



AutoleaseWereld *magazine*



Lifecycle Leasecontract

Uitgave 2015



AutoleaseWereld.nl

24/7 al je vakinformatie



Postbus 101
1260 Blaricum
087-8742062
info@autoleasewereld.nl

Uw contactpersoon:
Erik Nooij
06-14364885
erik.nooij@autoleasewereld.nl

Opnieuw veranderingen?

Sinds de vorige uitgave van *AutoleaseWereld Magazine* met als centraal thema het leasecontract is al weer veel veranderd. De bijtellingen staan opnieuw onder druk, de groene auto's rukken op, de discussie over de ecologische footprint is misschien wel heftiger dan ooit en het mobiliteitsbudget als alternatief voor de 'standaard auto van de zaak' maakt opgang.

In haar column stelt Sandra Molenaar, directeur Vereniging Zakelijke Rijders, dat de leaseauto verdwijnt. Nou zal dat niet direct morgen gebeuren, maar dat er zaken gaan veranderen is wel duidelijk. Nieuwe generaties zijn meer van 'gebruiken' dan van 'bezitten' en die tendens zullen we ook meer en meer gaan terugzien in de automotive industrie. De mobiliteitsmanager van het jaar Daan Bieleveld (DSM), is dat mede geworden doordat hij erin is geslaagd mobiliteit flexibeler te maken binnen DSM; door private lease te introduceren bijvoorbeeld. Geef de gebruikers meer ruimte en je krijgt er als organisatie ook wat voor terug: meer flexibiliteit tegen lagere kosten en meer tevreden medewerkers. Lijkt het ei van Columbus toch?

Voorlopig is het echter nog niet zo ver. Het is meer uitzondering dan regel dat organisaties zo ver zijn. Het zijn veranderingen die niet bij iedereen even snel worden geaccepteerd. Niet voor niets wordt de auto de heilige koe genoemd; iets heiligs moet je niet zomaar schenden, toch?

Dat er echter veranderingen gaande zijn, is duidelijk. Die zien we in de manier waarop we met de werkplek en ons werk omgaan, steeds meer plaats- en tijdonafhankelijk, met alle benodigde middelen tot onze beschikking om ons werk te doen, altijd en overal. Zakelijk en privé lopen steeds meer in elkaar over. Aansluitende zien we dergelijke veranderingen ook in ons mobiliteitsgedrag. Private lease maakt opgang, gecombineerd met een goede regeling voor zakelijk gebruik van de 'eigen auto' kan dat nieuwe perspectieven bieden qua flexibiliteit. We moeten dan wel een aantal regels aanpassen aan de hedendaagse normen. Want 19 cent vergoeding per kilometer voor dat zakelijke gebruik is niet meer van deze tijd. Daar komt die monteur in de garage niet voor van zijn stoel.

Er is dus nog een weg te gaan, maar de eerste veranderingen zijn zichtbaar...

De redactie van AutoleaseWereld Magazine

INHOUD

Stappenplan: 8
Lifecycle Leasecontract

Autokeuze

Climate Neutral Group: 10
MVO-gedachtegoed krijgt vaste grond aan de voeten

Column: 13
zijn medewerkers wel futureproof?

Daimler: 14
dienstverleners op niveau

De Leasemaatschappij

Leasetoppers: 16
de populairste leaseauto's

Leasetoppers: 18
de groene en zuinige toppers

LeasePlan: 20
Auto belangrijkste pijler onder economie

Autoplanning: 22
de bestuurder centraal



Colofon

Adresgegevens
Vakwereld
Postbus 101
1260 AC Blaricum
087-8742062

Redactie
Ted Walraven
Maureen Mijne

Hoofredactie
Linda Hulstijn

Eindredactie/coördinatie
John de Waard
john@tekstschrijvenalspassie.nl

Beeldredactie
Kaijer Vormgeving, Schermerhorn

Uitgever
Sander de Wolf
sander.dewolf@vakwereld.nl

Account consultancy
Cross Media Publishers B.V.

Productie
Deze uitgave is geproduceerd op papier, digitaal gepubliceerd voor e-readers en de artikelen zijn te vinden op www.documentwereld.nl

Auteursrechten Vakwereld

Schone mobiliteit

Save the planet, buy a car!

24



Nieuws

27

Verzekering en schadeherstel

Alertheid en drang naar innovatie geboden voor markt in mineur

28

Branchevereniging

De uitdagingen van de Vereniging Zakelijke Rijders

32



Nieuws

35

Column VZR:

de leaseauto verdwijnt

37

Van de beursvloer:

Fleetmanagement Event

38



Mobiliteitsadvies

De zakelijke fiets:

alternatief voor de leaseauto?

42



Fleet Support:

Tenderen niet altijd voor de hand liggend

44

Customer Journey Leaserijder:

klant nog vaak de gordijnen in gejaagd

47



Carwrapping

Het wagenpark als reclameoffensief

50



Bergslot:

empowering your vision

53



Omnimark: 54

regierol in logistieke keten geeft meerwaarde

Keurmerk RitRegistratieSystemen: 56

slager keurt zijn eigen vlees?

Onderhoud & ROB

Apollo Vredestein: 58

gehoor geven aan de vraag van onze klanten

MivarGroup: 60

met durf, lef en visie op zoek naar innovatieve verbeteringen

Rijstijlanalyse

Fleetmatics: 62

Binnen drie muisklikken de juiste rapportage

Column: 65

wie kent zijn klanten?

Rijvaardigheid

Tien tips: 66

het nieuwe rijden betekent vooral bewuster rijden

Verkeersveiligheidsgroep: 68

veiliger en duurzamer

Remarketing

Remarketing kan tijdrovende klus zijn 70

Fleetmanagement Software

XPOfleet: 72

inzicht voor de fleetmanager





**Het moderne rijden
op z'n slimst**



**Lease een plug-in hybrid
bij AutoPlanning!**

- Merkonafhankelijk
- Deskundig & objectief advies
- Altijd de beste deal

Bel voor een offerte **036 - 527 87 80**



AUTOPLANNING

lease & rental services

It's all
about
Planning

Kijk voor info op: www.autoplanning.nl

Lifecycle Leasecontract

Autokeuze

De leasemaatschappij

Carwrap/belettering

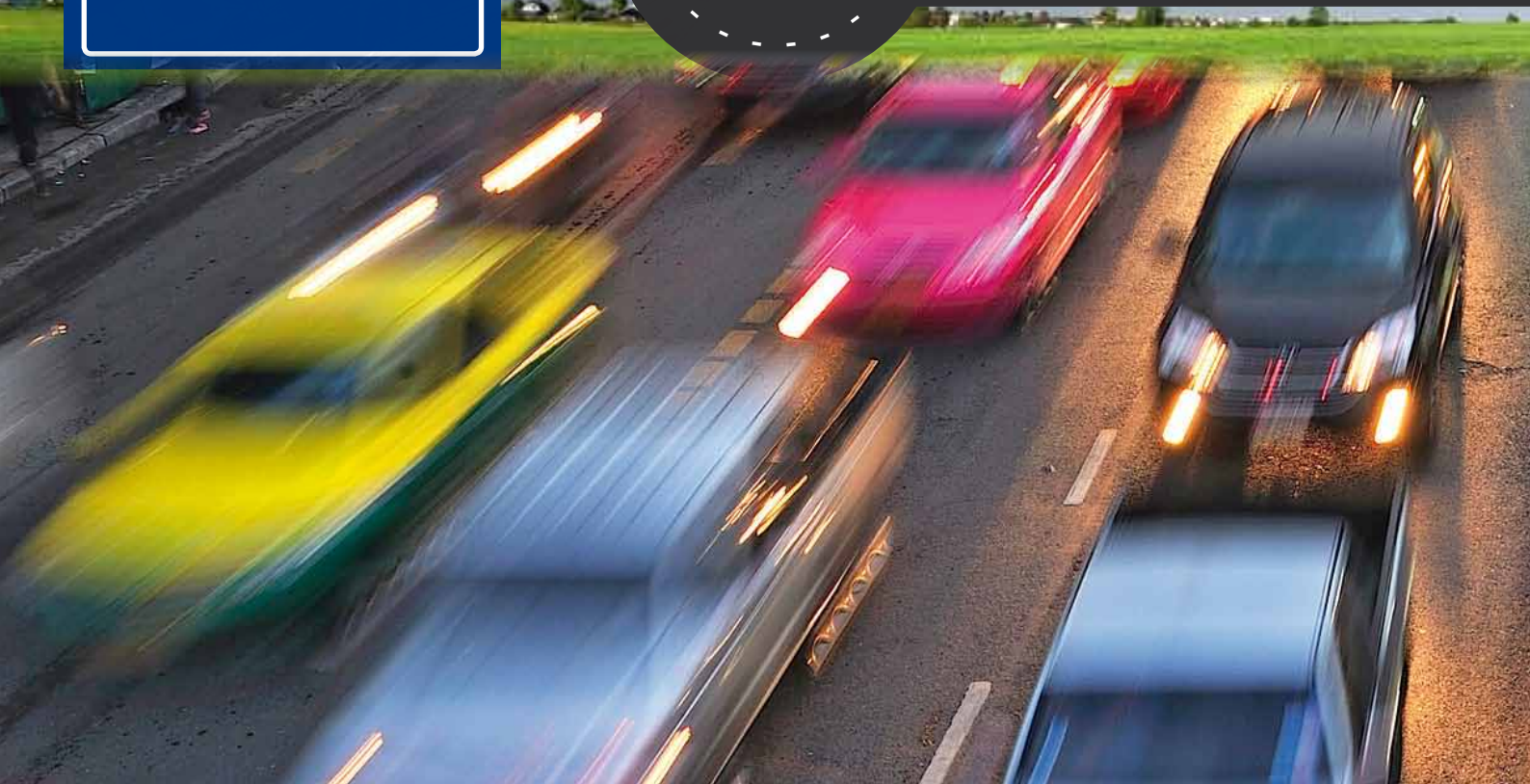
Onderhoud & ROB

Schadeherstel

Rijstijlanalyse

Brancheverenigingen

Werving e





*Bereidheid tot groener rijden
en compensatie stijgt:*

Steeds meer voet aan de grond voor MVO-gedachtegoed in mobiliteitsplan

Danielle de Bruin: 'Het zichtbare en meetbare resultaat maakt mensen enthousiast.'

Een groot deel van de 'ecologische footprint' wordt bepaald door de mobiliteit van de mens. Dat laat letterlijk zijn sporen na. Er is echter een tendens gaande dat steeds meer bedrijven en organisaties bereid zijn na te denken over die mobiliteit. En die dan vervolgens aan te passen, naar een groenere aanpak. Daniëlle de Bruin van de Climate Neutral Group (CNG) ziet met genoeg dat het gedachtegoed rond Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) steeds meer landt bij ondernemingen. 'Dat geldt in toenemende mate ook voor leasemaatschappijen.' Voorafgaand aan de keuze voor een leaseauto zou eerst kunnen worden nagedacht over HOE je je mobiliteit gaat invullen. En het zichtbare en meetbare resultaat van die keuzes (de footprint) onder de loep nemen.

De Bruin is binnen CNG 'carbon expert' op het gebied van mobiliteit. Zij probeert bedrijven ervan te overtuigen dat het heel goed mogelijk is flink te besparen in je mobiliteitskosten en tegelijkertijd bij te dragen aan een beter klimaat. CNG staat daarbij voor een praktische aanpak. De Bruin: 'Maak doelstellingen haalbaar, dan blijken veel bedrijven en organisaties bereid tot verandering naar een duurzamere of zelfs klimaatneutrale mobiliteit. We laten zien dat je met bijvoorbeeld verandering van rijgedrag al grote besparin-

gen kunt realiseren op brandstofkosten. En dan luisteren ze echt wel. De keuze voor de leaseauto is op dit moment aan verandering onderhevig. Je kunt je afvragen of het sturingsmiddel van de overheid – de bijtellingsregeling – de goede manier is om mensen over te krijgen naar een hybride of elektrische auto, maar het is een begin. Zonder gedragsverandering van de bestuurder zal echter niet het gewenste resultaat worden behaald. Als de bestuurder van een hybride auto niet bereid is moeite te doen om zoveel mogelijk elek-

trisch te rijden, zal hij die mogelijke besparing op fossiele brandstof nooit halen.'

Haalbare doelen stellen

Het lijkt al snel op een druppel op de gloeiende plaat, maar daar denken ze bij CNG toch heel anders over. De Bruin: 'Als je denkt in je eentje de wereldproblemen op te lossen, kom je bedrogen uit. Stap voor stap kun je organisaties echter prima meenemen in een veranderingstraject dat daarin bijdraagt. Wij hanteren een aanpak in drie stappen: eerst reductie van CO₂-uitstoot, dan de transitie naar groenere mobiliteit en vervolgens (of direct) compenseren. Die aanpak werkt heel goed. Steeds beter zelfs. Wij maken een organisatie duidelijk waar snelle winsten liggen. Dat kan oplopen tot enkele honderden euro's per auto per jaar aan brandstofbesparing. Dan helpen we ze vervolgens bij de transitie naar een groenere mobiliteit door mee te denken over andere manieren van vervoer, delen van transportmiddelen, de keuze voor andere, groenere transportmiddelen enz. Als het vlieg wiel eenmaal draait, staan die bedrijven snel(ler) open voor compensatie van hun (bedrijfsmatige) CO₂-uitstoot. Met CNG hebben we mooie klimaatprojecten waar de zogenaamde CO₂-credits die bedrijven hier kunnen gebruiken voor compensatie. Elders op de wereld CO₂ besparen door de mensen daar toegang te geven tot

schone energie draagt bij aan ontwikkeling, een betere gezondheid en werk! Op deze manier kun je je 'eigen klimaatneutrale auto' rijden in Nederland. En dat kost dan misschien enkele tientjes per jaar! Er zijn nu steeds meer leasemaatschappijen die met ons samenwerken en hun klanten op die manier een onderscheidend vermogen bieden. Het gaat er immers om dat je de afhankelijkheid van fossiele brandstoffen verkleint. En dat is precies wat wij samen met bedrijven doen.'

'Compliance in Mobility'

De Bruin ziet steeds meer bedrijven die een eigen MVO-manager aanstellen. 'Deze bedrijven kiezen er heel bewust voor om hun verantwoordelijkheid te nemen in het terugdringen van de CO₂-uitstoot. Voor hen geldt 'compliance in mobility': verantwoording kunnen afleggen naar de maatschappij over hoe jij je onderneming leidt. Te boek staan als een duurzame, MVO-onderneming is tegenwoordig een sterk imago.'

De Bruin ziet ook buiten de mobiliteitsmarkt grote veranderingen die een positieve invloed hebben op het 'klimaatgedrag' van bedrijven in het algemeen. 'Dat zie je in de manier waarop wordt omgegaan met de inrichting van de moderne werkplek. Veel bedrijven stimuleren om me-



Mobiliteitsanalyse

dewerkers meer plaats- en tijdonafhankelijk te laten werken. Alle middelen die ze daarvoor nodig hebben worden beschikbaar gesteld. Daarmee verandert ook de mobiliteit van die medewerkers. Het is niet meer van deze tijd om stipt om negen uur op kantoor te verschijnen als je vervolgens een half uur later weer weg moet in omgekeerde richting naar een afspraak. Dat zien de medewerkers ook en ze ondervinden heel direct de voordelen van eerst even thuis of onderweg werken en dan naar de (volgende) klant gaan. Het is relaxter en het scheelt uiteindelijk op jaarbasis veel (onnodige) kilometers. Als je die medewerkers bovendien in hun mobiliteit kunt stimuleren door het belonen van zuiniger rijgedrag, minder schades, meer milieuverantwoorde keuzes in vervoer etc., dan wordt het effect steeds

groter! Ze worden zich meer bewust van een beter resultaat voor het bedrijf met tegelijkertijd het terugdringen van de CO₂-uitstoot.'

CNG staat bedrijven bij in hun streven om meer klimaatneutraal te ondernemen. Er zijn allerlei programma's ter ondersteuning van dat streven en CNG initieert projecten die heel direct bijdragen aan het terugdringen van de CO₂-uitstoot. 'De bereidheid écht iets te doen aan die uitstoot neemt toe. Het zichtbare en meetbare resultaat maakt mensen dan weer enthousiast', aldus De Bruin tot slot.

www.climateneutralgroup.com



Ecologische footprint

Zijn medewerkers wel futureproof?

Er is veel gesproken en geschreven over de ingrijpende veranderingen in maatschappij en bedrijfsleven. Het lijkt of voor velen de snelheid, waarmee de ontwikkelingen zich afspelen bijna niet te volgen zijn. In brede zin en in vrijwel alle geledingen zien we onze maatschappij ingrijpend veranderen. Niets is meer vanzelfsprekend. Onaantastbare instituten en begrippen blijken opeens uiterst kwetsbaar.

Ook binnen onze automotive branche is er sprake van dramatische wijzigingen binnen het speelveld. De autoleasebranche lijkt hier in vertraagde mate mee van doen te hebben. Hedendaagse bedrijfsresultaten van autoleasemaatschappijen variëren van redelijk bevredigend tot uitstekend. Reden misschien, waarom binnen de autoleasebranche wel veel wordt gesproken over veranderende behoeften van klanten en berijders op het gebied van mobiliteit, maar, op enkele uitzonderingen na, er nog geen sprake is van een daadwerkelijke revolutie.

Toch zijn vriend en vijand het erover eens, dat veel gaat veranderen binnen de sector. Autoleasemaatschappijen zullen keuzes moeten maken tussen grote schaal (efficiency, hoge automatiseringsgraad) en niche (veel aandacht voor het individu, leveren van maatwerk). Daarnaast is het bijna een cliché geworden, te spreken over het langzaam verdwijnen van het product autoleasing, de verschuiving van behoefte aan bezit naar gebruik. En daarmee ook het snel toenemende belang van invulling van mobiliteitsbehoeften in de meest brede zin des woords. Nieuwe spelers doemen op aan de horizon (energiereuzen, technologiebedrijven) en autoleasemaatschappijen vragen zich steeds meer af welke rol ze in de toekomst gaan spelen.

Kortom: een sterk veranderend landschap, dat ingrijpende gevolgen zal hebben voor de te volgen strategieën van de respectievelijke bestuurders. Uiteraard is al sprake van een aantal initiatieven, die zijn ingezet om de Nieuwe Tijd het hoofd te bieden. Zo zijn voorzieningen als mobiliteitsbudgetten en mobiliteitskaarten inmiddels gemeengoed geworden en nemen producten als private lease en car sharing een grote vlucht. Toch is dit slechts het topje van de ijsberg...

Verbazingwekkend is echter, dat veel wordt gediscussieerd over de ingrijpende veranderingen binnen de autoleasebranche, terwijl de discussie over de mensen, die vorm en inhoud moeten geven aan de door bedrijven te ontwikkelen strategieën, volledig ontbreekt. Met recht kunnen we ons afvragen, of de medewerker die zich vooral manifesteert door ervaring en kennis van zaken, zich ook kan meten met de uitdagingen van de toekomst. Het antwoord is in veel gevallen ontkennend. Immers: klanten en berijders zullen meer belangstelling hebben of krijgen voor het aandragen van oplossingen voor hun mobiliteitsproblematiek, die veel breder gaat dan het leasen van een auto. Met andere woorden: in veel gevallen vraagt de markt om een ander profiel van de gesprekspartner. Een gesprekspartner, die beschikt over een hoger conceptueel werk- en denkniveau, oplossingen kan aandragen in plaats van concrete producten en daarnaast een sterke persoonlijkheid bezit met de juiste drijfveren.

Gelukkig beschikt de autoleasebranche nog altijd over een flink aantal gekwalificeerde medewerkers, die voorbereid zijn op deze veranderingen of het potentieel bezitten, zich naar deze status te ontwikkelen. Maar veel meer zal buiten de branche gekeken moeten worden naar kandidaten, die niet worden geselecteerd op uitsluitend relevante kennis en ervaring, maar veel meer en belangrijker op niveau, mentaliteit, conceptueel denkvermogen en drijfveren. Naar mijn mening onvermijdelijk, om de nieuwe uitdagingen, die ons te wachten staan, het hoofd te bieden.

Jan Freid

Freid Recruitment & Consultancy B.V.

Daimler Fleet Management Dienstverleners op Mercedes niveau

Mohamed el Maknouzi, commercieel manager van Daimler Fleet Management en Kees Swildens marketing manager bij Mercedes Financial Services

“Het zit in de genen van de mensen die werken bij Daimler Fleet Management om goede kwaliteit te leveren” aldus Mohamed el Maknouzi, commercieel manager van Daimler Fleet Management. “Het DNA om goede producten en goede service te leveren” beaamt Kees Swildens marketing manager bij Mercedes Financial Services. “Hier werken uitsluitend enthousiaste mensen die trots zijn op hun merk en daardoor voor kwaliteit in dienstverlening staan”.

Van ‘captive’ naar ‘mixed fleet’

“Daimler Fleet Management zit in een nieuwe fase”, vertelt Swildens. “Van grote ‘captive’ leasemaatschappij naar ‘mixed fleet’. Wij bieden de fleet manager daarmee een verbeterd aanbod”.

Bij Daimler Fleet Management werden al andere merken dan het huismerk Mercedes geserviced. Swildens: “Dat was organisch gegroeid. Bedrijven willen graag met één dienstverlener zaken doen. Als de directie in een Mercedes reed kregen wij de andere merken erbij”. Zo ontstond zonder marketing een organische groei als multimerk fleet manager. Omdat de dienstverlening voorop staat en niet zozeer het merk. Praktisch gezien is Daimler Fleet Management natuurlijk bezig met het leasen van auto’s. Maar eigenlijk zijn het vooral relatiebouwers. Serviceverleners. Pro-

bleemoplossers. Partners. Enthousiaste mensen. Mensen die bedrijven net even wat persoonlijker helpen met hun wagenpark. “Daardoor creëer je loyale klanten waar Daimler Fleet Management óók loyaal aan is.

“Door het hoofdkantoor in Duitsland is Daimler Fleet Management gevraagd de ‘Blue Print’ voor Europa te ontwikkelen. Dat betekent dat we het nu strategisch gaan positioneren” zegt el Maknouzi. “In Nederland hebben we bewezen dat we multimerk kunnen servicen. Klanten die andere merken rijden bieden we de service van een Mercedes gelieerde organisatie”.

Om die ‘Blue Print’ te ontwikkelen is het accent verschoven. Er wordt bewust geacquireerd. “We benaderen nu Europese bedrijven actief met het multimerk aanbod. Die scope

was er eerst niet en dat geldt natuurlijk ook voor de bedrijven die ons niet zagen als partner omdat ze ons koppelden aan Mercedes”, aldus el Maknouzi.

De partner in wagenpark

Daimler Fleet Management komt door haar naam wellicht makkelijk binnen maar biedt daarna ook een waardepropositie omdat zij door haar omvang en historie zeer effectief en efficiënt kan zijn. “Als we ‘binnen’ zijn bij een klant houden we continu contact om feeling te houden met wat er speelt. Klanten veranderen namelijk steeds in hun behoefte”, zegt Swildens.

Dienstverlening met een personal touch

“De waarde die wij willen toevoegen is niet ‘asset-based’ maar mobiliteit. Bijvoorbeeld als het bij een klant alleen maar over de prijs gaat dan is onze toegevoegde waarde nihil”. el Maknouzi vervolgt: “Wat niet wil zeggen dat we geen aandacht geven aan prijs. Prijs is natuurlijk belangrijk. We benchmarken onze prijs altijd, maar onze toegevoegde waarde moet in het servicen van de klant zitten. Of ze nou twee of honderd auto’s hebben ze krijgen dezelfde service”.

Daimler Fleet Management biedt het breedste portfolio lease- en financieringsoplossingen. Van Netto Operational Lease tot Full Operational Lease, standaard inclusief een uitgebreid servicepakket. Van Netto Financial Lease tot Full Financial Lease waarbij ook de servicecomponenten worden mee gefinancierd. Afhankelijk van de behoefte van het moment wordt de oplossing gekozen. Bovendien vindt alles onder één dak plaats: in een huis met een heel stevige Daimler fundering.

De mobiliteit van de toekomst

Daimler Fleet Management staat dichtbij ondernemers, daardoor én daarmee doen ze goede zaken. Met Mercedes maar ook met andere premium merken. Het landschap ver-

andert. Het gaat om duurzaamheid. Deze uitdaging vraagt om innovatie en flexibiliteit in mobiliteit. En laat dat nou nét zijn wat Daimler Fleet Management biedt.

Een goed voorbeeld waarin Daimler Fleet Management innovatief is: binnenkort wordt ‘Corporate carsharing’ breed uitgerold, waarmee de inzet van bedrijfsauto’s optimaal wordt benut. De total cost of mobility gaat daarmee drastisch omlaag. De poolauto’s worden in dit systeem gedeeld. Dat gaat volledig draaien op de software waar ‘car2go’ op functioneert, het innovatieve deelauto bedrijf in Amsterdam waar el Maknouzi manager van was. Swildens: “Wil je een dergelijk platform serieus en goed neerzetten dan moet je behoorlijk investeren. Het grote voordeel voor ons is dat we de learning curve van een dergelijk programma niet hoeven te betalen. Dat is al door ons hoofdkantoor gedaan. Die draait een dergelijk project eerst ergens op kleine schaal. Is dat geslaagd dan kunnen we meteen groot uitrollen. Misschien zijn we niet altijd de eerste maar als we dan iets dergelijks uitrollen dan zijn we een stabiele en betrouwbare partner.”

Misschien wel het grootste Unique Selling Point van Daimler Fleet Management is het ‘one stop shopping’ concept. De dealer doet alles: van leveren tot banden, van onderhoud tot schade. De berijder hoeft maar naar één adres voor alles wat met zijn voertuig te maken heeft. Daimler Fleet Management is groot geworden door samenwerking met dealers en is dus ook daar een loyale partner.

Daimler Fleet Management is onderdeel van Mercedes-Benz Financial Services.

www.daimler-fleetmanagement.nl

Daimler Fleet Management

Top 10 van de populairste Lease-auto's

AutoleaseWereld heeft voor u een tiental van de meest populaire lease-auto's bij elkaar gezet. Zuinigheid en rijcomfort zijn nog altijd belangrijk, maar een belangrijk deel van de keuze bij een lease-auto wordt nog steeds bepaald door de bijtelling.

In 2015 zijn de CO₂-normen voor de 14 en 20% bijtelling weer aangescherpt. Het onderscheid in CO₂-grenzen tussen benzine- en dieselauto's verdwijnt en om van de 14% bijtelling te kunnen profiteren moet de auto een CO₂-uitstoot hebben van 51 tot en met 82 gram per kilometer. Tussen de 83 en 110 gram per kilometer betekent een bijtelling van 20% en alles daarboven 25%.

1 Skoda Octavia Combi

De Octavia Combi doet het momenteel erg goed als lease-auto. De auto biedt volop ruimte, is veilig en rijdt daarnaast ook nog zuinig. De Octavia Combi was de meeste verkochte lease-auto van 2014 en biedt veel aantrekkelijke extra's. Er zijn veel mogelijkheden om de auto te personaliseren van dakdragers tot luxe instaplijzen. Bijtelling van 14 - 20%



2 Peugeot 308 SW

De stationmodellen zijn dit jaar populair en in dat rijtje past als aanvoerder de Peugeot 308 SW. Het is een ruime auto en heeft een modern en strak vormgegeven interieur. Met een bijtelling van slechts 14% is de auto al vanaf 132 euro per maand te leasen.



3 Volkswagen Golf

De Volkswagen Golf, Golf Variant en Golf Sportsvan zijn nu te bestellen met een nieuwe 1.0 TSI-benzinemotor. Deze krachtige en zuinig driecilinder krijgt het zuinigheidslabel BlueMotion. Al deze modellen komen in aanmerking voor 20% bijtelling. De adviesprijzen starten bij 22.590 euro.



4 Audi A3 Sportback

Onmiskenbaar een Audi en toch anders. Lichter en overzichtelijker en met een bijtelling van 14 tot 20%. De A3 Sportback is gebouwd met Audi ultra, de technologie om lichtere auto's te maken. De motoren zijn standaard voorzien van start-stopstelsel en recuperatie, waarmee remmen en uitrollen worden omgezet in bruikbare elektrische energie. Dat kan tot 3% brandstof schelen.



5 Volvo V40

De Volvo V40 rijdt u al met een bijtelling vanaf 14%. De Volvo V40 combineert een sportieve wegligging met een hoge mate van comfort. Wist Volvo al eerder de D2 in een lagere bijtellingsklasse te krijgen, dat is ook gelukt met de nieuwe generatie 2.0 liter dieselmotoren. Met een CO₂-uitstoot van 82 gram is het één van de weinige auto's in dit segment die voor een bijtelling van 14% in aanmerking komen.



6 Skoda Superb

Dit voorjaar maakte de Nederlandse autopers voor het eerst kennis met de rijkwaliteiten van de Superb. Een succesvolle kennismaking met deze nieuwste generatie van de Superb met een bijtelling vanaf 20%. De Superb is ruim en comfortabel en ziet er strak uit. Technisch staat de auto ook zijn mannetje met een goede wegligging.



7 Renault Clio Estate

Op het gebied van innovatie blijft de Renault Clio toonaangevend. Zij biedt twee nieuw geïntegreerde navigatie- en multimediasystemen: MediaNav en Renault R-Link. De nieuwe Estate diesel is voorzien van het milieuvriendelijke A-label. De Renault Clio is in 2015 voor de zakelijke rijder leverbaar vanaf 14% bijtelling.



8 Toyota Auris Touring Sports

De Toyota Auris Touring Sports is een ruime wagon met 14% bijtelling en standaard automaat. Daarnaast heeft de auto veel extra's zoals een panoramisch dak, privacy glass, een parkeerhulpcamera, cruise control, lichtmetalen velgen.

De Auris Touring Sports is ook verkrijgbaar als rijk uitgeruste Hybrid Lease Prof of Lease Exclusive met nog meer extra's.



9 Volkswagen Passat Variant

De Volkswagen Passat is uitgeroepen tot Auto van het Jaar 2015. De Passat is een duidelijke koploper in het zakelijke segment. Het model onderscheidt zich onder meer door zijn lichtgewicht constructie, zuinige motoren en duurzame prestaties. Tevens beschikt de auto over een aantal rijassistentie-systemen op het gebied van veiligheid en rijcomfort. Bijtelling 14 - 20%.



10 Mitsubishi Outlander PHEV

De Mitsubishi Outlander PHEV was de eerste Plug-in Hybrid crossover ter wereld en sinds zijn entree als medeweggebruiker niet meer uit het verkeer weg te denken met name vanwege de zeer lage bijtelling van 7%. De SUV heeft een standaard vierwielaandrijving, automatische transmissie en een hoge zitpositie en biedt daarnaast alle voordelen van elektrisch rijden.



Top 3 zuinige CNG-auto's

Compressed Natural Gas is een alternatief voor rijden met traditionele brandstoffen zoals benzine en diesel. CNG staat voor Compressed Natural Gas, oftewel aardgas. CNG kent een fossiele of hernieuwbare bron en wordt geproduceerd uit reststromen; we noemen het dan Groengas.

Er is tegenwoordig ook een grotendeels landelijk netwerk van vulpunten. Rijden op aardgas is niet nieuw, maar de interesse hierin neemt wel weer toe.

1 Seat Mii EcoFuel

De Seat Mii 1.0 EcoFuel is volgens de ANWB en de Stichting Natuur & Milieu de zuinigste CNG-auto van Nederland. De Mii is ontworpen voor het stadsleven. Compact, maar toch verrassend ruim. Zuinig, snel en met een moderne vormgeving die hem een dynamische uitstraling geven. De bijtelling is dit jaar nog 14%.



2 Skoda Citigo

De Skoda Citigo is ontworpen voor het stadsverkeer. Een veelzijdige en toch compacte auto met een ruim interieur met voldoende bagage- en opbergruimte en zuinige motoren. Qua veiligheid heeft de auto vijf sterren behaald in de Euro-NCAP crashtest. Ook voor deze auto geldt een bijtelling van 14%.



3 Volkswagen Up EcoFuel

Volkswagen heeft diverse modellen met EcoFuel. Deze zijn ontworpen voor het gebruik van aardgas en kenmerken zich door een laag verbruik en zeer lage CO₂-uitstoot. Ze zijn ook geschikt voor het duurzamere Groen Gas. De Up is één van de modellen die van EcoFuel gebruik maakt en waarvoor nu nog de bijtelling van 14% geldt.



Top 3 elektrische auto's

Een elektrische auto wordt aangedreven door een elektromotor die gebruik maakt van elektriciteit van bijvoorbeeld chemische energie die wordt opgeslagen in accu's. Sinds 2010 neemt het aantal elektrische auto's een vlucht. Steeds meer vooraanstaande merken presenteren hun elektrische auto. Voor consumenten is de hogere aankoopprijs in vergelijking met benzineauto's een weerstand. Tevens was het geringe aantal laadpunten lange tijd een probleem, maar de laatste jaren worden de laadpalen steeds meer een vast onderdeel van de parkeermogelijkheden in stad en parkeergarage. Ook privé worden steeds meer laadpalen geplaatst.

1 Renault Zoë 65 kW

De Zoë heeft een puur elektrische aandrijving en was de eerste elektrische aangedreven auto die 1600 elektrische kilometers heeft afgelegd in 24 uur. In 2015 wordt de Zoë voorzien van een nieuwe elektromotor die zuiniger omspringt met energie. De afstand die met deze auto kan worden opgelegd is 210 kilometer en de bijtelling hiervoor is 4%.



2 Kia Soul EV

De nieuwe Kia Soul lijkt op haar voorganger maar toch is de elektrische Soul EV helemaal nieuw en voorzien van een hypermoderne aandrijflijn. Als enige elektrische SUV combineert de Soul efficiënt rijden met gebruiksgemak en veel ruimte voor bagage. De Kia Soul kan snel accelereren en met het ontbreken van CO₂-uitstoot is het een zeer milieuvriendelijke wagen. De Soul heeft een actieradius van 212 kilometer en een 4% bijtelling.



3 Mercedes B-klasse

De nieuwe Mercedes-Benz B-klasse is gebaseerd op de conventioneel aangedreven B-Klasse. De stille en emissievrije aandrijfkracht is afkomstig van een ruim 100 kW sterke elektromotor. Deze Mercedes is in staat om snel te accelereren en binnen 10 seconden wordt vanuit stilstand 100 kilometer per uur bereikt. De actieradius van de Mercedes B-Klasse is 200 kilometer en de bijtelling 4%.



Top 3 Plug in Hybrids

1 BMW i3 Range Extender

De BMW i3 is de eerste volledig als elektrische ontwikkelde auto van BMW. De i3 is er ook zonder range extender en heeft 4% bijtelling en een actieradius van ruim 130 kilometer. De benzinetank is 9 liter. De tweecilinder laadt de batterij bij en op de snelweg kan de brandstofmotor uitkomst bieden om stroom over te houden voor in de stad. De actieradius neemt in combinatie met de brandstofmotor toe tot 300 kilometer. Voor de i3 hoeft in 2015 nog geen wegenbelasting te worden betaald.



2 Opel Ampera

De Ampera heeft een gemiddelde CO₂-uitstoot van 27 gram en zakelijke rijders krijgen slechts een bijtelling van 7% en betalen geen wegenbelasting. Het is weliswaar nog steeds een hybride auto maar deze rijdt wel uitsluitend elektrisch. Als de accu na 40 tot 80 kilometer leeg is wordt de benzinemotor een zogenaamde range extender (motorgenerator) en deze laadt de accu's tijdens het rijden weer op. Op een volle tank benzine heeft de Ampera nu een actieradius van 500 kilometer.



3 Toyota Prius Plug in Hybrid Aspiration

De Prius Plug in Hybrid beschikt over een benzinemotor en een elektromotor. Belangrijk verschil ten opzichte van de 'gewone' Prius is dat deze Plug in opgeladen kan worden om 25 kilometer volledig elektrisch te rijden. Als het nodig is, neemt de benzinemotor het weer over. De CO₂-uitstoot is buitengewoon laag en daarmee heeft de Plug in een bijtelling van 7% en hoeft er geen wegenbelasting te worden betaald tot 2016.



Auto belangrijkste pijler onder Nederlandse economie volgens LeasePlan

De mobiliteitsmarkt is stevig in beweging. Wetgeving en fiscale regels maken dat de zakelijke leaseauto door hogere bijtelling relatief duur wordt voor de zakelijke rijder. Veel bedrijven houden hun wagenparkregeling tegen het licht en de spreekwoordelijke auto van de zaak is niet meer zo vanzelfsprekend. Steeds meer wordt deze vervangen door een mobiliteitsbudget, poolauto, privéleaseauto of de 'ouderwetse' kilometervergoeding. Daarnaast lijkt er ook door het nieuwe werken en de opkomst van deelauto's een trend te ontstaan, dat het zakelijke volume in de autobranche, en daaruit volgend in lease, zal dalen. Niettemin blijft de auto de pijler voor de Nederlandse economie, ziet LeasePlan.

Binnen het zakelijke segment zullen de zzp'er en het MKB een groter aandeel in gaan nemen. Daarnaast verwacht LeasePlan dat er een verschuiving komt van zakelijk naar privé leasen. Momenteel rijden circa 15.000 particulieren een auto via private lease. Het economisch bureau van ING stelt dat er in 2020 zo'n 100.000 particuliere leaserijders in Nederland zullen zijn. LeasePlan verwacht dat dat aantal zelfs nog hoger kan uitpakken, omdat het potentieel van de consumentenautomarkt enorm is. Voor consumenten zijn gemak en voorspelbare maandelijkse kosten zonder verrassingen, de belangrijkste overwegingen om over te stappen op private lease.

Dat gemak en ontzorging voor de leaserijder belangrijke waarden zijn, is bij LeasePlan alom bekend. Met 120.000 leaseauto's op de weg en meer dan 50 jaar ervaring maakt marktleider LeasePlan leasen al jaren eenvoudiger, voor zowel de klant als de berijder. Op dit moment is zo'n zestig procent van de zakelijke reizigers afhankelijk van de auto. Voor hen is het iedere dag van belang dat er tijd en geld

bespaard wordt en dat alles goed is geregeld, zonder gedoe. Berijders ervaren bijvoorbeeld gemak met de LeasePlan App waarmee je alle zaken zelf 24/7 online regelt: zoals schademelden, bekeuring betalen, afspraken maken voor onderhoud en de gratis haal- en brengservice.

Geen verrassingen achteraf

Autokosten zitten bij veel bedrijven in de top 3 van kosten. LeasePlan ontzorgt wagenparkbeheerders daarom met inzicht in autokosten, advies over kostenbesparingen en een kant- en klare autoregeling. Voor grotere wagenparken kan poolbeheer interessant zijn, of zelfs volledige outsourcing via FleetPlan.

LeasePlan hanteert een besparingsmonitor en adviseert fleetowners met belangrijke besparingstips. Dit gebeurt op basis van een dashboard dat op maat aangeeft waar besparingsmogelijkheden zijn op korte termijn (quick-wins) en langere termijn.

Een andere expliciete behoefte van veel klanten is voorspelbaarheid van leasekosten. Ofwel, administratieve ontzorging, grip op kosten en geen verrassingen achteraf. Uniek is dat LeasePlan deze voorspelbaarheid op al haar producten biedt. Zowel op nieuwe als gebruikte auto's. Voorspelbaar afrekenen biedt zekerheid. Bij LeasePlan weet je precies waar je aan toe bent. Gegarandeerde mobiliteit zonder verrassingen.

Trend:

kleinere auto's, elektrisch rijden en private lease

LeasePlan constateert dat er steeds meer kleinere auto's worden geleased. Uit de LeasePlan Mobility Monitor blijkt dat dit een wereldwijde trend is. In Nederland heeft het fiscale beleid rondom leaseauto's hier grote invloed op. Kleine, zuinige auto's hebben immers minder bijtelling.

Waar in 2014 de leaserijder nog een grotere gezinsauto kon rijden met 14% bijtelling is diezelfde bijtelling nu voornamelijk aan plug-in hybrides en kleine modellen voorbehouden.

Op dit moment heeft ca 12% van de auto's die LeasePlan inkoopt al een stekker. De infrastructuur voor de elektrische auto is de afgelopen tijd enorm verbeterd. Het aantal oplaadpunten en snellaadpunten is het afgelopen jaar verdubbeld en zal nog verder toenemen.

Tot slot breekt private lease nu definitief door. Ook consumenten ontdekken het gemak en de zekerheid van een

leaseauto. Voor een vast bedrag per maand kunnen zij nu een nieuwe auto rijden, waarbij alles tot in de puntjes is geregeld. Iets wat tot dusver was voorbehouden aan de zakelijke automobilisten. Daarbij betaalt de private leaserijder geen bijtelling.

Deze trends hebben bij elkaar een positieve invloed op de vergroening van het Nederlandse leasewagenpark. De gemiddelde CO₂-uitstoot van leaseauto's is de afgelopen jaren fors afgenomen en logischerwijs zal deze trend zich doorzetten.

LeasePlan stelt zich actief op als ambassadeur van kilometerbeprijzing

Recent onderzoek in opdracht van LeasePlan laat zien dat leaserijders structureel te veel bijtelling betalen, als gekeken wordt naar de 'economische waarde' van het privégebruik. LeasePlan pleit er dan ook voor om de huidige bijtellingsystematiek op de schop te nemen en belasting te heffen over het daadwerkelijk (privé)gebruik van de (zakelijke) auto. Nu maakt het niet uit of je 501 of 20.000 privekilometers rijdt. In de ogen van LeasePlan moet je gebruik gaan belasten, dat is eerlijker, transparanter en zal uiteindelijk de mobiliteit in Nederland ten goede komen.

Uit onderzoek onder zakelijke rijders blijkt overigens dat zij best bereid zijn om kilometers te registreren, mits dit maar leidt tot een realistische bijtelling. LeasePlan verwacht dat betaling naar gebruik leidt tot minder privékilometers bij leaserijders die nu bijtellen. Daarnaast zullen leaserijders die nu een kilometerregistratie bijhouden worden verleid om hiermee te stoppen. Dit scheelt niet alleen hoge handhavingskosten, maar levert uiteindelijk ook hogere inkomsten op.



www.leaseplan.nl



De bestuurder staat centraal bij Autoplanning: U stuurt!

“De bestuurder is immers de sleutel naar lagere autokosten. Heb je de juiste persoon in de juiste auto zitten dan zal de bestuurder tevreden zijn, daardoor netter met zijn auto omgaan en de auto op de juiste manier behandelen. De exploitatie zal daardoor voor ons, en daarmee natuurlijk uiteindelijk ook voor de klant, gunstiger zijn”, zegt commercieel directeur Richard Vos.

Commercieel directeur Richard Vos. Fotografie Yvette Wolterinck

Autoplanning is een in 1997 door Wil Uitenbroek opgerichte bank- en merkonafhankelijke leasemaatschappij. Het bedrijf richt zich van oudsher op het MKB met als visie dat de bestuurders de sleutel zijn naar lagere mobiliteitskosten. Door maatwerk te leveren en door gedragsbeïnvloeding van de berijder kunnen de autokosten voor alle partijen worden verlaagd.

Challenge Lease

Dat doet Autoplanning concreet met het product Challenge Lease. Een premie op goed rijgedrag die kan oplopen tot duizenden euro's. Een mooi voorbeeld van win-win-

win-win-win. Tevreden bestuurders, aantrekkelijke kostenbesparing voor de werkgever en een gunstiger exploitatie voor Autoplanning. Het milieu in de vorm van een lagere uitstoot en 'last but not least' gaat een deel van het behaalde resultaat als donatie naar Oxfam Novib.

Het werkt als volgt. De bestuurder ontvangt bij aanvang van het leasecontract tussen de 100 en 3000 punten afhankelijk van looptijd, de catalogusprijs van de auto en het aantal kilometers. Door Autoplanning wordt aan de berijder tips en kwartaaloverzichten gegeven gericht op het voorkomen van shades, boetes en het verlagen van brandstofgebruik. Dat

zijn dan meteen ook de ijkpunten waarop de bestuurder 'gemeten' wordt. Voor deze ijkpunten zijn normen gesteld, het voldoen aan de norm leidt tot behoud van de punten. Overschrijd je de norm dan kost dat punten.

Door de bestuurders te confronteren met hun rijgedrag ontstaat er een mentaliteitsverandering. Het wordt een sport om bij het goedkoopste tankstation te tanken en zo veel mogelijk kilometers te rijden op een tank. De bestuurder behandelt zijn leaseauto meer als zijn "eigen" auto.

Brandstof

Naast zuinig rijden wordt ook het goedkoper tanken beloond. Leaserijders staan erom bekend dat zij 'makkelijk tanken' langs de snelweg. Tanken in plaatsen buiten de snelweg of bijvoorbeeld bij onbemande pompen zijn al snel meerdere centen per liter voordeliger en levert de werkgever al snel een besparing van honderden euro's per jaar op.

Boetes

Hoe voorkomt Challenge Lease boetes? Door heel eenvoudig de bestuurder te laten zien wat het huidige rijgedrag in de toekomst gaat kosten; we extrapoleren de kosten van zijn gereden boetes naar de toekomst. Omdat geheel boetevrij rijden een illusie is hanteert het systeem voor puntentelling een norm van € 3,00 per 1000 gereden kilometers. Iemand die bijvoorbeeld een ton per jaar rijdt en niet boven de € 300 aan boetes komt wordt daarvoor beloond met Challenge Lease punten.

Schades

De meeste leaserijders zijn dagelijks onderweg en lopen daarmee een grotere kans op schade. Challenge Lease snapt dat bij een hoger kilometrage of langere looptijd een hogere kans op schade bestaat. Minder schades dan de ingecalculerde schades levert punten op. Buiten natuurlijk het directe voordeel doordat er minder eigen risico hoeft te worden doorbelast.

Challenge Lease hanteert uitdagende, maar zeker geen onhaalbare, normen en stimuleert de bestuurder optimaal om het beste rijgedrag te vertonen. Ieder kwartaal krijgen de

bestuurder en de werkgever een overzicht waarin de norm vergeleken wordt met de actuele prestaties. Als dat minder is worden punten afgetrokken, anders blijven zij behouden. Aan het eind van het contract worden de punten uitgekeerd in euro's. Bij langlopende contracten met veel kilometers kan dat in de duizenden euro's lopen.

Private Lease

Per 1 januari is AutoPlanning voorzichtig begonnen om het product Private Lease uit te rollen. Met name door de vraag vanuit het dealernetwerk van Mitsubishi, dat een sterke behoefte had aan Private Lease mogelijkheden, is het snel en succesvol in de markt gezet.

Het moment kon niet beter gekozen zijn; ook het economisch bureau van ING, stelde bij monde van Max Erich, sector-econoom automotive bij ING in maart dat er in de komende vijf jaar een vervijfvoudiging van het aantal particuliere leaserijders in Nederland zal zijn.

De visie van Vos sluit daar naadloos bij aan gezien de verwachting dat de bijtelling in 2016 omhoog gaat waarna er een verschuiving naar mobiliteitsbudgetten zal komen. Daarbij krijgt de werknemer niet meer standaard een auto van de zaak, maar een budget waar ze zelf over mogen beslissen. Een grote stimulans voor Private Lease.

De particuliere automarkt is flink gedaald als gevolg van de financiële crisis. Mensen blijven langer doorrijden in hun auto of schaffen een occasion aan. Terwijl juist nieuwe auto's lichter en zuiniger zijn, waardoor de kosten naar beneden kunnen.

AutoPlanning is dan ook al bezig met de ontwikkeling en uitrol naar andere merken en dealerorganisaties. De uitdaging wordt om de nieuwe markt van de consument te koppelen aan de bestaande propositie. Wagenparkbeheerder vs consument.

Voor AutoPlanning blijft daarbij voorop staan: altijd in dialoog met de bestuurder, de bestuurder centraal

www.autoplanning.nl



Save the planet. Buy a car!

Red de planeet. Koop een auto!



Na de introductie van de eerste waterstofauto die u en ik gewoon bij de dealer kunnen kopen; de Hyundai ix35 in april van dit jaar, ben ik om. Als er bij mij in het dorp een waterstofpompstation zou zijn, kocht ik er gisteren een. Maar ja, bij ons kan alleen de bus van het GVB waterstof tanken en om nou iedere keer naar Rotterdam –eigenlijk nog iets verder, naar Rhooon- te rijden is ook weer zoiets.

Maar ik ben er serieus van overtuigd dat we die kant opgaan (niet Rotterdam ..., de waterstofauto). Een waterstofauto heeft geen vervuulende uitstoot. Het enige wat vrijkomt, is waterdamp. Je hebt meteen je eigen energiecentrale en eigenlijk een energiecentrale voor een halve wijk. Zet er een paar bij elkaar en je kunt duizenden huishoudens van stroom voorzien.

Waar zit 'de catch'?

Eigenlijk zijn er een aantal.

Daar is de al genoemde afwezigheid van tankstations. Maar de overheid, bij monde van staatssecretaris Mansveld van Infrastructuur en Milieu, zegt dat er in 2020 tenminste twintig waterstof-tankstations in Nederland in gebruik zullen zijn. Samen met diverse leveranciers van waterstof en

gemeenten investeert de overheid de komende jaren in een uitgebreid netwerk van 700 BAR waterstof-tankstations. Behalve in Rhooon en Helmond zijn waterstof-tankstations gepland in Amsterdam, Arnhem en Delft. Ook zijn er initiatieven voor de aanleg van stations in Eindhoven, Zwolle en Oude Tonge.

De volgende uitdaging is dat het opwekken van de benodigde energie nu nog onvoldoende duurzaam is. Want het is natuurlijk geen *waterstof*auto. Een auto die rijdt op waterstof bestaat niet, de auto moet waterstof - wat geen brandstof is maar een energiedrager - omzetten in elektriciteit. Het is eigenlijk een beetje omslachtige manier om een elektrische auto te rijden. Het probleem daarbij is dat waterstof niet zomaar in de natuur voorkomt. Water moet

gesplitst worden in zuurstof en waterstof. En daar is energie voor nodig, daar zit dan de vervuilende component. Zolang de energie die gebruikt wordt om waterstof te creëren niet op een duurzame manier verkregen is, wordt de waterstofauto niet volledig duurzaam.

Daarnaast zal het opwekken van duurzame energie ook duurder zijn dan de inzet van, pak 'm beet, kolencentrales. We zullen meer moeten gaan betalen voor onze energie. Wereldwijd. In ieder geval zullen de kosten voor die duurzame mobiliteit worden doorbelast aan de berijder.

Kip-Ei Probleem

Zoals ik al schetste is er een kip-ei probleem. Of een vraag en aanbod uitdaging. Als er niet meer tankstations komen gaat 'de consument' geen waterstofauto kopen. En omgekeerd zullen 'we' meer auto's moeten kopen om tankstations te verleiden het te willen aanbieden.

Toyota heeft begin dit jaar al zijn patenten vrijgegeven – in ieder geval tot aan 2020 – om de ontwikkeling in een stroomversnelling te krijgen. Met het initiatief beoogt Toyota de deur wagenwijd open te zetten naar een wereld waarin waterstof als schone, alternatieve brandstof een belangrijke rol gaat spelen. Toyota geeft zijn patenten vrij omdat het gelooft dat Fuel Cell technologie een zeer belangrijke aandrijftechnologie is voor een emissieloze mobiliteitstoekomst. Als goede ideeën gedeeld worden, kunnen er ongelooflijk mooie dingen gebeuren volgens Toyota.. Om ervoor te zorgen dat de eerste generatie waterstofauto's slaagt, is een ongebreidelde inspanning noodzakelijk, om nog maar te zwijgen van een grensverleggende samenwerking tussen autofabrikanten, regeringen, overheden, academici en energiemaatschappijen. Ook als het gaat om de uitrol van waterstofinfrastructuur.

In totaal gaat het om 5.680 wereldwijde patenten die Toyota nu vrijgeeft. Stuk voor stuk hebben ze betrekking op brandstofceltechnologie of zijn hier nauw verwant aan. Sommige hebben zelfs direct te maken met de onlangs gepresenteerde Toyota Mirai, de eerste Fuel Cell auto die recent in serieproductie is gegaan.

Het andere grote voordeel

Stroom, water en warmte. In de toekomst kan een brandstofcelauto die op waterstof rijdt ook dienst doen als een energiecentrale voor huizen en kantoren. Prof. Dr. Ad van Wijk van de TU Delft (Future Energy Systems) wil nog meer uit de Hyundai ix35 Fuel Cell halen dan de mobiliteitswens alleen. Van Wijk presenteerde tijdens het Waterstofforum het initiatief "The Car as a Powerplant" en is al in voorbereiding voor de "next step".

'In de toekomst kan een brandstofcelauto ook dienstdoen als energiecentrale voor huizen en kantoren', zegt professor van Wijk. 'Wij gebruiken onze Hyundai ix35 Fuel Cell voor het onderzoek in The Green Village van de TU Delft. Hiermee gaan onderzoekers het rendement en de werking van stroom leveren met brandstofcelauto's verder onderzoeken.'

Volgens professor Van Wijk zorgen brandstofcelauto's op waterstof voor efficiënter en schoner transport. 'Een waterstofauto is een elektrische auto met een brandstofcel aan boord die elektriciteit uit waterstof en zuurstof maakt. Een auto wordt doorgaans maar 5% van de tijd gebruikt. De rest van de tijd staat hij geparkeerd. Als de auto geparkeerd staat, kan de brandstofcel nog steeds elektriciteit produceren. Deze elektriciteit kan worden gebruikt in huizen en kantoren. Brandstofcelauto's auto's hebben daarnaast twee nuttige (en schone) bijproducten: water en warmte, die we goed kunnen gebruiken.'

Rijden gebeurt nu veelal op benzine, diesel of gas. Professor van Wijk: 'De energie-efficiëntie van deze motoren is niet erg goed, ongeveer 25 tot 40%, en ze stoten CO2 uit. Daarom ontwikkelen veel autofabrikanten alternatieven, zoals de brandstofcelauto op waterstof. Met de brandstofcel kan met een rendement van ongeveer 40 tot 45% elektriciteit uit gas worden gehaald. Dit is een hoger rendement dan dat van onze huidige elektriciteitsproductie. Binnen het project "The Car as a Power Plant" doet de TU Delft onderzoek naar de optimalisatie van alle processen die samenhangen met het rijden en energie produceren met waterstof; van de productie en het tanken van waterstof, de verbetering van



de levensduur en waarde van de brandstofcel tot de aansluiting van auto's op het elektriciteitsnet.'

Wat kost een waterstofauto?

De Hyundai ix35 Fuel Cell kost € 55.000,- (excl. BTW). Hyundai verwacht dit jaar 50 waterstofauto's in Nederland te kunnen verkopen. Voorlopig moet je daarvoor naar Hyundai-dealerbedrijf Van der Wel in Rotterdam/Bergschenhoek, deze is door Hyundai Motor Netherlands aangewezen als eerste waterstof autodealer in Nederland. De eerste brandstofcelauto met waterstof van Toyota – de Fuel Cell Sedan – ook geïntroduceerd in april 2015, gaat omgerekend 50.000 euro kosten. Maar Toyota's waterstofauto komt vooralsnog niet naar Nederland. Toyota kiest ervoor de Mirai eerst te introduceren in markten waar al sprake is van een bepaalde mate van waterstofinfrastructuur. Dit najaar zal de brandstofcelauto te koop zijn in Groot-Brittannië (regio Londen), Duitsland (regio München) en Denemarken (regio Kopenhagen).

Bezwaren

Bezwaren die worden geopperd door mensen die zeggen

dat ze te weinig kilometers te kunnen rijden met een elektrische auto gelden in ieder geval niet bij de Hyundai ix35 Fuel Cell. Hiermee rijden we zo'n 600 kilometer op een volle tank. Voor de meesten van ons toch ruim voldoende voor woon-werk verkeer. Een ander groot voordeel is dat je snel kunt tanken. De waterstofauto is in 3-5 minuten volgetankt, terwijl het opladen van, bijvoorbeeld, een Tesla meer dan een uur duurt wat dan ook nog een veel kleinere actieradius oplevert. Maar er wordt ook heel veel onderzoek gedaan naar een betere opslag van energie, lees betere batterijen zodat de actieradius van dergelijke elektrische auto's groter wordt. Voorlopig nog wat te doen voor Elon Musk en consorten.

Theoretisch ligt de waterstofauto op voorsprong. Praktisch niet.

Dus nu eerst die tankstations Of toch die auto ...Of die..

Ted Walraven

Schadeherstelmeester: *nieuw netwerk voor autoschadeherstel*

Sinds kort is er een nieuw landelijk netwerk van autoschadeherstellers dat zich richt op complex autoschadeherstel. Schadeherstelmeester richt zich op de afwikkeling van merkgerelateerde, complexe vormen van autoschade. Het is een initiatief van dealerholding Broekhuis, PGA Nederland en de Autoschade Herstel Groep (AHG).

Huub Janssens, netwerkdirecteur van Schadeherstelmeester legt uit dat auto's steeds slimmer en veiliger worden, maar dat levert bij schade vaak weer extra problemen op. De elektronica is complex en een grote schade vergt bijzonder vakmanschap, kennis en techniek. "Denk aan reparatietechnieken bij de behandeling van High Strength Steel, aluminium en carbon. Of aan de kennis die je nodig hebt voor geavanceerde elektrische componenten als Adaptive Cruise Control en Lane Departure. Daar heb je een merkspecialist bij nodig."

Bedrijven die zijn aangesloten bij Schadeherstelmeester moeten voldoen aan strenge kwaliteitsnormen en minimaal één automerkherkenning hebben. Per merk dat het bedrijf bedient is er minimaal één specialist in dienst die in direct contact staat met merkingenieurs.

Janssens vindt de lancering van Schadeherstelmeester een logische stap in een sterk veranderende markt, die zich steeds meer opdeelt in cosmetische en complexe schades.

Schadeherstelmeester gaat zich richten op leasemaatschappijen, fleetowners en verzekeringsmaatschappijen. "Opdrachtgevers zitten niet stil en hebben al voorgesorteerd op de splitsing in de schadebranche. De marktbehoeftes zijn nu eenmaal anders dan voorheen."

ASN Groep repareert Duurzaam

ASN is een belangrijke speler in de markt van autoschadeherstel. Als eerste keten in Nederland kregen zij in 2012 al het certificaat Duurzaam Repareren.

Bij duurzame mobiliteit wordt vaak gedacht aan elektrische of hybride auto's of de materialen waarvan de auto gemaakt is. Maar het rijdend houden van een auto veroorzaakt een veelvoud aan CO₂-uitstoot ten opzichte van de oorspronkelijke productie. Een gemiddelde schade reparatie veroorzaakt 73 kg aan CO₂-uitstoot, stelt de Stichting Duurzaam Repareren. "Om een auto tijdens zijn levensduur op de weg te houden worden acht maal zoveel onderdelen geproduceerd dan er ooit opgeschroefd zijn tijdens de productie."

ASN is gecertificeerd door de stichting en biedt profes-

sionele reparatie op duurzame wijze. Dat houdt in dat er naast rekening te houden met CO₂-uitstoot er ook gewerkt wordt met gebruikte materialen en de afvalstromen worden duurzaam verwerkt.

De ASN groep gebruikt de kracht van de lokale ondernemer en de synergie van de centrale organisatie om de klanten zo goed mogelijk te bedienen. Er wordt gewerkt met één centraal ASP-systeem* voor de hele keten en de organisatie is ISO-gecertificeerd.

**ASP staat voor Application Service Providing, wat inhoudt dat er op een beveiligde omgeving wordt ingelogd.*

Trends in schadeherstel en autoverzekeringen:

Alertheid en drang naar innovatie geboden voor markt in mineur?

Marcel van Dijk, CED

Uit de meest recente cijfers van de Rabobank blijkt dat de daling in omzet in de schadeherstel branche voorsnog is doorgezet in 2014. Voor 2014 werd een daling van 2 tot 4% verwacht ten opzichte van 2013. En die verwachting is uitgekomen. Overigens, niet alleen de bank ziet een dalende trend, ook binnen de markt zelf is men overtuigd van een teruglopend volume. Zoals CED, een grote speler met circa 2 miljard euro aan schadelast voortkomend uit ongeveer een miljoen claims, ziet een dalende tendens. 'En dus is het zaak alert te blijven op nieuwe ontwikkelingen en snel in te spelen op wat de markt vraagt', aldus CED in een van haar rapporten over de marktontwikkelingen. 'Want achteroverleunen en blijven vertrouwen op bestaande business modellen is geen optie.'

De omzet in de branche bedroeg op het meetmoment (circa een jaar geleden) volgens de Rabobank circa 1 miljard euro (in Nederland). Als oorzaken voor de dalende schadelast noemt de bank de veiligere wegen, minder gereden kilometers, technologische ontwikkelingen en het economisch klimaat. Maar ook de in hoog tempo veranderde samenstelling van het wagenpark: 'Er zijn de afgelopen jaren relatief veel kleine auto's verkocht die bij een grotere schade sneller total-loss verklaard worden. Bovendien stabiliseert het wa-

genpark in Nederland, een teken dat de markt verder lijkt te verzadigen.'

Afname schadeherstelbedrijven

Het aantal schadeherstelbedrijven zal volgens de Rabobank verder afnemen door problemen met bedrijfsopvolging en de bestaande overcapaciteit in de branche. Maar dat gaat langzaam 'omdat veel schadeherstelbedrijven nog kunnen terugvallen op in het verleden opgebouwd vermogen. Wel

zal behoud van ervaren personeel en instroom van jonge mensen gestimuleerd moeten worden om op lange termijn kwaliteit te kunnen blijven waarborgen.’

De schadeherstelbedrijven herstellen schades aan (motor)voertuigen. Sommigen herstellen (ook) schade aan caravans of campers of zijn gespecialiseerd in het restaureren van (motor)voertuigen. Binnen de branche wordt gesproken van gestuurde schadestroom. Hierbij wordt schade aan motorvoertuigen door grote opdrachtgevers zoals fleetowners, verzekerings- en leasemaatschappijen aan de hand van door hen opgestelde criteria toegewezen aan een geselecteerde groep schadeherstelbedrijven.

CED ziet het bij monde van commercieel directeur Marcel van Dijk als volgt: ‘De markten van expertise en claims management zijn volop in beweging met vele kansen, maar ook bedreigingen als gevolg. Wie rustig achterover zit en vertrouwt op zijn traditionele business model weet één ding zeker: dat hij vroeg of laat te maken krijgt met de bedreigingen. Het is dus de kunst om als organisatie te anticiperen op de veranderende wereld en de kansen te verzilveren om zo te evolueren als organisatie.’



CED past zich aan – ze anticipeert op marktontwikkelingen en verbreedt en verdiept de dienstverlening. ‘In die transitie spelen digitale technologieën een belangrijke rol. Die zijn essentieel voor het verbeteren van de klantbeleving,

het effectiever inrichten van claimprocessen en het verlagen van operationele kosten, waardoor de financiële prestaties van onze klanten kunnen worden verbeterd. Als marktleider in Nederland, België en Spanje behandelt CED jaarlijks meer dan een miljoen schadeclaims met een totale schadelast van twee miljard euro. CED combineert ontwikkelingen als online en mobiel verzekeren, social media en data-analytics met de hoogwaardige kennis en kunde van onze specialisten. Op basis hiervan kunnen we, met onze meer dan 40-jarige historie, de schadetrends zien, in beeld brengen en analyseren’, aldus Van Dijk.

Trends

Belangrijke trends die de Rabobank ziet, zijn:

- Meer reparatiewerk (uitdeuken) in plaats van vervanging van plaatwerk/kunststofdelen;
- Verschuiving merkonderdelen naar (goedkopere) Matching Quality-onderdelen;
- Remanufacturing dat als alternatief breder wordt geaccepteerd;
- Grotere scheiding tussen gestuurd schadeherstel en lokaal ondernemerschap.

Kansen en bedreigingen

Die ontwikkelingen bieden zowel kansen als zorgen voor bedreigingen:

Er zal een grotere vraag naar kwaliteit en continuïteit opkomen die leidt tot een sterkere sturing van grotere opdrachtgevers naar schadeherstelbedrijven met kwaliteitskeurmerk; door een nog altijd haperende economie zal de prijsdruk op schadeherstel onverminderd groot blijven. Het is dus zaak efficiënt om te gaan met mensen en middelen in de schadeherstelbranche. Dus is het wellicht ook verstandig eens te kijken naar proces ondersteunende technologie die bedrijven in staat stelt met name de administratieve last te verlichten. Als de prijzen dalen en de kosten stijgen zal de marge navenant afnemen. Dat zet elk bedrijf op scherp, zeker als het werkaanbod ook nog eens afneemt. En tenslotte, aansluitend op een algemene tendens in de maatschappij, de ‘war for talent’: vergrijzing van het personeelsbestand leidt in de schadeherstelbranche op termijn tot een tekort aan betaalbaar, gekwalificeerd personeel.

Schademarkt structureel dalend

De schadeherstelbranche blijft dus voorlopig onder druk staan. Er is al jarenlang sprake van een dalende schadelast en dat zal zich ook in 2015 voortzetten. De Rabobank verwacht opnieuw een volumedaling. De huidige veranderingen in de markt hebben nu al stevige gevolgen voor de schadeherstelbedrijven. Grootschalige uitrol van telematica-ontwikkelingen in de toekomst zal nog meer impact hebben op de schadebranche. Berijders en hun auto's zijn straks volledig 'connected'. Niet alleen gaat de schadelast nog verder omlaag, het gaat dan ook om big data en hoe je daar als ondernemer op kunt aanhaken met je eigen bedrijf. Dat vraagt veel aanpassingen in de bedrijfsvoering van individuele bedrijven, maar ook om samenwerking in de schadeketen, of kiezen voor specialisatie, bijvoorbeeld op bepaalde type schades. Toegewijd en gekwalificeerd personeel is daarbij een eerste vereiste en dat vraagt ook om aandacht voor voldoende instroom van jonge krachten. De 'war for talent' is ook hier begonnen....

In alle gevallen is daadkracht van de ondernemer nodig bij het maken van de juiste strategische keuzes. Dat kan in sommige gevallen ook de keuze voor bedrijfsbeëindiging betekenen. Het is namelijk onontkoombaar dat het aantal schadeherstelbedrijven de komende jaren verder gaat afnemen.'

Hoe speel je daar op in als aanbieder? Van Dijk, CED: 'Risico's inschatten wordt steeds eenvoudiger. Tenminste, voor de partijen die kunnen omgaan met Big Data en in staat zijn technologische middelen goed in te zetten. Dat zijn al lang geen technologische hulpmiddelen meer, maar essentiële instrumenten die niet alleen een rol kunnen spelen bij het efficiënt indienen van schades, maar ook bij preventieve risicoanalyses. Het toepassen van data wordt steeds belangrijker. Wie over goede data beschikt en bovendien in staat is de database zo in te richten dat de data leesbaar is, kan interessante conclusies trekken. Op grond van goede data kun je risicoanalyses maken en de kwaliteit van je portefeuille doorrekenen, klanten kiezen en premies differentiëren. Big Data is hét buzzword van deze tijd. Maar het is veel meer dan een Buzzword. Met Big Data kun je je

bereik vergroten, de retentie van je sales stimuleren, de uitstroom van klanten beperken en nog veel meer. De mogelijkheden zijn groot, want er worden steeds meer gegevens opgeslagen. Met name via online kanalen, social media en/of surfgedrag.'

Bundelen van bronnen en analyseren van gegevens

We weten in het algemeen steeds meer van steeds meer mensen. De vraag is alleen wie in staat is de gegevens – meestal afkomstig van verschillende platformen – te bundelen en te destilleren naar bruikbare inzichten. Verzekeraars die dat kunnen en die in staat zijn tot voorspellende analyses of social analytics, kunnen hun dienstverlening optimaliseren.

Van Dijk: 'Gezien de mogelijkheden bevindt de sector zich nog in een onontgonnen gebied. Schadeverzekeraars differentiëren bijvoorbeeld op basis van het model en type auto; wie een BMW rijdt, betaalt een hogere premie dan wie een Peugeot rijdt, simpelweg omdat BMW-rijders gemiddeld genomen, zo wijzen de statistieken uit, meer schade rijden. Heb je als BMW-rijder toevallig een rustige rijstijl, dan betaal je toch een hogere premie, als gevolg van de rijstijl van andere BMW-rijders. Met behulp van andere vormen analytics, denk aan social, geografisch, etc., kan er een aanbod op maat worden gemaakt. Daar heeft de gebruiker natuurlijk wel oren naar, want wie wil nu betalen voor het gedrag van een ander? Datzelfde geldt voor mensen die wel een auto hebben, maar nauwelijks op de weg te vinden zijn. Waarom een premie betalen alsof ze die auto gedurende het hele jaar gebruiken? In verschillende landen wordt er nu al een op gebruik gebaseerde autoverzekering aangeboden, ook wel bekend als pay as you drive (PAYD). De hoogte van de premie wordt betaald door componenten als het type auto, het aantal kilometers, gereden afstand, rijgedrag en plaats. Terwijl reguliere verzekeringen een lagere premie rekenen over het rijgedrag in het verleden, claimen deze verzekeringen juist rekening te houden met het huidige rijgedrag. Spelen dus meer in op de behoefte van vandaag! Als dat in andere markten al gebeurt, waarom dan niet in de schadeherstel- en verzekeringsbranche?'

'New Kids on the block'

Van Dijk ziet in de nabije toekomst ook andere spelers op de markt verschijnen, de zogenaamde 'New Kids on the Block': 'Het zal niet lang meer duren voordat deze partijen komen, zonder ervaring met verzekeren, maar wel met kennis van (big) data en technologie. Op basis daarvan zullen ze in staat zijn om nieuwe verzekeringsproducten aan te bieden. Een autoverzekering voor meneer Jansen uit Rotterdam met een Audi A4 op de snelweg A13 op maandag 6 januari tussen 8 en 9 uur 's morgens en 18 en 19 uur 's avonds? Geen probleem. Dat kost u ...'

'In het verlengde van bovenstaande ontwikkeling zullen spelers uit wellicht onverwachte hoek op de verzekeringsmarkt toetreden. Dat zijn dus geen partijen met een bewezen verleden op het gebied van verzekeren of een andere vorm van dienstverlening, maar spelers die beschikken over data en kennis van data op basis waarvan ze op een innovatieve manier verzekeringsproducten op de markt zouden kunnen brengen.'

'Bedrijven als Google en Facebook bijvoorbeeld hebben zoveel informatie over individuele gebruikers en consumenten dat ze nu al in staat zijn een adequate risicoanalyse te maken en daar uiteindelijk ook een premie voor een verzekeringspolis aan te koppelen. Facebook maakt het nu al mogelijk om betalingen te doen, dus waarom zouden ze dit niet kunnen faciliteren? Daarnaast hebben ze toegang tot een gigantisch netwerk van potentiële klanten en een fijnmazig distributiekanaal dat zijn weerga niet kent.'

Van Dijk tot slot: 'Natuurlijk zijn er belemmeringen die voorkomen dat dergelijke spelers nu al traditionele verzekeraars gaan beconcurreren, zoals beperkingen met betrekking tot de privacy van gebruikers. Maar het zal niemand verbazen dat ze nu al nadenken hoe die klippen omzeild kunnen worden.'

Bronnen:

Rabobank: Cijfers en trends Schadeherstelbedrijven

CED: Trends in de Schademarkt



Nog veel werk te verrichten om belangen zakelijke rijders te dienen:

De uitdagingen en ergernissen van de Vereniging Zakelijke Rijders

De Vereniging Auto van de Zaak heeft haar naam veranderd in Vereniging Zakelijke Rijders (VZR). De missie blijft hetzelfde, namelijk het dienen van de belangen van de dames en heren die de nodige zakelijke kilometers maken voor hun werk. Daar is nog het nodige werk aan de winkel, ziet Sandra Molenaar, directeur van de VZR. 'Er is nog veel te verbeteren aan de omstandigheden voor de zakelijke rijders in Nederland. Als zakelijke rijder moet je voor het privégebruik van de zakelijke auto fors bijbetalen, maar alle regelingen er omheen worden steeds ondoorzichtiger.'

Met de aanpassing van de naam, van Vereniging Auto van de Zaak naar Vereniging Zakelijke Rijders (VZR), wil de VZR direct inspelen op de veranderingen in de markt. 'Het gaat allang niet meer alleen om de auto van de zaak', aldus Sandra Molenaar, directeur van de VZR. 'Je ziet steeds meer private lease of privéauto's die zakelijk worden ingezet. Maar dan is het nog altijd belangrijk, misschien zelfs wel belangrijker omdat het je direct privé raakt, om alle zaken rondom het zakelijke gebruik van de auto goed geregeld te hebben. Daar willen we onze achterban mee helpen, onder meer door goede voorlichting, lobby in Den Haag en marktonderzoeken. Daarnaast zien we uit onderzoeken die we al hebben gedaan dat nog winst valt te boeken als het gaat om klantbenadering en klantvriendelijkheid. Er is nog altijd een substantieel deel van de dealers en verkopers in staat om de kanten de gordijnen in te jagen... Ongelooflijk als je bedenkt dat we als automotive branche net uit een (diep) dal omhoog kruipen.'

Ergernissen

Er is echter meer wat de VZR dwars zit. 'De Nederlandse belastingheffing is onevenredig hoog in vergelijking met de ons omringende landen. Dat is misschien geen nieuws voor velen, maar ondanks dat verandert er niet veel! En dan die verschillende bijtellingen. Waarom zou het 'genot van privégebruik' van zo'n zogenaamde groene (elektrische of hybride) auto anders zijn dan dat van een traditionele auto? Waarom dan al die verschillende bijtellingen? En dan is er altijd nog die discussie of die elektrische of hybride auto 'cradle to cradle' nu wel zo veel milieuvriendelijker is. Dat soort onrechtvaardigheid vormt voor onze achterban een bron van ergernis.'

Gebrek aan transparantie

Het zijn regelmatig terugkerende thema's: de bijtelling, de toch vaak ondoorzichtige autoregelingen, onterechte naheffingen, het mobiliteitsbudget, de (soms nog altijd ontbrekende) klantvriendelijkheid van de aanbieders en het gebrek aan transparantie over al die wetten en regelingen. Molenaar kan zich erover verbazen. 'Laats was het nog landelijk nieuws: een tijdelijke berijder van een elektrische auto kreeg alsnog een naheffing van de Belastingdienst. Hij had

geen kilometerregistratie bijgehouden over die maanden dat hij met de elektrische auto had gereden. Hij leefde in de veronderstelling dat dat niet hoefde, want dat type auto viel in de bijtellingsregeling van 0%. Doordat hij later dat jaar weer in een traditionele benzineauto verder reed, moest hij alsnog de registratie over die paar maanden overleggen om niet te worden aangeslagen. De man stapte naar de rechter, maar die stelde de Belastingdienst in het gelijk. Dat zegt eigenlijk alles over het gebrek aan duidelijkheid en transparantie van veel van de bestaande regelingen. Dat moet echt veranderen! Ons advies is: geef de zakelijke rijder meer vrijheid en je krijgt er (als onderneming) veel voor terug.'

Mobiliteit, in welke vorm dan ook, zal wel altijd een bron van discussie blijven, voorspelt Molenaar. 'En dat is goed, het houdt je scherp, maar het zou voor de verandering ook wel eens goed zijn als de belangen van de eerste belanghebbers, de berijders, wat beter voor het voetlicht gebracht zouden worden. En wat beter zouden worden gehonoreerd.'

Mobiliteitsplan

Dat ziet de VZR ook als een belangrijke taak voor haar, dus heeft ze een mobiliteitsplan opgesteld, dat binnenkort naar buiten gebracht zal worden. Molenaar: 'Het gaat dan vooral over slim gebruik van mobiliteitsbudget. De standaard 'auto van de zaak' is niet meer van deze tijd. Dat is lang niet altijd in het belang van en voldoet niet aan de behoefte van de hedendaagse zakelijke rijder. Je ziet een stijgende behoefte aan flexibele concepten ontstaan. Concepten die de mensen moeten kunnen bedienen om efficiënt van A naar B te komen, tegen lage kosten en hoge rendementen qua tijd en investering. Er zijn ook wel ontwikkelingen gaande, het is niet zo dat de (aanbieders)markt daar niets mee doet. Het kan echter nog zoveel beter. Er wordt nog te veel in traditionele patronen gedacht. De werknemer of de zakelijke rijder in zijn algemeenheid is gebaat bij meer vrijheid en flexibiliteit. Zonder dat hij daar dan weer voor wordt gestraft met hoge bijtellingen, starre afkoopregelingen of lage vergoedingen in het geval van gebruik van de eigen auto. Die 19 cent per kilometer van zoveel jaar geleden kan toch echt niet meer?'



*Sandra Molenaar directeur Vereniging Zakelijke Rijders.
Fotografie Corine Zijerveld*

Segmentatie voor bediening op maat

‘Het is heel goed mogelijk, en dat is de kern van ons mobiliteitsplan, om een bepaalde segmentatie aan te brengen in type rijder. Daaraan koppel je dan diverse scenario’s met betrekking tot optimale mobiliteit. Geef die zakelijke rijder het gevoel dat hij zelf de regie in handen heeft, het zelf-beschikkingsrecht om (grotendeels) zelf te kunnen bepalen hoe hij het mobiliteitsbudget inzet.’

‘Die trend zie je overigens bij buitenlandse bedrijven in Nederland en daarbuiten al veel vaker. Dat geeft de rijder

– letterlijk – meer bewegingsvrijheid en de organisatie die hem dat budget ter beschikking stelt, realiseert een substantiële besparing. We hebben namelijk een aantal van die scenario’s doorberekend en het blijkt voor alle betrokkenen goedkoper te zijn. Die flexibiliteit en overgangen tussen werk en privé zie je toch ook ontstaan in de manier waarop mensen hun werk(plek) thuis, onderweg en op kantoor inrichten? Werken waar en wanneer je wilt wordt aan alle kanten steeds vaker gefaciliteerd. Dan wordt het hoog tijd dat er ook op het gebied van mobiliteit wat gebeurt.’

Ford Stores voor betere klantbeleving?

Ford Nederland stelt nog dit jaar zeven dealerbedrijven aan die zich voortaan Ford Store mogen noemen. Uiteindelijk wil de importeur vijftien van dergelijke experience centers in Nederland openen, bedoeld om een betere klantbeleving te genereren. De klant weer echt aan het stuur?

De Ford Store maakte begin dit jaar zijn intrede nu Ford een steeds breder modellengamma krijgt en hogerop in de markt wil. Zo breidt de fabrikant dit jaar het gamma uit met bijvoorbeeld de Mustang en Edge, terwijl het een luxelabel voor de Mondeo, S-Max en Galaxy met specifieke privileges introduceert, Vignale genaamd. 'De Ford Store is vergelijkbaar met een experience center', aldus een woordvoerder. 'De vestigingen zullen alle modellen tonen en alle types zijn er beschikbaar voor een proefrit. De Mustang is het eerste model dat exclusief bij de Ford Store komt te staan. Of de Edge ook alleen bij de Ford Store komt te staan, is niet bekend.'

Ford Nederland kiest ervoor om het Vignale-label via de speciale dealers te presenteren. De modellen met de toevoeging Vignale zijn extra luxe aangekleed, met onder meer 20 inch lichtmetalen wielen, chromoaccenten, een specifieke grille en hoogwaardig leder. Tot het pakket van extra luxe Vignale-uitvoeringen behoort ook een hoger serviceniveau, bestaande uit een haal- en brengservice in het geval van onderhoud en het ontvangen van uitnodigingen voor events. Het label komt in eerste instantie op de Mondeo, S-Max en Galaxy beschikbaar. Mogelijk volgen later de Kuga en Edge.

De eerste Ford Stores in Nederland zullen binnenkort

worden geopend in Amsterdam en Zaandam. In totaal worden er in 2015 in ons land zeven Ford Stores geopend, terwijl er het komend jaar nog zo'n acht zullen volgen. De vestigingen komen op zichtlocaties te staan. De woordvoerder geeft aan dat bestaande panden worden aangekleed als Ford Store. Het concept geldt voor heel Europa, waar het project op hetzelfde moment van start gaat.



Ford Mustang GT Convertible (Foto: Ford)



Ford S-Max Vignale Concept (Foto: Ford)

Zonneauto te koop:

weinig kilometers, en (bijna) altijd binnen gestaan...

Het Solar Team Twente heeft zijn zonneauto waarmee het in 2011 meedeed aan de World Solar Challenge in Australië op Marktplaats gezet (voor de geïnteresseerden: categorie crossauto's en raceauto's). De opbrengst wil het team studenten voor de bouw van de nieuwe auto gebruiken. Er schijnt belangstelling genoeg te zijn. Nu maar hopen op goed weer voor de nieuwe eigenaar...

Solar Team Twente heeft de 21Connect, zoals de naam van de zonneauto

luit, bij de categorie Crossauto's en Raceauto's op Marktplaats geplaatst. Op moment van schrijven is het hoogste bod 1100 euro, maar de verwachting is dat dit snel zal oplopen. 'De 21Connect heeft vier jaar stilgestaan in de werkplaats van Solar Team Twente', staat bij de advertentie. 'De 21Connect heeft slechts 4.000 km op de teller staan en is in 2011 5e geworden tijdens de World Solar Challenge in Australië!'

De rode zonnebolide moest eerst nog een keer acte de présence geven tijdens

de eerste Formule E Grand Prix op het circuit van Monaco voor deze van eigenaar wisselt. De opbrengst van 21Connect gaat gebruikt worden voor de bouw van de nieuwe zonneauto waarmee het Solar Team Twente aan de Bridgestone World Solar Challenge meedoet. Deze race door Australië start op 18 oktober 2015. In juni onthult het team zijn nieuwe auto, waarvan het ontwerp al wel bekend is.



De 21Connect: te koop op Marktplaats



De leaseauto verdwijnt

Boude uitspraak wellicht. Toch hoef je geen groot futuroloog te zijn om deze ontwikkeling te voorspellen. Belangrijkste oorzaak: het vaste arbeidscontract is op zijn retour. Met (straks) de Y-generatie op de arbeidsmarkt, zal deze trend sterk doorzetten. Zekerheden en geld verdienen staan voor deze generatie niet op de eerste plaats. Waar het hen wel om gaat: flexibel werken, zichzelf kunnen zijn, zich kunnen ontwikkelen, toegevoegde waarde leveren en ondernemend kunnen zijn. Maar even terug naar het hier en nu. Nu al laten mensen zich steeds vaker inhuren als ZZP-er, soms gestimuleerd door het verliezen van een baan, maar uiteindelijk wil men niet meer terug in dat keurslijf van die onderneming en in de vergadercultuur waaruit men is ontsnapt. En wie weet er nu nog wel zeker of hij over drie jaar nog bij hetzelfde bedrijf werkt?

En nog los daarvan: grote multinationals verbazen zich hogelijk over de hoge penetratie leaseauto's die ons land kent. Bij eBay krijgt zelfs de salesmanager geen auto van de zaak en ook het Franse Atos probeert alle bestaande leasecontracten op te zeggen. Is dat slecht voor de werknemer? Natuurlijk niet. Met een goede vergoeding voor mobiliteit koop je als werknemer veel flexibiliteit. Geen gedoe over je leaseauto als je een nieuwe, andere, leukere baan hebt gevonden. Het stimuleert je om beter na te denken over je vervoer en de planning van je afspraken. Dat maakt niet alleen dat je tijd kunt overhouden, maar ook nog geld. En daar spint dan ook de werkgever weer garen bij.

Wat wel nodig is, is een slim plan voor een mobiliteitsbudget. Daar is VZR nu druk mee bezig. Als dat er is, durven wij rustig te stellen dat de leaseauto, zoals wij die nu kennen, gaat verdwijnen.

Sandra Molenaar, directeur Vereniging Zakelijke Rijders



Fleet Management Event

Daan Bieleveld (DSM): Mobiliteitsmanager van het jaar 2015

Tijdens het Fleet Management Event werd die nieuwe mobiliteitsmanager van het jaar verkozen. Na een voortraject met accreditaties en interviews met de jury bleven drie kandidaten over. Daan Bieleveld van DSM, Jeroen Goosen van USG People en Marc Florie van Heijmans. Alle drie hadden ze duidelijk hun stempel gedrukt op het vak mobiliteitsmanager, zo bleek tijdens de introducties voor de 300 man publiek in de zaal. De jury was onder de indruk van wat het drietal had gerealiseerd, maar moest, zoals altijd bij jury's, toch een keuze maken. Die viel op Daan Bieleveld van DSM.

'Er worden echt heel bepaalde kwaliteiten gevraagd van de hedendaagse mobiliteitsmanager die een kans wil maken om deze award te winnen', aldus juryvoorzitter



Daan Bieleveld (DSM) op het toneel met de award



Henk Gerritse (BAM) en winnaar van vorig jaar, André de Boer (Rijkswaterstaat). 'Die kwaliteiten omvatten onder meer onderscheidend vermogen ten opzichte van vakgenoten en verstand van zaken. Dat ligt voor de hand, maar er komt meer bij kijken. Je moet ook in staat zijn en durven om buiten de gebaande paden te treden. Je moet open staan voor andere vormen van mobiliteit en nieuwe beleidsstructuren en, ten slotte, je moet een duidelijke visie hebben op de ontwikkelingen.'

De jury was dan ook duidelijk in haar rapport over Daan Bieleveld: 'Daan heeft het nationale HR- en inkoopbeleid ten aanzien van mobiliteit geïntegreerd en als basis gebruikt voor het internationale beleid. Binnen het door hem gecreëerde global platform heeft hij ruimte gelaten voor lokale initiatieven en behoeften. Daan heeft een hele frisse blik op de kansen die mobiliteit biedt op het gebied van integratie van mobiliteit HR en inkoop. Daarbij heeft hij een creatief totaalaanbod gecreëerd waarbij zowel alle lease- als niet-leaserijders worden bedient. Een aansprekend voorbeeld is de succesvolle lan-

tering van zijn vernieuwde privé-leaseregeling voor alle medewerkers zonder leaseauto waarbij hij standaardprocessen heeft doorbroken.’

‘Al die kwalificaties bij elkaar hebben ertoe geleid dat de jury Daan Bieleveld heeft gekozen tot de mobiliteitsmanager van het jaar 2015, de manier waarop hij de zaken heeft aangepakt bij DSM, zich hard heeft gemaakt bij de

medewerkers voor vormen van private lease sprak de jury aan’, aldus Henk Gerritse.

Bieleveld nam de award in ontvangst en toonde zich uitermate vereerd. ‘Het is eer en een enorme waardering voor je werk. Dat is altijd leuk om te horen. Het motiveert mij weer om verder te gaan op de ingeslagen weg en nog meer te maken van mobiliteit.’

Gehoord en gezien op Fleet Management Event

Herintroductie van Cleaner Car Contracts

Tijdens het Fleet Management Event in Nieuwegein heeft Cleaner Car Contracts (CCC) een soort hernieuwde marktintroductie gedaan. Dit initiatief van Natuur & Milieu om tot een schonere manier van autogebruik te komen, was al langer op de markt, maar zal zich vanaf nu ook meer op de fleetowners richten. Koenraad Backers (senior projectleider mobiliteit, Natuur & Milieu): ‘Voorheen hebben we ons meer gericht op de leasebedrijven. We hebben veel leasebedrijven die zich bij ons hebben aangesloten, maar we willen verder. Dat doen we dus door ons wat meer te gaan richten – naast de leasebedrijven – op de fleetowners.’

Het doel van CCC is om tot een lagere normering voor CO₂ uitstoot te komen. Backers: ‘CCC is een Europese aanjager van duurzame mobiliteit. We verbinden 60 leasebedrijven, fleetowners, carshares en rentals. Dat is zo’n 10% van de totale leasemarkt, voor Nederland zelfs 40%. De eerstgenoemde, de leasebedrijven, zijn lang de grootste aangesloten groep binnen CCC geweest, maar er zijn meer belangrijke stakeholders. Vandaar dat we nu wat meer de focus gaan leggen op fleetowners. Door deel te nemen aan CCC committeren fleetowners en leasebedrijven zich om hun wagenpark veel zuiniger en schoner te maken. Wij helpen ze daarbij door te adviseren op een efficiënt wagenpark, hoe zuiniger te rijden en door de betrokkenen met elkaar te laten samenwerken. Het gaat ook vooral om het delen van kennis en ervaring met elkaar.’

Een van de doelstellingen die CCC wil bereiken is dat structureel de CO₂-verbruiksnorm naar maximaal 95 CO₂/km gaat. ‘Die norm moet haalbaar zijn en ook voor iedereen duidelijk zijn. Veel CO₂-normen van diverse auto’s wor-



den wel gecommuniceerd, maar die blijken in de praktijk niet gehaald te worden. Door middel van benchmarking, een betere testcyclus, evaluaties met leasebedrijven en beïnvloeding van Brussel willen we daar meer transparantie in scheppen. Uiteindelijk is de hele industrie gebaat bij lagere kosten, minder CO₂-uitstoot en een betere testmethode om zo tot een betere controle te komen. Meten is weten.’

Tenslotte krijgt de deelnemer bij deelname en behaalde resultaten een CCC-certificaat.

Gebruik Big Data biedt kansen

Het zal niet zo lang meer duren of er rijden overal Google Cars of vergelijkbare modellen rond die volkomen worden beheerd, beheerst en bestuurd door computergestuurde en gegenereerde data. Mark Ruben van SAP liet tijdens de kennissessie van ALD op indrukwekkende wijze zien hoe een toekomst er kan uitzien. Ruben: 'Uitwisseling van gegevens tussen machines en apparaten (Internet of Things) leidt tot grote kansen voor de automotive industrie.'



Uitwisseling van data leidt tot nieuwe kansen

Stel je voor dat de frisdrankenautomaten via sensoren in contact staan met de vrachtwagens van bevoorrading? Dan zou de uitwisseling van gegevens de route kunnen gaan bepalen van vrachtwagens. Ruben: 'Het begrip Just in Time krijgt dan toch een heel andere dimensie? Zo ook met hoe je met je auto moet omgaan qua onderhoud en rijgedrag. Vitale functies van de auto's kunnen worden uitgelezen op afstand en de gebruiker krijgt via apps berichten over de status van zijn vervoermiddel. De fleetowner kan via die gegevens over het gebruik van de auto snel inzage krijgen in het rijgedrag van de bestuurder. Daarop kan iemand worden aangesproken en daaraan kunnen allerlei redenen ten grondslag liggen: van puur economisch tot duurzaamheid. Dat kan en gebeurt

nu al en in de toekomst zal het nog veel verder gaan. Diverse marktpartijen gaan met elkaar samenwerken om diensten te combineren. De communicatie tussen ketenpartners, de auto en de bestuurder zullen naadloos in elkaar overgaan. Dat zal echter alleen doorzetten als de bestuurder er ook baat bij heeft. Hij zal best wat willen inleveren (bijvoorbeeld een deeltje van zijn privacy) als daar een interessante beloning tegenover staat. Al die data worden gebruikt om er als industrie beter van te worden. Big Data heeft op die manier invloed op alle onderdelen van een organisatie: van sales tot marketing, van service tot directie. Big Data biedt echt serieuze kansen. Ook voor de automotive industrie. En het is minder ver dan menigeen denkt...'

Digitale inname auto scheelt ergernis

Een van de grote ergernissen is altijd weer het inleveren van de leaseauto en de check die plaats moet vinden. Fleetport was aanwezig op Fleet Management Event om te laten zien hoeveel tijd en moeite kunnen worden bespaard door de 'digitale inname'. Niet dat de auto daadwerkelijk digitaal wordt ingenomen uiteraard, maar wel alle documenten, de check en rapportages op schades etc.



Maurice Jongenotter (l) en Luuk van Ravestein op hun stand

Al sinds 2007 timmert Fleetport aan de (digitale) weg. Opdrachtgevers zijn veelal de leasemaatschappijen die het werk van de controles en inname maar al te graag uit handen willen geven. 'Onze werkwijze is transparant en klantgericht: met ons heldere Fleetport-menu bepaalt de klant zelf welke services zijn wagenpark behoeft. Zijn wensen vertalen wij naar een Service Level Agreement op maat. Alle informatie die hij van ons krijgt is helder en inzichtelijk; dat geldt voor de SLA, voor de facturen en de managementrapportages', aldus Luuk van Ravestein, commercieel manager, en Maurice Jongenotter, operationeel manager op hun stand. 'En zo bieden we vele wegen om kosten te besparen met wagenparkbeheer.'

Die diensten lopen uiteen van transport van de in te nemen auto tot en met het volledig nalopen en controleren op papieren, schades etc. van de auto. Of het matchen van de auto met potentieel geïnteresseerde kopers of

huurders. Jongenotter: 'Elke wagenparkbeheerder bieden wij een dienstenpakket op maat. Als die volledig vrij wil zijn van zorgen over inname van zogenaamde eindecontractauto's, kan dat. Of wil hij alleen onze snelle transportservice inschakelen: de keus is aan hem!'

Al die informatie over de auto wordt in een klantportaal opgeslagen, zodat de opdrachtgever precies kan zien wat de status van 'zijn' auto is en of er nog maatregelen genomen moeten worden, zoals bijvoorbeeld schadeherstel, alvorens de auto weer in gebruik genomen kan worden door de nieuwe berijder. 'Een dienstverlening die steeds meer aanslaat vanwege het gemak voor de opdrachtgever en de transparantie in wat ze voor hun geld krijgen', aldus Van Ravestein. 'Tevens dient de opslag van alle informatie rond zo'n 'herintredende' leaseauto in onze portal meteen mooi als back-up voor de leasemaatschappij. Mooi meegenomen toch?'

Alternatief voor de leaseauto... de leasefiets



De gemiddelde afstand voor woon-werkverkeer met de auto is 17,6 km (bron: Kimnet), slechts 3% van de Nederlanders kiest bij deze afstand voor de fiets. De meeste stappen 's ochtends vroeg in de auto, rijden lekker in de file naar kantoor, zitten achter hun bureau, en vragen zich daar af waar ze de tijd vandaan moeten halen om voldoende te bewegen. Een inactieve leefstijl is misschien wel de grootste bedreiging voor de mens in de toekomst.

Get on your bike and ride!

Een van de grote bezwaren om het woon-werkverkeer niet op de fiets te doen is dat de afstand te groot is en dat je bezweet op je werk aankomt. Voor degenen die dit al jaren zeggen is er nu de Stromer e-bike. "De e-bikes van Stromer hebben een onovertroffen bereik en vermogen en zijn enorm veelzijdig. Bovendien zijn ze niet alleen milieuvriendelijk, maar ook stijlvol en elegant". Nogal een claim van Stromer. Uw redacteur heeft wereldwijd vele tienduizenden kilometers gefietst bijvoorbeeld in China, in Zuid-Amerika en op vele andere exotische routes en reageerde altijd een beetje lacherig op de e-bike ontwikkeling. Maar nu is er de Stromer, "I stand corrected", een perfect zakelijk alternatief voor de auto of openbaar vervoer.

De onvervangbare auto?

"Tijdens de preview van een exclusief automerk gingen mijn ogen open", zegt Odette Oostindiën, eigenaar van QicQ, importeur van de Stromer. "De auto werd gestreeld,

nog net niet gezoend. Ik realiseerde me dat er om mensen te verleiden tot andere mobiliteit er meer nodig is dan argumenten over milieu en gezondheid". De enige manier om mensen uit de auto te krijgen is dus om er voor te zorgen dat er goede alternatieven zijn waarmee je je ook nog eens wilt identificeren. Met de Stromer high speed e-bike lukt QicQ dit aardig. Oostindiën ziet haar bedrijf ook niet als een fietsenzaak. "In de kern is dit een bedrijf voor alternatieve vormen van mobiliteit".

De mooi vormgegeven Stromers (gewicht 27 kg, topsnelheid 45 km/uur en een actieradius van 50 tot 150 kilometer) lijken in de verste verte niet op een e-bike. De hightech lithium accu is geïntegreerd in het frame. De kracht van de fietser op het pedaal wordt via een sensor doorgegeven aan de motor die ervoor zorgt dat je moeiteloos 45 km/uur fietst. Tijdens het remmen met de hydraulische schijfremmen laadt de accu weer op. De lichte carbon voorvork en de speciaal ontwikkelde brede banden (met lekbescherming)



Odette Oostindiën, eigenaar van QicQ

zorgen voor eerste klas rijcomfort. Uniek in zijn soort door de combinatie van digitale connectiviteit en milieuvriendelijke mobiliteit. Uitgerust met Bluetooth, GPS en GPRS en communiceert via een SIM-kaart met de smartphone van de bestuurder, je kunt hem zelfs op afstand op slot zetten.

Een speed-pedelec is een fiets waarin een elektromotor is verwerkt. Die motor gaat werken zodra er druk op de pedalen wordt uitgeoefend. Net als bij een e-bike inderdaad. Maar die geeft ondersteuning tot ongeveer (afhankelijk van het merk) 25 km/uur. De speed-pedelec geeft die ondersteuning tot een goede 45 km/uur en is daarop zelfs begrensd. Daarmee is de fiets helaas wel een snorfiets en moet je met een (blauwe) kentekenplaat en kentekenbewijs op de fiets.

Duur?

Wat is duur? Een Stromer ST2, het meest luxe model heeft een instapprijs van € 6.490,00 maar de ST1 is er al vanaf € 3.990,00 Er zijn ook alternatieven voor de Stromer, bijvoorbeeld van Sparta, Specialized, Riese & Müller en Kalkhoff, maar of die ook zo mooi zijn is een kwestie van smaak. In

ieder geval is motor en bereik minder. En, niet te vergeten, een auto aanschaffen is veel duurder.

Goedkoper dan een leaseauto!

Je hebt een Stromer al vanaf € 99,- per maand. Het QicQ leasepakket voor de Stromer is zo samengesteld dat elke gebruiker dag in dag uit onbezorgd gebruik kan maken van zijn fiets. Al was het maar omdat al onze technici zijn getraind in Zwitserland. QicQ biedt een heel hoog serviceniveau met topgarantie. Zoals een all-risk verzekering met pechhulp onderweg. En bij reparatie of diefstal krijg je een vervangende Stromer. Stel je woon-werkverkeer is 20 kilometer en je hebt een fulltimebaan dan kost een Stromer ST2, als private lease, 151 euro per maand. Voor woon-werkverkeer kunnen werkgevers aan hun medewerker € 0,19 per kilometer vergoeden. Ook als deze op de Stromer komt. Als de werkgever het leasebedrag inhoudt op de loonstrook, en gelijktijdig het zakelijke en woon-werkverkeer à € 0,19 onbelast vergoedt, beschikt de medewerker kostenneutraal over een prachtige, duurzame Stromer. Als je verder dan 20 kilometer van je werk woont, verdien je er zelfs aan. En de werkgever heeft een medewerker die met heel veel meer energie en inspiratie op het werk komt, dag in dag uit.

Voor bedrijven

Via QicQ.nl krijgt u inloggegevens van een customized webbased configurator waar iedere werknemer zijn fiets kan samenstellen. Op basis van de binnengekomen fietsen wordt een offerte gemaakt.



Tenderen: niet altijd de meest voor de hand liggende keuze



*Servi Diederens,
tenderspecialist bij Fleet Support*

De zoektocht naar de juiste leasemaatschappij via een tender. Het blijft voor veel organisaties een lastige opgave. Servi Diederens, tenderspecialist bij Fleet Support, geeft een aantal tips en legt uit waarom je in sommige gevallen juist niet voor een tender moet kiezen.

“De eerste vraag die je als organisatie moet stellen is, waarom je een tender uitschrijft. Wat is je doelstelling en wat wil je met een tender bereiken? Want alleen als de uitgangs-

punten helder zijn, kan een weloverwogen keuze gemaakt worden om het tendertraject in te gaan.” Een voor de hand liggende reden om te tenderen is ontevredenheid over de dienstverlening van de leasemaatschappij. Om in aansluiting hierop een gestroomlijnd proces op te zetten, zijn een aantal zaken van belang. Een programma van eisen, waarin de wensen helder en eenduidig geformuleerd zijn, is er daar één van. Diederens: “Als de eisen duidelijk zijn, laat dat geen ruimte voor leveranciers om hier zelf een eigen invulling aan te geven. Zorg er dus voor dat je van tevoren weet wat je wilt en zoek de aanbieders die bij deze wensen aansluiten.”

Prijsafspraken maken

Het borgen en monitoren van de prijs is een andere veelvoorkomende hobbel bij het tenderen. Eentje die overbrugd kan worden door inzicht te krijgen in de prijsopbouw. “Als je weet hoe de prijzen in elkaar steken, kun je hier duidelijke afspraken over maken. Voor nu maar ook voor de toekomst. Een leasemaatschappij die nu de goedkoopste is, is dat niet per definitie op de lange termijn. Ga daarom bij de leasemaatschappij na welke premietabel zij hanteren voor de verzekeringskosten. De financieringskosten, die ook een belangrijk onderdeel zijn van de prijs, worden vastgesteld op basis van de rente. Vraag wat deze rente is. De afschrijvingskosten en kosten voor reparatie en onderhoud zijn de risicocomponenten en goed voor zestig procent van de totale kosten. Omdat deze kosten dynamisch zijn, is het wat lastiger de hoogte hiervan vooraf vast te stellen. Maar dat neemt niet weg dat je ook hier duidelijke afspraken over kunt maken.”

Mantelovereenkomst tekenen

Wanneer de diverse onderdelen van het tendertraject de revue zijn gepasseerd, de leverancier is gekozen en afspraken zijn gemaakt, volgt het laatste en belangrijkste onderdeel

van het traject. Namelijk het opstellen van de mantelovereenkomst. Toch wordt daar in de praktijk niet als zodanig mee omgesprongen. Diederer: “Er wordt veel geld geïnvesteerd in het tenderen. Maar als de keuze voor een leasemaatschappij eenmaal is gemaakt, zie je dat de aandacht verslapt. Terwijl dan juist het moment aanbreekt waarop de afspraken die zijn gemaakt, ook daadwerkelijk worden vastgelegd. De prijs moet geborgd worden. Klanten zijn zich niet voldoende bewust van het belang van dit onderdeel. Ook niet dat dit traject vaak veel langer duurt dan het voorgaande traject. Het komt in sommige gevallen zelfs voor dat de leasemaatschappij al begint te leveren voordat de mantelovereenkomst gereed is. Met als gevolg dat het contract maanden later nog steeds niet is getekend. Daarmee doe je je eigen onderhandelingspositie helemaal teniet.”

Potentieelmeting

Naast het vinden van een nieuwe leverancier, wordt de tender ook als instrument ingezet om een prijsvergelijk te maken. Tenderen om die reden, is volgens Diederer niet alleen onnodig, het kan zelfs een negatief effect hebben. “Wanneer je alleen een herijking van de prijs wilt en de intentie hebt om bij je huidige leverancier te blijven, is een tender niet het juiste middel. Daarmee vermoei je niet alleen de markt, je wordt op den duur ook niet meer als serieuze partij gezien.” Veelal komt het tenderen in deze situatie voort uit een soort onderbuikgevoel dat organisaties hebben, dat de prijs die ze betalen niet marktconform is. “Als dat het uitgangspunt is, begin dan eerst met een potentieelmeting. Daarmee kun je vaststellen waar je huidige prijs staat, ten opzichte van de marktprijs.” Fleet Support is in staat een dergelijke potentieelmeting uit te voeren dankzij een benchmarkproduct dat ze speciaal hiervoor ontwikkeld hebben. De kwaliteit hiervan is door Deloitte onderstreept middels de afgegeven assuranceverklaring. “We beschikken over een grote database met contractgegevens. In combinatie met de kennis en ervaring die we in huis hebben, zijn we in staat om vast te stellen of een prijsverbetering voor de klant mogelijk is.”

Onderhandelen

Durf te onderhandelen met je leasemaatschappij, is het advies dat Diederer aan organisaties wil meegeven. Want uit-

eindelijk kan een verbetering van de contractvoorwaarden niet alleen bereikt worden door het aangaan van een tender maar ook door simpelweg met je huidige leverancier om de tafel te zitten. Zeker als je als organisatie niet de intentie hebt om van leverancier te wisselen. Toch bestaat bij veel organisaties nog de gedachte dat er meer prijsvoordeel valt te behalen middels een tender, door de concurrentiedruk die dan ontstaat. Onjuist volgens Diederer. “Als je voorafgaand aan de onderhandelingen een potentieelmeting hebt gedaan, weet je hoeveel rek er nog zit in de prijs. Je kunt dan niet alleen naar de toekomst toe onderhandelen over een betere prijs, maar ook over een prijsverlaging van de lopende contracten. Omdat je meteen een prijsverlaging ziet in de huidige rijdende vloot kan een onderhandeling meer opleveren dan een tender.”

Er rijden in Nederland ruim 1,5 miljoen zakenauto's waarvan meer dan de helft leasewagens. Hiermee is de lease-auto een belangrijke medeweggebruiker geworden waar veel geld in omgaat. Voor veel bedrijven betreft het de tweede kostenpost na de personeelskosten. Het is daarom belangrijk om zorgvuldig op zoek te gaan naar de juiste leasemaatschappij. En dat valt niet mee aangezien er in Nederland meer dan duizend leasemaatschappijen zijn en het wagenparkbeheer bij veel organisaties geen kernactiviteit is.





GET THE EXCELLENT DRIVE

UW EXCELLENT DRIVE ONZE EXPERTISE

Net zoals Daimler de autobranche blijft overtreffen, doet Daimler Fleet Management dat met de leasemarkt. Excellent Drive noemen wij dat. We servicen onze klanten, lossen hun problemen op, ontzorgen hen...

Op een persoonlijke manier! Voor ons betekent Excellent Drive iedere dag het beste uit onszelf halen en onze klanten de beste producten en diensten aanbieden. Of het nu om een Mercedes-Benz of een ander premium merk gaat. Dienstverlening op Mercedes-Benz niveau met een persoonlijke touch. Get the Excellent Drive.



Persoonlijk

Vaste contactpersonen, in binnen- en buitendienst. Dat praat wel zo gemakkelijk.



Full Service

Volledige ontzorging van uw wagenpark. Geen omkijken naar verzekering, onderhoud of service.



Online maatwerk

Met de fleet portal hebt u 24/7 toegang tot uw wagenpark. Data inzien, monitoren en wijzigen.



One stop shop

Eén aanspreekpunt, één vaste merkdealer. Efficiënt en betrouwbaar.

Daimler Fleet Management

www.daimler-fleetmanagement.nl

Excellent drive.

Nieuwe auto uitzoeken feest; customer journey onderzoek leaserijder wijst echter uit:

Substantieel deel dealers en verkopers jaagt klant nog steeds de gordijnen in!

Je zou het niet zeggen in een tijd waarin in nagenoeg elke markt de mondigheid bij klanten toeneemt en het dienstverlenend karakter van de aanbieder van de markt de hoogste prioriteit zou moeten hebben, maar het gebeurt toch nog: het arrogante, ongeïnteresseerde en opdringerige gedrag van de dealers en verkopers wordt volgens onderzoek door de Vereniging Zakelijke Rijders door 10% van de ondervraagde zakelijke rijder als uitermate irritant ervaren.



De irritante autoverkoper...



Auto uitzoeken blijft leuke bezigheid

Een vast onderdeel van de activiteiten van de Vereniging Zakelijke Rijders (VZR), voorheen Vereniging Auto van de Zaak, is het houden van diverse onderzoeken, ingestoken vanuit de zakelijke rijders, de gebruikers van de auto's dus. Zo wordt jaarlijks de tevredenheid over lease-maatschappijen gemeten, voert VZR jaarlijks met een mysterie shopper onderzoek uit onder auto-importeurs met betrekking tot leadopvolging en kennen we het tweejaarlijks onderzoek bij de brandstofspaarssystemen.

Naast deze vaste onderzoeken voert VZR deelonderzoeken uit die gericht zijn op de actualiteit en heeft de belangenbehartiger voor de zakelijke rijders een onderzoeksplatform waarin de marktvraag, de vraag vanuit de berijder dus, gemeten wordt.

Onderzoeksplatform

Aan het onderzoeksplatform van VZR nemen bedrijfsle-

den en bestuursleden van Vereniging Zakelijke Rijders deel. Dit platform is verantwoordelijk voor het bepalen van de onderzoeksrichting. In principe wordt één keer per jaar een groot onderzoek onder alle berijders uitgeschreven. Het eerste resultaat van het onderzoeksplatform is het rapport: «Wat beweegt de zakelijke rijder?». Dat onderzoek is op te vragen op de site van de Vereniging Zakelijke Rijders (www.vzr.nl).

Customer Journey leaserijders

De Vereniging Zakelijke Rijders heeft zo'n 400 leden ondervraagd over hoe zij tot de keuze van hun huidige zakelijke auto zijn gekomen. Met andere woorden: hoe was hun customer journey, hun klantervaring? Alle ondervraagde zakelijke rijders waren in het afgelopen jaar van auto gewisseld.

Leaserijders blijken volgens dit onderzoek toch behoorlijk conservatief als het gaat om de manier waarop zijn hun

keuze voor een leaseauto (laten) bepalen. In verreweg de meeste gevallen wordt het proces gestart (als het al niet voortdurend bezig is) door het aflopende leasecontract. Zaken als een gunstiger bijtellingstarief worden maar in een paar procent van de gevallen aangegeven als dé reden om te gaan uitzien naar een nieuwe leaseauto. Comfort, veiligheid en design vormen de belangrijkste argumenten voor de keuze. Veel minder zijn dat zaken als levertijd, garantie, of de relatie met de dealer. Ondanks de versobering van autoregelingen en de bijtellingspolitiek, ervaren 9 op de 10 rijders het als een feest om een nieuwe auto te mogen uitzoeken. Voor bijna 3 op de 10 is oriëntatie op een auto een continu proces, ook als er net een nieuwe zakelijke auto is gekozen.

Er worden maar 2 tot 3 dealers bezocht van 2 tot 3 merken om de auto te ruiken, te voelen, te zien en voor het maken van een proefrit. Een kwestie van inkoppen, zou je denken, maar het lukt dealers en verkopers nog vaak om de klant toch weg te jagen! Bijna 1 op 10 noemt het contact met arrogante, ongeïnteresseerde of juist opdringerige verkopers als het minste aspect.

Veel online uitgezocht

Het grootste deel van het koopproces van de auto vindt tegenwoordig online plaats. Maar liefst 67% haalt zijn informatie vooral van de merkensites. Driekwart blijkt van tevoren de selectie al te hebben beperkt tot 2 of 3 merken en gaat dus gericht op zoek. Toch besteedt ruim de helft van de ondervraagden meer dan 10 uur en 1 op de 5 zelfs meer dan 30 uur aan het uitzoeken van de auto.

Meer gedetailleerde gegevens over de customer journey van de leaserijder zijn te vinden op: www.vzr.nl onder de knop 'onderzoeken en downloads'. Daar zijn nog meer bevestigingen van de doelgroep te vinden die de moeite van het lezen waard zijn, zoals een onderzoek naar de beoordeling van de leasemaatschappij of een vergelijking van rittenregistratiesystemen.

Meer onderzoeken

Natuurlijk is niet alleen de Vereniging Zakelijke Rijders actief met het onderzoeken van doelgroepen. De Vereniging

Nederlandse Autoleasemaatschappijen (VNA) presenteert ook allerlei marktgegevens, maar dan meer ingestoken vanuit de leasebranche, de aanbiederskant dus. Onder de knop 'Feiten en Cijfers' treft de bezoeker van de site allerlei gedetailleerde informatie over de groei/afname van de Nederlandse en Europese leasevloot, de samenstelling van die leasevloot (dus bijvoorbeeld dat de helft bestaat uit auto's met 0 tot 14% bijtelling). Nadeel is wel dat veel van de informatie op die site behoorlijk verouderd is. Het gaat om gegevens van 2012 en 2013. Behalve als het gaat om de CBS-prijnsindexcijfers van operationele lease. Die gegevens lopen door tot en met december 2015 (wat ook wel weer opmerkelijk is, aangezien het nog maar halfweg het jaar 2015 is). Alle informatie is te vinden op www.vna-lease.nl.



Veiligheid belangrijk voor leaserijder



Het wagenpark als reclame-offensief

Herhaling is de kracht van reclame en welke grotere herhaling bestaat er voor een bedrijf dan het wagenpark dat dagelijks door het land rijdt hetzij met de 'gewone' lease-/personenauto hetzij met bestelwagens of vrachtwagens. Het uitdragen van de huisstijl als reclamevorm via het wagenpark versterkt het imago van het bedrijf en is via carwrapping relatief eenvoudig te realiseren.

Zolang als we bedrijfswagens op de weg zien, zien we al belettering. Van oudsher vaak op bestelauto's en later in toenemende mate op kleinere transportauto's en nu in toenemende mate op personenauto's. De belettering is een onderdeel geworden van een complete huisstijl. Kleur en vormgeving zijn minstens zo belangrijk als de tekst.

Personalisatie

Personalisatie van het wagenpark is de laatste jaren actueel en dat kan eenvoudig door carwrapping. En dat is in feite niets anders dan het woord al zegt; het inpakken van een auto. Aan de buitenzijde worden speciale zelfklevende en hoogwaardige folies aangebracht die de auto ook nog beschermen tegen steenslag, krassen en andere weersomstandigheden. Verwijderen kan zonder veel problemen en de keuze in folie is groot van mat tot glans en special designs.

Smaakmaker

Rijdt u in het midden van het land dan kan het zomaar

gebeuren dat u wordt ingehaald door een van de auto's van de Dierentuin Amersfoort. Opvallend vormgegeven met afbeeldingen van zebra's, tijgers, giraffen en andere dieren die u kunt aantreffen in een dierentuin. Een prima smaakmaker als u er langs of achter rijdt. Als het nog niet duidelijk was waar het dagje uit naar toe zou moeten gaan, is dat nu wel bekend. Een typisch staaltje van het wagenpark als reclamedrager.

Het design is slim aangebracht op alle kanten van de auto, zodat de boodschap niet te missen is.

Een sterke vorm van communicatie die tegen relatief lage kosten gerealiseerd kan worden en een goede aanvulling voor de complete advertising. Promoten van naamsbekendheid en imago midden in de doelgroep.

Voordelen

Werd er vroeger nog voor gekozen om het wagenpark in



een huiskleur te laten spuiten met eventuele toevoeging van aparte belettering dan is dat nu achterhaald. Het is veel voordeliger om de voertuigen in folie met de specifieke huiskleur(en) te verpakken. Hiermee vervallen de kosten van het spuiten en het retourspuiten als de auto weer ingeruild wordt. Onder het folie is de autolak 'als nieuw' en behoudt de auto een hogere restwaarde. Met name voor leasemaatschappijen een uitstekend alternatief.

Een ander voordeel is dat door het consequent uitdragen van de huisstijl, het wagenpark niet per definitie uit dezelfde auto's van hetzelfde merk hoeft te bestaan. De uniformiteit zit in het design van de wrap en niet in het model. Voor de grotere voertuigen in een wagenpark zoals bijvoorbeeld grote vrachtwagen en opleggers kan de huisstijl nog afge- maakt worden met contourmarking voor de veiligheid.





Bergslot empowers your vision

Autobelettering; van huisstijl tot actiereclame

Bergslot is specialist in het produceren van full colour huisstijl- en reclame-uitingen op voertuigen. Uw voertuigen als uiting van uw corporate identity en/of als reclaimedrager. Wagenparken worden steeds meer de reclaimedrager van bedrijven en ingezet voor acties. De juiste uitstraling van het wagenpark heeft een grote impact op het imago van het bedrijf.

Ook steeds meer bedrijfsauto's worden volledig ingepakt (carwrapping). De kosten hiervoor zijn veelal lager dan spuiten en herspuiten nadien en het voertuig behoudt zijn restwaarde.

Bergslot werkt samen met alle leasemaatschappijen en is uw ideale partner. Wij ontzorgen u inzake de huisstijl, het schadebeheer van uw wagenpark en (kortlopende) promotie acties.

Bergslot adviseert u de juiste keuze

Toepassingen. Personenwagens, bestelbussen, treinen, stadsbus, bakwagens en opleggers.

Levensduur. Van 1 tot 10 jaar. Het betreft hier de UV kleurbescherming in de loop der jaren.

Vervormbaarheid. Voor bakwagens is vervorming beperkt van toepassing. Voor auto's met rondingen en hollingen is de vervormbaarheid van de folie maar ook de inkt essentieel. Bergslot maakt hierbij gebruik van superflex inktten.

Plotteksten. Dit betreft snijfolies met b.v. naam, adres, telefoonnummer, slogan en website.

Full color afbeeldingen. Digitaal geprint en geplot in elke vorm. De attentiewaarde is groot.

Wrappen en colormatch. Auto's kunnen ook helemaal worden ingepakt met wrapfolie. Iedere kleur is mogelijk. Indien gewenst wordt de folie specifiek voor u aangemaakt.

Aanbreng en verwijdering. De keuze van folie wordt ook bepaald door de kenmerken van de lijmlaag. Hechting, gemakkelijk aanbrengen en ook verwijdering na jaren is belangrijk.

MVO en Duurzaamheid. Wilt u het milieu sparen, u kunt nu ook kiezen voor pvc-vrije folies.

Schade en beheer. Voor nieuwe instroom van voertuigen en het schademanagement van uw huisstijl en reclame kunt u onze 24/7 online applicatietool Fleetmaster gebruiken.

Topproducten met garanties

Bergslot levert 3M producten met MSC garantie en Avery Dennison folies met Platinum garantie. Dit geeft garantie op printwerk en montage. Daarnaast is er het SAMS reclamewisselsysteem voor opleggers. Een gepatenteerd aluminium spansysteem voor dekzeilen, wat gelijmd wordt op de carrosserie en daarmee de opbouw niet beschadigt.

Bergslot biedt alles onder één dak. De productie vindt plaats in eigen huis. Er wordt direct ingekocht bij foliefabrikanten en de DTP-afdeling zorgt voor de vertaling van de huisstijl. Daarnaast is er projectplanning op maat en montages door heel Nederland. Voor een milieubewuste keuze kan de klant ook kiezen voor pvc-vrije duurzame folies.

www.bergslot.com

BERGSLLOT

we empower your vision



Omnimark: “Onze regisserende rol in de logistieke keten levert een echte meerwaarde”

Bedrijfswagens in huisstijl maken een vast onderdeel uit van ons straatbeeld. Werden auto's in het verleden vooral in de bedrijfskleuren gespoten, vandaag de dag is het in huisstijl wrappen en beletteren van bedrijfswagens 'the way to go'. Eén van de spelers die deze techniek volledig in de vingers heeft is Omnimark, al 60 jaar specialist en innovator in fleetmarking.

De techniek voor de huisstijlmarkering van een auto, ontwikkelt zich continu. Voor het beste resultaat worden nieuwe printtechnieken gebruikt en montagethoden verfijnd. De kennis en ervaring die Omnimark vanuit de grafische sector heeft, is hierbij een meerwaarde volgens Dennis Portegies, directeur bij Omnimark. “Vakmanschap en goede contacten met foliefabrikanten zoals 3M, Avery en MacTac zorgen voor het juiste materiaal, maar de uitdaging ligt niet uitsluitend in de techniek. Het managen van het totale logistieke proces en daarmee ontzorgen van de keten is een belangrijke, nieuwe ontwikkeling van de afgelopen jaren.” Omnimark heeft zich toegelegd op huisstijl- en reclamemarkering op wagenparken voor het groot- en middenbedrijf, overheden en de publieke sector. “Dat kan oplopen tot wagenparken met honderden auto's voor klanten zoals Alliander, ANWB Wegenwacht, Heineken, PostNL en TBI”, aldus Portegies.

Totaaloplossing

Het voorzien van een wagenpark van een huisstijl omvat

een hele levenscyclus: van huisstijlontwikkeling en montage tot aan schadeherstel en verwijdering van de huisstijl bij de uitstroom van bedrijfswagens. Met zijn totaaloplossing zorgt Omnimark ervoor dat de klant gedurende dit proces van a tot z ontzorgd wordt. Het bedrijf komt dan ook al vroeg in het traject in beeld. Portegies: “De huisstijl wordt door het design- of reclamebureau van de klant ontwikkeld. Wij worden in dit stadium betrokken vanwege onze grafische expertise. Dat kan gaan over kleuruitvoering, lay-out, vereiste duurzaamheid, materiaalkeuze en soms het maken van proefauto's. Vervolgens start de uitvoering en het onderhoud, waar Omnimark oplossingen biedt zoals transport, vervangend vervoer en een bestelportal met stickers op voorraad voor het snel herstellen van schades.”

Regisserende rol en logistiek

Portegies begrijpt goed dat het totale traject geen vragen moet oproepen bij fleetmanagers maar antwoorden en oplossingen moet bieden. Niet alleen het daadwerkelijk bestickeren van het wagenpark, maar ook het logistieke proces



eromheen heeft namelijk wat voeten in de aarde. Want hoe zorg je ervoor dat de bedrijfsactiviteiten ongestoord door kunnen gaan? Moet hiervoor vervangend vervoer worden geregeld? Inmiddels speelt Omnimark een belangrijke rol in de communicatie tussen de klant, dealer en leasemaatschappij.

“Omdat wij alles onder één dak hebben, kunnen wij productie, montage, onderhoud en logistiek aanbieden. Wij werken samen met autotransporteurs die zorgen dat bedrijfswagens snel van en naar de klant of dealer worden vervoerd. Auto's worden onder de juiste condities gemonteerd in ons Fleet Decoration Center in Weesp. En wanneer er in een later stadium schade ontstaat aan de bedrijfswagens en de huisstijl, kan men via onze online portal Omnilink de folie- en stickerdelen bestellen. Onze monteurs worden vervolgens ingepland om het betreffende schadeherstelbedrijf te bezoeken en aldaar de folie of de sticker op het herstelde schadedeel aan te brengen. Resultaat is een korte doorlooptijd en minimale verstoring van de processen van de klant. Dat wij het gehele proces overzien en mede regisseren, schept een echte meerwaarde voor onze klanten”, aldus Portegies

AutoMaatpak en AutoUniform

Als één van de koplopers in de markt van fleetmarking, blijft Omnimark niet stilstaan. Het bedrijf introduceert zijn oplossingen onder twee nieuwe labels: AutoUniform en AutoMaatpak. Daar waar AutoUniform zich richt op alle

aspecten van huisstijlmarkering en huisstijlonderhoud voor het wagenpark, draait het bij AutoMaatpak om de mogelijkheden van reclame- en imago ondersteunende communicatie waarbij het wagenpark dient als medium.

Portegies: “Het actiematig inzetten van bedrijfswagens wordt in Nederland nog relatief weinig gedaan. Dat is een gemiste kans, omdat het wagenpark tevens een middel is om opportuniteiten-to-see te genereren. Denk daarbij aan home-deliverywagens die continu onderweg zijn in drukbevolkte gebieden. Actiematige communicatie zie je nu nog vooral op stadsbussen, maar binnen een onderneming zouden fleetmanagers en marketingexperts elkaar meer kunnen opzoeken om te kijken naar de mogelijkheden die het eigen wagenpark biedt.”

www.omnimark.nl





De slager keurt zijn eigen vlees?

Het Keurmerk keurt zichzelf

Tijdens het gesprek met Leo Bingen, penningmeester van het bestuur van de Stichting Keurmerk RitRegistratieSystemen komen we al snel tot de conclusie dat het Keurmerk zichzelf controleert.

Dat komt volgens Bingen omdat de branche er alle belang bij heeft om het Keurmerk zuiver te houden. De betrokken bedrijven melden zelf onregelmatigheden en kijken scherp naar nieuwkomers in de branche.

Mooi voorbeeld

Het mooiste voorbeeld hiervan schetst Bingen als hij vertelt over de procedure die in eerste aanleg bedacht was om de kosten niet teveel te laten oplopen: een zelftest door bedrijven die het Keurmerk wilden aanvragen. Slechts een op de zoveel zou volledig gecontroleerd worden. De leveranciers zélf vonden dat maar niets, met als gevolg dat inmiddels alle systemen vanaf aanmelding volledig door de procedure gaan.

Het keurmerk is uiteindelijk ook ontstaan omdat de leveranciers zelf het initiatief namen tot oprichting om zich te

onderscheiden van de 'cowboys in de markt'. Omdat het belang daarvan ook gezien werd door de brancheverenigingen BVL (Branchevereniging Leveranciers Ritregistratie Systemen), RAI Vereniging en VAVDZ (Vereniging Auto van de Zaak, sinds 15 mei 2015 is de naam veranderd in Vereniging Zakelijke Rijders (VZR)) en ook de Belastingdienst de voordelen zag én betrokken wilde worden kon de oprichting van de stichting plaatsvinden. Op basis van het normenkader van de Belastingdienst werden output en techniek vastgesteld. Daarnaast werd een privacy gedragscode en een continuïteitseis vastgelegd. Het Keurmerk kon van start.

De Belastingdienst

Voor de Belastingdienst was het belang groot omdat zij met gecertificeerde systemen vereenvoudigd toezicht zouden kunnen houden op de gebruikers ervan. Natuurlijk wordt u

nog steeds gecontroleerd, maar gebruikers van een RitRegistratieSysteem mét keurmerk zijn voor de Belastingdienst in ieder geval op het vlak van verslaglegging betrouwbaar. De Belastingdienst zegt daar zelf over: “Software die vóór in de administratieve keten bijdraagt aan een juiste vastlegging van gegevens speelt hierbij een belangrijke rol. De Belastingdienst ziet het belang in van software die gegevens correct vastlegt en waarmee niet gerommeld kan worden. Niet alleen omdat een juiste administratie de basis vormt voor een goede belastingaangifte, maar ook omdat betrouwbare software zorgt voor checks en balances. Het zijn kwaliteitswaarborgen en beheersingsmaatregelen in de administratieve keten die zorgen voor validatie en transparantie van data”.

Fraude

Op de vraag of het Keurmerk regelmatig met fraudeurs, misbruik van het Keurmerk, te maken heeft antwoordt Bingen ontkenkend. “Hooguit zijn er wel eens leveranciers die tijdens de aanvraagprocedure maar vast het keurmerk vermelden. Dan moeten we wel eens contact opnemen. Echt misbruik is ook niet goed mogelijk. Daar letten de goedgekeurde leveranciers te veel op”.

Er zijn in Nederland ongeveer 100 aanbieders van ritregistratiesystemen actief. Zeker niet alle systemen hebben het Keurmerk. Welke wel? U kunt ze terugvinden op de site van de Vereniging van Zakelijke Rijders; VZR.nl.

Voordelen

Het gebruik van een RitRegistratieSysteem kent verschillende doelgroepen en toepassingen. Er rijden op dit moment in Nederland al duizenden auto's met een RitRegistratieSysteem. Op termijn is het zelfs de verwachting dat alle auto's af-fabriek met een systeem worden uitgevoerd. Er zijn rijders die zelf een RitRegistratieSysteem aanschaffen om de kilometeradministratie te vergemakkelijken. In andere gevallen is dit het initiatief van de werkgever om een RitRegistratieSysteem te monteren. Daarnaast zijn er heel

veel uitvoeringsvormen. Een simpel RitRegistratieSysteem levert alleen een sluitende rittenregistratie. Een uitgebreider systeem kan ook dienen als Track&Trace systeem.

Minder administratieve last bij een “500km verklaring”

Er zijn in Nederland ongeveer 250.000 rijders die een zogenaamde 500km verklaring hebben. Deze rijders rijden geen privé kilometers met de zakelijke auto en moeten bij de Belastingdienst een sluitende rittenregistratie kunnen overleggen.

Mocht de rittenregistratie niet in orde zijn dan levert dit een naheffing op die regelmatig in de duizenden euro's loopt. Met een RRS voorzien van een Keurmerk weet je één ding zeker: de standaard beveiligde output van het systeem levert een deugdelijke rittenadministratie op en staat niet meer ter discussie. Wat blijft, is dat je op de juiste momenten aan moet geven of een rit zakelijk of privé is. De mens blijft natuurlijk, zoals vrijwel altijd, de kritieke factor.

De Stichting Keurmerk RitRegistratieSystemen geeft het Keurmerk uit. Deze Stichting is volledig onafhankelijk en heeft geen winstoogmerk. De Stichting staat onder toezicht van een Raad van Toezicht die ook op andere keurmerkstichtingen als “Zeker-OnLine” en “Betrouwbare Afrekensystemen” toeziet. Uitsluitend RitRegistratieSystemen die voldoen aan de kwaliteitsnormen van de Stichting kunnen het Keurmerk verkrijgen. Periodiek wordt gecontroleerd of een leverancier nog altijd aan de eisen en normen voldoet. Deze controle is niet eenmalig, maar wordt voortdurend herhaald, daarmee is de kwaliteit van het Keurmerk gewaarborgd.



“Wij geven gehoor aan de vraag van onze klanten”

Geluidsproductie, rolweerstand, slijtage, bandenspanning, het produceren en selecteren van de juiste autoband is een hele exercitie. Dat weten ze bij bandenfabrikant Apollo Vredestein BV in Enschede als geen ander.



*Berny Sneek,
manager international fleet en lease*

Apollo Vredestein is sinds jaar en dag actief in Europa en ver daarbuiten. Banden voor personenwagens, bestelwagens, en SUV's rollen in grote aantallen van de productieband. Met fabrieken in Nederland, India en Afrika is het bedrijf in staat snel en efficiënt haar afzetmarkten te bedienen. “Vanuit het hoofdkantoor en magazijn in Enschede worden via 13 verkoopkantoren in Europa, klanten in ruim 20 landen snel bediend”, vertelt Berny Sneek, manager international fleet en lease.

Dicht bij de klant

Om de Europese klanten nog beter van dienst te zijn, wordt er momenteel een nieuwe fabriek gebouwd in Hongarije. De bouw van de nieuwe fabriek die in 2017 operationeel zal zijn, geeft vorm aan de ambitie van het bedrijf om rond 2020 de huidige verkopen te verdubbelen. Na voltooiing beschikt de fabriek over een jaarlijkse productiecapaciteit van 5,5 miljoen banden voor personenauto's en bestelwagens en 675.000 banden voor grote vrachtwagens. Het biedt werk aan 950 mensen die momenteel ingehuurd en opgeleid worden. Sneek: “Met een dergelijke faciliteit in Hongarije zijn we dicht bij onze klanten en afzetmarkten. Het is daarnaast ook echt een stukje commitment naar de markten toe waarin we opereren.”

Leidende positie

Al jaren een hooggewaardeerde bandenfabrikant in binnen en buitenland, weet de organisatie volgens Sneek zijn positie te behouden door de expertise en de wil om te leveren wat de klant vraagt. Twee research en development centers, in Enschede en India, zijn daarin een stuwende kracht. “Apollo Vredestein is al jaren een belangrijke toeleveran-



cier in de zakelijke markt. We hebben ons door de jaren heen met name weten te onderscheiden in winterbanden en 4-seizoenenbanden, segmenten waar wij als Apollo Vredestein marktleider in zijn. We lopen daar echt in voorop. Enerzijds omdat wij die jarenlange ervaring hebben en anderzijds omdat we goed weten in te spelen op marktontwikkelingen”, aldus Sneek.

Snelle ontwikkelingen

Want technologische ontwikkelingen binnen de automotive branche vragen steeds meer van bandenfabrikanten. Veiligheidseisen maar ook duurzaamheidskwesities zoals minder CO₂-uitstoot spelen een belangrijke rol. Sneek: “Mede door de technologische en wettelijke eisen die gesteld worden, evolueren banden heel snel. Neem bijvoorbeeld de inzet van winterbanden. Die markt is heel sterk in ontwikkeling en de vraag naar verschillende maten voor verschillende typen auto’s neemt toe. Wij geven gehoor aan die vraag van onze klanten. Als marktleider zijn wij altijd bereid om al de verschillende maten en typen te ontwikkelen en ons daarin te specialiseren. Dat betekent ook dat wij bepaalde nichemarkten kunnen bedienen en een goede beschikbaarheid kunnen garanderen. Daar staan we in de markt ook om bekend.”

4-seizoenenband in trek

De bereidwilligheid om te leveren, zie je terug in het assortiment van Vredestein dat ruim 750 verschillende banden telt. Winterbanden, zomerbanden en 4-seizoenenbanden worden in verschillende typen en maten geleverd. Naar met name die laatste is er volgens Sneek een steeds grotere vraag waarneembaar binnen de zakelijke markt. “Voorheen was de 4-seizoenenband echt voorbehouden aan particulieren, maar ook onze zakelijke klanten zien er steeds meer de efficiencyvoordelen van in.” Technisch gezien steekt de 4-seizoenenband anders in elkaar dan de winter- of zomerband. Daarom is er ook een speciaal berijdersprofiel voor opgemaakt. Sneek: “Het is geen type band voor elk type auto en ook niet voor elk type berijder. Voor gebruik in landen met een gematigd klimaat is het een interessante optie voor de zakelijke markt, mits goed ingezet. Daar komen wij in beeld met ons team van deskundige managers om onze klanten te informeren en te adviseren.”

www.apollovredestein.nl



MivarGroup is met durf, lef en visie continu op zoek naar innovatieve verbeteringen

“MivarGroup durft anders te denken en speelt graag een actieve rol bij het doorbreken en verbeteren van ‘status quo’ situaties. Op basis van wederzijds respect en vertrouwen werkt MIVAR samen met haar klanten aan vernieuwing van producten” aldus Rubén Arcos Schuurs, Sales Director bij de MivarGroup. “Omdat wij continu op zoek zijn naar verbetering móeten wij wel luisteren naar onze klanten”.

Het gaat Mivar erom processen te optimaliseren. Zeker in deze tijd is het belangrijk dat die optimalisatie leidt tot efficiëntie en daarmee tot behoorlijke kostenbesparingen. Waar de marges structureel lager zijn geworden is dat een manier om te sturen op winst.

“De kurk van innovatie drijft op de ‘early adaptors’, die hebben we nodig om echt te innoveren.

Met die klanten gaan we op zoek naar waar de verbeteringen liggen. Dat verwerken we in het product. Dat leveren we dan aan die klanten waarna een product massa moet gaan krijgen waardoor we het meer algemeen in de markt kunnen zetten, dan is het tipping point bereikt. Anderzijds leveren we ook producten die al heel lang bestaan en hun meerwaarde in de automotive branche inmiddels bewezen hebben.” zegt Arcos Schuurs. “Zijn alle producten die wij leveren uniek? Niet allemaal nee, maar we hebben wel een voorsprong door onze brede kennispositie in de markt”.

“Een goed voorbeeld van innoveren mét onze klanten is de recente samenwerking met Athlon ten aanzien van MiCheck-REQUEST. In MiCheck-REQUEST zijn data, techniek maar vooral de behoefte bij elkaar gebracht in één systeem. De beschikking over de juiste data, in combinatie

met de juiste systemen, wordt steeds crucialer in alle processen. Met MiCheck-REQUEST is een leasemaatschappij, fleetowner of verhuurmaatschappij in staat om snel alle reparatie- en onderhoudsaanvragen die binnen komen te toetsen op basis van de fabrieksdata. Dit maakt de afhandeling van reparatie- en onderhoudsaanvragen nog effectiever.”



*Rubén Arcos Schuurs,
Sales Director bij de MivarGroup*

De 'algemene versie' van MiCheck stelt garagebedrijven in staat om zowel voor particulieren als voor leasemaatschappijen uniforme multi-merk onderhoudsoffertes te genereren op basis van originele OE fabrieksdata en specificaties. Mivar gebruikt daarvoor de gegevens van de autofabrikanten via TecRMI, onderdeel van TecAlliance, vroeger bekend onder de naam AuDaCon. De informatie is dus niet gebaseerd op historische data maar juist op originele fabrieksinformatie.

Feitelijk omvat MiCheck alle Reparatie, Onderhoud en Banden-informatie vanaf het moment dat een voertuig de weg op gaat tot dat hij weer van de weg afgaat. Doordat MiCheck gebruik maakt van de originele onderhoudsschema's, onderdeleninformatie, prijzen maar ook arbeidstijden die automatisch ontdebeld worden, is men in staat om op alle niveaus uniform, effectief en efficiënt offertes te genereren. Vanuit het systeem kan men vervolgens eenvoudig ROB aanvragen indienen bij leasemaatschappijen die met het ROB autorisatie- en communicatieplatform MiCheck-FLEET werken. "Het ROB proces zelf heeft vrijwel geen onderscheidend vermogen voor de leasemaatschappij. Het gaat er juist om dat de ROB medewerker gedegen informatie heeft om het proces te kunnen controleren, een volwaardig gesprekspartner kan zijn voor de leverancier en analyses kan uitvoeren met de verkregen data. Hier vindt dan ook de hoogste procesoptimalisatie plaats bij zowel de leasemaatschappij als bij het garagebedrijf." Doordat er vanuit het systeem ook gekoppeld wordt met ROB codes kan men ook aanvragen maken en indienen bij leasemaatschappijen die aangesloten zijn op het ROB Net.

Arcos Schuurs zegt: "Sinds de introductie van MiCheck, is er veel veranderd en toegevoegd. Eén van de beste manieren om een goed product te maken en te optimaliseren, is luisteren naar de feedback die we ontvangen vanuit gebruikers. Dit zorgt er niet alleen voor dat we continue nieuwe updates kunnen leveren, maar ook dat we updates leveren die echt waarde toevoegen aan het proces en dat proces ook daadwerkelijk vereenvoudigen. Intensief gebruik door honderden bedrijven, heeft inmiddels tientallen tips opgeleverd. Een groot deel van die tips hebben we om kunnen zetten in productverbeteringen. Dit blijft een continu proces".

Procesoptimalisatie is key. Enkel met de juiste techniek, data en systemen is het mogelijk om de procesoptimalisatie, die noodzakelijk is om effectiever en efficiënter te zijn, te realiseren. Uiteindelijk gaat het erom meer inzicht en controle te krijgen in wat er gebeurt en wat er daadwerkelijk noodzakelijk is. Door gebruik te maken van de systemen van MivarGroup kan men deze procesoptimalisatie realiseren. Omdat onderscheid al lastig genoeg is dienen de processen zo optimaal mogelijk te verlopen waarbij de bestuurder maximaal ontzorgd wordt en een zo hoog mogelijke servicegraad geniet.

'Doen wat je zegt en zeggen wat je doet' op basis van wederzijds respect en vertrouwen.

MivarGroup bestaat sinds 1996, opgericht als ICT-bedrijf. Sinds 2000 is de focus steeds meer op 'automotive' komen te liggen. Sindsdien is MivarGroup in de Benelux marktleider in de ontwikkeling van maatoplossingen in ICT en Data voor de automotive branche. Mivar durft anders te denken en speelt graag een actieve rol bij het doorbreken van 'status quo' situaties waardoor nieuwe kansen mogelijk gemaakt worden. Als systeem integrator en service management organisatie, levert MivarGroup op basis van het delen van kennis en kunde diverse systemen en diensten die haar klanten in staat stellen hun doelstellingen met plezier, gemak, efficiënt en op een nieuwe manier te bereiken.

MivarGroup bestaat inmiddels uit 40 denkers en doeners. Het team heeft een passie voor het ontwikkelen van producten en heeft als missie: 'Think different' en als visie 'Be in control'.

www.mivargroup.nl



Fleetmatics REVEAL geeft binnen maximaal 3 muisklikken de juiste rapportage

Daarmee voldoet het voertuigvolgsysteem aan de grootste eis -en tevens belofte- die Fleetmatics aan haar product stelt: *het ontzorgt.*



Sinds 2014 timmert Fleetmatics vanuit Utrecht aan de weg in Nederland. Sinds een aantal maanden bedient het kantoor ook de Belgische markt. Met nu al 12 medewerkers levert het van oorsprong Ierse softwarebedrijf slimme toepassingen voor efficiënt wagenparkbeheer. “Het als Software-as-a-Service (SAAS) geleverde Fleetmatics REVEAL voldoet aan alle eisen die een wagenparkbeheerder zou kunnen stellen” zegt Jan Willem Doornbos, Country marketing manager Fleetmatics. “Met de kunst van het weglaten is het product volledig geoptimaliseerd”.

“Het voertuigvolgsysteem op basis van gps is speciaal ontwikkeld voor het midden- en kleinbedrijf, onze klanten

hebben gemiddeld vijf tot honderdvijftig voertuigen”, vertelt Doornbos. “Onze totale productrange heeft overigens ook toepassingen voor grotere organisaties”.

Rijstijlanalyse

Met het plaatsen van een kastje, ter grootte van een mobiele telefoon, wordt contact gemaakt met het motormanagement van de auto. Omdat het systeem aan het motormanagement én locatie gekoppeld is kan het een analyse maken van de rijstijl van de bestuurder. “Het rijgedrag is van invloed op het totale brandstofverbruik. Snel optrekken bij het stoplicht, hard remmen of een auto stationair laten draaien kost allemaal brandstof”. Fleetmatics RE-

VEAL registreert het rijgedrag van medewerkers en stuurt de bestuurder proactief aan. “Medewerkers kunnen op hun rijgedrag aangesproken of juist beloond worden. Door inzicht geef je medewerkers de gelegenheid om bewust met hun rijgedrag bezig te zijn en dit te verbeteren. Dat is niet alleen goed voor je brandstofbesparing, het leidt ook tot een vergroting van de veiligheid op de weg en vermindering van slijtage aan het voertuig.”

Als je dergelijke kosten door analyse met Fleetmatics REVEAL met 10-15% kan verminderen zijn dat natuurlijk substantiële besparingen aldus Doornbos. De investering heb je dan ook al snel terug verdiend. Maximale ROI.

Real time

Real time informatie over de locatie van bedrijfswagens maakt Fleetmatics REVEAL buitengewoon interessant. Doornbos: “Via de Live Map is exact te zien waar alle voertuigen zich bevinden. Hiermee is de planningsafdeling van alle informatie voorzien om snel en flexibel op een klantvraag te reageren. Bij een spoedgeval is het een kwestie van een bericht sturen naar de dichtstbijzijnde medewerker. Heen en weer bellen tussen medewerkers en de planningsafdeling hoeft niet meer. Dat komt de veiligheid in het verkeer alleen maar ten goede.”

Geofence

Een andere mogelijkheid, die onder andere veel gebruikt wordt in de bouw maar bijvoorbeeld ook in de schoonmaaksector, installatietechniek en service industrie, is het instellen van zones waar het voertuig op een bepaalde tijd moet zijn: geofence. Geofence is een virtuele afkadering rondom een fysieke locatie op basis van GPS. Fleetmatics REVEAL geeft de exacte verblijfsduur per locatie weer en genereert automatisch een alert zodra een voertuig zich binnen of buiten de Geofence-Zone begeeft. Ook een handige tool bij facturering.

Dashboard

Fleetmatics REVEAL kent momenteel meer dan 40 rapportages en analyses, gericht op het verhogen van de productiviteit van wagenparken. Doornbos: “Met tien jaar

ervaring hebben we de kunst van het weglaten geleerd en hebben we momenteel minder rapportagemogelijkheden. Maar dan wel alleen de relevante. Onze klanten hebben ons verteld welke rapportages en analyses ze echt nodig hebben.” Via het dashboard kunnen klanten kostenanalyses, dagrapportages, informatie over brandstofverbruik, CO₂-uitstoot en snelheidsovertredingen uit het systeem halen. “Er is geen kennis van ict nodig om met Fleetmatics REVEAL te werken. Het is overzichtelijk en eenvoudig in gebruik”. Het uploaden van nieuwe features is daarnaast volledig automatisch. “Er komt bijvoorbeeld binnenkort een koppeling met een tankpas leverancier. Daarmee heb je nog eerder en beter overzicht van het brandstofverbruik” zegt Doornbos.

All-in tarief

Eenvoud en transparantie in de prijsstelling moet het voor klanten aantrekkelijk maken om de keuze voor Fleetmatics REVEAL te maken. “We hanteren een all-in maandtarief per geïnstalleerd systeem. Klanten hebben geen investering in hardware, onderhouds- of servicekosten. Bovendien bieden we een levenslange garantie op de gps-units.”. Doornbos besluit: “Het is een heel simpel rekenmodel waarbij de klant exact weet waar hij aan toe is.”

Keurmerk RitRegistratieSystemen

Onlangs ontving Fleetmatics het Keurmerk RitRegistratieSystemen. Daarmee voldoet het bedrijf aan de eisen die de Belastingdienst stelt voor wat betreft het bijhouden van privé-kilometers. “Aan de hand van een schakelaar, kunnen bestuurders aangeven of ze een zakelijke of privé-rit met de auto maken. Fleetmatics REVEAL houdt dat vervolgens bij. Aan het einde van het jaar als de fiscale rapportage voor de Belastingdienst gemaakt moet worden, heb je niet meer die enorme administratieve last. Het is een kwestie van de rapportages uitdraaien en je bent klaar.”

www.fleetmatics.nl



Omnimark

Specialist in Fleetmarking



AutoUniform

Uw bedrijfswagen verdient een passend uniform. Het is ten slotte uw visitekaartje op de weg. Omnimark introduceert AutoUniform©: hét totaalpakket voor de huisstijlaankleding en belettering van uw wagenpark. Naast het produceren en aanbrengen van de huisstijl en belettering voorziet AutoUniform in de behoefte aan minimale verstoring van de dagelijkse operatie van uw bedrijfswagens en zijn bestuurders. Oplossingen als vervangend vervoer, transport van en naar locaties, voorraad voor schades en de online bestelportal Omnilink maken dit mogelijk. Maar ook de communicatie en integratie van processen met schadeherstelbedrijven en leasemaatschappijen zorgen voor een uniform beheer van uw huisstijl op het wagenpark.



AutoMaatpak

Uw wagenpark beweegt zich in drukbevolkte gebieden en is daarmee een perfect middel voor promotionele communicatie met uw doelgroep. Met AutoMaatpak© maakt Omnimark het mogelijk deze potentie te benutten. Door middel van '3D-wrap-ping' met sprekende visuals tovert Omnimark uw wagenpark om in een rijdend reclamemedium. Voor bakwagens, vrachtwagens en trailers geeft een frame- en doekstelsel de mogelijkheid om snel campagnes te wisselen. Dus stilstand is beperkt. Maak gebruik van uw rijdend medium en genereer opportuniteiten-to-see!

Wie kent zijn klanten?

In de wereld van autoleasing en alle daaraan gerelateerde activiteiten, van verzekeren tot mobiliteitsadvies en van onderhoud tot schadeherstel, lijkt alles – of in ieder geval veel - tot in de puntjes verzorgd. Maar is dat ook zo? Hoe kan het dan dat uit een recent onderzoek van de Vereniging Zakelijke Rijders naar de klantervaringen bij de aanschaf van een nieuwe leaseauto nog altijd bijna 10% zich op zijn minst niet op zijn gemak voelt bij de benadering door de autodealer of diens verkopers? Zouden die dealers en verkopers hun klanten eigenlijk wel kennen? En waar zouden ze die informatie dan vandaan halen?

Als je bedenkt dat in de meeste gevallen, wederom volgens het genoemde onderzoek, de potentiële koper/zakelijke rijder zijn zaakjes online al heeft voorbereid, zou je toch denken dat het een ‘appeltje-eitje’ moet zijn om de deal te sluiten. Niet dus. Die 10% lijkt mij immers nog een substantieel aandeel van het totaal?

Ligt het dan aan de verkoper of heeft die gewoon de instrumenten niet om de man of vrouw daar in zijn showroom te ‘herkennen’? Natuurlijk is het lastig om een individu te herkennen, maar als het goed wordt gedaan, en dat gebeurt uiteraard ook, dan kan die verkoper bij een paar vragen heel snel weten waar de behoefte van de klant ligt. Als je tegenwoordig iets opvraagt op een site van een dealer word je heel kort daarna gebeld. Dan weet die man of vrouw aan de andere kant van de lijn precies waar je naar hebt gekeken, wat de interesses zijn, wat de zoektocht zou moeten opleveren.

Het belang van goede instrumenten die een dergelijke ondersteuning kunnen bieden aan het primaire proces (van het verkopen van een auto tot het faciliteren van een mobiliteitsplan) is dus blijkbaar nog niet bij iedereen doorgedrongen. Kijkend naar customer journey mapping (weten wat je klant precies wil weten, hoe hij bij je terecht is gekomen en waarom hij zich op een bepaalde manier gedraagt via specifieke communicatiekanalen), maar ook in het geval van andere informatiebeheersystemen en –technieken, is nog wel wat te winnen. Van elektronische factuurverwerking tot digitaal contractmanagement.

Dan hoef je in ieder geval niet meer die klant in de showroom of aan de telefoon te irriteren. Je weet hoe het zit en je kunt hem snel en klantvriendelijk van dienst zijn...

De tijd dat ze in de rij stonden voor de deur van de showroom is voorbij.

John de Waard, Redacteur Vakwereld

10 tips om 'groen' te rijden:

Het nieuwe rijden betekent vooral bewuster rijden

Autorijden kan een stuk slimmer. Zowel door het terugdringen van het verbruik en dus bedrijfskosten als door de wereld een stuk schoner te houden. Een 'klassieke win-win situatie' dus, zoals voetbalgoeroe Johan Crujff altijd zei. Autorijden heeft over het algemeen een flink aandeel in de voetafdruk van een onderneming en daar blijkt nog een flinke economische en ecologische winst te boeken met relatief eenvoudige 'ingrepen'. Je moet je er alleen even van bewust worden....

Een analyse van 30 grote relaties van de Climate Neutral Group wijst uit dat autorijden gemiddeld 42% is van de 'voetafdruk' van een onderneming. Groener, of slimmer, rijden kan dit behoorlijk reduceren en daarmee dus bijdragen aan het tegengaan van klimaatverandering: minder uitlaatgassen, minder CO₂-uitstoot en besparing op brandstof én autokosten. Met het aanleren van aangepast (rij)gedrag kunt u veel bereiken bij bestaande wagenparken (6-10% besparing). Dit is ook van toepassing op hybride auto's.

Tien tips om mee te profiteren van slimmer rijden:

Anticipeer op het verkeer

Hierdoor hoeft u niet steeds te remmen of gas te geven. Laat de auto uitrollen bij nadering van een rood stoplicht of een afrit op de snelweg. Uit onderzoek is gebleken dat snel schakelen, plotseling remmen en ook snel rijden, veel brandstof kost. Door anticiperend rijgedrag is een gemakkelijke besparing van 33% op benzinekosten op de snelweg en 5% binnen de bebouwde kom realiseerbaar.

Matig uw snelheid

Bij iedere auto is de optimale snelheid anders, maar over het algemeen kan gesteld worden dat bij een snelheid boven de 80 kilometer per uur, de auto meer benzine verbruikt dan nodig is. Wie snelheid vermindert, vermindert hierbij dus ook de CO₂-uitstoot.

Verwijder overtollig gewicht

Al die spullen die in de auto liggen, zijn die wel allemaal nodig? Voor elke 50 kilogram extra gewicht wordt het brandstofverbruik met ongeveer 2% verhoogd. Dit heeft te maken met de grootte van de auto en heeft meer effect op kleinere auto's dan grotere auto's.

Vermijd de spits

Bij rijden in de spits, of nog erger in de file, wordt relatief veel geremd en opgetrokken. Hierbij wordt veel benzine verspild. Plan afspraken op een gunstig(er) tijdstip. Wie naar een externe afspraak voor het werk moet kan wellicht eerst starten met een uurtje thuiswerken. Dat scheelt op de rit naar de afspraak uiteindelijk brandstof en het is bovendien meer ontspannen. Pak zo nu en dan de fiets als het mogelijk is. Wie één of twee dagen in de week de auto niet gebruikt, bespaart 14 tot 28% op brandstof!

Vermijd overmatig stationair draaien

Door stationair te draaien wordt ongeveer tot een liter brandstof per uur verspild. Dus zet de motor uit als je weet dat het een paar minuten of langer duurt voor je verder kunt. Het loont al bij één minuut. Veel moderne auto's spelen daar al op in met het 'Stop&Go'-principe.

Beperk het gebruik van de airco

De airco is op warme dagen absoluut aangenaam en het verbetert ook de alertheid in het verkeer van de bestuurder.



Echter, die airco hoeft niet zo laag dat hij even later weer uit moet omdat het te koud wordt! Zet ook de auto op een parkeerplek in de schaduw; dat scheelt direct al bij het vertrek. En zet de airco dus niet te laag. Op korte stukjes is het gebruik van de airco sowieso zinloos. Hetzelfde geldt voor de verwarming in de winter. Het kost veel energie (brandstof) en tegen de tijd dat het begint te werken is de eindbestemming al bereikt.

Onderhoud van de auto

Onderzoek heeft allang uitgewezen dat de juiste bandenspanning veel brandstof scheelt. Maandelijkse controle van die bandenspanning heeft echt effect. Daarnaast is de juiste bandenspanning essentieel voor de veiligheid. Zorg er ook voor dat de olie op peil wordt gehouden en ververs. Dit zorgt ervoor dat je auto langer meegaat en dit bespaart benzine. Hetzelfde geldt voor servicebeurten. Totaal kan dit zo'n 4% besparen op benzinekosten. Kies als het kan voor een milieuvriendelijk onderhoudsbedrijf.

Train het gedrag

Het rijgedrag aanpassen klinkt makkelijker dan het is. Het (onvoordelige) rijgedrag zit vaak erg ingesleten. Er zijn diverse hulpprogramma's op de markt, zoals ProDrive Learning, die hierin veel kunnen betekenen. Ook is het mogelijk in competitieverband, zoals bij EcoDriver, groen te rijden.

Op die manier stimuleer je elkaar om iets te doen aan je rijstijl.

Stap over naar echt groen

De overstap naar een groener wagenpark leidt tot nog hogere besparingen. Denk aan andere energielabels (A, B of C), de overstap naar hybride of zelfs 100% elektrisch rijden. Bij hybride rijden is het wel erg belangrijk dat de auto ook daadwerkelijk 'aan de stekker gelegd' wordt, zodat de hoge verbruikscijfers (van 1 op 50) daadwerkelijk gehaald worden. En ook hier is het belangrijk het rijgedrag aan te passen. Ook het stimuleren van OV, autodelen en de fiets draagt bij aan een verbeterd rijgedrag. Kortom, met een andere mobiliteitsmix is het mogelijk invulling te geven aan een doordacht en groen mobiliteitsbeleid. Het begint bij een gedegen mobiliteitsscan.

Volledig klimaatneutraal

Wil je als onderneming de verantwoordelijkheid nemen voor de volledige CO₂-uitstoot door autorijden, dan is klimaatneutraal rijden de oplossing. Dat kan bijvoorbeeld via de Climate Neutral Group door de voetafdruk te compenseren. Als de ingezette tendens naar groener rijden doorzet, is het mogelijk een behoorlijke reductie te realiseren. Zuiniger rijden blijkt bovendien ook veiliger rijden. Alle redenen om het rijgedrag eens onder de loep te nemen dus.

Rijvaardigheidstraining is veiliger en duurzamer

Verkeersveiligheid Groep Nederland; rijvaardigheidstraining is niet alleen kostenbesparend maar ook veiliger en duurzamer

Of het nu zomer is of winter, rijvaardigheid is altijd een belangrijk aandachtspunt.

Iets waar ze bij de Verkeersveiligheid Groep Nederland alles van weten. Collin Bell, manager sales, vertelt over de rijvaardigheidstrainingen.

Met vestigingen in Veenendaal, Harmelen en Rosmalen is de Verkeersveiligheid Groep Nederland het grootste opleidingsinstituut van Nederland. In het rijvaardigheidscentrum, het Safety Experience Center in Rosmalen, kunnen zakelijke bestuurders maar ook particulieren werken aan hun

rijvaardigheid. “Op jaarbasis komen hier zo’n 15.000 particulieren en hebben we ongeveer 10.000 zakelijke bestuurders die hier een training volgen”, vertelt Bell. “We kunnen aan zo’n 250 man per dag ruimte bieden waarbij we tussen de acht en tien man in subgroepen opdelen. Daarmee zorg je ervoor dat je ondanks dat je grote groepen bedient, de juiste aandacht voor de mensen hebt en de netto rijtijd hoog blijft.”

Op maat trainen

Diverse organisaties zoals ABB, BAM, ESSO en Boskalis bieden hun medewerkers een rijvaardigheidstraining aan in Rosmalen. In sommige gevallen om medewerkers klaar te maken voor een rijvaardigheidstraining die ze in het buitenland in de praktijk nodig hebben. “Deze trainingen duren een dagdeel waarbij we de tips en tricks behandelen die overal in de wereld van toepassing zijn. We maken de trainingen specifiek door in te gaan op de regels die in een land gelden. Dat kan bijvoorbeeld Argentinië, Zuid-Afrika maar ook Rusland zijn. Het zijn op maat gemaakte trainingen waardoor mensen ook echt wat aan de training hebben.”

Groepsgevoel

Naast de internationaal georiënteerde trainingen biedt de Verkeersveiligheid Groep Nederland combinatietrainingen aan bestuurders die alleen in Nederland werken. “Tijdens deze rijvaardigheidstrainingen, waar theorie en praktijk samenkomen, kijken we wat snelheid, reactietijd en afleiding met je doet. Denk daarbij aan bellen tijdens het rijden. Het mag



handsfree in Nederland maar wanneer doe je het? Doe je dat in druk stadsverkeer of doe je dat op de snelweg? Dit oefenen we bijvoorbeeld door middel van filmpjes die we in groepsverband tonen in de theoriefase. Dat groepsgevoel zetten we ook voort tijdens het daadwerkelijk rijden. Mensen zitten bij elkaar in de auto zodat ze ook van elkaar kunnen leren.”

Comfortabel rijden

Rijvaardigheidstrainingen worden niet alleen in Rosmalen gegeven maar ook op de openbare weg. Bell: “Je gaat daarbij niet als een soort rijles door het verkeer. We kijken echt hoe je op dit moment rijdt en hoe we het rijden voor jou als berijder makkelijker kunnen maken. Sommige automobilisten gaan nog steeds in de tweede versnelling door de rotonde terwijl dat in veel auto's ook makkelijk in de derde versnelling kan. Dat is niet alleen comfortabeler voor jou als bestuurder maar ook beter voor de auto.” Aan het einde van een dergelijke training krijgt de berijder een gesprek en rapport waarin staat wat goed ging en waar de verbeterpunten zitten. Dit rapport wordt tijdens een herhaaltraining die veelal na drie tot vijf jaar volgt, gebruikt om aan de aandachtspunten te werken en te zien of er verbeteringen hebben plaatsgevonden.

e-Driver

Om de rijvaardigheid op peil te houden, hebben berijders tussen de initiële training en de herhaaltraining toegang tot een online portal, de e-Driver. Bell: “De e-Driver is een persoonlijk platform waar je door middel van interactieve video's veiliger en duurzamer leert autorijden. Je krijgt ook inzicht in je brandstofgegevens. Deze worden geüpload door je leasemaatschappij of tankpasleverancier. Dan zie je meteen wat je werkelijke verbruik is ten opzichte van de benchmark, binnen dezelfde categorie voertuigen. Dat zegt iets over hoe je echt rijdt. Daarnaast zijn er drie video-modules die ingaan op verkeersveiligheid, verkeersinzicht en hoe je zuinig door het verkeer kunt manoeuvreren, het nieuwe rijden.” Pittige onderwerpen zoals een auto die te water raakt of een bermongeval worden op een leuke en leerzame manier behandeld. Om gebruikers scherp te houden worden de items elk kwartaal vernieuwd.



Inzicht in rijgedrag

De e-Driver is niet alleen leerzaam voor de berijder, het geeft de werkgever ook inzicht in het rijgedrag van zijn medewerkers. “Als werkgever kun je aan de achterkant zien hoe werknemers het doen. Daar kun je dan ook op sturen. Je ziet echt rendementsverhogingen als je dit online programma inzet. Een brandstofbesparing van 8% is heel goed haalbaar. Ook een schadereductie van 22% kan gerealiseerd worden. Buiten dat zijn medewerkers minder afwezig vanwege arbeidsverlies bij schade”, voegt Bell eraan toe. “Aan de ene kant is een rijvaardigheidstraining een kostenbesparende maatregel. Aan de andere kant ben je als werkgever ook veilig en duurzaam bezig. Het is een goede manier om goed werkgeverschap uit te dragen.”

Het Nieuwe Rijden

Met de komst van de hybride en elektrische auto's is er ook behoefte ontstaan aan trainingen in economisch rijden, het zogenaamde Nieuwe Rijden (ANWB).

Steeds meer auto's beschikken over slimme en nieuwe technieken, maar die moet je wel optimaal leren benutten. Met deze training leren ervaren automobilisten hoe ze het optimale rendement uit hun auto kunnen halen door ruim 10 procent brandstof per rit te besparen en de CO₂-uitstoot te verminderen. Tevens leert men in deze trainingen de veiligheidssystemen van de auto beter te kennen, waardoor veiliger gereden wordt.



Remarketing kan een tijdrovende klus zijn

Er gaat veel geld om in zakelijke mobiliteit en er worden belangrijke keuzes gemaakt. Hoe gaan mijn medewerkers naar hun werk of naar de klant? Er worden leaseplannen gemaakt, leaseauto's of eigen bedrijfswagens aangeschaft en er wordt gezocht naar alternatieve mobiliteitsoplossingen. Maar wat als de auto aan het einde van zijn termijn is en weer verkocht moet worden? Als het remarketingtraject zich aandient.



Wat is remarketing van leasewagens?

Remarketing is het verkopen van leaseauto's aan het einde van hun leasetermijn. De organisatie die de leaseauto heeft gebruikt kan kiezen de auto zelf te kopen of deze terug te geven aan de leasemaatschappij. Deze zal de auto dan verkopen aan de consument via een apart kanaal. Soms gebruiken ze eigen verkoopsites of -locaties en soms gebruiken ze een veilingssite. Betreft het een bedrijfsauto dan kan de

onderneming er ook voor kiezen om gebruik te maken van een remarketingplatform, zoals een veilingssite.

De digitale veilingssite Wij Kopen Auto's geeft aan dat er twee veel voorkomende opties zijn voor bedrijven om een wagenpark te onderhouden, namelijk een leaseplan en het aanbieden van bedrijfsauto's die het eigendom van de onderneming zijn. Voor ondernemingen waar medewerkers regelmatig naar de klant gaan is een representatieve auto van essentieel belang. Hier wordt vaak gekozen voor leasewagens. Deze worden ook vaak aangeboden als secundaire arbeidsvoorwaarde. Leaseauto's zijn over het algemeen vrij nieuw en vaak financieel het meest aantrekkelijk. Nu duurzaamheid een belangrijk onderwerp is geworden, wordt er vaak gekozen voor een duurzame leaseauto.

Volgens Wij Kopen Auto's kiezen sommige bedrijven ervoor zelf auto's aan te schaffen zonder lease. Een eigen wagenpark is over het algemeen flexibeler, maar vergt ook extra beheer. Veel ondernemers vinden het teveel 'gedoe' om zelf op zoek te gaan naar geschikte bedrijfsauto's, het juiste onderhoudscontract en de benodigde verzekeringen.

Als de auto er uiteindelijk weer uit moet kan dat een tijdrovende klus zijn voor een bedrijf. Er zijn steeds meer mogelijkheden om dit 'uit handen' te geven. Zelf verkopen via een advertentie is vaak omslachtig en een auto inruilen bij de dealer is niet altijd de gunstigste oplossing. De auto laten verkopen door een digitale autoveiling, zoals Wij Kopen Auto's kan een oplossing zijn. Zij kopen zelfs schadeauto's

en auto's waarvan de APK is verlopen en verzorgen alle administratie omtrent de verkoop van de auto. Dit maakt het voor bedrijven die niet kiezen voor een leaseauto laagdrempelig om te kiezen voor eigen voertuigen.

FleetSelect biedt een compleet voertuigrapport

Autoveilingbedrijf FleetSelect heeft eind vorig jaar als eerste autoveilingbedrijf SilverDAT VIN informatie van VWE geïntegreerd in haar remarketingplatform AutoBlox. Zo kunnen ze bij de verkoop van auto's een nog completer voertuigrapport aanbieden.

FleetSelect Online Autoveilingen maakt onderdeel uit van de BCA Groep en heeft bijna vijftien jaar ervaring in het online veilen van auto's met de remarketingsoftware AutoBLOX. Met de apps voor taxatie en inspectie en de autoveiling-app helpt FleetSelect relaties bij het digitaliseren van het hele remarketingproces.

Het voordeel van de integratie van SilverDAT VIN data is onder andere dat het opnametraject efficiënter wordt, omdat bepaalde opties op de auto niet meer door de verkoper geverifieerd hoeven te worden. Ook voor geïmporteerde voertuigen is deze informatie beschikbaar.

Ex-leaseauto kopen op locatie of via veilingssite

Veel mensen zijn op zoek naar een occasion van een recent model met een goede onderhoudshistorie. Zij kiezen ervoor om een ex-leaseauto aan te schaffen. Diverse leasemaatschappijen verkopen hun leaseauto's via eigen locaties of eigen occasionsites. Hiermee garanderen zij de koper dat zij de tweede eigenaar worden en er een volledige onderhoudshistorie kan worden getoond.

LeasePlan is een grote leasespeler in de markt en met drie locaties verdeeld over het land, hebben zij een ruim aanbod occasions dat dagelijks wisselt met een grote variëteit van automerken. Iedere auto is gegarandeerd van de eerste eigenaar en goed onderhouden. Meer over LeasePlan leest u verder in het magazine.

Athlon biedt bijvoorbeeld een online Occasioncenter aan. Het autoverleden van de ex-leaseauto is bekend. De auto's

zijn goed onderhouden, maar de prijzen blijven scherp. Tevens biedt Athlon de mogelijkheid van omruilgarantie. Met een gevestigde naam in de markt zijn zij een goede online speler.

De grote en middelgrote leasemaatschappijen bieden vrijwel allen hun ex-leaseauto's op locatie of online aan.

Naast de directe verkoop door leasemaatschappijen zijn er nog tal van andere initiatieven om een auto te koop aan te bieden als bedrijf of als consument.

In 2007 ging de autozoekmachine GasPedaal.nl al van start met een zeer uitgebreid occasionaanbod van de grootste Nederlandse autosites.

Autorola Fleet en Lease Veilingen biedt auto's via een online biedingsproces aan. Verkopende partijen zijn onder andere leasemaatschappijen, importeurs, fleetowners en dealerholdings. Hiermee zijn ze een grote speler in de zakelijke markt. De verkoper kan voor open of gesloten veilingen kiezen. In het laatste geval kan een importeur het dealernetwerk een exclusieve toegang verlenen of kan een leasemaatschappij een aantal voorkeurskopers een eerste kans tot kopen bieden.

Andere algemene veilingssites zijn bijvoorbeeld Ikwilvanmijnautoaf.nl en webuyanycar.com.



FleetSelect
ONLINE AUTOVEILINGEN

XPOfleet geeft fleetmanager inzicht

Ruim twaalf jaar had Jan van 't Veld in de leasebranche gezeten, toen hij enkele jaren geleden als wagenparkbeheerder bij KWS Infra begon. Er lag een mooie uitdaging voor hem; het fleetmanagement naar een hoger niveau tillen. Fleetmanagement software van XPOfleet hielp hem bij het bereiken van zijn doelen.

“Voordat ik bij KWS Infra begon, was alles hier decentraal geregeld. Het fleet management lag bij de verschillende vestigingen van KWS Infra zelf. Er was geen fleetmanagement software dus ook bijna geen inzicht in het wagenpark. Vanuit mijn achtergrond in de leasebranche weet ik echter dat ondersteunende software essentieel is. We zijn toen op zoek gegaan naar een partij die passende software kon bieden.”

Aanpassen naar de eigen wensen

Van 't Veld stuitte in zijn zoektocht op XPOfleet. Wat hem direct aansprak: “XPOfleet bood een softwareprogramma waar we toen zelf ook nog het nodige mee konden doen. We konden het zo aanpassen dat het zou voldoen aan onze eigen wensen en behoeften. Iets wat ik niet zag bij andere aanbieders die veelal standaard pakketten leverden.” Deze behoefte van KWS Infra aan een stukje eigenheid en inbreng in de ontwikkeling van de software, sloot volledig aan op de filosofie van XPOfleet, gericht op het ontwikkelen van software op basis van de vraag en behoefte van de fleet manager. Fleetmanagers zoals Van 't Veld worden

nauw betrokken in het ontwikkelproces. Van zowel de eigen op maat gemaakte toepassingen als nieuwe applicaties die XPOfleet ontwikkelt.

Digitaal archief

Dit luisteren naar de behoefte van fleetmanagers resulteerde onder andere in de ontwikkeling van de Intelliscan. Een applicatie waarmee op eenvoudige wijze een digitaal archief van een rijder of voertuig kan worden bijgehouden. Op het moment dat documenten zijn ingescand, kunnen deze automatisch worden geüpload naar het digitaal archief in de toepassing. Dat betekent dat er niet alleen één fleetmanagement overzicht is, maar ook een archief van alle relevante documenten. Gerelateerd aan de rijder en het voertuig. Het grote voordeel voor een fleetmanager is dat hiermee ook het volledige papieren dossier, zonder tijdsverlies, direct in XPOfleet beschikbaar is.

Sneller communiceren

Een andere applicatie, waar Van 't Veld zelf ook een bijdrage aan heeft geleverd, is het communicatieplatform ge-

naamd Communicator. Bij het maken van een selectie in de fleetmanagement software, zoals voertuigen in bestelling of aflopende contracten, kan direct gecommuniceerd worden met de leverancier of berijder. Deze communicatie wordt weer in het digitaal archief opgeslagen. Het is dus niet nodig om bijvoorbeeld alles via Outlook weer over te typen in het systeem. Van 't Veld: "Bij het verwerken van mijn bekeuringen, hoef ik alleen maar de betreffende berijder aan te klikken en Communicator verstuurt een gestandaardiseerd bericht."

Eenvoudige rapportages maken

Tijdsbesparing en gemak ervaart Van 't Veld ook op andere vlakken, zoals de facturatie.

"Facturen verwerken is een tijdrovende bezigheid. Met de laatste update van het programma is dat een fluitje van een cent. Invoeren van auto's, gegevens eruit halen, een rapportage draaien, het gaat allemaal veel makkelijker. Als het management een rapportage wil hebben van het een of het ander, kan ik dat nu binnen tien minuten aanleveren. Maar ook een berijdersrapportage is eenvoudig uit het systeem



te halen. Iets waar bijvoorbeeld de HR-afdeling veel gebruik van maakt voor de gesprekken met medewerkers. Op deze rapportages staat precies het aantal bekeuringen en de eventuele schade die is gereden."

Integratie van systemen

Binnen fleetmanagement komen er zo nu en dan nieuwe





leasemaatschappijen bij en wordt de samenwerking met andere partijen weer verbroken. Zo ook bij KWS Infra. “Niet zo lang geleden zijn we de samenwerking aangegaan met een nieuwe leverancier. Deze is volledig geïntegreerd in het systeem. Hierdoor kunnen we voor meerdere leveranciers, inclusief de nieuwe, dezelfde inzichten bewaken.” Om dit te realiseren laat XPOfleet leveranciers toe alle data elektronisch op te laden. Voor elke partij wordt een interface op maat gemaakt die het mogelijk maakt om de data tussen de verschillende systemen aan elkaar te koppelen. Het vervolgens centraliseren van deze integratie, voorkomt dat er een situatie ontstaat waarbij bijvoorbeeld driekwart van de fleet inzichtelijk is gemaakt maar data van nieuwe leveranciers niet inzichtelijk is.

Die integratie tussen zowel externe leveranciers en interne processen is ook belangrijk voor andere afdelingen binnen de organisatie. Vanuit XPOfleet is er een koppeling gemaakt tussen het financiële systeem en het systeem van HR. Op die manier hoeft HR mutaties niet nog eens over te typen naar het eigen systeem, wat een substantiële tijdsbesparing oplevert.

Inzicht in de vloot

Een belangrijk aspect in de rapportages die Van 't Veld aan de directie levert, is het kunnen herleiden van de kosten naar de verschillende vestigingen. XPOfleet biedt de mogelijkheid om ook op dagelijkse basis een doorberekening van de juiste kosten naar de juiste entiteit te maken. Wanneer wagens verschoven worden tussen vestigingen of tussen bestuurders, kan de vestiging een exacte uitgerekende kostenpost krijgen. Van 't Veld: “Wij hebben binnen KWS Infra één pool met de auto's van de verschillende vestigingen. Als ik

een auto van Zwolle naar Amsterdam verplaats, ziet de vestiging in Amsterdam de volgende dag dat ze er een auto bij hebben gekregen. Ze zien ook wat de kosten zijn. Deze gebundelde visie van alle kosten en baten maar ook van alle leveranciers, dankzij de integratie van systemen, geeft mij als fleet manager een helikopterview van alles wat er in het wagenpark speelt. Ik heb daarmee niet alleen een goed beeld van de dag van vandaag, het biedt mij ook op de lange termijn inzicht in de keuzes die ik heb gemaakt.”

XPOfleet lanceert XPOmobile

In mei 2015 heeft XPOfleet haar nieuwe product XPOmobile gelanceerd voor Europa.

XPOmobile is gericht op de bestuurder en heeft tot doel 'het nieuwe verplaatsen' inzichtelijk te maken, bij te dragen tot CO2-reductie, schadereductie en een algehele verlaging van de mobiliteitskosten.

Volledig geïntegreerd met XPOfleet draagt XPOmobile bij tot een maximale efficiëntie van fleet management en bewustzijn van de bestuurder. Via geautomatiseerde processen motiveert en informeert het de bestuurder maar is de toepassing flexibel genoeg om ook to the point te communiceren.



DE LUXE VAN ÉÉN BAND VOOR VIER JAARGETIJDEN



QUATRAC 5

Maximale waterafvoer

Uitstekende handling

Optimale stabiliteit

Perfekte grip



VREDESTEIN QUATRAC 5. De nieuwste generatie 4-seizoenenband. Uitstekende prestaties onder alle weersomstandigheden. 3D Grip Claws voor perfecte grip en acceleratie op sneeuw en ijs. Meer stabiliteit en verbeterde handling op droog wegdek. Uiterst slijtvast dankzij innovatief Full Silica Compound. Groen EU-bandenlabel: veilig voor mens, milieu én portemonnee!



VREDESTEIN
DESIGNED TO PROTECT YOU



VERENIGING
ZAKELIJKE RIJDERS



Wilt u meer weten over onze **onderzoeken** onder zakelijke rijders? Heeft u een **boodschap** voor onze leden?

Neem contact met ons op!