



VER Mystery **Onderzoek 2022**

**Advies en kennis elektrisch rijden bij
auto & lease bedrijven in Nederland**

VER-Voorwoord

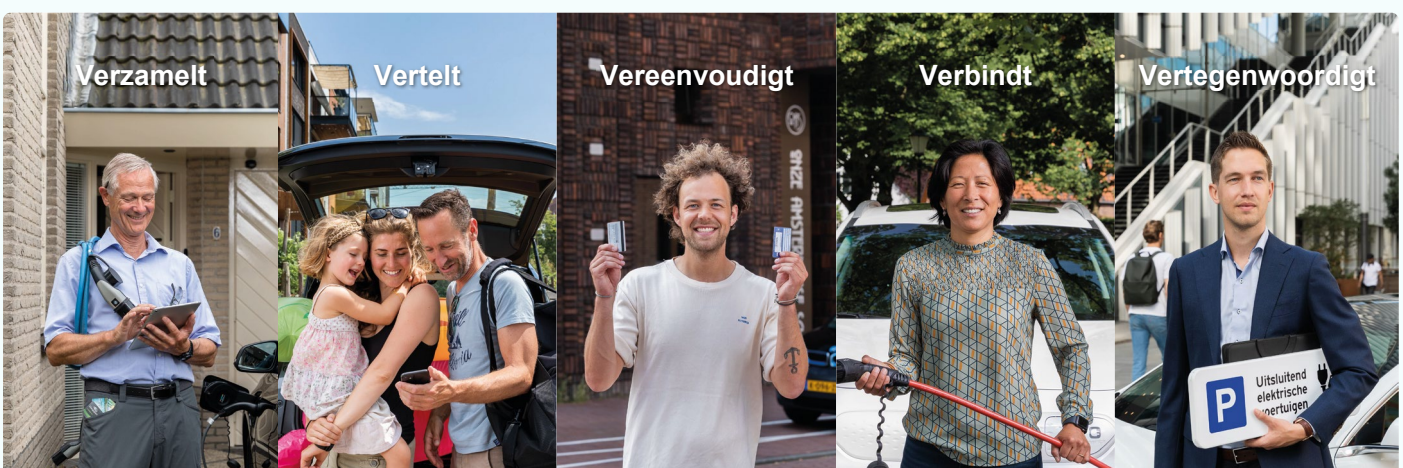
Steeds meer mensen oriënteren zich op een nieuwe of gebruikte elektrische auto. Het gaat gepaard met allemaal nieuwe vragen, zowel voor de consument als voor de autobranche. Met dit Mystery shopping onderzoek willen we de autosector helpen de stormachtige vraag naar informatie en advies bij te kunnen benen.

De Vereniging Elektrische Rijders (VER - www.evrijders.nl) groeit als kool. Steeds meer mensen rijden elektrisch en steeds meer mensen willen daarbij geholpen en gehoord worden. De VER is “De Stem” van de elektrische rijder, de onafhankelijke informatiebron en de ontmoetingsplek voor elektrische rijders. Niet alleen voor de elektrische rijders van nu, maar ook die van straks.

De VER werkt op vele fronten aan onafhankelijke en correcte EV-informatie voor huidige en toekomstige EV-rijders. Dat doen we onder andere met [De Nationale EV Helpdesk](#), [EV Trainingen voor o.a. de autobranche](#), het programma [Sturen bij je Buren](#), [het Feiten en Fabels boekje](#) en EV-rijders bijeenkomsten. Daarnaast organiseren we diverse webinars en bieden een platform aan waarin duizenden elektrische rijders hun kennis, kunde en vragen met elkaar kunnen delen. De VER behartigt de belangen van EV-rijders op lokaal, regionaal, landelijk en internationaal schaalniveau. De VER heeft ruim 11.000 leden en heeft een zeer actieve social media community. De vragen in het onderhavige mystery onderzoek zijn gebaseerd op de meest gestelde vragen van (potentiële) elektrische rijders via de Nationale EV Helpdesk en sociale media.

Met de uitkomsten van dit mystery onderzoek gaat de VER graag het gesprek aan met merkdealers, universele autobedrijven en leasemaatschappijen om samen de EV-advisering verder te verbeteren.

Wordt gratis lid!



Dé vereniging voor gebruikers van en geïnteresseerden in Elektrisch Vervoer

Inhoudsopgave

VER-Voorwoord	02
Samenvatting en Aanbevelingen Mystery shopping onderzoek EV-advies Autobranche 2022	04
1. Inleiding	08
1.1. Aanleiding	09
1.2. Doel van mystery shop	10
1.3. Opzet mystery onderzoek	11
1.4. Onderzoeksvragen	16
1.5. Beoordeling	19
2. Resultaten algemeen	21
2.1. Analyse Totaal	21
2.1.1. Mystery shops (aantal benaderingen)	21
2.1.2. Soort benadering (fysiek of telefonisch)	21
2.1.3. Resultaten (gemiddeld totaal)	22
2.2. Resultaten occasions (gemiddeld)	23
3. Resultaten en ervaringen per hoofdthema	24
3.1. Thema: Elektrisch rijden algemeen	24
3.2. Thema: Kosten	25
3.3. Thema: Laadpalen	31
3.4. Thema: Auto	36
3.5. Thema: Observaties	40
4. Conclusies & Aanbevelingen	42
4.1. Aanbevelingen	44
4.2. Ervaringen en Aanbevelingen mystery shoppers	46
4.3. Voorbeeld kennis/reacties op de gestelde vragen	47

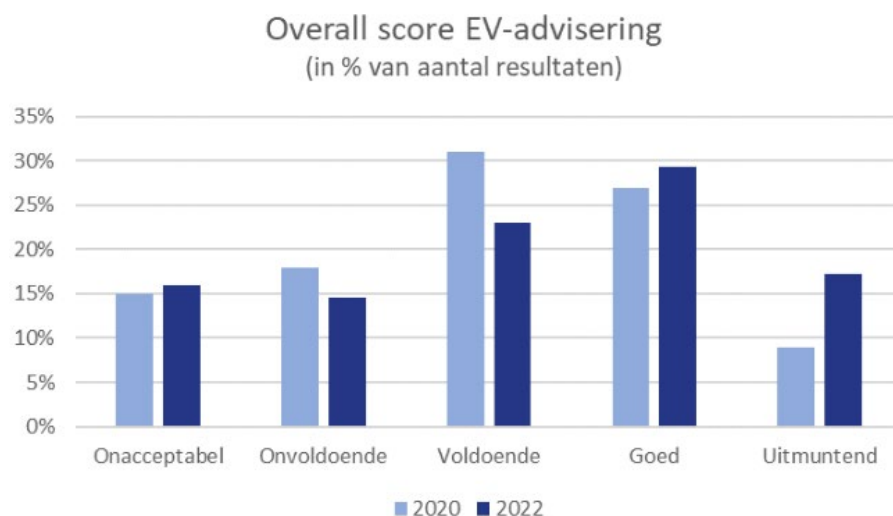
Samenvatting en Aanbevelingen Mystery shopping onderzoek EV-advies Autobranche 2022

Dit mystery shopping onderzoek is uitgevoerd door de Vereniging Elektrische Rijders en haar leden, mede mogelijk gemaakt door het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, om een beeld te krijgen hoe de autoverkoop en -lease potentiële elektrische rijders adviseert en voorlicht. Het nationale klimaatakkoord heeft hier acties en ambities op geformuleerd. Eerder buitenlands en Nederlands onderzoek was zeer kritisch over de advisering van consumenten bij de aanschaf van een elektrische auto. Dit is het derde mystery shopping onderzoek van de VER.

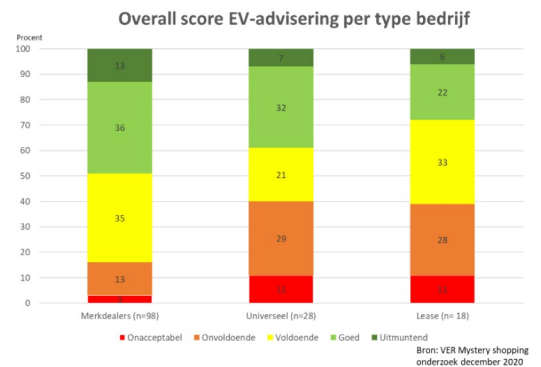
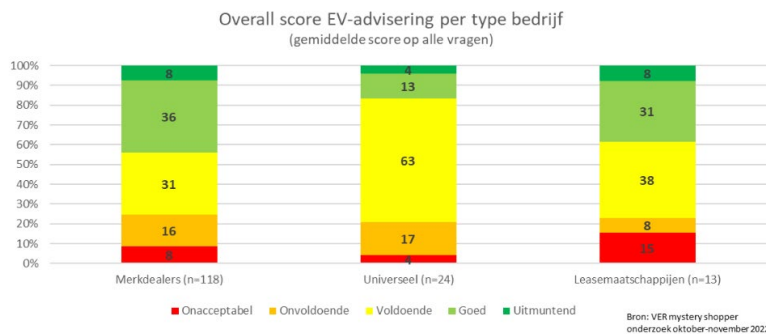
De mystery shoppers (de potentiële EV-rijders), hebben telefonisch en fysiek 159 merkdealers, universele autobedrijven en leasebedrijven benaderd, waaronder minstens 10% van de vestigingen van de 10 grootste dealer holdings van Nederland. Het onderzoek is daarmee ruim 10% groter opgezet dan het onderzoek van 2020. De 18 mystery shoppers zijn in oktober en november 2022 op pad gegaan met een vaste set aan vragen en een scorekaart. Doel van het onderzoek was om inzicht te krijgen in het EV-kennisniveau en bijbehorende advisering van de autobranche voor potentiële EV-rijders. In dit rapport worden de bevindingen van de mystery shoppers tijdens de onaangekondigde benaderingen gepresenteerd. Met de mystery shoppers zijn we gestart met twee introductiebijeenkomsten (training), gevolgd door twee check-in meetings waar de voortgang werd besproken en een eindmeeting waarin de conceptresultaten werden gepresenteerd en besproken met de aanwezige mystery shoppers en een vertegenwoordiger van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat.

Een aantal opvallende conclusies:

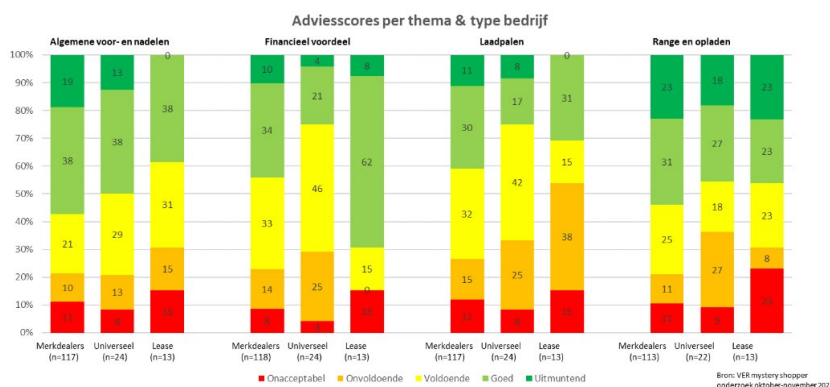
1. De kwaliteit van het advies over elektrisch rijden wisselt sterk. Vergeleken met ons eerder mystery shop onderzoek is duidelijk dat de groep die “onacceptabel” scoort gelijk is gebleven, maar dat in de andere categorieën een stevige verbetering heeft plaatsgevonden van voldoende naar meer “goed” en “uitmuntend”. Nog steeds is een deel van de verkopers te karakteriseren als echte “EV-ambassadeurs” en een deel als een “EV-amateur”.



2. Merkdealers scoorden overall in het mystery shopping onderzoek van 2020 duidelijk beter dan verkopers bij universele autobedrijven en bij leasemaatschappijen. In het huidige onderzoek zien we dat die laatste bedrijven de achterstand voor een groot deel hebben goedgehaakt. Met name de categorieën niet acceptabel en “onvoldoende” zijn kleiner en van vergelijkbare omvang als van de “Merkdealers”. Uit de resultaten specifiek betreffende de occasions blijkt dat zo’n 20% van de benaderde organisaties niet in staat is om elektrische occasions verder toe te lichten of te adviseren. De helft van de occasion verkopers scoorde goed tot uitmuntend.



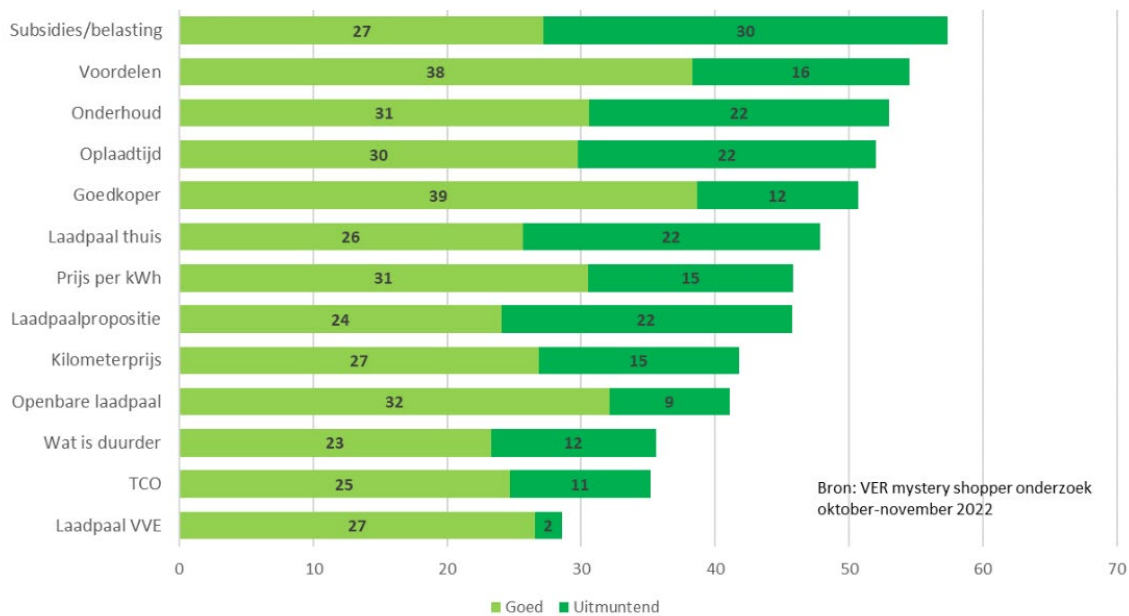
3. Gekeken naar de beantwoording op de verschillende typen vragen blijkt de advisering op hoofdlijnen voor elektrisch rijden steeds meer op orde en vergeleken met eerder onderzoek presteren de lease-en universele bedrijven veel beter. Met name de advisering rond laadpalen, opladen en TCO blijft matig. Wat scheelt deze EV mij in totale kosten over een periode van 4 jaar? Hoe een publieke laadpaal aan te vragen en hoelang duurt dat? Wat te doen als de koper in een Vereniging van Eigenaren zit met eigen parkeerruimte? Eenvoudige vragen waarop vaak geen (goed) antwoord volgde. En dan hebben we niet eens vragen in het mystery shopping onderzoek gesteld waar steeds meer EV-kopers mee rondlopen: over 1 of 3 fase laden, over koppeling met zonnepanelen, over dynamische stroomtarieven. In de advisering over financiële voordelen wordt nog vaak onjuiste informatie gegeven over de aanschafsubsidie voor een nieuwe of tweedehands elektrische auto.



Gekeken naar scores per specifiek vragen is duidelijk dat vragen over subsidie en voordelen veel beter scoren (merendeels goed tot uitmuntend) dan vragen over vve's, TCO en wat duurder is aan elektrisch rijden.

Adviesscores per onderdeel

% goed + uitmuntend advies



De belangrijkste aanbevelingen uit dit onderzoek zijn:

1. Investeer in EV-training en opleiding en koester de ambassadeur: We hebben in dit mystery onderzoek geconstateerd dat er al echte ambassadeurs rondlopen. EV-verkopers die weten waar ze het over hebben, die motiveren en weten wat de potentiële EV-rijder wil weten. Koester deze mensen, zet ze op een voetstuk binnen het bedrijf, zet ze in richting collega's. Zorg voor een Train de trainer aanpak en laat deze voorhoede collega's in deze en andere vestigingen helpen.

2. Focus bijscholing op het gebied van energie en opladen. We zien dat de algemene kennis over (de voordelen van) een elektrische auto veel beter op orde is. Elektrisch rijden gaat echter voor een groot deel niet over de auto maar over opladen, laadpassen en laadinfrastructuur. De EV-koper heeft zich juist hierin verdiept en gaat uit van een verkoper die hier professioneel in kan adviseren.

3. Goed verwijzen is beter dan fout adviseren Een Verkoper hoeft heus niet alles tot in detail te weten, maar moet op zijn minst kunnen verwijzen naar waar de juiste onafhankelijke informatie is te vinden. In hoofdstuk 4.3 van dit onderzoek staan de kernvragen en de verwachte antwoorden. Deze kunnen prima dienen als leidraad voor goed advies. Daarnaast mogen we verwachten dat de verkoper op zijn minst de eigen informatie kent zoals die vaak uitgebreid is terug te vinden op de website van de het autobedrijf. De volgende set aan bronnen is dan aan te bevelen (ook om beschikbaar te hebben in de showroom:

- [Milieu Centraal](#)
- [EV Database](#)
- [LaadpasTop10](#)
- [Nederland Elektrisch](#)
- [Feiten & Fabels boekje](#)

4. Verplichte TCO-communicatie online en in de showroom: Hier zit het voordeel van de EV. Een advies op maat van de verkoper kan hier het verschil maken. Het helpt als, zoals is opgenomen in het Klimaatakkoord, bij alle online en showroom informatie bij een auto ook altijd een indicatie staat van de gemiddelde totale kosten per maand over een periode van 4 jaar (inclusief brandstof/elektriciteit bij 10/20.000 kilometer). En dat daarnaast iedere verkoper in staat is om een TCO-advies op maat te berekenen. Zorg voor een EV (Electric Vehicle/ elektrische auto)-ICE (Internal Combustion Engine, brandstofauto) totale kostenvergelijker (tool) in de showroom. Hiervoor is een handreiking vanuit RVO beschikbaar: [TCO handreiking RVO](#)

5. De beste verkoper van een elektrisch auto is de elektrische rijder

- **Sturen bij je Buren:** De potentiële koper van een EV kan verwezen worden naar [sturenbijdeburen.nl](#) voor gratis onafhankelijk aanvullend advies en een proefrit in een model naar keuze bij een elektrisch rijder in de buurt.
- **Iedere autoverkoper heeft minimaal 1 maand elektrisch gereden:** Het komt nog te vaak voor dat de verkoper niets heeft met elektrisch rijden en er duidelijk zelf nauwelijks ervaring mee heeft. Dat blijkt uit de antwoorden die soms werden gegeven (zie de opmerkelijke antwoorden). Minimaal een maand elektrisch rijden (zonder opladen op de zaak) voorkomt dergelijke blunders van de autoverkoper en maakt dat een verkoper bijvoorbeeld weet hoe je moet opladen, hoe snel dat gaat en wat je werkelijke range is.

6. Promoten van EV-kennis op auto-opleidingen Om elektrisch rijden ook onder jongeren al een bekend onderwerp te laten zijn, is de aanbeveling om EV-kennis in keuzevakken op de auto-opleidingen te ontwikkelen en te promoten.

7. Jaarlijks mystery shopping onderzoek EV-advies: Om ook de aankomende jaren gericht het EV-kennisniveau binnen de autobranche te verbeteren, adviseert VER om jaarlijks dit onderzoek uit te voeren, opdat toekomstige EV-rijders met de juiste informatie de overstap kunnen maken naar elektrisch vervoer.

Met de uitkomsten van dit mystery onderzoek gaat de VER graag het gesprek aan met merkdealers, universele autobedrijven en leasemaatschappijen om samen de EV-advisering verder te verbeteren.

1. Inleiding

Dit mystery shopping onderzoek is uitgevoerd door de Vereniging Elektrische Rijders en haar leden, mede mogelijk gemaakt door het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, om een beeld te krijgen hoe de autoverkoop en -lease potentiële elektrische rijders adviseert en voorlicht.

Uit eerder buitenlands en Nederlands onderzoek kwam naar voren dat kennis en advies voor consumenten over elektrisch rijden van autoverkopers nog onder de maat was. Dit onderzoek had ten doel te onderzoeken of op dit vlak vooruitgang is geboekt.

Het onderzoek is uitgevoerd door leden van de Vereniging Elektrische Rijders om een beeld te krijgen hoe de autoverkoop- en leasemaatschappijen potentiële elektrische rijders adviseert en voorlicht.

In 2020 heeft de VER voor het eerst mystery shoppers ingezet om een vorm te zoeken voor het versterken van het EV-rijders perspectief en om (in)zicht te krijgen op het EV-kennisniveau en de bijbehorende advisering van de autobranche voor potentiële EV-rijders (klanten).

De mystery shoppers (de potentiële EV-rijders), hebben telefonisch en fysiek 159 merkdealers, universele autobedrijven en leasebedrijven benaderd, waaronder minstens 10% van de vestigingen van de 10 grootste dealer holdings van Nederland. Het onderzoek is daarmee ruim 10% groter opgezet dan het onderzoek van 2020. De 18 mystery shoppers zijn in oktober en november 2022 op pad gegaan met een vaste set aan vragen en een scorekaart. Met de mystery shoppers zijn we gestart met twee introductiebijeenkomsten (training), gevolgd door twee check-in meetings waar de voortgang werd besproken en werd bijgestuurd op merken en dealer holdings en een eindmeeting waarin de conceptresultaten werden gepresenteerd en besproken met de aanwezige mystery shoppers en een vertegenwoordiger van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat. In dit hoofdstuk gaan we dieper in op de aanleiding, het doel en de opzet van dit mystery shopping onderzoek.

1.1 Aanleiding

Steeds meer mensen willen elektrisch gaan rijden of hebben al gekozen voor een elektrisch voertuig. Met de toename van EV-rijders en EV-geïnteresseerden, stijgt ook het aantal prangende vragen, niet alleen voor de automobilisten zelf maar ook voor de verschillende branches die actief zijn op de EV-markt.

De aanleiding om mystery shoppers in te zetten komt voort uit de ervaringen, klachten en vragen van potentiële en huidige EV-rijders via de sociale media en De Nationale EV Helpdesk. De VER maakt zich zorgen om de EV-transitie en het EV-kennisniveau van de autobranche en het toezicht daarop.

We weten uit eerder mystery onderzoek ¹ & ² van VER dat autodealers matig presteren als het gaat om informatie verschaffen over elektrisch rijden aan consumenten. Uit eerder onderzoek uit het buitenland was dit overigens een stuk slechter. Het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM) voor het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (IenW) heeft dit in 2020 in beeld gebracht in haar rapport “Met de Stroom mee³ (zie kader). Het KIM adviseert de rijksoverheid in ditzelfde rapport om het kennisniveau van autodealers over elektrisch rijden in kaart te brengen. Met onze mystery onderzoeken geven we daar invulling aan.

Met de Stroom Mee (KIM 2020) p. 56

De consument die zich wil informeren over elektrische auto's denkt in de autodealer een ideale bron te vinden. Dit blijkt in de praktijk tegen te vallen. Zowel in de Verenigde Staten als Denemarken, Finland, IJsland, Noorwegen en Zweden zijn mystery shoppers op pad gegaan om na te gaan welke informatie autodealers verschaffen over elektrische voertuigen. In de Verenigde Staten bleken de gespecialiseerde verkopers van Tesla-auto's goed geïnformeerd en gepassioneerd. Bij traditionele dealers, die zowel elektrische voertuigen als conventionele voertuigen verkopen, lag dit anders. Deze verkopers probeerden hun klanten op andere ideeën te brengen en verkochten liever conventionele voertuigen (Ipsos RDA, 2017). Hetzelfde beeld komt naar voren in de genoemde Europese landen. De mystery shoppers bezochten 82 dealers verspreid over Denemarken, Finland, IJsland, Noorwegen en Zweden. Het bleek dat de verkopers afwijzend stonden ten opzichte van EV's, onjuiste informatie verschaffen, het gespreksonderwerp probeerden te veranderen en hun klanten ervan probeerden te overtuigen om een conventionele auto op benzine of diesel te kopen. De onderzoekers wijzen erop dat autodealers op elektrische auto's minder winst maken, dat ze er minder van weten en dat het langer duurt voor ze een elektrische auto verkocht hebben omdat ze potentiële kopers meer informatie moeten verschaffen. Om de verkoop van elektrische voertuigen te stimuleren zouden de verkopers net zoveel winst op EV's moeten kunnen maken als op conventionele voertuigen (de Rubens et al., 2018).

Ook in het Nationale Klimaatakkoord zijn acties opgenomen om de te zorgen dat verkopers van auto's voldoende meegroeien met de interesse in elektrisch rijden van hun klanten. Dit mysteryonderzoek monitort de voortgang.

¹ 2020-2021 <https://www.evrijders.nl/magazine/ver-mystery-shoppper-onderzoek-2020-2021.html>

² 2021-2022 <https://www.evrijders.nl/magazine/ver-mystery-shoppper-onderzoek.html>

³ <https://www.kimnet.nl/publicaties/rapporten/2020/07/01/met-de-stroom-mee-het-stimuleren-van-elektrisch-rijden>

Klimaatakkoord⁴:

- Partijen (BOVAG en RAI Vereniging) zorgen dat verkopers van auto's, naast de technische kennis van EV-auto's die via merken wordt uitgerold, voor zover niet aanwezig, ook kennis hebben over alle consumentenangelegenheden in Nederland in relatie tot elektrische personenauto's. Hiertoe wordt in 2019 een branche-brede opleiding ontwikkeld en aangeboden.
- Partijen (BOVAG en RAI Vereniging) ontwikkelen een duurzaam personeelsbeleid om voorbereid te zijn op de versnelling van de komst van elektrische voertuigen.
- Partijen (ANWB, BOVAG, RAI Vereniging en Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen VNA) zorgen in samenwerking met het Nationale Kennisplatform Laadinfrastructuur dat de kopers van elektrische auto's bij de aankoop van hun auto geholpen kunnen worden met de aanvraagprocedures van de gewenste laadinfrastructuur.

1.2 Doel van mystery shop

Om de ervaring van klanten zo positief mogelijk te laten verlopen helpt feedback van die klanten. Mystery shopping levert deze feedback en biedt inzicht in hoe een klant de service en specifiek het verkoopgesprek ervaart. Redenen van (on)tevredenheid van consumenten kunnen zo worden achterhaald. Uiteindelijk leidt dit tot een betere service. Met de resultaten van een mystery shop kan men gericht aan de slag om de klantgerichtheid en dienstverlenende kwaliteiten van personeel en bedrijf te verbeteren.

Met dit mystery onderzoek willen we dan ook zicht bieden in het kennisniveau van de autobranche. Met o.a. de informatie van huidige en toekomstige EV-rijders worden knelpunten in kaart gebracht om richting te geven aan mogelijke oplossingen. Zo kan “de stem van de EV-rijder” worden gehoord.

Uit onderzoek is bekend dat mystery shopping onderzoek bijdraagt aan:

- Algemene propositie verbetering: mystery shopping kan het aanbod aan de klant verbeteren.
- Extra motivatie: communiceren van resultaten (verwachtingen) door de organisatie aan medewerkers, kan leiden tot extra motivatie voor een optimale prestatie.
- Inzicht in vorderingen: er wordt inzicht verkregen in het effect van trainingsprogramma's en beleidsmaatregelen.

Met de resultaten uit dit mystery onderzoek kunnen we trends en ontwikkelingen signaleren, om later de effecten van veranderingen te kunnen evalueren en eventuele nieuwe uitdagingen te markeren. We hopen dat het rapport door autodealers en leasemaatschappijen goed wordt gelezen en gebruikt wordt om de service naar de klant op het gebied van elektrisch rijden te verbeteren. We gaan graag het gesprek hierover aan en beiden onze concrete hulp hierbij aan.

⁴ <https://www.klimaatakkoord.nl/mobiliteit>

1.3 Opzet mystery onderzoek

De vragen in het mystery onderzoek zijn gebaseerd op de meest gestelde vragen van (potentiële) elektrische rijders via de Nationale EV Helpdesk en sociale media.

De mystery shoppers zijn geselecteerd op basis van ervaring en kennis rondom elektrisch rijden. Dit is noodzakelijk, omdat iemand met nauwelijks EV-kennis niet in staat is om te beoordelen of de verstrekte adviezen en informatie correct zijn. Er zijn 18 mystery shoppers geselecteerd door de VER, meer dan ooit tevoren.

De mystery shoppers hebben bij elkaar 159 bedrijven bezocht om de EV-kennis in kaart te brengen, uitgekozen op basis van onderstaande selectiecriteria;

- (1) Spreiding door het land,
- (2) Merkdealerbedrijven, (dekking minimaal 10% van de vestigingen van de 10 grootste dealer holdings van Nederland)
- (3) Universele autobedrijven,
- (4) Leasemaatschappijen,
- (5) Mogelijkheid tot telefonische of fysieke (showroombezoek) benadering.

Er is niet gevraagd naar iemand die specifiek kennis had van elektrisch rijden. Als een verkoper aangeeft te weinig kennis te hebben en doorverwijst naar een collega met meer ervaring, wordt dit gezien als onderdeel van een goed advies.

Ondanks dat we een aanzienlijk aantal bedrijven hebben bezocht doen we geen uitspraken over verschillen tussen merken. Enerzijds omdat die verschillen tussen merken klein waren en anderzijds omdat Namen en Shamen geen doel van ons onderzoek is. We gaan graag met de uitkomsten per merk en/of organisatie het gesprek aan. We staan wel stil bij de vraag of er grote verschillen zijn te constateren tussen merkdealers, merkonafhankelijke autobedrijven en leasebedrijven.

De mystery shoppers benaderden deze organisaties met een vaste vraag- en beoordelingsformat. Zij gaven naast een beoordeling ook een beschrijving van hun klantervaring en hebben suggesties gedaan voor mogelijke aanbevelingen en adviezen voor de autobranche. De mystery shoppers hebben zich voorgedaan als potentiële EV-rijders zonder ervaring die een elektrische auto privé wilden aanschaffen, met uitzondering van de benaderde leasemaatschappijen, hier werd interesse getoond in private lease.

De mystery shoppers hebben per bedrijfsbenadering aangegeven:

1. Score per vaste vraag op EV-kennis van autoverkoper
2. Score op extra vragen op EV-kennis van autoverkoper
3. Score op algemene klantervaring kennis
4. Registratie opmerkelijke uitspraken
5. Scan online informatie dealers

Totaal aantal benaderingen door mystery shoppers:

Merkdealer bedrijven	118	(ten minste 10% van de top 15 best verkochte merken).
Universele autobedrijven	24	
Leasemaatschappijen	17	
Totaal aantal benadering	159	

Om een goed gewogen en gedegen resultaat te behalen is er een selectie gemaakt van de meest verkochte elektrische auto's tussen april 2019 en september 2022, zoals geregistreerd door de RDW.

Op basis hiervan is een lijst met meest verkochte merken samengesteld, aangevuld met enkele specifiek gekozen merken (o.a. Polestar en XPENG). Deze merken zijn gekozen omdat de VER benieuwd is of er een verschil in klantbeleving is tussen de traditionele dealerbenadering en de benadering van nieuwe spelers op de markt.

Meest verkochte elektrische auto's tussen april 2019 en september 2022.

Merk	Aantal kentekens
Tesla	54.820
Volkswagen	37.456
Hyundai	25.078
Kia	23.877
Audi	17.604
Renault	14.119
Skoda	13.229
Nissan	12.867
Peugeot	12.701
Opel	9.757
BMW I	8.741
Volvo	6.869
Polestar	6.727
BMW	5.827
Mercedes-Benz	5.694
Tesla Motors	5.304
MG	5.064
Ford	4.724
Jaguar	4.689
Mini	4.137
Fiat	3.889

Meest verkochte elektrische auto's tussen april 2019 en september 2022.

Merk	Aantal kentekens
Citroen	3.588
Mazda	2.514
Cupra	2.281
Seat	1.727
Porsche	1.713
Smart	1.692
Dacia	1.061

Bron: <https://opendata.rdw.nl/Voertuigen/Elektrische-voertuigen-vanaf-april-2019-/fwzr-f2mm>

Voor de merkdealer bedrijven hebben we ons gericht op de tien grootste dealerholdings van Nederland, gemeten naar verkoopaantallen van personen- en bestelauto's. Daarnaast zijn drie merken (Polestar, Tesla en XPENG) opgenomen, die geen gebruik maken van een dealernetwerk, maar rechtstreeks aan de klant verkopen.

Top-10 grootste dealerholdings van Nederland in 2021, gemeten naar verkoopaantallen van personen- en bestelauto's.

Bron: https://www.aumacon.nl/wp-content/uploads/2022/06/persbericht-AUMACON-Dealerholding-Top-100-Editie-2022_event.pdf

Verkoopaantallen van personen- en bestelauto's per dealer holding

2021	2020		Aantal 2021	Aantal 2020	% +/-
1	1	Van Mossel Automotive Groep	46.032	43.137	+6,7%
2	2	Dealer Groep Pon	19.612	21.737	-9,8%
3	5	Stern	16.813	17.201	-2,3%
4	3	Emil Frey Nederland	16.600	19.990	-17,0%
5	4	Broekhuis Groep	16.178	17.228	-6,4%
6	6	Louwman Dealer Group	15.403	14.226	+8,3%
7	8	Amega	12.836	10.031	+28,0%
8	9	Zeeuw & Zeeuw	11.458	9.428	+21,5%
9	11	Riva Holding	10.964	7.499	+46,2%
10	7	Wensink Automotive	10.161	10.225	-0,9%
		Top-10	176.066	170.792	+3,1%
		Top-50	299.100	301.595*	-0,8%
		Top-100	351.522	356.016*	-1,3%
		Totaal Nederland	391.274	416.457	-6,0%

Voor wat betreft de leasemaatschappijen zijn de top-10 grootste leasemaatschappijen van Nederland in 2021 gecontacteerd. De merk-gebonden leasemaatschappijen, zoals die Volkswagen, Mercedes-Benz en Renault zijn hierbij buiten beschouwing gelaten, omdat deze merken reeds via dealers benaderd worden. Het onderzoek heeft zich dus gefocust op niet-merk gebonden leasemaatschappijen. Naast deze top-10 van grootste leasemaatschappijen zijn nog enkele geselecteerde leasemaatschappijen in het onderzoek betrokken.

Bron: <https://us14.campaign-archive.com/?u=8d3d5816c165e5a3d54abea12&id=d26743c033>

Top-10 grootste leasemaatschappijen van Nederland per 06-2021, gemeten naar aantallen contracten. Wagenpark (aantal contracten)

2021	2019		Per 06-2021	Per 12-2019	% +/-
1	1	LeasePlan Nederland	188.600	189.220	-0,3%
2	2	Volkswagen Pon Financial Services	184.700	165.100	+11,9%
3	3	Athlon Car lease	117.600	113.500	+3,6%
4	5	International Car Lease Holding	91.600	83.200	+10,1%
5	4	Alphabet	82.000	88.000	-6,8%
6	6	ALD Automotive	73.867	71.963	+2,6%
7	7	Mercedes-Benz Financial Services	62.830	66.130	-5,0%
8	8	Renault Finance	50.500	49.800	+1,4%
9	13	Hiltermann Leaser	50.148	32.929	+52,3%
10	9	Arval	49.820	47.450	+50%
Top-10 (groot)			947.425	907.292	+4,4%
Top-50 (groot+middelgroot)			1.282.399	1.231.600	+4,1%
Top-51-100 (klein)			32.476	29.641	+9,6%
Totaal 100			1.314.875	1.261.241	+4,3%

N.B. alle cijfers betreffen personen- plus bestelauto's.

Bron: AUMACON Leasemaatschappij Top-100 Editie 2021



De benaderingen waren landelijk verspreid, op deze kaart is de landelijke spreiding van alle benaderingen in beeld gebracht.

In het onderzoek zijn uiteindelijk de volgende merken, dealer holdings en leasemaatschappijen meegenomen:

Merken	Dealer holdings	Leasemaatschappijen
Audi	Amega	ALD Automotive
BMW	Broekhuis Groep	Alphabet
Citroën	Dealer Groep Pon	ANWB Lease
Dacia	Emil Frey Nederland	Arvan
Ford	Louwman Dealer Groep	Athlon Car lease
Hyundai	Polestar (Merk)	Directlease
Kia	Riva Holding	DutchLease
Mercedes	Stern	Friesland Lease
MG	Tesla (Merk)	Hiltermann Lease
Nissan	Van Mossel Automotive Groep	International Car Lease
Opel	Wensink Automotive	Justlease
Peugeot	XPENG (Merk)	Leaseling
Polestar	Zeeuw & Zeeuw	LeasePlan Nederland
Renault		Mijndomein auto
Škoda		Mister Green
Tesla		Mobility Service
Toyota		Terberg Lease
Volkswagen		Wittebrug lease
Volvo		
XPENG		

Overzicht aantal vestigingen per merk van de geselecteerde dealer holdings

Merken	Merkdealer bedrijven	Mysterie bezoeken	%
Audi	18	3	17%
BMW	13	2	15%
Citroën	25	7	28%
Dacia	26	4	15%
Ford	56	12	21%
Hyundai	16	8	50%
Kia	26	8	31%
Mercedes	37	8	22%
MG	5	2	40%
Nissan	13	5	38%
Opel	52	13	25%
Peugeot	60	9	15%
Polestar	4	2	50%
Renault	36	8	22%
Škoda	18	2	11%
Tesla	9	2	22%
Toyota	23	5	22%
Volkswagen	37	9	24%
Volvo	18	7	39%
XPENG	1	1	100%

1.4 Onderzoeksvragen

Het onderzoek is gericht op het verstrekken van correctheid van informatie betreffende de volgende vragen binnen de hoofdthema's: algemene kennis, kosten, laadpalen en de specificaties van de auto.

THEMA ALGEMENE KENNIS

Vraag 1

Welke voordelen heeft elektrisch rijden?

Beoordeeld wordt op de kwaliteit van antwoorden rondom de voordelen van elektrisch rijden, specifiek het kostenvoordeel.

THEMA KOSTEN

Vraag 2

In welke opzichten is elektrisch rijden goedkoper?

Verwacht wordt dat de koper aangeeft dat het gebruik goedkoper is, specifiek de energiekosten, onderhoudskosten en belastingvoordelen.

Vraag 3

Zijn er ook zaken die duurder zijn bij elektrisch rijden?

Centraal staat hier de aanschaf van de elektrische auto en eventuele laadpaal. Daarnaast kunnen ook de verzekering of hogere bandenslijtage genoemd worden.

Vraag 4

Hoeveel goedkoper is elektriciteit ten opzichte van benzine/diesel?

Kan de verkoper een prijs per kilometer aangeven?

Vraag 5

Zijn er ook subsidies of belastingvoordelen?

Wordt aangegeven dat er SEPP subsidie is, maar dat de subsidiepot voor dit jaar leeg is?

Worden de juiste bedragen genoemd? Komt verkoper met goed advies hoe in aanmerking te komen voor SEPP subsidie? Wordt benoemd dat EVs wegenbelasting-vrij zijn tot 2025 en in 2026 voor 25% worden belast?

Vraag 6

Hoeveel lager zijn de onderhoudskosten?

Kan de verkoper een duidelijke indicatie geven van het verschil in onderhoudskosten tussen een elektrische en een brandstofauto?

Vraag 7

Kunt u een berekening maken wat deze auto mij per maand gaat kosten op basis van een bepaald kilometrage (TCO)?

Is de verkoper bereid om een berekening te maken, of heeft hij een standaardbedrag voorhanden op basis van een standaard kilometrage?

In het klimaatakkoord is afgesproken dat in de showroom naast verkoopprijzen ook altijd de totale kosten van eigendom worden gecommuniceerd. Hiervoor is een handreiking vanuit RvO beschikbaar: https://www.rvo.nl/sites/default/files/2021/11/TCO_Handreiking_DEF.pdf

THEMA LAADPALEN

Vraag 8

Wordt er een laadpaal geleverd bij aanschaf van de auto? Wat kunnen jullie hierin betekenen?

Communiqueert de verkoper duidelijk over het eventuele aanbod vanuit de dealer?

Vraag 9

Hoeveel kost het opladen van een elektrische auto?

Noemt de verkoper realistische bedragen (per kWh)? Maakt hij onderscheid tussen thuis-, publiek, en snelladen? Zegt hij iets over het energiecontract thuis en de huidige stroomprijzen?

Vraag 10

Deze vraag kan in drie varianten (10.1, 10.2 en 10.3) gesteld worden. De mystery shoppers hebben afwisselend de verschillende vragen gesteld om zo een beeld te krijgen voor diverse situaties.

Vraag 10.1

Wat kost het thuis laten installeren van een laadpunt?

Maakt de verkoper een kosteninschatting? Houdt hij rekening met eventuele graafwerkzaamheden, afstanden tot de meterkast en aanpassingen aan de meterkast?

Vraag 10.2

Waar vraag ik een openbare laadpaal aan en wat kost dit?

Verwijst de verkoper naar <https://laadpaalnodig.nl>? Geeft hij zinnige informatie over de procedure en duur van dit proces?

Vraag 10.3

Ik ben lid van een Vereniging van Eigenaren. Hoe regel ik een oplaadpunt in onze gemeenschappelijke parkeerruimte? Geeft de verkoper informatie over de VVE subsidie voor laadpuntenadvies? Verwijst hij door naar een VVE-adviseur (<https://www.evrijders.nl/vve-adviseurs>)?

THEMA AUTOTECHNISCH**Vraag 11**

Hoelang duurt het opladen?

Geeft de verkoper een realistische oplaadtijd aan? Worden de termen AC/DC gebruikt, kW/kWh, tot 80% snelladen, laadcurve?

Vraag 12

Deze vraag wordt in twee delen gesteld, 12a en 12b:

Vraag 12a

Hoe ver kan ik met deze auto rijden?

Het antwoord van de verkoper wordt vergeleken met de Real Range van [EV Database](#) voor het specifieke model en uitvoering dat is besproken.

Vraag 12b

Hoe ver kan ik minimaal met deze auto rijden, dus op de snelweg onder winterse omstandigheden.

Het antwoord van de verkoper wordt vergeleken met het Winter Snelweg bereik volgens [EV Database](#) voor het specifieke model en uitvoering dat is besproken.

Vraag 13 (alleen voor occasions)

Hoeveel garantie zit er op de batterij?

Vraag 14 (alleen voor nieuwe en leaseauto's)

Wat is de levertijd van de auto?

Het antwoord van de verkoper (in maanden) wordt genoteerd om een inzicht te krijgen in de gemiddelde levertijden per merk.

THEMA PROMOTIE EVS

Deze vragen werden niet aan de verkoper gesteld, maar worden ingevuld op basis van observaties van de mystery shopper.

Vraag 15

Hoeveel elektrische auto's zag je bij de dealer staan?

Dit is een indicatie in hoeverre het bedrijf zich al op elektrische auto's richt.

Vraag 16

Stonden de EVs op een prominente plek of meer achterin?

Ook dit is een indicatie in hoeverre het bedrijf zich al op elektrische auto's richt.

Vraag 17

Werd je uitgenodigd voor een proefrit?

Over het algemeen kan gesteld worden dat een ervaring met het rijden in een elektrische auto doorgaans als positief wordt ervaren en dus bijdraagt aan het maken van de overstap naar elektrisch rijden.

1.5 Beoordeling

De resultaten van de bezoeken zijn verwerkt in Google Sheets. De benaderde organisaties konden voor de vragen 1 t/m 11 een score per vraag krijgen van 1 t/m 5. Met een gezamenlijke training vooraf en met check-in meetings hebben we gezorgd voor zoveel mogelijk uniformiteit in het scoren van de beantwoording.

Alle mystery shoppers zijn daarnaast gevraagd opmerkelijke uitspraken te noteren van de verkoper. Dit geeft vooral een indicatie hoezeer de plank af en toe wordt misgeslagen door verkopers die presteren in de categorie "Niet acceptabel".

- 1** Gesprekspartner weet er weinig tot niets van en heeft ook weinig op met EV.
NIET ACCEPTABEL
- 2** Gesprekspartner weet er iets van, maar informatie is erg gekleurd en op hoofdlijnen. **ONVOLDOENDE**
- 3** Gesprekspartner weet er meer van en heeft antwoorden op hoofdlijnen
VOLDOENDE
- 4** Gesprekspartner heeft kennis EV op detailniveau, en vult uit eigen beweging aan.
GOED
- 5** Gesprekspartner is een echte EV-ambassadeur (met overtuigingskracht).
UITMUNTEND

Privacy

In dit onderzoek zijn in het kader van de privacy alle persoonlijke gegevens van de mystery shoppers en de gegevens van de benaderde organisaties weggehaald of onherkenbaar gemaakt. Alle individuele score formulieren met de benaderde bedrijven zijn in het bezit van de VER.

Voorbeeld resultatenformulier

	A	B	C	D
1	Bezoekgegevens	Bezoek 1	Bezoek 2	Bezoek 3
2	Nieuw of occasion	▼	▼	▼
3	Merk	▼	▼	▼
4	Model	▼	▼	▼
5	Dealer nieuwe auto/NexDrive/EDGeMobility	▼	▼	▼
6	Dealer occasion merkloze autobedrijven			
7				
8	Scores			
9	Algemeen			
10	1) Welke voordelen?	▼	▼	▼
11	Thema Kosten			
12	2) Hoe is een EV goedkoper?	▼	▼	▼
13	3) Hoe is een EV duurder?	▼	▼	▼
14	4) Energiekosten	▼	▼	▼
15	5) Belastingvoordelen	▼	▼	▼
16	6) Onderhoudskosten	▼	▼	▼
17	7) Berekening kosten/maand	▼	▼	▼
18	Thema Laadpalen			
19	8) Laadpaal bij aankoop?	▼	▼	▼
20	9) Hoeveel kost opladen?	▼	▼	▼
21	10.1) Kosten oplaadpunt (keuze 1)	▼	▼	▼
22	10.2) Openbare laadpaal (keuze 2)	▼	▼	▼
23	10.3) Laadpaal bij VVE (keuze 3)	▼	▼	▼
24	Thema Auto			
25	11) Hoe lang duurt het opladen?	▼	▼	▼
26	12a) Hoe ver kan ik met deze auto rijden?			
27	12b) Hoe ver kom ik minimaal?			
28	13) Hoeveel garantie zit er op de batterij?			
29	14) Wat is de levertijd (in maanden)?			
30	Thema Promotie EVs			
31	15) Hoeveel EVs stonden bij de dealer?	▼	▼	▼
32	16) EVs op prominente plaats?	▼	▼	▼
33	17) Werd je uitgenodigd voor een proefrit?	▼	▼	▼
34				
35	Quote/extra vraag/opmerkelijke informatie			

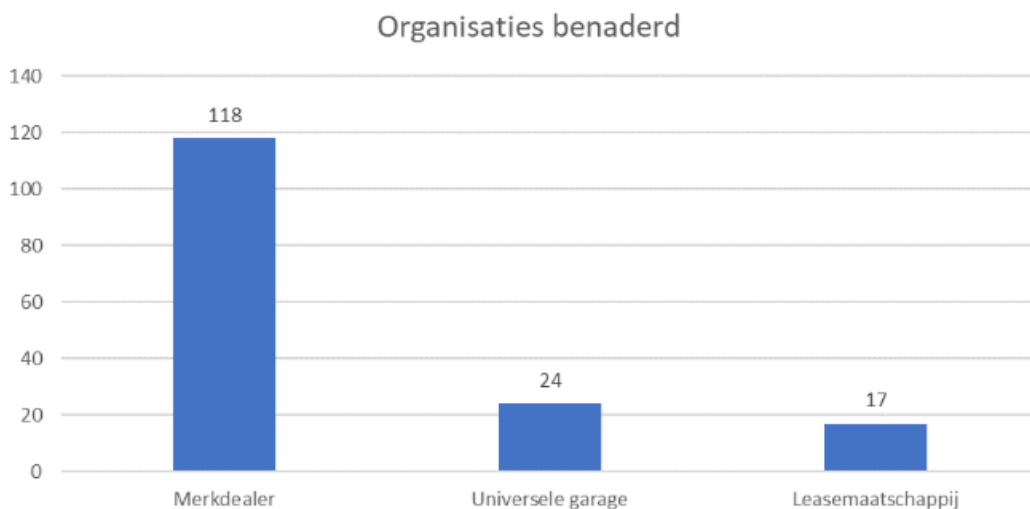
2. Resultaten algemeen

In dit hoofdstuk worden de resultaten en de analyse van het mystery shopping onderzoek beschreven. In dit hoofdstuk laten we eerst de overall resultaten zien (Hoofdstuk 2.1), waarna we dieper ingaan op de scores per vraag en per type bedrijf (Hoofdstuk 0).

2.1 Analyse Totaal

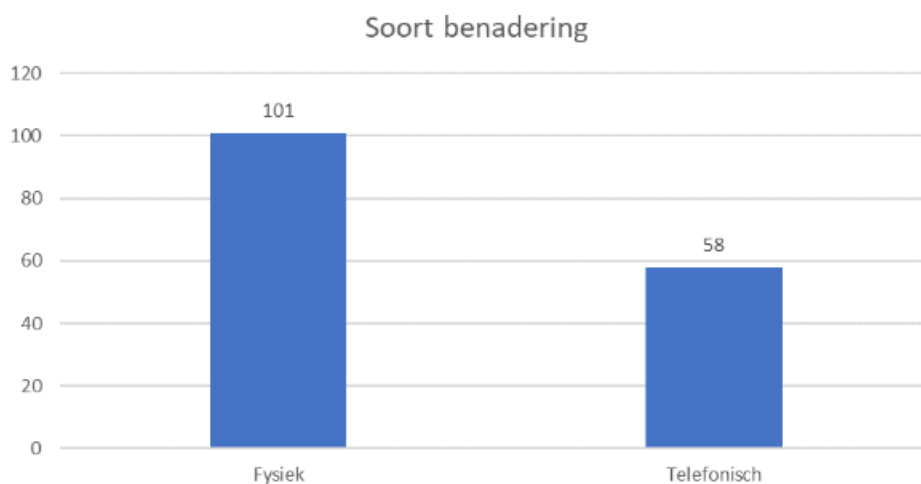
In deze paragraaf beantwoorden we de vraag: Hoeveel en welk type bedrijven hebben we (hoe) benaderd en wat is in zijn algemeenheid de kwaliteit van de antwoorden?

2.1.1. Mystery shops (aantal benaderingen)



2.1.2. Soort benadering (fysiek of telefonisch)

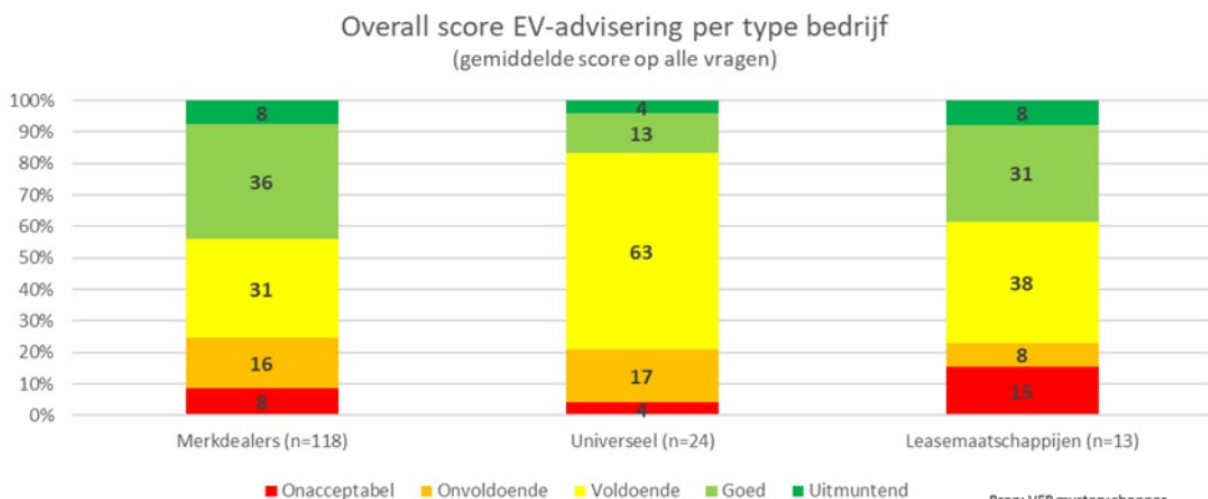
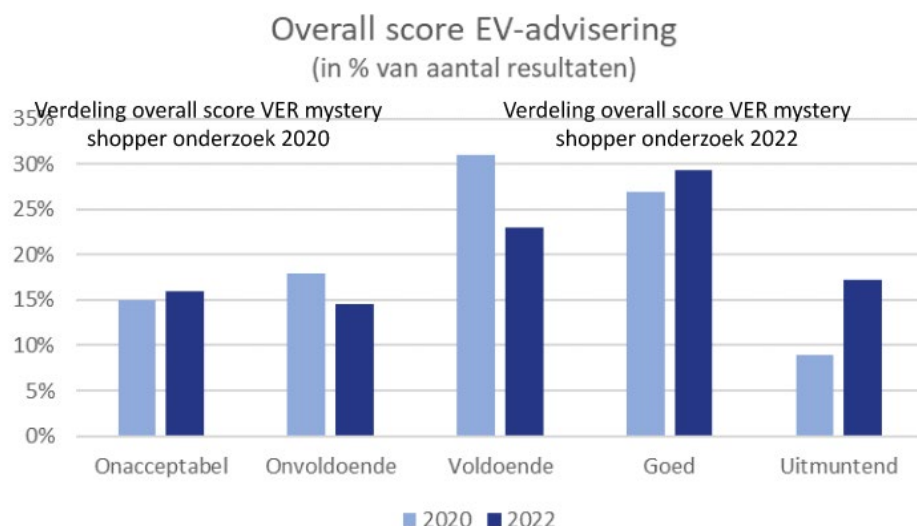
Het merendeel van de bezoeken was fysiek, maar een deel van de dealers en alle leasebedrijven zijn telefonisch benaderd.



2.1.3. Resultaten (gemiddeld totaal)

Globaal is te zeggen dat gemiddeld bijna de helft van de bedrijven het goed tot uitmuntend doet, een kwart het voldoende doet en een derde slecht tot niet acceptabel presteert op de EV-advisering. We zien hier dat de merkdealers over het geheel genomen beter scoren dan de universeel bedrijven en de leasebedrijven.

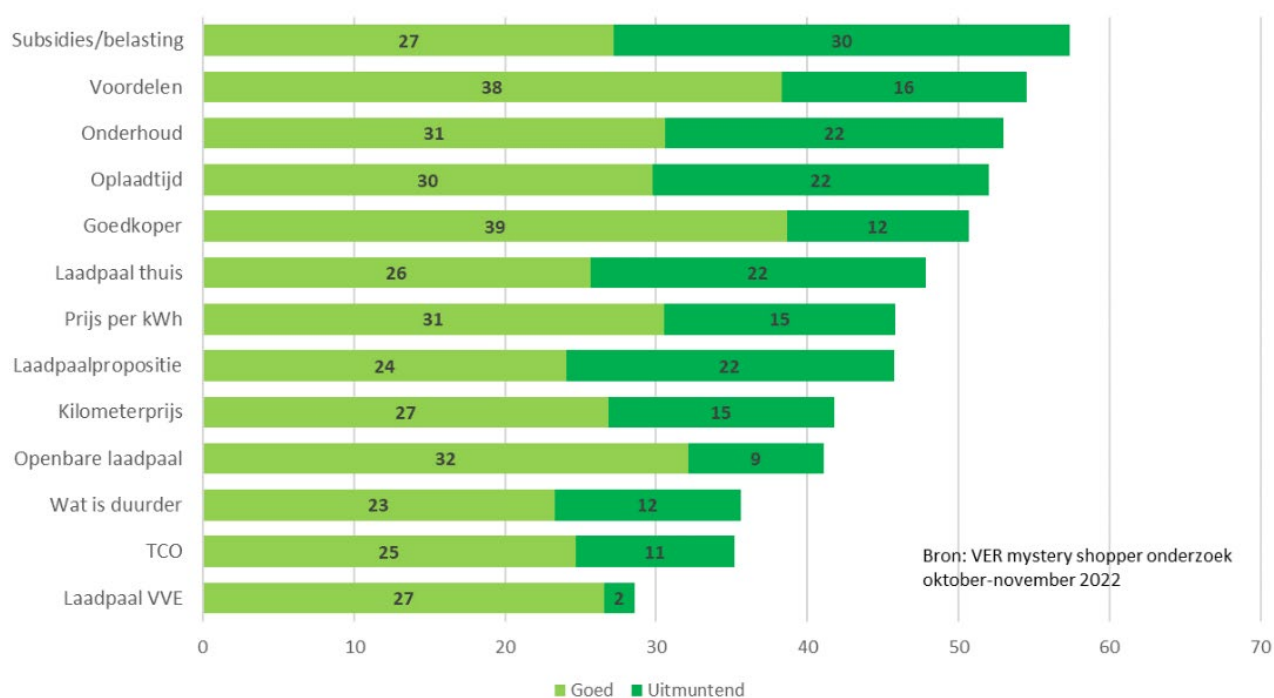
Vergeleken met het vorige mystery onderzoek zien we dat vooral veel bedrijven van voldoende naar goed tot uitmuntend zijn gegaan. Het aandeel slecht presterende bedrijven is nagenoeg gelijk gebleven.



Bron: VER mystery shopper
onderzoek oktober-november 2022

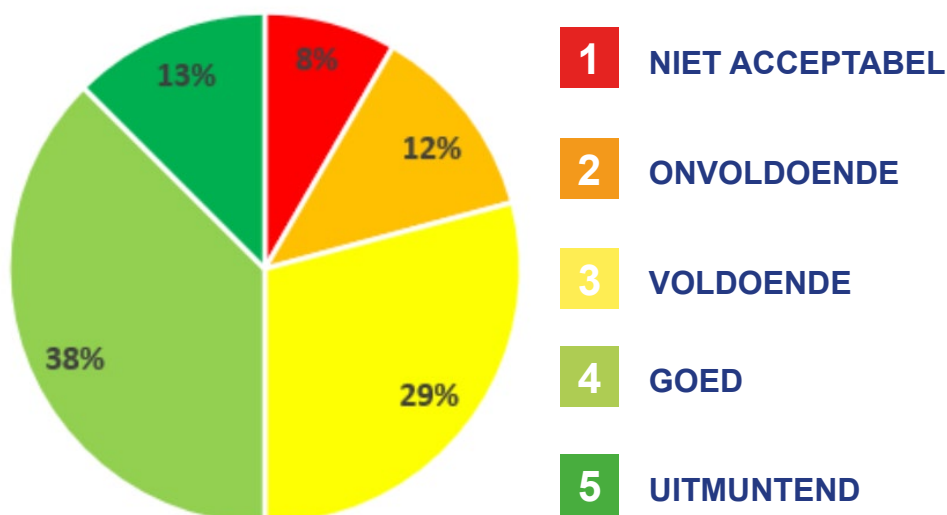
Adviescores per onderdeel

% goed + uitmuntend advies



2.2 Resultaten occasions (gemiddeld)

Uit de resultaten specifiek betreffende de occasions blijkt dat zo'n 20% van de benaderde organisaties niet in staat is om elektrische occasions verder toe te lichten of te adviseren. De helft van de occasion verkopers scoorde goed tot uitmuntend.



3. Resultaten en ervaringen per hoofdthema

Voor de analyse hebben we per Thema en Vraag gekeken naar de scores gemiddeld voor alle bedrijven en vervolgens uitgesplitst per type bedrijf (merk, universeel, lease). Ter illustratie hebben we per vraag ook voorbeelden opgenomen van opmerkelijke antwoorden van de autoverkopers.

3.1 Thema: Elektrisch rijden algemeen

Vraag 1:

Ik overweeg elektrisch te gaan rijden, wat zijn volgens u de voordelen van elektrisch rijden?

Deze vraag is gesteld om een algemene indruk te verkrijgen van de EV-kennis van de verkoper en de mate van affectie met elektrisch rijden. Uit buitenlands onderzoek bleek dat de verkopers afwijzend stonden ten opzichte van EV's, onjuiste informatie verschaffen, het gespreksonderwerp probeerden te veranderen en hun klanten ervan probeerden te overtuigen om een conventionele auto op benzine of diesel te kopen. Er werd met name op gelet of de verkopers het kostenvoordeel benadrukten.

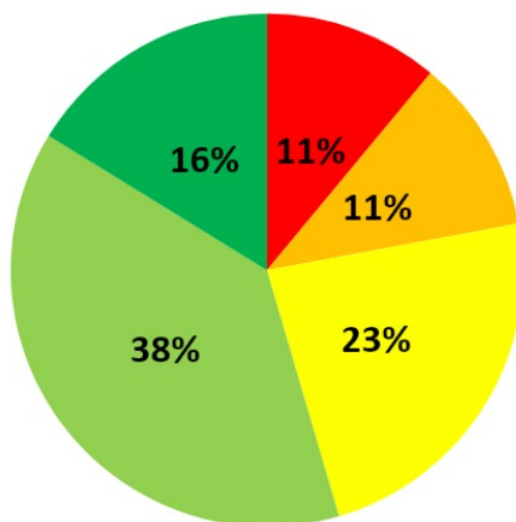
Ruim de helft van de verkopers kan goed aangeven wat de voordelen van elektrisch rijden zijn. Het kostenvoordeel wordt meestal genoemd. Het rijcomfort en het milieuvoordeel zijn ook veel genoemde pluspunten.

Opmerkelijke antwoorden;

“Als je geen zonnepanelen hebt, heeft het geen zin om elektrisch te rijden.”

“Het is anders rijden maar ook weer niet. Ervaring na een paar weken leert alles. Rijdt zelf elektrisch, wil nooit meer terug.”

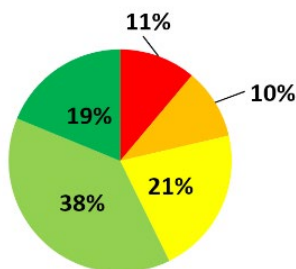
“Elektrisch rijden is de toekomst.”



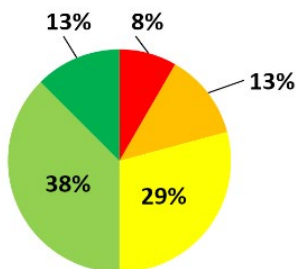
Resultaten per type bedrijf

De leasemaatschappijen komen hier wat minder goed uit de verf. Zowel bij de merk- als universele dealers scoort ruim 20% onvoldoende/niet acceptabel. Bij de leasemaatschappijen is dit zelfs 30%. Geen van de leasemaatschappijen scoort uitmuntend. Het advies varieert enorm van zeer negatief tot zeer positief.

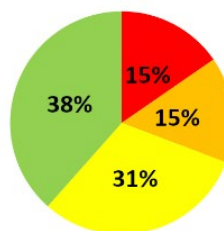
Merkdealer:



Universeel:



Leasemaatschappij:



3.2 Thema: Kosten

Vraag 2:

In welke opzichten is elektrisch rijden goedkoper?

De perceptie van elektrische auto's is dat ze duur zijn en daardoor niet bereikbaar voor het grote publiek. De operationele kosten zijn echter duidelijk lager dan die van vergelijkbare brandstof auto's. Deze vraag is gesteld om erachter te komen of de verkoper dit kostenvoordeel kan uitleggen.

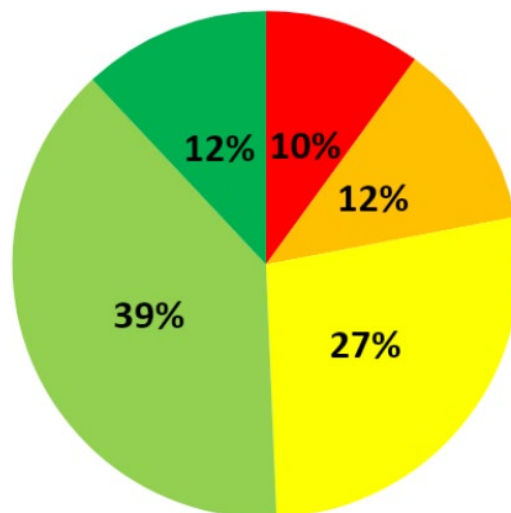
Ruim de helft van de verkopers scoort hier goed of uitmuntend.

Opmerkelijke antwoorden;

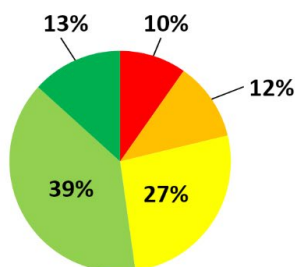
“Negatief advies: te duur voor u als particulier, hou uw centjes maar lekker op zak.”

Resultaten per type bedrijf

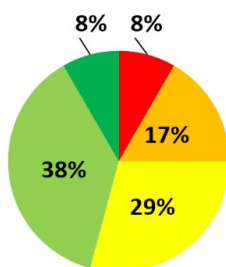
Bijna een kwart van de verkopers scoort onvoldoende of niet acceptabel. De merkdealers scoren het best. Standaard wordt onderhoud en belastingen als lagere kostenposten genoemd.



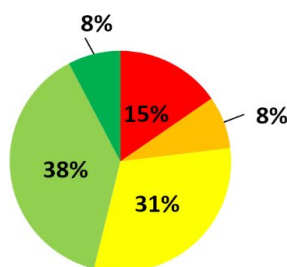
Merkdealer:



Universeel:



Leasemaatschappij:



Vraag 3:

Zijn er ook kosten die hoger zijn bij elektrisch rijden?

De aanschafprijs van een elektrische auto ligt doorgaans hoger dan die van een vergelijkbare brandstofauto. Ook de verzekering kan duurder zijn en door het hogere motorvermogen kunnen de banden korter meegaan. Met deze vraag onderzoeken we of de verkoper eerlijk is over de op sommige punten hogere kosten en hoe hij dat afweegt tegen over het algemeen lagere operationele kosten.

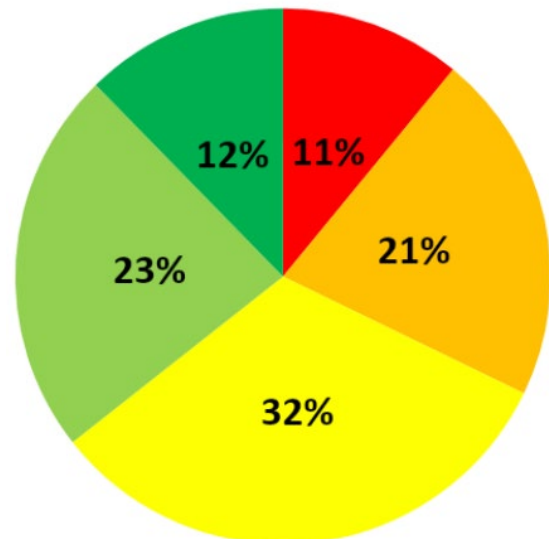
Op deze vraag wordt niet zo goed gescoord, slechts ruim een derde scoort goed of uitmuntend. Factoren die het meest genoemd worden zijn de hogere aanschafprijs en de laadpaal die aangeschaft moet worden. Een enkeling noemt bandenslijtage, maar verschillende verkopers geven ook aan dat er helemaal geen verschil in bandenslijtage is.

Opmerkelijke antwoorden;

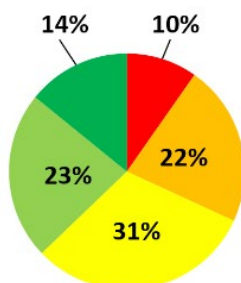
“Tweedehands Auto’s blijven steeds meer waard, mensen worden angstig voor milieuzones.” “Elke 20.000 km de banden vervangen.”

Resultaten per type bedrijf

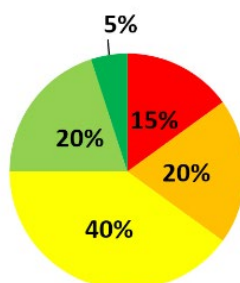
Vooraf universele autoverkopers scoren het slechtst op deze vraag.



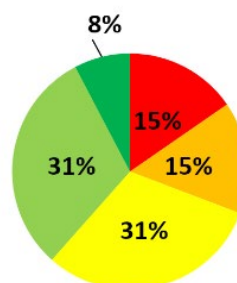
Merkdealer:



Universeel:



Leasemaatschappij:



Vraag 4:

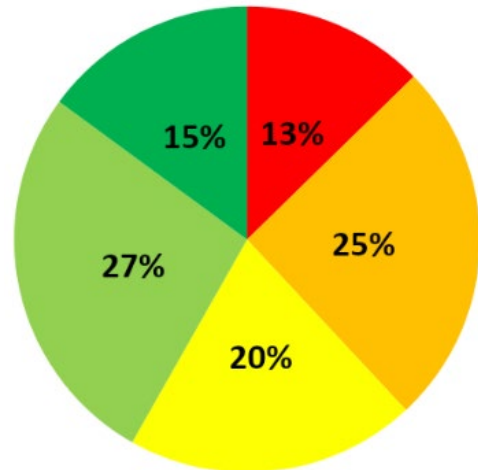
Hoeveel goedkoper is elektrisch rijden vergeleken met een brandstofauto? Kunt u een bedrag per kilometer geven?

Door de hogere aanschafprijs en lagere operationele kosten wordt een elektrische auto financieel gezien interessanter naarmate er meer mee wordt gereden. Kan de verkoper een inschatting geven van de kosten per kilometer en die vergelijken met die van een brandstofauto?

Op deze vraag wordt niet heel goed gescoord, bijna 40% van de antwoorden is onvoldoende tot niet acceptabel te noemen. Bedragen per kilometer worden nauwelijks genoemd.

Opmerkelijke antwoorden;

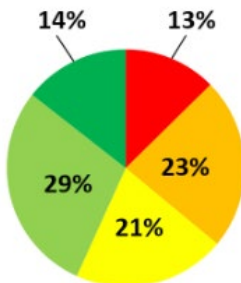
“Beter wachten op waterstof wellicht was zijn verhaal, reden er in Nieuwegein al heel wat van rond en nu al 24 tankstations in NL”



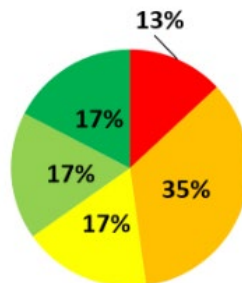
Resultaten per type bedrijf

Vooraf universele autoverkopers scoren het slechtst op deze vraag. De helft van de verkopers kan geen bedrag per kilometer noemen. Deze vraag is bij leasemaatschappijen niet gesteld.

Merkdealer:



Universeel:



Vraag 5:

Welke belastingvoordelen of subsidies zijn er?

De overheid stimuleert het elektrisch vervoer door middel van subsidies en belastingkortingen. In hoeverre is de verkoper op de hoogte van die subsidies, de duur daarvan en de relevante bedragen? Deze vraag is meegenomen vanwege de vele vragen bij zowel De Nationale EV Helpdesk als via de Facebookgroep van VER. Niet alle potentiële en toekomstige EV-rijders zijn bekend met de Subsidie Elektrische Personenauto's Particulieren (SEPP regeling) en de voorwaarden hiervan. Voor nieuwe elektrische voertuigen is de SEPP regeling voor 2022 gesloten per 31 mei. Voor occasions is de SEPP regeling vanaf 7 juli 2022 gesloten. Vanaf 10 januari 2023 kan er weer subsidie worden aangevraagd.

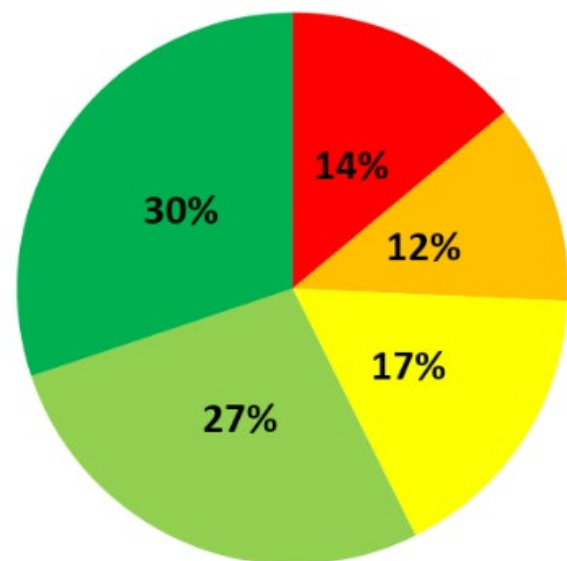
Ruim de helft van de verkopers scoort goed of uitmuntend op deze vraag. Over het algemeen is men op de hoogte van het ontbreken van de wegenbelasting en de SEPP subsidie. De meningen over wat er na 2025 met de wegenbelasting gaat gebeuren verschillen nogal. Sommige verkopers noemen het kwart-tarief. Niemand stipt rekeningrijden aan. De hoogte van de SEPP subsidie varieert nogal bij de verschillende verkopers.

Opmerkelijke antwoorden;

“Als u nu bestelt, dan stellen we in januari een koopcontract op voor de subsidie.”

“Ze werken met voorlopige aanvragen die dan op 1 jan naar definitieve aanvraag wordt omgezet zodat je dan ook subsidie kan aanvragen.”

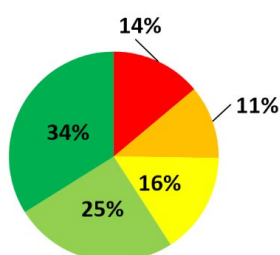
“Subsidiebedrag voor particulieren was raden, wel werd de wegenbelasting genoemd.”



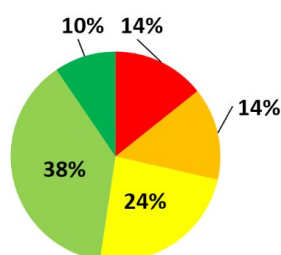
Resultaten per type bedrijf

Vooraf de merkdealers zijn goed op de hoogte van de belastingvoordelen. 59% van de verkopers scoort goed tot uitmuntend. Toch scoort een kwart onvoldoende/niet acceptabel. De merkdealers stellen zeer vaak voor om de auto te bestellen om vervolgens in januari het koopcontract op te stellen in verband met de SEPP-subsidie die vanaf januari weer beschikbaar is. Dit zal ongetwijfeld beïnvloed zijn door de periode waarin het onderzoek is uitgevoerd, namelijk oktober-november 2022. De SEPP-subsidiepot was toen inmiddels leeg. Bij de universele dealers scoort 28% onvoldoende/niet acceptabel. Deze vraag is bij leasemaatschappijen niet gesteld.

Merkdealer:



Universeel:



Vraag 6:

Hoeveel lager zijn de onderhoudskosten ten opzichte van een brandstofauto?

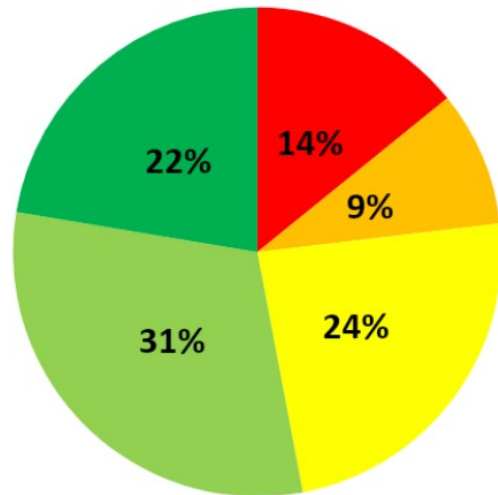
Aangezien een elektrische auto minder bewegende delen heeft dan een brandstofauto zijn de onderhoudskosten doorgaans lager. Kan de verkoper het verschil kwantificeren? Geeft hij een onderbouwde vergelijking of blijft het bij algemeenheden?

Iets meer dan de helft van de verkopers beantwoordde deze vraag naar tevredenheid. Veel verkopers noemen een bedrag voor een jaarlijkse onderhoudsbeurt, er wordt ook vaak gezegd dat er minder onderdelen in een EV zitten en dat daarom het onderhoud minder kost.

Opmerkelijke antwoorden;

“Remmen moeten minder snel vervangen worden, remt op de motor.”

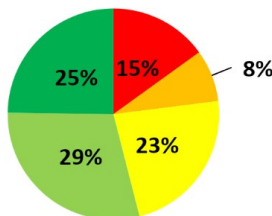
“Oude cellen zijn los te vervangen.”



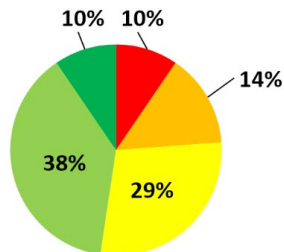
Resultaten per type bedrijf

Merkdealers scoren op deze vraag wat beter dan universele bedrijven. Bij universele bedrijven scoort ongeveer een kwart onvoldoende/niet acceptabel.

Merkdealer:



Universeel:

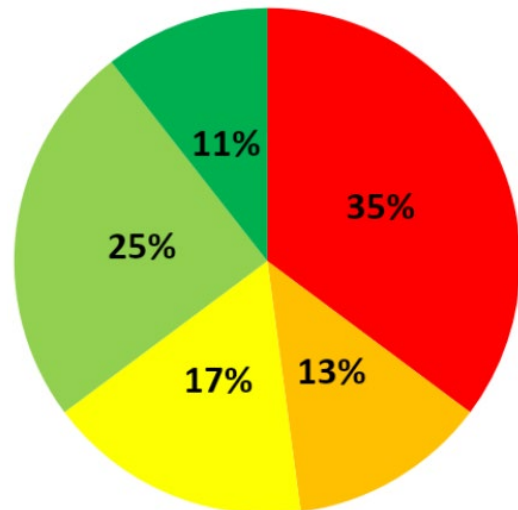


Vraag 7:

Kunt u een berekening maken van de maandelijkse kosten op basis van mijn kilometrage?

In het klimaatakkoord is afgesproken dat in de showroom een TCO-berekening getoond moet kunnen worden op basis van een standaard aantal kilometers. Is de verkoper bereid om een TCO-berekening te laten zien, al dan niet gebaseerd op een standaard kilometrage?

In tegenstelling tot de afspraken in het klimaatakkoord zijn TCO-berekeningen niet te vinden in showrooms. Een enkele verkoper maakt de berekening, soms op basis van slechts enkele kostencategorieën. Een TCO-berekening op basis van een standaard kilometrage was meestal niet voorhanden. Dit is met afstand de slechtst beantwoorde vraag. De helft van de verkopers scoorde onvoldoende, waarvan 35% niet acceptabel. Slechts een derde scoorde goed of uitmuntend.



Opmerkelijke antwoorden;

“Verkoper was van mening dat gebruikskosten maar moeilijk te berekenen waren.”

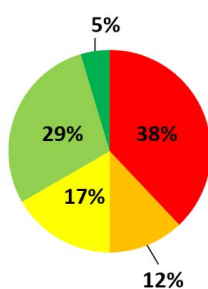
“Voor de TCO werd een artikel op Autoweek erbij gehaald. Dat is een geweldige site!”

“Wilde geen enkele ondersteuning bieden bij het berekenen van de maandelijkse kosten. Dat is namelijk te veel afhankelijk van de individuele situatie.”

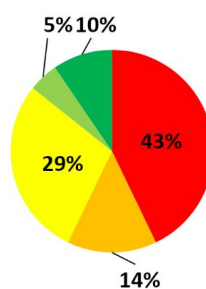
Resultaten per type bedrijf

Leasemaatschappijen scoren op deze vraag over het algemeen goed/uitmuntend. Aangezien leasemaatschappijen vooral werken met maandelijkse termijnen mag dit ook verwacht worden. Zowel universele als merkdealers scoren zeer slecht op dit punt.

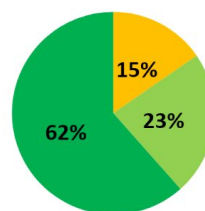
Merkdealer:



Universeel:



Leasemaatschappij:



3.3 Thema: Laadpalen

Vraag 8:

Krijg je ook een laadpaal bij de aankoop van de auto en wat kunnen jullie hierin betekenen?

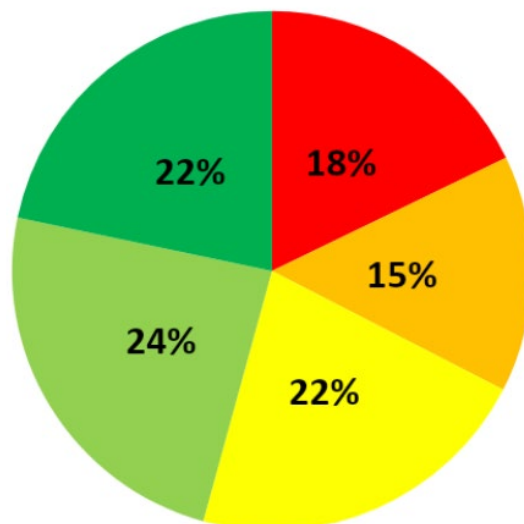
Veel autobedrijven hebben een laad propositie in hun aanbod. In hoeverre is de verkoper in staat de laad propositie en de kosten daarvan toe te lichten? Deze vraag is meegenomen vanwege de vele vragen bij zowel De Nationale EV Helpdesk als via de Facebookgroep van de VER. Toekomstige EV rijders stellen geregeld de vraag waar zij een laadpunt kunnen aanschaffen en welke het beste is. Met name vragen over de laadinfrastructuur voor net nieuw bestelde voertuigen komt veel voor.

Een derde van de verkopers had geen laadpaal propositie of wist deze niet goed uit te leggen.

Opmerkelijke antwoorden;

“Biedt aanvraag + installatie laadpaal thuis aan (installatie door Eneco) voor 1600 euro fixed.”

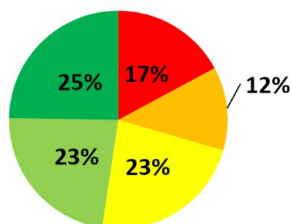
“Wij verkopen ook geen benzinepomp.”



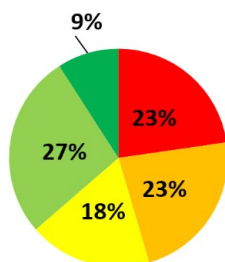
Resultaten per type bedrijf

Deze vraag is bij leasemaatschappijen te weinig gesteld en daarom niet opgenomen. Merkdealers scoren duidelijk beter dan universele dealers.

Merkdealer:



Universeel:

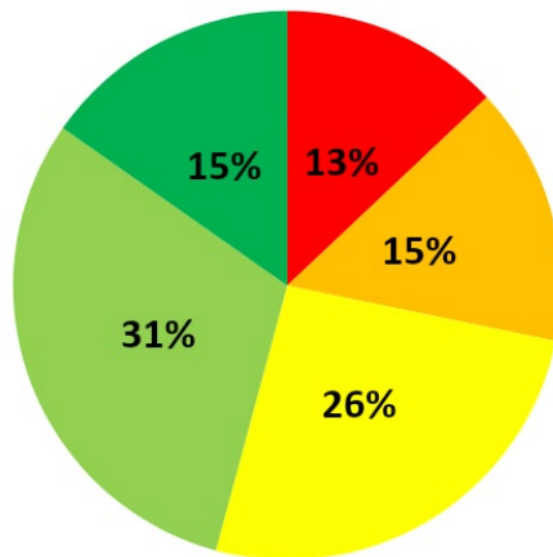


Vraag 9:

Hoeveel kost het opladen van een elektrische auto?

De kosten per kWh lopen flink uiteen, afhankelijk van het energiecontract, het type laadpaal (thuis/publiek/snellader) en de gebruikte laadpas. Heeft de verkoper inzicht in die verschillen, vraagt hij door naar de persoonlijke situatie, zoals de stroomtarieven thuis en kan hij advies geven om de laadkosten in de hand te houden? Deze vraag is meegenomen vanwege de vele vragen bij zowel De Nationale EV Helpdesk als via de Facebookgroep van VER. Toekomstige EV rijders stellen geregeld de vraag wat de kosten zijn van het laden thuis, snel laden onderweg of op de zaak. Aangezien dit een duidelijk voordeel is van het elektrisch rijden is de hypothese dat verkopers dit argument goed naar voren brengen.

46% van de verkopers scoorde hier goed/uitmuntend. Vaak leek men naar kWh-prijzen te raden. Er werden te lage of juist erg hoge prijzen genoemd. Er werd weinig advies gegeven over manieren om laadkosten in de hand te houden. Er werd niet doorgevraagd over het energiecontract van de koper. Er werd niet of nauwelijks naar Laadpastop10 of andere laadpas vergelijkingssites verwezen.



Opmerkelijke antwoorden;

“Snelladen is net zo duur als benzine.”

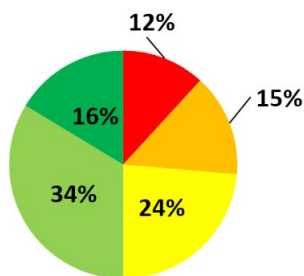
“Mercedes laadpas doet het overal, maar meerdere passen zijn zeker handig.”

“Kosten openbaar laden zijn kielekiele met de huidige prijzen.”

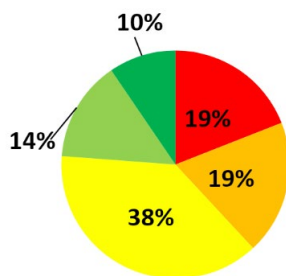
Resultaten per type bedrijf

Voor al universele bedrijven scoren slecht op dit punt. Niet meer dan een kwart krijgt een goede of uitstekende beoordeling. Leasebedrijven zijn op dit punt niet bevraagd.

Merkdealer:



Universeel:



Vraag 10.1:

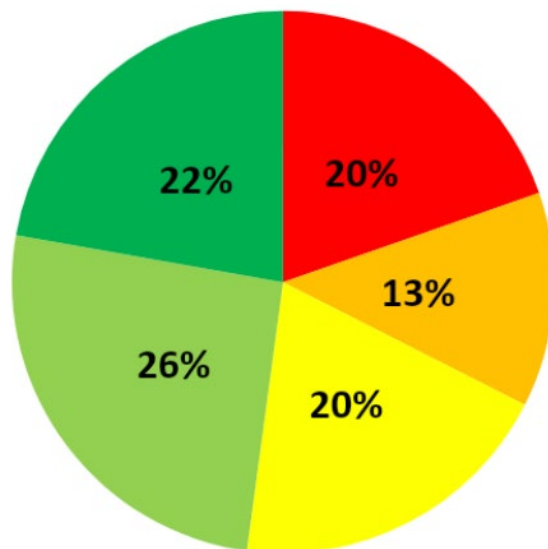
Wat kost het thuis laten installeren van een oplaadpunt?

De kosten voor een laadpaal installatie kunnen flink uiteenlopen, afhankelijk van de functionaliteit van de laadpaal, de afstand tot de meterkast en eventuele graafwerkzaamheden of aanpassingen aan de meterkast. Kan de verkoper een inschatting maken aan de hand van de situatie van de mystery shopper? Deze vraag is meegenomen vanwege de vele vragen bij zowel De Nationale EV Helpdesk als via de Facebookgroep van VER. Toekomstige EV rijders stellen geregeld de vraag waar zij een laadpunt kunnen aanschaffen en welke het beste is. Met name vragen over de laadinfrastructuur voor net nieuw bestelde voertuigen komt veel voor.

Een derde van de verkopers scoorde onvoldoende of niet acceptabel. Er werd weinig doorgevraagd naar de thuissituatie, zoals de afstand tot de meterkast of aantal fasen van de huisaansluiting.

Opmerkelijke antwoorden;

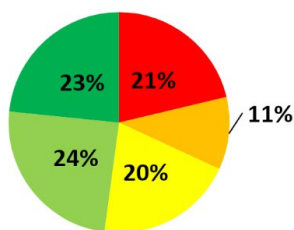
“V2G ‘Vehicle to Grid’ schatte hij pas in toepasbaar over 5-10 jaar.”



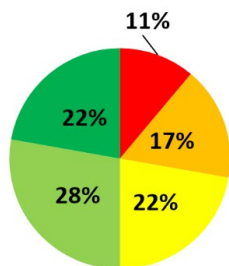
Resultaten per type bedrijf

Opvallend genoeg lijken universele dealers hier iets beter te scoren. Deze vraag is te weinig gesteld aan leasemaatschappijen om een oordeel te kunnen geven.

Merkdealer:



Universeel:

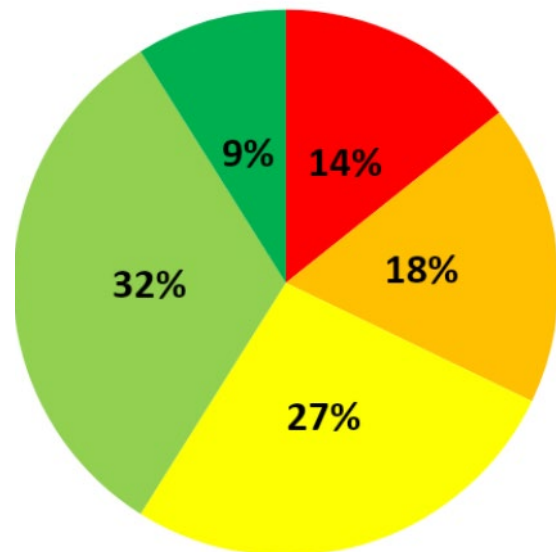


Vraag 10.2:

Ik kan thuis of bij mijn werk geen oplaadpunt laten plaatsen. Waar vraag ik een openbare laadpaal aan en wat kost dit?

Een openbare laadpaal kan worden aangevraagd via laadpaalnodig.nl. In hoeverre is de verkoper bekend met deze website en verwijst hij de koper naar de website? Kan de verkoper informatie geven over het proces en de doorlooptijd? Deze vraag is meegenomen vanwege de vele vragen bij zowel De Nationale EV Helpdesk als via de Facebookgroep van VER. Veel EV rijders zijn niet op de hoogte van de mogelijkheid om een publiek laadpunt aan te vragen bij de gemeente of bij laadpaalnodig.nl. Aan tafel van het Klimaatakkoord is beloofd dat autobedrijven mensen zouden helpen bij het aanvragen van een (publieke) laadpaal.

Op deze vraag werd vrij slecht gescoord. Een derde scoorde onvoldoende/niet acceptabel. Daarnaast gaf nog eens 27% wel een antwoord, maar zonder op details in te gaan. De website laadpaalnodig.nl werd nauwelijks genoemd. Er werd regelmatig commentaar geleverd op de lange doorlooptijden bij het aanvragen van openbare laadpalen.



Opmerkelijke antwoorden;

“Aanvraag openbare laadpaal via gemeente duurt 1-3 jaar. De gemeente is heel lastig.”

“Sommige gemeenten geven subsidie op laadpalen.”

“Nadeel van buiten de deur laden is dat je kabel nat en vuil wordt.” laadpaal kon niet bij de gemeente, na aandringen misschien... We konden beter benzine of hybride gaan rijden.”

“Openbare laadpaal aanvragen wordt niets. Geen laadpaal? Koop dan een hybride.”

“Beter investeren in een nieuw huis, zorg eerst maar voor de infrastructuur!”

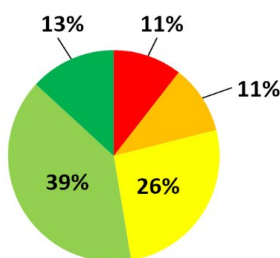
“Alle laadpalen op straat waren niets (kost parkeerruimte). Aanvragen van een publieke laadpaal kon niet bij de gemeente, na aandringen misschien... We konden beter benzine of hybride gaan rijden.”

“ik heb aangegeven dat ik geen oprit heb dus een laadpaal nodig heb voor in de straat. Ik

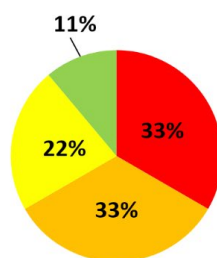
Resultaten per type bedrijf

Merkdealers scoren duidelijk beter dan universele bedrijven en leasemaatschappijen.

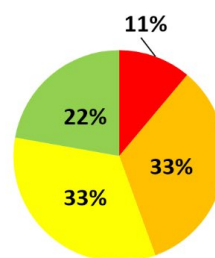
Merkdealer:



Universeel:



Leasemaatschappij:

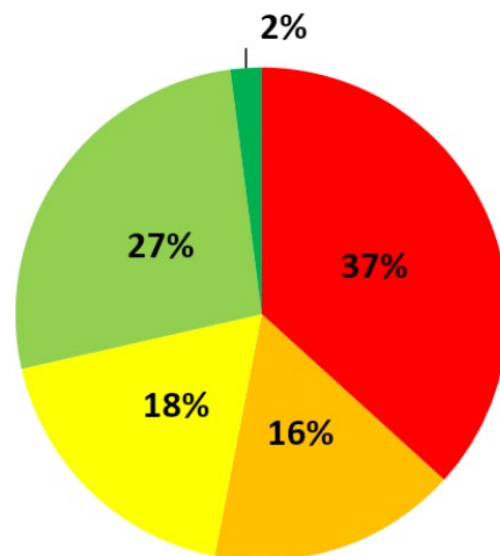


Vraag 10.3:

Ik woon in een appartement en ben lid van een vereniging van eigenaren. Hoe zorg ik daarvoor een oplaadpunt?

Veel vve's staan afwijzend tegenover de komst van laadpalen vanwege vermeend brandgevaar. In hoeverre is de verkoper op de hoogte van de mogelijkheid voor vve's om subsidie te krijgen op een laadpunten advies. Verwijst hij door naar een vve-adviseur? Noemt hij ook de verwacht notificatieregeling? Heeft hij al eerder met kopers in een vergelijkbare situatie te maken gehad en wat waren daar de ervaringen? Deze vraag is meegenomen vanwege de vele vragen bij zowel De Nationale EV Helpdesk als via de Facebookgroep van VER. EV rijders weten vaak niet waar zij moeten beginnen om een laadpunt te realiseren binnen de vve. Daarbij speelt met name de acceptatie binnen de vve m.b.t. brandveiligheid.

Ruim de helft van de verkopers stond negatief tegenover het regelen van een laadpaal in geval van een vve. Een veelgehoorde klacht is dat vve's huiverig zijn in verband met vermeend brandgevaar bij elektrische auto's. Soms werd zelfs geadviseerd om het niet eens te proberen, maar een openbare laadpaal aan te vragen. Slechts iets meer dan een kwart had vertrouwen dat een vve geen obstakel zou zijn. Nergens werd een koper op de hoogte gebracht van de mogelijkheid tot een gesubsidieerd laadpunten-advies voor vve's.



Opmerkelijke antwoorden;

“Vve's doen heel lastig i.v.m. brandgevaar, ik zou een openbare laadpaal aanvragen.”

“Vve is lastig wegens brandgevaar. Elektrisch rijden is toch brandgevaarlijk.”

“Ik wens u veel succes, het wordt lastig.”

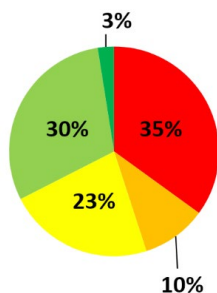
“Indien vve weigert moet de gemeente optreden en zelfs laadpaal dichtbij zetten.”

“Ik verwacht weinig weerstand bij de vve, maar je moet het wel subtiel brengen.”

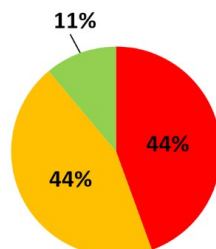
Resultaten per type bedrijf

Vooraf universele bedrijven waren zeer negatief over de mogelijkheid tot het plaatsen van een laadpaal bij een vve. Deze vraag is niet gesteld aan leasemaatschappijen.

Merkdealer:



Universeel:



3.4 Thema: Auto

Vraag 11:

Hoe Lang duurt het opladen van de auto?

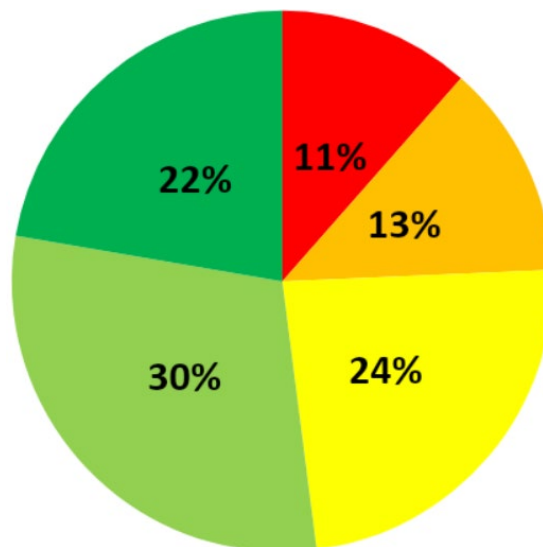
De laadsnelheid van elektrische auto's is afhankelijk van verschillende factoren. Onder andere van het type omvormer in de auto, van het vermogen van de (thuis- of publieke) laadpaal en de temperatuur van de batterij. Kan de verkoper een realistische laadtijd noemen? Kan hij eventueel tips geven om het laad sneller te laten verlopen?

Iets meer dan de helft van de verkopers gaf een goed antwoord, een kwart antwoordde onvoldoende of niet acceptabel.

Opmerkelijke antwoorden;

“Nooit meer dan tot 40% snelladen want anders wordt de accu te heet en beschadigt hij. Heeft u wel eens een telefoon lang gebruikt?”

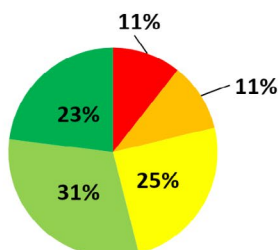
“Verkoper dacht dat CCS type 2 maar 1 stekker was. Hij heeft niets gezegd over laadvermogen.”



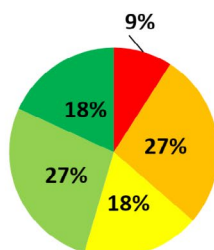
Resultaten per type bedrijf

Merkdealers scoren het best op deze vraag, leasemaatschappijen het slechtst, maar de verschillende typen bedrijven ontlopen elkaar weinig.

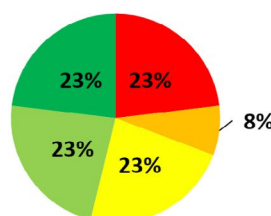
Merkdealer:



Universeel:



Leasemaatschappij:



Vraag 12:

Hoe ver kan ik realistisch met deze auto rijden?

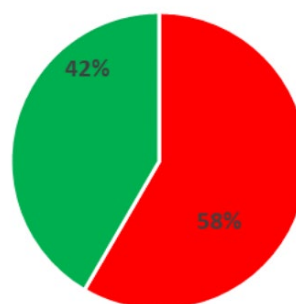
Het verbruik en rijbereik van een auto wordt door fabrikanten gemeten volgens de WLTP-richtlijnen. Deze richtlijnen geven een nogal optimistisch beeld dat in de dagelijkse praktijk zelden wordt behaald. Daardoor valt het realistisch rijbereik meestal lager uit dan verwacht mag worden aan de hand van de WLTP-cijfers. Om negatieve klantervaringen te voorkomen is het van belang dat verkopers realistisch zijn over het voorgespiegelde bereik. Met deze vraag, die in twee delen gesteld werd, is nagegaan in hoeverre de verkoper een realistisch rijbereik opgeeft. De eerste vraag die gesteld is, is: hoe ver kan ik met deze auto rijden? Het door de verkoper opgegeven bereik wordt vergeleken met de Real Range* van EV-Database.

Daarna wordt gevraagd: hoe ver kan ik rijden als ik in de winter op de snelweg rijdt, oftewel het minimale bereik onder de slechtste omstandigheden (kou, hoge snelheid). Het antwoord op deze vraag wordt vergeleken met de Winter Snelweg Range van EV-Database.

Deze vragen zijn ook gesteld in het tussentijds gehouden Mini Mystery onderzoek:

[Bekijk onderzoek](#)

Geeft de verkoper een realistisch rijbereik aan?



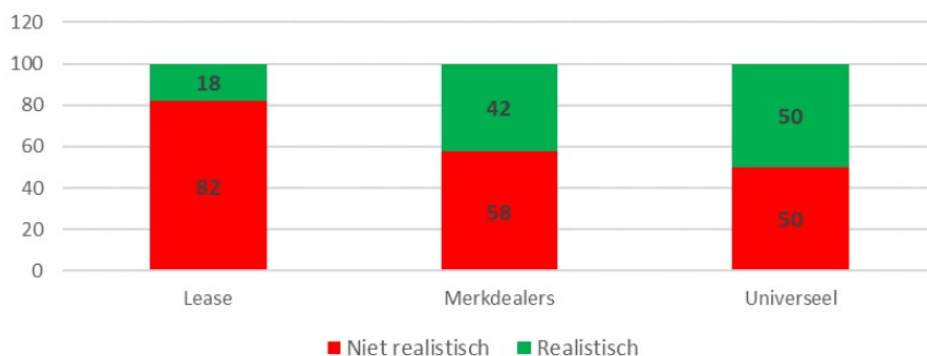
■ Niet realistisch ■ Realistisch

Opmerkelijke antwoorden;

“30 duizend km is te veel voor het bereik van onze auto's, je kunt beter bij een ander merk kijken, bv Kia EV6.”

Ruim de helft van de verkopers geeft een onrealistisch hoog bereik aan, oftewel een bereik dat minimaal 10% hoger ligt dan EV Database aangeeft. Vooral leasemaatschappijen scoren slecht op deze vraag.

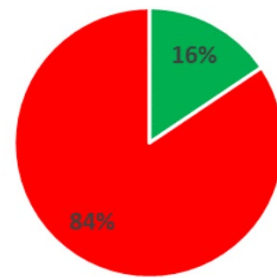
Percentage verkopers dat realistisch rijbereik aangeeft



Op de vervolgvraag over het minimale rijbereik wordt nog slechter gescoord. 84% van de verkopers geeft een bereik op dat minimaal 10% hoger ligt dan daadwerkelijk behaald kan worden.

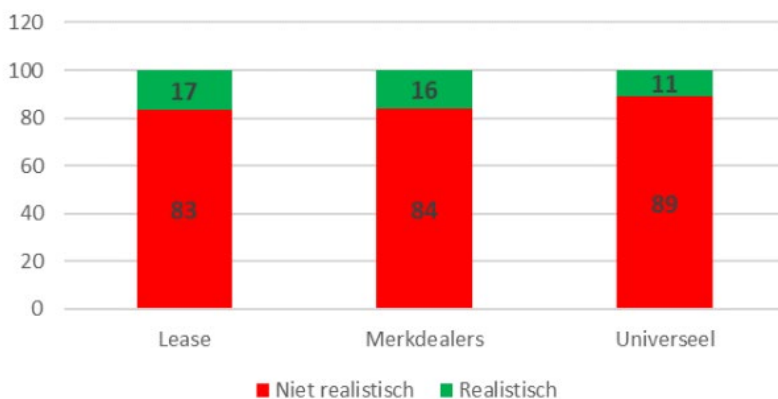
De universele dealers scoren nog het minst slecht op deze vraag, maar over het algemeen kan gesteld worden dat autoverkopers een te rooskleurig beeld schetsen van het minimale bereik.

Geeft de verkoper een realistisch minimaal rijbereik aan?



■ Realistisch ■ Niet realistisch

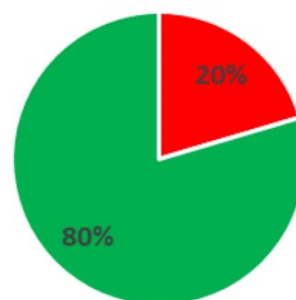
Geeft de verkoper een realistisch minimaal rijbereik aan?



Als laatste is onderzocht of de verkoper het WLTP-bereik heeft genoemd zonder daarbij te vermelden dat het rijbereik in de praktijk lager uit zal vallen.

Hier valt op dat gelukkig 80% van de verkopers het niet zo bont maakt dat de WLTP-cijfers onverkort genoemd worden. Voor 20% valt de communicatie nog te verbeteren.

Verkoper geeft WLTP waarde als rijbereik op



■ WLTP ■ Geen WLTP

***EV Database Real Range model**

Om een zo goed mogelijk beeld te geven van de praktische actieradius van elektrische voertuigen is het Real Range model door EVDB ontwikkeld. Het Real Range model benadert de praktijk zo goed mogelijk en wordt continu gevoed met data uit praktijktesten. Het door EV Database ontwikkelde model maakt gebruik van een grote hoeveelheid parameters en kan hiermee invloeden van weersomstandigheden, rijnsnelheid en bijvoorbeeld het gebruik van verwarming of airconditioning berekenen. Voor ieder voertuig waar genoeg data voor beschikbaar is geeft het model 7 cijfers: de algemene actieradius (de 'indexradius of Real Range') en 6 praktische cijfers. De indexradius dient vooral ter onderlinge vergelijking. De 6 praktijkcijfers geven een goed beeld van wat er van een bepaalde EV bij gematigde of lage temperaturen en bij hoge of lage snelheden te verwachten is.

Op basis van de Real Range gegevens kan het daadwerkelijke energieverbruik van een EV bepaald worden. Bij het berekenen van het elektrisch verbruik wordt het praktijkbereik en de daadwerkelijk bruikbare accucapaciteit gebruikt. De accucapaciteit wordt echter niet altijd door de fabrikant openbaar gemaakt en kan daarom berusten op een schatting. Wanneer er sprake is van een schatting, dan wordt dit aangegeven.

Zie voor meer informatie over de EV Database Real Range de volgende pagina:
<https://ev-database.nl/blog/praktische-actieradius-elektrische-auto/>

EV Database winter snelweg range

Bij het bepalen van de actieradius op de snelweg wordt uitgegaan van uitsluitend rijden op de snelweg. Er wordt dus geen stadsverkeer of N-weg meegenomen in de berekening. Het gaat om het constant aanhouden van hoge snelheden.

Winter: De actieradius wordt gecorrigeerd naar een 'worst-case scenario': een buitentemperatuur van -10° Celsius en continu gebruik van de verwarming om de binnentemperatuur acceptabel te houden. Er zijn diverse redenen die ervoor zorgen dat een elektrische auto minder goed presteert bij een lagere temperatuur, maar vooral het gebruik van de verwarming kost veel extra energie. Waar een fossiele auto restwarmte van de motor kan gebruiken, moet een elektrische auto warmte genereren door energie uit de accu te onttrekken.

Fabrieksopgave volgens WLTP-normering

De WLTP is de opvolger van de NEDC-normering. Sinds 2018 is het voor fabrikanten verplicht om de WLTP-normering te hanteren voor voertuigen die nieuw op de markt komen. Het grootste verschil tussen de WLTP en NEDC is dat de nieuwe normering beter aansluit bij de realiteit. Net als de NEDC is de normering echter vooral bedoeld om onderlinge vergelijking van voertuigen mogelijk te maken. In de praktijk blijkt ook de WLTP vaak nog te optimistisch. Bovendien mist de testmethode diverse parameters die voor elektrische voertuigen belangrijk zijn. Om een goed beeld te krijgen wat een EV daadwerkelijk in de praktijk doet, blijft de EVDB Real Range uitkomst bieden.

Vraag 13:

Occasions: hoeveel garantie zit er nog op de accu?

Bij occasions werd gevraagd hoeveel garantie er nog op de accu zat. Standaard werd er verwezen naar de fabrieksgarantie. Dit varieerde van 6-8 jaar en van 150.000 – 200.000km.

Opmerkelijke antwoorden;

“Het verhaal over losse accucellen die ze gingen vervangen zodat je nooit een teruglopende accucapaciteit hebt, werd later door een collega volledig onderuitgehaald (onzin, wij vervangen alleen hele accupakketten als binnen 6 jaar/160000km de capaciteit onder de 75% komt) “

Vraag 14:

Wat is de levertijd in maanden?

Veel autofabrikanten kampen met productieproblemen waardoor de levertijden van nieuwe auto's erg hoog zijn. Deze vraag is gesteld om inzicht te krijgen in de gemiddelde levertijden per merk. Het gros van de verkopers noemt een levertijd van 6-10 maanden, met uitschieters naar 18-24 maanden aan de bovenkant en 3 maanden aan de onderkant.

3.5 Thema: Observaties

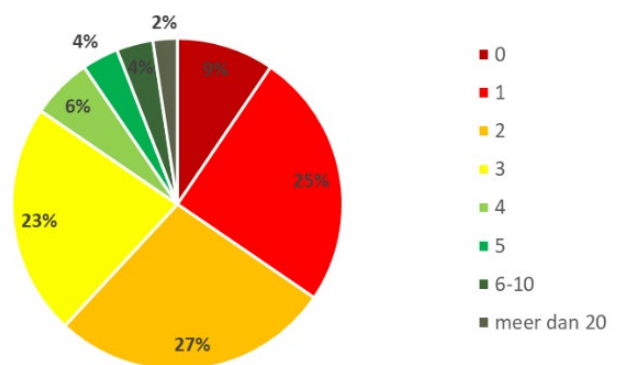
De vragen in dit thema werden niet aan de verkoper gesteld, maar zijn observaties van de mystery shopper. Ze zijn bedoeld om een beeld te krijgen van de mate waarin elektrische auto's gepromoot worden.

Vraag 15: Hoeveel EVs staan er in de showroom?

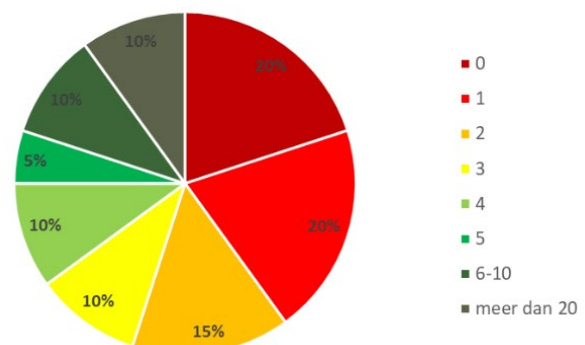
Er is een relatie tussen de hoeveelheid verkochte elektrische auto's en de mate van ervaring die een verkoper hiermee heeft. Deze vraag is gesteld om inzicht te krijgen in de aantallen EVs die in de showroom opgesteld staan.

Helaas heeft de overgrote meerderheid van de dealers geen of slechts enkele EVs in de showroom staan. Universele bedrijven lijken iets beter te scoren dan merkdealers, wat wellicht samenhangt met de leveringsproblemen in de sector.

Aantal EVs in de showroom, merkdealers



Aantal EVs in de showroom, universeel

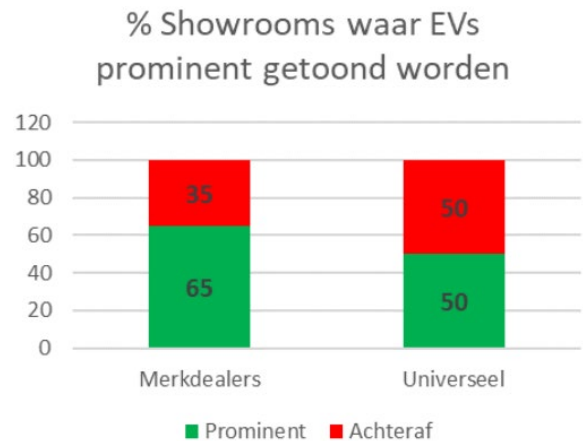


Vraag 16:

Worden elektrische auto's prominent getoond in de showroom?

Een autoverkoper die enthousiast is over elektrisch rijden zal de EVs een plaats vooraan in de showroom geven. Dit helpt ook mee om de zichtbaarheid van elektrisch rijden voor potentiële autokopers te vergroten.

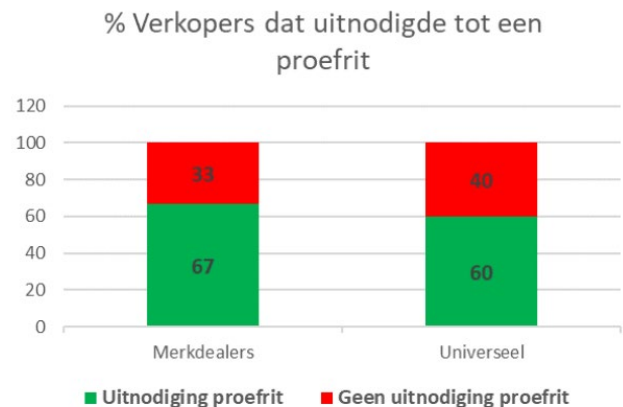
Ruim de helft van de showrooms heeft een EV op een prominente plaats staan, dus hier is duidelijk ruimte voor verbetering.



Vraag 17:

Werd je uitgenodigd voor een proefrit?

Naast zichtbaarheid van elektrische auto's in de showroom is ook persoonlijke ervaring met elektrisch rijden een grote factor in het maken van de keuze voor een elektrische auto. In de EV-industrie is het algemeen bekend dat de bereidheid om een elektrische auto te kopen sterk stijgt als de potentiële koper een proefrit met een EV heeft gemaakt. Dit wordt ook wel 'butts in seats' genoemd. Daarom is het van groot belang dat de verkoper de koper uitnodigt om een proefrit te maken. Ongeveer twee derde van de verkopers nodigde uit om een proefrit te maken. Hier worden dus nog veel kansen onbenut gelaten.



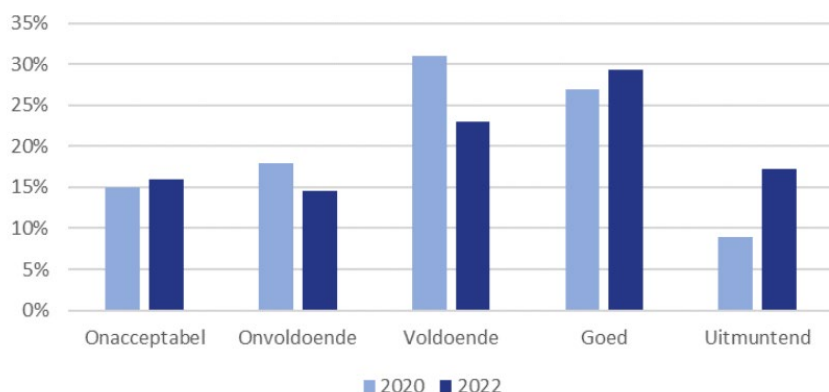
4. Conclusies & Aanbevelingen

Uit de analyse blijkt dat veel autobedrijven op de goede weg zijn de transitie naar elektrisch rijden te omarmen en daardoor te versnellen. De autoverkopers staan in de frontlinie tussen de early adopters en late majority. Gedegen EV-kennis en enthousiasme onder de gelederen is dan een voorwaarde om ook de nieuwe aanwas goed te kunnen bedienen. Een punt van aandacht is dat de potentiële EV-koper zich snel ontwikkelt en met steeds specifiekere vragen komt waarbij van de EV-verkoper een professioneel antwoord wordt verwacht.

Een aantal opvallende conclusies:

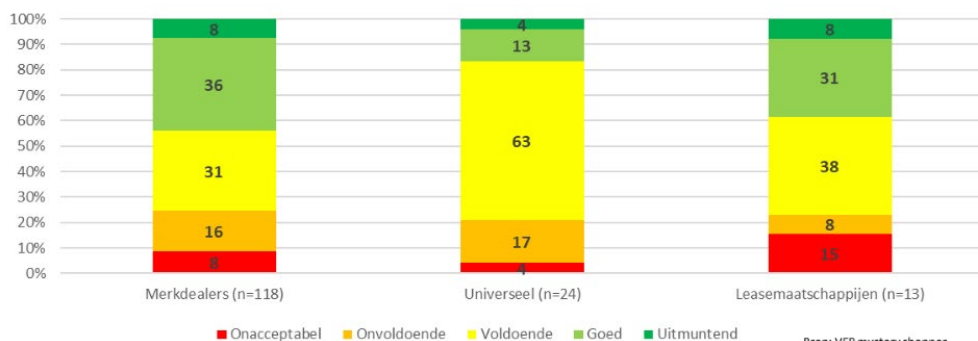
De kwaliteit van het advies over elektrisch rijden wisselt sterk. Vergelijken met ons eerder mystery shop onderzoek is duidelijk dat de groep die “onacceptabel” scoort gelijk is gebleven, maar dat in de andere categorieën een stevige verbetering heeft plaatsgevonden van voldoende naar meer “goed” en “uitmuntend”. Nog steeds is een deel van de verkopers te karakteriseren als echte “EV-ambassadeurs” en een deel als een “EV-amateur”.

Overall score EV-advisering
(in % van aantal resultaten)



Merkdealers scoorden overall in het Mysteryshoponderzoek van 2020 duidelijk beter dan verkopers bij universele autobedrijven en bij leasemaatschappijen. In het huidige onderzoek zien we dat die laatste bedrijven de achterstand voor een groot deel hebben goedgemaakt. Met name de categorieën niet acceptabel” en “onvoldoende” zijn kleiner en van vergelijkbare omvang als van de “Merkdealers”.

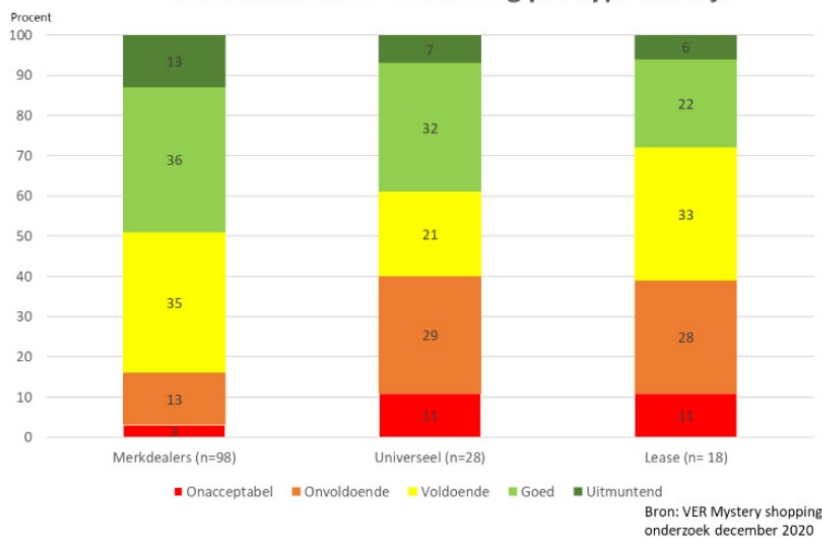
Overall score EV-advisering per type bedrijf
(gemiddelde score op alle vragen)



Bron: VER mystery shopper
onderzoek oktober-november 2022

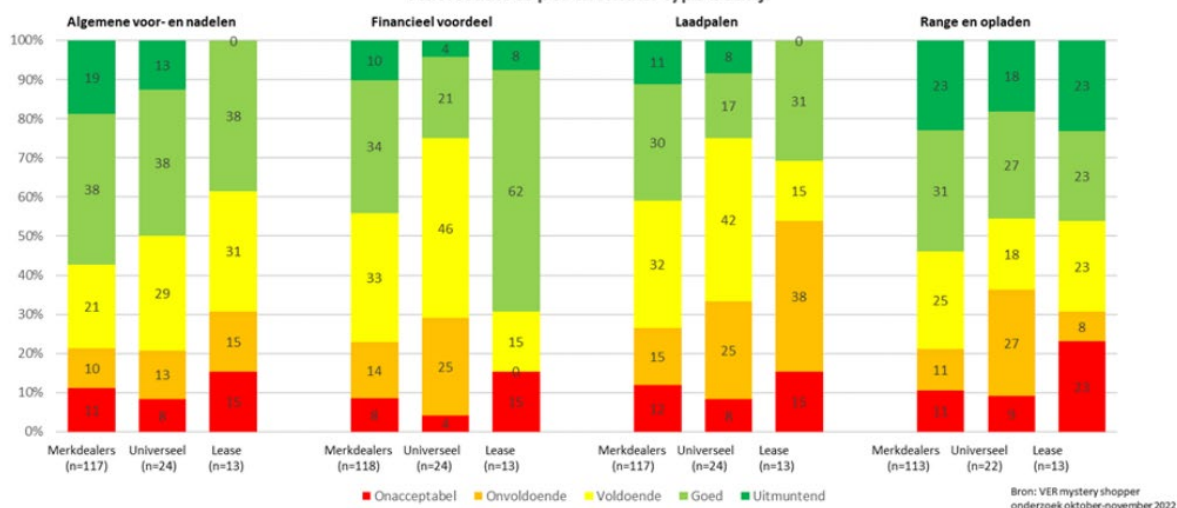
Gekeken naar de beantwoording op de verschillende typen vragen blijkt de advisering op hoofdlijnen voor elektrisch rijden steeds meer op orde en vergeleken met eerder onderzoek presteren de lease-en universele autobedrijven veel beter. Met name de advisering rond laadpalen, opladen en TCO blijft matig. Wat scheelt deze EV mij in totale kosten over een periode van 4 jaar? Hoe een publieke laadpaal aan te vragen en hoelang dat duurt? Wat te doen als de koper in een Vereniging van Eigenaren zit met eigen parkeerruimte? Eenvoudige vragen waarop vaak geen (goed) antwoord volgde. En dan hebben we niet eens vragen in het Mysterie-onderzoek gesteld waar steeds meer EV-kopers mee rondlopen: over 1 of 3 fase laden, over koppeling met zonnepanelen, over dynamische stroomtarieven. In de advisering over financiële voordelen wordt nog vaak onjuiste informatie gegeven over de aanschafsubsidie voor een nieuwe of tweedehands elektrische auto.

Overall score EV-advisering per type bedrijf



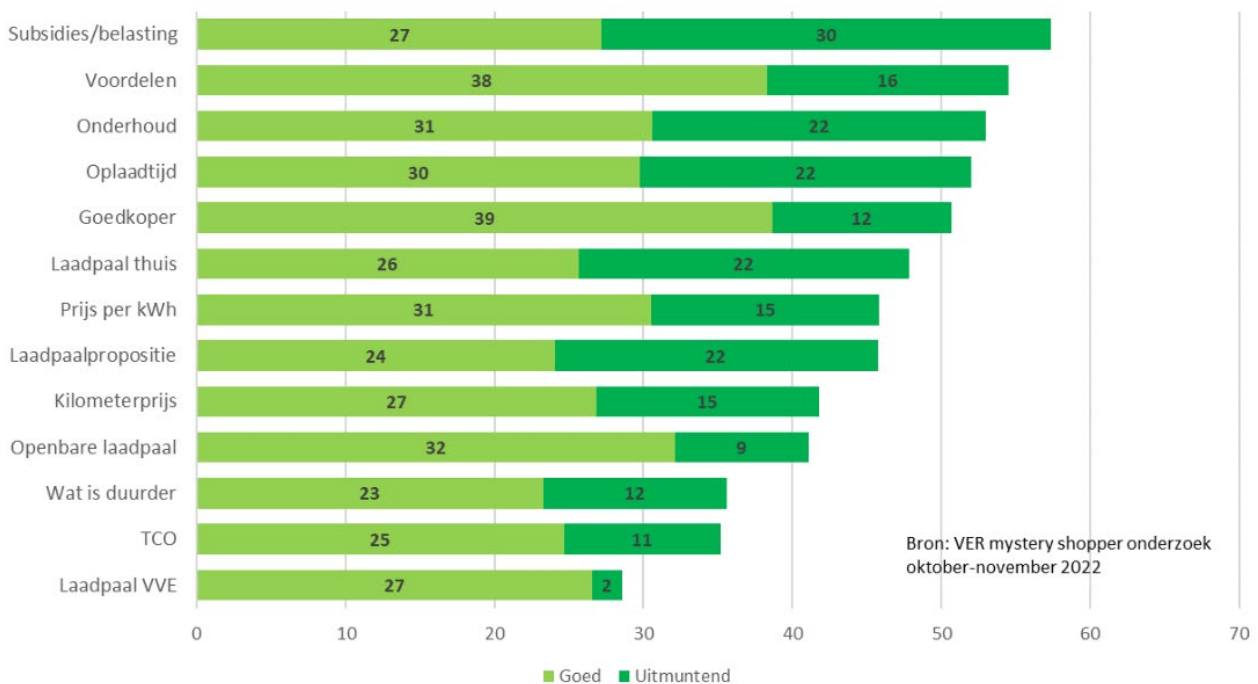
Gekeken naar scores per specifiek vragen is duidelijk dat vragen over subsidie en voordelen veel beter scoren (merendeels goed tot uitmuntend) dan vragen over vve's, TCO en wat duurder is aan elektrisch rijden.

Adviescores per thema & type bedrijf



Adviescores per onderdeel

% goed + uitmuntend advies



4.1 Aanbevelingen

De belangrijkste aanbevelingen uit dit onderzoek zijn:

- 1. Investeer in EV-training en opleiding en koester de ambassadeur:** We hebben in dit mystery onderzoek geconstateerd dat er al echte ambassadeurs rondlopen. EV-verkopers die weten waar ze het over hebben, die motiveren en weten wat de potentiële EV-rijder wil weten. Koester deze mensen, zet ze op een voetstuk binnen het bedrijf, zet ze in richting collega's. Zorg voor een Train de trainer aanpak en laat deze voorhoede collega's in deze en andere vestigingen helpen.
- 2. Focus bijscholing op het gebied van energie en opladen.** We zien dat de algemene kennis over (de voordelen van) een elektrische auto veel beter op orde is. Elektrisch rijden gaat echter voor een groot deel niet over de auto maar over opladen, laadpassen en laadinfrastructuur. De EV-koper heeft zich juist hierin verdiept en gaat uit van een verkoper die hier professioneel in kan adviseren.
- 3. Goed verwijzen is beter dan fout adviseren** Een Verkoper hoeft heus niet alles tot in detail te weten, maar moet op zijn minst kunnen verwijzen naar waar de juiste onafhankelijke informatie is te vinden. In hoofdstuk 4.3 van dit onderzoek staan de kernvragen en de verwachte antwoorden. Deze kunnen prima dienen als leidraad voor goed advies. Daarnaast mogen we verwachten dat de verkoper op zijn minst de eigen informatie kent zoals die vaak uitgebreid is terug te vinden op de website van de het autobedrijf. De volgende set aan bronnen is dan aan te bevelen (ook om beschikbaar te hebben in de showroom):
 - [Milieu Centraal](#)
 - [EV Database](#)
 - [LaadpasTop10](#)
 - [Nederland Elektrisch](#)
 - [Feiten & Fabels boekje](#)

- 4. Verplichte TCO-communicatie online en in de showroom:** Hier zit het voordeel van de EV. Een advies op maat van de verkoper kan hier het verschil maken. Het helpt als, zoals is opgenomen in het Klimaatakkoord, bij alle online en showroom informatie bij een auto ook altijd een indicatie staat van de gemiddelde totale kosten per maand over een periode van 4 jaar (inclusief brandstof/elektriciteit bij 10/20.000 kilometer). En dat daarnaast iedere verkoper in staat is om een TCO-advies op maat te berekenen. Zorg voor een EV-ICE totale kosten vergelijken (tool) in de showroom. Hiervoor is een handreiking vanuit RVO beschikbaar: TCO handreiking RVO
- 5. De beste verkoper van een elektrisch auto is de elektrische rijder**
- Sturen bij je Buren: De potentiële koper van een EV kan verwezen worden naar sturenbijdeburen.nl voor gratis onafhankelijk aanvullend advies en een proefrit in een model naar keuze bij een elektrisch rijder in de buurt.
 - Iedere autoverkoper heeft minimaal 1 maand elektrisch gereden: Het komt nog te vaak voor dat de verkoper niets heeft met elektrisch rijden en er duidelijk zelf nauwelijks ervaring mee heeft. Dat blijkt uit de antwoorden die soms werden gegeven (zie de opmerkelijke antwoorden). Minimaal een maand elektrisch rijden (zonder opladen op de zaak) voorkomt dergelijke blunders van de autoverkoper en maakt dat een verkoper bijvoorbeeld weet hoe je moet opladen, hoe snel dat gaat en wat je werkelijke range is.
- 6. Promoten van EV-kennis op auto-opleidingen** Om elektrisch rijden ook onder jongeren al een bekend onderwerp te laten zijn, is de aanbeveling om EV-kennis in keuzevakken op de auto-opleidingen te ontwikkelen en te promoten.
- 7. Jaarlijks mystery shopping onderzoek EV-advies:** Om ook de aankomende jaren gericht het EV-kennisniveau binnen de autobranche te verbeteren, adviseert VER om jaarlijks dit onderzoek uit te voeren, opdat toekomstige EV-rijders met de juiste informatie de overstap kunnen maken naar elektrisch vervoer.

Met de uitkomsten van dit mystery onderzoek gaat de VER graag het gesprek aan met merkdealers, universele autobedrijven en leasemaatschappijen om samen de EV-advisering verder te verbeteren.

4.2 Ervaringen en Aanbevelingen mystery shoppers

We hebben de 18 EV Mystery shoppers van de VER gevraagd om in een paar bullets aan te geven wat hun ervaringen waren en wat zij de autobranche mee zouden willen geven.

Persoonlijke Ervaringen:

- Gebrek aan algemene EV Kennis verkoper.
- Veel onjuiste informatie over elektrisch rijden.
- Niet iedere verkoper is even enthousiast over elektrisch rijden.
- SEPP subsidie moest worden aangevraagd op moment van kentekentenaamstelling.
- Autobedrijven zijn nog niet volledig ingericht op de verkoop van elektrische auto's.
- Bij een aantal universele autobedrijven werkten verrassend positieve en enthousiaste EV-verkopers.
- Het leek al met al meer van de verkoper zelf af te hangen of je de EV info die je vroeg ook kreeg en niet direct aan het merk zelf.
- Als de toekomst smart charging gaat zijn, mogen veel verkopers terug naar de schoolbanken.
- Verkopers worden hiervoor betaald, waarom hebben ze niet de juiste kennis?
- Verschillende autobedrijven waren pro-EV, maar hadden geen EV's in de showroom.
- Voor veel vragen moest een gespecialiseerde collega geraadpleegd worden.
- Qua EV informatie ging het redelijk.
- Het aanbod aan laadpalen wordt het liefst overgelaten aan de gespecialiseerde partner.

Persoonlijke Aanbevelingen:

- Ervaring met verkopers die zelf elektrisch rijden is vele malen beter.
- Als het je werk is, zorg dat je het serieus neemt.
- Als verkopers zelf elektrisch rijden, hebben ze ook meer ervaring met de publieke laadinfrastructuur, laadpassen, etc.
- Zorg voor een TCO-berekening aan de hand van een standaard aantal kilometers.
- Maak gebruik van bestaande informatiebronnen zoals EV Database, Milieu Centraal, LaadpasTop10 en VER.
- Zorg dat auto-opleidingen meer tijd aan elektrisch vervoer gaan besteden.
- Zorg voor meer vrouwelijke verkopers.
- Wees op de hoogte van de eigen website, daar staat al heel veel informatie.
- Door dit onderzoek jaarlijks te herhalen, houden we de autosector scherp.

4.3 Voorbeeld kennis/reacties op de gestelde vragen

In dit mystery shopping onderzoek hebben wij de autoverkopers een serie vragen gesteld. Het antwoord van de verkoper werd beoordeeld op kwaliteit. Onderstaand hebben wij per vraag een korte uitleg opgenomen met informatie die volgens ons tot een kwalitatief goed antwoord zou leiden. Dit is opgenomen als leidraad voor de autobranche om het kennisniveau van de verkopers op het gebied van elektrisch rijden te verbeteren.

Vraag 1: Ik overweeg elektrisch te gaan rijden, wat zijn volgens u de voordelen van elektrisch rijden?

De verkoper zou het milieu- en kostenvoordeel kunnen benadrukken. Belangrijk is de motivatie van de klant om elektrisch te gaan rijden te achterhalen en aan de hand daarvan de voordelen te benadrukken.

Vraag 2: In welke opzichten is elektrisch rijden goedkoper?

Hierin kan het verschil worden uitgelegd tussen laad- en benzinekosten, onderhoudskosten en fiscale voordelen, zie voor meer informatie de uitleg bij vragen 4 t/m 6.

Vraag 3: Zijn er ook kosten die hoger zijn bij elektrisch rijden?

Uiteraard is op dit moment de aanschafprijs van een elektrische auto nog wat hoger dan die van een vergelijkbare brandstofauto. Ook moet wellicht een laadpaal worden aangeschaft.

Vraag 4: Hoeveel goedkoper is elektrisch rijden vergeleken met een brandstofauto? Kunt u een bedrag per kilometer geven?

Aan de hand van het verbruik van de auto en de huidige laadprijzen kan een bedrag per kilometer worden voorgerekend. Hou daarbij wel rekening met verschillende prijzen bij thuis-, publiek en snelladen en eventuele zonnepanelen.

Vraag 5: Welke belastingvoordelen of subsidies zijn er?

De SEPP kan benoemd worden evenals het nultarief voor de wegenbelasting. Geef daarbij wel aan dat het nultarief geldt tot 2025. Ook wordt er geen BPM berekend bij aanschaf. Wellicht kunnen er nog lokale subsidies benoemd worden.

Vraag 6: Hoeveel lager zijn de onderhoudskosten ten opzichte van een brandstofauto?

Doordat er veel minder bewegende onderdelen in een elektrische auto zitten, zijn de onderhoudskosten een stuk lager dan bij een vergelijkbare brandstofauto. De verkoper kan inzichtelijk maken hoeveel lager deze kosten zijn door aan te geven wat de kosten voor de onderhoudsbeurten zijn en hoe vaak deze plaats moeten vinden.

Vraag 7: Kunt u een berekening maken van de maandelijkse kosten op basis van mijn kilometrage?

Het helpt als, zoals is opgenomen in het Klimaatakkoord, bij alle online en showroom informatie bij een auto ook altijd een indicatie staat van de gemiddelde totale kosten per maand over een periode van 4 jaar (inclusief brandstof/elektriciteit bij 10/20.000 kilometer). En dat daarnaast iedere verkoper in staat is om een TCO-advies op maat te berekenen. Zorg voor een EV-ICE totale kostenvergelijker (tool) in de showroom. Hiervoor is een handreiking vanuit RVO beschikbaar: [TCO handreiking RVO](#).

Vraag 8: Krijg je ook een laadpaal bij de aankoop van de auto en wat kunnen jullie hierin betekenen?

Een verkoper zou goed op de hoogte moeten zijn van het laadpalenaanbod van de dealer of het universeel autobedrijf. Ook kennis van extra functionaliteiten zoals load-balancing en koppelingen met zonnepanelen zijn belangrijk om paraat te hebben.

Vraag 9: Hoeveel kost het opladen van een elektrische auto?

Het zou mooi zijn als de verkoper op de hoogte is van de actuele tarieven per kWh bij publieke laadpalen, snelladers en energiecontracten thuis. Hij/zij zou aan kunnen geven wat de globale prijzen zijn bij de meestgebruikte laadpassen en (snel-)laadnetwerken en voor meer informatie kunnen verwijzen naar [LaadpasTop10](#).

Vraag 10.1: Wat kost het thuis laten installeren van een oplaadpunt?

De verkoper kan een goede kosteninschatting maken door te vragen naar de thuissituatie van de koper. Hij zou een richtprijs aan kunnen geven, rekening houdend met de afstand tussen de laadpaal en de meterkast, eventueel graafwerk en eventuele aanpassingen aan de meterkast, zoals een ombouw van 1 naar 3 fasen.

Vraag 10.2: Ik kan thuis of bij mijn werk geen oplaadpunt laten plaatsen. Waar vraag ik een openbare laadpaal aan en wat kost dit?

Openbare laadpalen kunnen worden aangevraagd via <https://laadpaalnodig.nl>. De verkoper zou op de hoogte moeten zijn van het aanvraagproces via deze website.

Vraag 10.3: Ik woon in een appartement en ben lid van een vereniging van eigenaren. Hoe zorg ik daar voor een oplaadpunt?

Een VvE kan advies krijgen over het installeren van laadpalen, een zogeheten laadpuntenadvies. De VER heeft diverse bedrijven beoordeeld op hun deskundigheid. Deze bedrijven zijn te vinden op de [website](#) van de [VER](#). Tegenwoordig kan men via de [SEEH](#) zelfs subsidie krijgen voor deze advieskosten.

Vraag 11: Hoelang duurt het opladen van de auto?

Iets meer informatie dan de standaard 30 minuten van 10-80% uit de brochure zou goed zijn. Leg uit dat de laadsnelheid afhangt van de langzaamste component en het aantal fasen van de paal en de onboard charger in het geval van “langzaam” laden. Leg uit dat de laadsnelheid bij snelladen wordt beïnvloed door de temperatuur van de batterij en hoe je hier het beste mee om kunt gaan. Zorg voor de juiste terminologie: kW of kWh, AC/DC. Vertel de klant over laadetiquette bij (snel-)laders. Laat de laadcurve zien en vertel de klant hoe hij op een lange reis zijn laadstops optimaliseert.

Vraag 12a/b: Hoe ver kom ik (minimaal) met deze auto?

Noem realistische cijfers en leg uit waarom het bereik in werkelijkheid nooit de WLTP-cijfers zal halen. Gebruik de cijfers van [EV-Database](#) als leidraad. Leg uit welke factoren impact hebben op het bereik en hoe het bereik geoptimaliseerd kan worden. Leg uit hoe de boordcomputer het resterende bereik berekent.

