

VOLKSWAGEN DOMINEERT ZAKELIJKE VERKOPEN

Wie gaat vreemd?

Ongeveer een op de drie zakelijke rijders blijft trouw aan zijn huidige merk leaseauto. De rest overweegt 'vreemd' te gaan. Dat blijkt uit onderzoek van WDM Nederland. door Bart Kuijpers



Een keuze voor het geld?

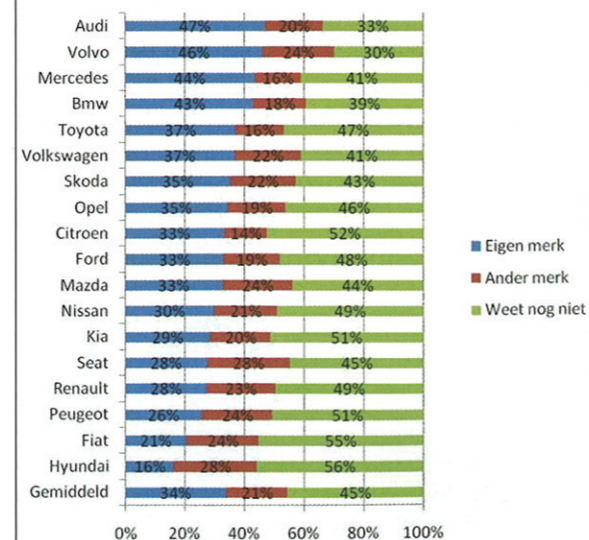


Het lukt Hyundai nog niet om een trouwe schare klanten op te bouwen.

In de zakelijke markt scoren Audi en Volvo het hoogst als het gaat om merktrouw. Bijna de helft van de leaserijders van beide merken zegt het merk trouw te blijven bij de aanschaf van een nieuwe zakelijke auto. Dat blijkt uit het Grote Consumenten Enquête 2009 van WDM Nederland. In totaal hebben 39.884 huishoudens geparticipeerd in het onderzoek, waardoor er een nauwkeurig beeld ontstaat over welke merken hoog scoren op het vlak van merktrouw. Ongeveer tien procent van de ondervraagden reed een leaseauto.

Een veelgehoorde opmerking over de leaserijder is dat hij niet merktrouw is. Als hij een nieuwe leaseauto mag uitkiezen, kijkt hij naar de meest recente modellen, niet naar het merk. De traditionele prestige-merken Mercedes, Volvo, Audi en BMW scoren hoog als het gaat om merktrouw. Toyota komt ieder jaar een stapje dichterbij, maar heeft het gat met de topvier nog niet

Wat wordt de volgende auto?



gedicht. Bij de budget- en Franse-merken is over het algemeen de merktrouw laag. Overigens is de algemene merkloyaliteit dit jaar met gemiddeld ruim dertien procent afgenomen (vijf procentpunten). De gemiddelde merktrouw ligt volgens WDM in de zakelijke markt duidelijk lager dan in de particuliere markt (34% tegen 44%). Een op de vijf zakelijke rijders weet al dat de volgende auto van een ander merk gaat zijn en weet ook welk merk. Bijna de helft van de zakelijke rijders (45%) geeft aan dat er nog geen keuze gemaakt is.

HYBRIDES

Een voorzichtige conclusie is dat een grote groep zakelijke rijders bij hun keuze rekening houdt met het dit jaar ingevoerde 20% bijtellingtarief, waardoor ze sneller bereid zijn van merk te wisselen. Interessant in dit kader is dat van de zakelijke rijders die een Honda overwegen, maar liefst 68% een Civic overweegt, bij particuliere rijders is dit maar 26%. Van de zakelijke rijders die een Toyota overwegen, is dit voor 31% een Prius (onder particulieren: 16%) Als er weer een ander bijtellingregime komt, verandert waarschijnlijk de voorkeur van deze rijders mee, en heeft met name Honda een flink probleem.

Merktrouw	2009	2008	+/- (in %)
Audi	47%	54%	-13,3
Volvo	46%	52%	-10,1
Mercedes	44%	44%	-1,0
BMW	43%	47%	-8,7
Toyota	37%	38%	-2,3
Volkswagen	37%	40%	-6,9
Opel	35%	36%	-3,6
Citroën	33%	35%	-6,0
Ford	33%	41%	-18,7
Renault	28%	33%	-15,7
Peugeot	26%	31%	-17,6
Gemiddeld	34%	39%	-13,2

BRON WDM

Audi-rijders zijn het meest loyaal aan het merk.

Verkoopcijfers t/m 30 oktober	2009	2008	+/- (in %)
Volkswagen	15.319	16.980	-9,8
Ford	10.231	13.687	-25,3
Audi	8.805	8.310	6,0
Toyota	8.735	8.647	1,0
BMW	6.386	7.885	-19,0
Opel	6.119	7.732	-20,9
Volvo	6.036	6.443	-6,3
Peugeot	5.634	12.083	-53,4
Citroën	5.539	6.683	-17,1
Honda	5.507	3.844	43,3
Renault	5.135	8.209	-37,4
Skoda	3.601	3.419	5,3
Seat	3.407	4.428	-23,1
Fiat	2.709	4.290	-36,9
Mercedes	2.258	2.723	-17,1
Nissan	1.745	1.718	1,6
Mini	1.135	1.361	-16,6
Hyundai	1.084	1.827	-40,7
Suzuki	1.024	1.147	-10,7
Mazda	926	1.614	-42,6
Kia	838	1.931	-56,6
Mitsubishi	713	1.228	-41,9
Alfa Romeo	602	1.340	-55,1
Dodge	375	439	-14,6
Lancia	348	44	690,9
Dacia	282	364	-22,5
Saab	240	783	-69,3
Chevrolet	199	1.092	-81,8
Smart	165	183	-9,8
Chrysler	134	494	-72,9
totaal	105.942	132.646	-20,1

BRON IDC DATACENTRUM

Honda moet het hebben van de hybrideverkoop.