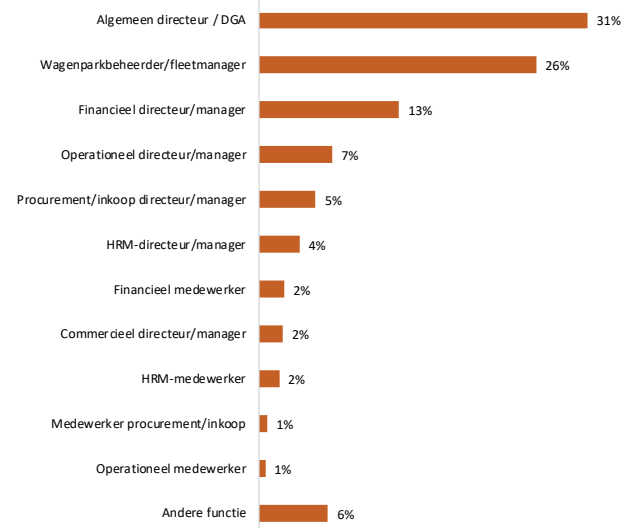
51% behoort tot drie sectoren (48% in 2018)

Tot welke branche behoort uw bedrijf?



26% is wagenparkbeheerder (21% in 2018)

Wat is uw functie?

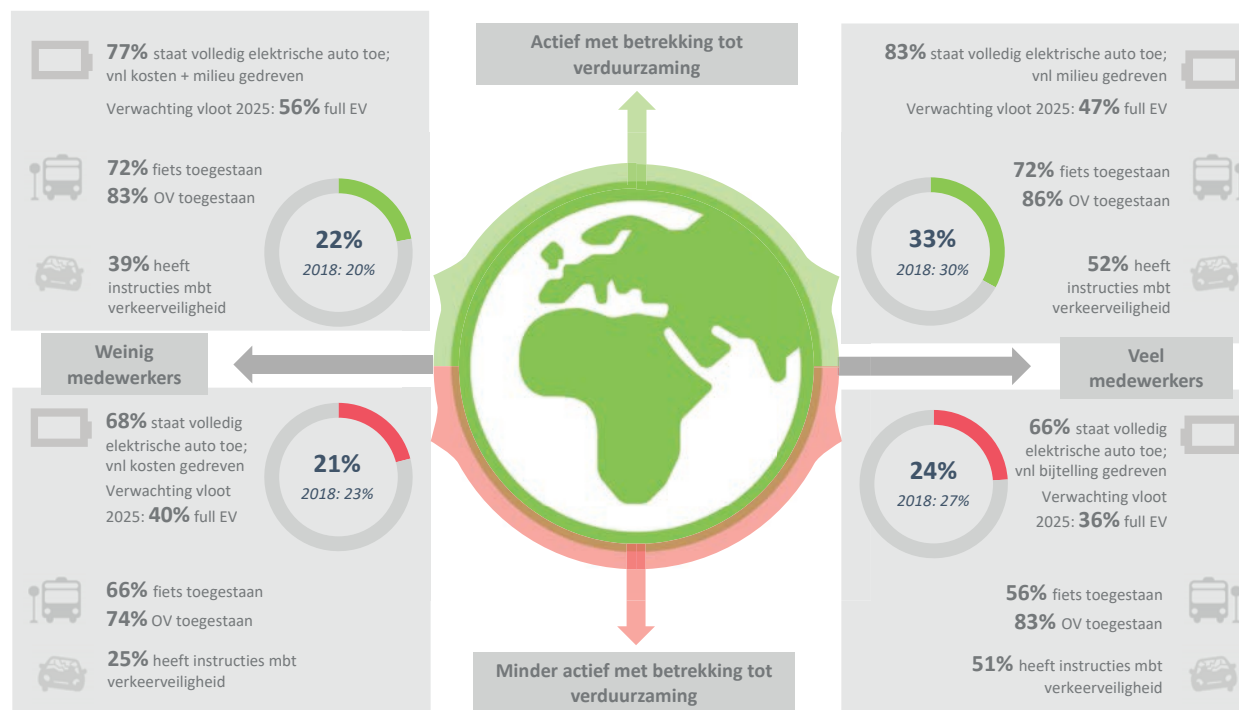


3.7.4 Onderscheidende kenmerken van de onderzochte populatie bedrijven

Het blijkt dat actuele thema's als elektrificatie, gebruik kunnen maken van verschillende vervoersvormen en aandacht voor verkeersveiligheid sterk samenhangen met bedrijfs grootte en met de wijze waarop bedrijven omgaan met verduurzaming (wel/niet actieve rol). De vier segmenten die zo ontstaan vertegenwoordigen allemaal een substantieel deel van de onderzochte bedrijven. Opvallende ontwikkelingen ten opzichte van vorig jaar:

- Het aandeel bedrijven dat van zichzelf vindt dat ze actief zijn met betrekking tot verduurzaming is toegenomen.

- Actieve bedrijven op het gebied van verduurzaming, zijn beleidsmatig veel meer bezig met het toestaan van elektrische auto's, OV en de fiets. Bovendien staat verkeersveiligheid hoger op de agenda.
- Actieve bedrijven hebben de hoogste verwachting over de elektrificatie van hun eigen vloet. Toestaan van elektrische auto's is bij de meeste bedrijven sterk kosten en/of bijtelling gedreven. Hoe groter het bedrijf, hoe vaker milieu-overwegingen de driver zijn voor elektrificatie.



Hoofdstuk 4

VERANTWOORDING



Achtergrond

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

In vorige edities zijn de onderzoeksresultaten van het berijdersonderzoek en het bedrijvenonderzoek strikt gescheiden gepresenteerd. Een onderwerp als 'mobiliteitsbudget' kwam daardoor tweemaal aan bod, eenmaal in het berijdersdeel en eenmaal in het bedrijvendeel. Voor deze editie is alle relevante informatie over zowel de zakelijke rijders als de werkgever per onderwerp bijeengebracht. Hierdoor ontstaan logische 'informatieblokken' die de lezer helpen bij het interpreteren van de resultaten.

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

- Wat is de ontwikkeling van de (voorkeurs)positie van automerken?
- Welke intrinsieke en extrinsieke factoren bepalen de keuze voor de zakenauto? Welke rol speelt brandstofsoort/aandrijfcategorie hierin?
- Met welke imago-elementen worden de verschillende automerken geassocieerd?
- Hoe tevreden is de zakelijke rijder over de huidige invulling van (zakelijke) mobiliteit? In welke mate is er behoefte aan verandering?
- Hoe kijkt de zakelijke rijder aan tegen verkeersveiligheid? Wat is het gebruik van ADAS-systemen en in welke mate spelen ze een rol bij de keuze van een auto?
- Hoe zijn zakelijke rijders te segmenteren?
- Hoe kijken werkgevers naar de ontwikkeling van zakelijke mobiliteit in de nabije toekomst?
- Wat is de verwachte ontwikkeling van het wagenpark naar aandrijfsoort over 3 en 7 jaar?
- In welke mate zijn werkgevers actief bezig met verduurzaming van mobiliteit?
- Hoe tevreden zijn werkgevers over de huidige invulling van (zakelijke) mobiliteit? In welke mate is er behoefte aan verandering?
- Wat is de visie van werkgevers op deelgebruik?

- Hoe gaan werkgevers om met verkeersveiligheid? Worden er eisen gesteld aan de aanwezigheid van ADAS-systemen?

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

Verantwoording

Er zijn twee onderzoeken uitgevoerd:

1. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2019 – BEDRIJVEN
2. Nationaal Zakenauto Onderzoek 2019 – BERIJDEERS

Beide onderzoeken hebben plaatsgevonden door middel van een internetenquête in de periode juni - augustus 2019. Zakelijke berijders en vertegenwoordigers van bedrijven die tot de doelgroep behoren ontvingen gepersonaliseerde uitnodigingen om deel te nemen aan het onderzoek. Verder zijn er anonieme hyperlinks geplaatst in relevante e-mailnieuwsberichten en op websites. Zowel leasemaatschappijen als importeurs hebben

meegholpen bij de benadering van respondenten. Om het aantal responderende bedrijven te optimaliseren is samengewerkt met Fleet Profile en MSR.

Response

Bedrijvenonderzoek

Aantal respondenten: 760

Aantal respondenten na schoning: 591

Berijdersonderzoek

Aantal respondenten: 2.396

Aantal respondenten na schoning: 2.240

Op het bedrijvenonderzoek hebben 93 eenmansbedrijven / ZZP'ers gerespondeerd.

Deze respondenten zijn doorgeleid naar de berijdersenquête; hun antwoorden zijn dus niet in het bedrijvengedeelte meegenomen.

Om vergelijkbaarheid te kunnen waarborgen met voorgaande jaren is de steekproef herwogen op basis van bedrijfsgrootte (aantal werknemers). Na herweging zijn alle wagenparken (naar omvang) goed vertegenwoordigd. De response is ruim voldoende om betrouwbare resultaten te genereren. Indien statistisch verantwoord is nader ingezoomd op gedetailleerde resultaten.

Bijna tweeëneenhalfduizend berijders hebben gereageerd op het berijdersonderzoek. Minder dan voorgaande jaren, maar representatief en met meer dan voldoende mogelijkheden om diepgaande analyses te maken. Er is een weging op automerken toegepast zodat de verdeling van automerken in de steekproef in lijn is met het parkaandeel merken (zakelijke markt) volgens RDC AutoMotive Dashboard.

De rapportage is als volgt opgebouwd:

1. Conclusies
2. Marktanalyse op basis van AutoMotive Dashboard
3. Onderzoeksresultaten NZO 2019
 - 3.1. Huidige en volgende zakenauto
 - 3.2. Inrichting mobiliteit
 - 3.3. Mobiliteitsbudget en MaaS
 - 3.4. Verkeersveiligheid
 - 3.5. Autodelen
 - 3.6. Verwachte ontwikkeling samenstelling wagenpark naar aandrijfsoort
 - 3.7. Achtergrond en profilering
4. Verantwoording van het onderzoek

Colofon

Nationaal Zakenauto Onderzoek 2019

25 september 2019

NZO 2019 is een initiatief van

Automobiel Management (AM) – Deventer

RDC Group – Amsterdam

Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen (VNA) – Bunnik

Research, analyse en rapportage

VMS | Insight – Vianen

Redactie

Automobiel Management – Deventer

Opmaak: Bureau OMA – Doetinchem

Druk

PrintX - Doetinchem

Copyright © NZO 2019

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



NATIONAAL
ZAKENAUTO
ONDERZOEK

ZAKENAUTO IN NEDERLAND

2019 DATA - ANALYSES - TRENDS