

Johan van Hasseltweg 2B1  
1022 WV Amsterdam

t +31 (0) 20 624 30 44  
info@ferro-explore.nl  
www.ferro-explore.nl

# **Transitie MKB naar zero-emissie**

**Kwalitatief onderzoek naar 8 narratieven**  
**Definitieve rapportage**  
**Versie 1.0**

**Op verzoek van**  
Topsector logistiek,  
stuurgroep steden  
**Auteur(s)**  
Annelies Jansen  
**Projectnummer**  
6229  
**Datum**  
9 november 2021

## Inhoud

|                                                                                    |           |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Conclusies en aanbevelingen</b>                                                 | <b>1</b>  |
| <b>Resultaat</b>                                                                   | <b>6</b>  |
| 1     Achtergrond respondenten                                                     | 6         |
| 2     Houding ten aanzien van elektrisch rijden                                    | 6         |
| 3     Winstframes versus verliesframes                                             | 9         |
| 4     Frames/Argumenten                                                            | 9         |
| 5     Facts en figures                                                             | 27        |
| 6     Testimonials                                                                 | 28        |
| 7     Effect van Argumenten, facts & figures en testimonials op<br>actiebereidheid | 37        |
| 8     Persoonlijke en maatschappelijke relevantie                                  | 37        |
| 9     Afzender                                                                     | 38        |
| <b>Onderzoeksverantwoording</b>                                                    | <b>40</b> |
| 1     Aanleiding onderzoek                                                         | 40        |
| 2     Doel van het onderzoek, probleemstelling en onderzoeksvragen                 | 40        |
| 3     Methode van onderzoek en uitvoering                                          | 41        |
| 4     Onderzoeksmateriaal                                                          | 42        |
| 5     Selectie                                                                     | 42        |
| 6     Algemeen                                                                     | 43        |
| 1     Narratief 1: Vakmanschap is meesterschap                                     | 44        |
| 2     Narratief 2: Koplopers                                                       | 47        |
| 3     Narratief 3: Kostenbesparing en duurzaam rendement                           | 50        |
| 4     Narratief 4: Slim inrichten logistiek                                        | 53        |
| 5     Narratief 5: Representativiteit en klantenbinding                            | 56        |
| 6     Narratief 6: Voortbestaan bedrijf in waagschaal                              | 59        |
| 7     Narratief 7: Stilstand is achteruitgang                                      | 62        |
| 8     Narratief 8: Kapitaalvernietiging                                            | 64        |



## Conclusies en aanbevelingen

Het doel van het onderzoek is om inzicht te krijgen in de communicatieve werking van de 8 communicatieframes en bijbehorende narratieven. Aan de hand van dit inzicht moet bepaald kunnen worden welke frames/narratieven kansrijk zijn voor toepassing in de communicatie over de invoering van ZE zones en de transitie naar ZE-vervoer en logistiek richting verschillende sectoren binnen het MKB. Teneinde dit inzicht te krijgen heeft Ferro Explore in september 2021 kwalitatief onderzoek uitgevoerd in de vorm van 40 individuele interviews met MKB'ers uit de technische en onderhoudsbranche. Aan iedere ondernemer zijn 3 narratieven in wisselende volgorde getoond, zodat ieder narratief voldoende als eerste, tweede en derde aan bod is gekomen. De 8 narratieven zijn ieder in totaal tussen de 12 en 16 keer getoond en beoordeeld.

De transitie naar zero-emissie is voor de ondernemers een complex thema. De complexiteit zit in de volgende aspecten:

- Veelal heeft men wel al iets over de transitie naar zero-emissie-zones gehoord, maar de precieze invulling en de consequenties ervan zijn voor de meeste MKB'ers onduidelijk. Hierdoor heeft men vaak een afwachtende houding. Men wacht op meer concrete informatie aan de eisen die de transitie aan hen stelt. Dit maakt het complex: wat en wanneer wordt er nu precies van mij verwacht?
- Enerzijds is men het eens met de transitie: de MKB'ers snappen dat er een einde zit aan het rijden met dieselbussen en dat er een verandering in gang moet worden gezet. Anderzijds voelt het soms 'oneerlijk' dat er zoveel van de MKB ondernemer wordt verwacht. Waarom wordt er niet met grotere ondernemingen begonnen die veel financieel daadkrachtiger zijn?
- Er wordt geen grote noodzaak uit de markt ervaren: er worden door de respondenten geen voorbeelden genoemd van klanten die zero-emissie vervoer als wens of eis stelden. Hierdoor voelt men geen vraag gestuurde urgentie.
- Er wordt onvoldoende aanbod ervaren: de actieradius van elektrische bedrijfswagens is volgens hen te laag en het laadvermogen is te klein. Hierdoor ervaart men elektrisch rijden nog niet als een serieus alternatief op rijden op fossiele brandstoffen.
- Er zijn geen voorbeelden: men kent vrijwel geen voorbeelden van andere ondernemers in een vergelijkbare situatie die de overstap al hebben gemaakt. Dat maakt het moeilijk voor te stellen.
- Grote investering die men niet goed kan overzien: wat gaat het me nou daadwerkelijk kosten aan het einde van de rit.

Deze ervaren complexiteit is de voedingsbodem waarin de narratieven vallen. Dat heeft de volgende werking:

- Er is begrip nodig in de teksten: begrip voor de situatie waar de MKB'er in zit. Wanneer de ondernemer het gevoel heeft dat er een regel 'door de strot wordt geduwd' zonder dat er aandacht en begrip is voor de (grote) consequenties die deze regel kan hebben, zal hij geen draagvlak voelen.
- Er is duidelijkheid nodig. Men zegt er niets aan te hebben wanneer er om de brij heen wordt gedraaid. Duidelijkheid over de regels, de subsidies, de termijnen et cetera is nodig om beslissingen te kunnen nemen.
- Er is een sterke drang om het heft in eigen handen houden, men wil niet het gevoel hebben dat het je overkomt. Dit is ondernemer-eigen: men wil zelf kunnen bepalen op welke manier men met nieuwe regels omgaat.
- Er is ook aandacht nodig voor de nadelen van de transitie. Er moet niet een te rooskleurig beeld worden geschetst. Dat geeft namelijk het gevoel dat iemand 'je iets wil opdringen' en dat werkt bij ondernemers averechts.
- Het is nodig dat er wordt aangesloten bij het positieve basisgevoel dat men heeft bij een transitie: er moet iets gebeuren. Dit positieve basisgevoel moet gezien worden als een randvoorwaarde: duurzaamheid an sich is geen trigger om de stap naar zero emissie te gaan maken.

Bovenstaande punten verklaren de reacties op de winst en verliesframes van waar uit de narratieven zijn geschreven. De narratieven die vanuit een verliesframe zijn geschreven worden enerzijds als heel duidelijk ervaren (niet om de hete brij heen) en hebben een zeer alarmerende werking. Anderzijds tonen ze geen enkel begrip en sluiten niet aan bij de wens om het heft in eigen handen te houden. Dit heeft soms een averechtse werking dat men het heft in eigen handen houdt door te stoppen met werken of te stoppen met werken in de stad (maar dan niet een bewuste keuzen maar een gedwongen keuze). De winstframes missen soms de urgentie en de duidelijkheid, maar laten de ondernemer wel in zijn waarde en sluiten (in sommige gevallen) aan bij de belevingswereld van de ondernemer. Zij laten de ondernemer de invulling van de mobiliteit zelf maken en erkennen zijn behoefte aan zelfstandigheid en onafhankelijkheid (het zelf maken van bedrijfskeuzes in plaats van dwang ervaren).

De ondernemers worden dus primair getriggerd door een vrije keuze op basis van voor het bedrijf relevante overwegingen (kosten/rendement, efficiënte bedrijfsvoering) in plaats van keuzes alleen op basis van externe overwegingen (zoals duurzaamheid en vakmanschap). De centrale waarde en norm bij het maken van keuzes en beslissingen voor het bedrijf is zelfstandigheid en onafhankelijkheid van de ondernemer, niet dwang van overheid of van anderen. Hier zou een narratief bij aan moeten sluiten.

Wanneer we de 8 verschillende narratieven (5 zijn geschreven vanuit een winstframe en 3 vanuit een verliesframe) naast elkaar leggen, zien we de volgende reacties op het gebied van aansprekendheid, begrip en aansluiting en activatie:

|                                 | <b>Narratief 1<br/>Vakmanschap is meesterschap</b>                                                                                                                            | <b>Narratief 2<br/>Koplopers</b>                                                                                                                                                                       | <b>Narratief 3<br/>Kostenbesparing en duurzaam rendement</b>                                                                                                                                                                                           | <b>Narratief 4<br/>Slimme logistiek</b>                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Aansprekendheid                 | Gering door het gebrek aan een link naar de praktijk                                                                                                                          | Wollig, niet tot he point. Waar gaat het nu eigenlijk over?                                                                                                                                            | Spreekt aan, gaat over waar de ondernemer aan denkt bij de overstap naar elektrisch rijden: het totale kostenplaatje                                                                                                                                   | Gedachtegang spreekt aan: om de logistiek van je bedrijf met een open blik te bekijken omdat daarmee kostenbesparing en efficiencywinst behaald kan worden, dwz bedrijfsbelang gaat er mee vooruit.                                             |
| Begrip en aansluiting doelgroep | Vakmanschap is iets dat men nastreeft, de link naar vakmanschap door middel van een auto vindt men te ver gezocht                                                             | Voorop willen lopen spreekt en sluit aan bij de doelgroep. Echter, de link naar elektrisch rijden te ver gezocht                                                                                       | Begrip en aansluiting zijn er in potentie maar nu plaatst men bij veel punten uit de tekst nog vraagtekens (restwaarde, brandstofprijzen, et cetera). Ook worden er punten genoemd waar men nog op verbetering wacht (trekkracht, laadvermogen, range) | Om te bekijken waar in de logistieke keten winst valt te behalen sluit aan, maar vooral bij ondernemingen met meerdere voertuigen/werknemers. Voor ZZP'ers niet van toepassing. Bakfiets schrikt af: sluit niet aan.                            |
| activatie                       | Gering, men herkent (nog) niet dat de markt naar elektrisch vervoer vraagt                                                                                                    | Gering, men ziet nog geen elektrisch rijden bij de concurrentie. Urgentie om hierin voorop te lopen is klein: er is werk genoeg en markt vraagt niet                                                   | Men mist hier nog de urgentie, het lijkt een te vrijblijvend verhaal om de kosten van je logistiek onder de loop te nemen.                                                                                                                             | Gering, meer een advies dat ieder moment goed is om uit te voeren. Te weinig gericht op de transitie die noodzakelijk is.                                                                                                                       |
|                                 | <b>Narratief 5<br/>Representativiteit en klantenbinding</b>                                                                                                                   | <b>Narratief 6<br/>Voortbestaan bedrijf in waagschaal</b>                                                                                                                                              | <b>Narratief 7<br/>Stilstand is achteruitgang</b>                                                                                                                                                                                                      | <b>Narratief 8<br/>Kapitaalvernietiging</b>                                                                                                                                                                                                     |
| Aansprekendheid                 | Zeer gering, staat te ver af van deze ondernemers                                                                                                                             | Men ervaart dwang en vindt dit onprettig                                                                                                                                                               | Stilstand is achteruitgang spreekt aan bij de ondernemers. Wordt nu echter te pusherig gebracht en is ook minder van toepassing op logistiek                                                                                                           | Insteek spreekt aan: de kosten van elektrisch versus diesel vervoer omdat dit inspeelt op primaire drijfveer van de ondernemer, nl financiële plaatje, rendement en efficiënte bedrijfsvoering                                                  |
| Begrip en aansluiting doelgroep | Dat klanten voor je kiezen vanwege je vervoer staat vindt geen weerslag bij de doelgroep. Men redeneert: ze zijn al lang blij dat ik kom, het maakt ze niet uit in welke auto | Er wordt gezegd waar het op staat en dat is duidelijk en to-the-point. De ervaren dwang sluit echter niet aan bij de ondernemers: zij willen zelf de touwtjes in handen hebben                         | Onbegrip door: je loopt achter de feiten aan', 'je verliest klanten en werk', 'je zet je bedrijf op achterstand', 'je ondergraaft de band met vakgenoten. Echter wel duidelijk waar het op staat: je moet veranderen.                                  | De insteek wordt begrepen en sluit aan bij de wereld van de ondernemers. De elektrische bedrijfswagen wordt nu echter te rooskleurig omschreven, geen aandacht voor de nadelen zoals actieradius, laadvermogen, onmogelijkheid tot opladen etc. |
| activatie                       | Gering: men voelt geen urgentie. Klanten kiezen je niet op basis van je auto.                                                                                                 | Groot omdat er precies wordt gezegd wat wordt verwacht. Maar tegelijkertijd klein omdat men het gevoel heeft gedwongen te worden tot iets dat op dit moment onmogelijk is. Gevolg: hakken in het zand. | Gering door 'pusherige toon' en argumenten die niet kloppen volgens de doelgroep. Maar ook duidelijk waar het op staat.                                                                                                                                | Groot door het verschil aan te geven tussen diesel en elektrisch, echter te 'negatief' gebracht waardoor het averechts kan werken.                                                                                                              |

De facts en figures voldoen aan de wens naar concrete informatie: zij geven duidelijk zicht op de voordelen die elektrisch rijden zouden kunnen opleveren. Zij worden echter niet altijd als voordeel beleefd: bijvoorbeeld de subsidie zou maar een zeer klein deel van de investering goed maken en de range wordt als te gering beleefd. De gesproken ondernemers hebben dus een ander beeld dan dat uit de praktijk blijkt: de range volstaat voor grote meerderheid van de MKB'ers.

Het toevoegen van een testimonial werkt enerzijds goed. Het maakt het rijden van een elektrische bedrijfswagen 'echt' en niet alleen toekomstmuziek. Anderzijds schuift men de verhalen snel van zich af doordat ze niet op de eigen situatie van toepassing zijn. De keuze van collega-ondernemers als ambassadeurs en rolmodellen luistert erg nauw, want zij worden al gauw gezien als ongeloofwaardig of niet van toepassing op mijn bedrijf en situatie. Een vrij generieke testimonial van een ondernemer die de lezer aanmoedigt om over de eigen situatie na te denken werkt het best.

### **Aanbevelingen**

Wanneer we meer specifiek naar de invulling kijken is het volgende van belang:

- Als eerste is het van belang om duidelijk de regel te communiceren: vanaf 2025 zijn de stadscentra zero-emissie. Door dit weg te laten wordt de urgentie gemist en heeft men het gevoel dat de échte boodschap ontbreekt.
- Termen als logistiek en zero emissie duidelijk uitleggen: wat is dat dan? Zero-emissie wordt nu nog veel geassocieerd met 'schone diesels' en soms heeft men de veronderstelling dat men met de huidige diesels aan de eisen van zero-emissie voldoet. Veel gebruikte termen worden door ondernemers dus niet begrepen of anders geïnterpreteerd dan zoals in de tekst bedoeld.
- Aansluiten bij de belevingswereld van de ondernemer: de ondernemer wordt vooral gedreven om het vervoer zo efficiënt (in tijd en geld) uit te voeren. Narratief 3, 4 en 8 blijken daarom het best in staat om de ondernemer het gevoel te geven begrepen te worden. Ook vooruitgang is een frame van waaruit de ondernemer veel boodschappen bekijkt. Om hier echter de hele boodschap over elektrisch vervoer vanuit te communiceren, staat te ver af van de ondernemers.
- De ondernemer vrij laten in zijn keuze. Het gevoel gedwongen te worden wordt zeer sterk afgewezen. Uiteraard begrijp men dat het doorvoeren van deze regel leidt tot een bepaalde dwang, maar dit moet in de communicatieboodschap niet tot uiting komen.
- De nadelen van zero-emissie vervoer mogen best benoemd worden. Door ze weg te laten, lijkt het alsof de punten waar ondernemers tegenaan kunnen lopen niet begrepen worden of niet belangrijk worden geacht.
- Niet de dieselbus als een slechte investering neerzetten. Ondernemers hebben het gevoel een goede keuze te hebben gemaakt (een 'schone' diesel) en zijn afgegaan op de informatie die toentertijd voorhanden was.

- De facts en figures zijn belangrijk omdat zij concrete tastbare informatie bevatten. Hierin is belangrijk dat de ondernemer inzicht krijgt in de betekenis van deze feiten voor de eigen situatie.
- De testimonials hebben een insteek nodig die voor een grote groep herkenbaar is. Het niet proberen te overtuigen maar aanzetten tot nadenken is van groot belang.
- De afzender 'overheid' geeft de boodschap de meeste kracht en duidelijkheid. Een boodschap vanuit een branche-organisatie komt echter meer meelevend en begripvol over. Ons inziens zou de boodschap over de komst van de zero-emissie zones vanuit meerdere afzenders kunnen komen: de ondernemers vinden het belangrijk genoeg.

## Resultaat

### 1 Achtergrond respondenten

Alle 40 respondenten die mee hebben gedaan aan het onderzoek zijn werkzaam in de onderhouds- of technische branche; schilders, installateurs, meubelmakers, verwarmingsmonteurs, elektriciens, loodgieters. Zij behoren allen tot het MKB: een deel is ZZP'er, een deel heeft 1-5 werknemers en een deel 5-20 werknemers. Voor hen was het ten tijden van het onderzoek een drukke tijd: allen zaten niet om werk verleggen en konden voldoende omzet maken.

### 2 Houding ten aanzien van elektrisch rijden

De algemene houding ten aanzien van elektrisch rijden is positief. De meeste respondenten begrijpen dat we als maatschappij land of wereld niet op deze voet (met zoveel uitstoot van dieselbussen) door kunnen gaan en dat er op termijn een alternatief moet komen. Voor een transitie is dan ook draagvlak. De meeste respondenten hebben al iets over deze transitie gehoord (dat varieert van precies de ins en outs weten tot 'ooit er iets van hebben gehoord'). Voor enkele respondenten is de informatie helemaal nieuw.

De maatregel echter zoals nu voorgesteld (vanaf 2025 kom je de stadscentra niet meer in met een dieselbus) komt volgens een groot deel van de ondervraagde ondernemers veel te snel, en de informatie hierover komt veel te laat. Men heeft er veelal nog geen rekening mee gehouden: de meeste respondenten weten wel dat er op enig moment een overgang komt, maar men denkt aan een veel langere termijn met eerst nog een overgangsperiode. De uitspraak 'vanaf 2025 kom je de stadscentra niet meer in' wordt dan ook vaak beantwoord met: Eerst zien dan geloven. Men gelooft met andere woorden niet dat het zo'n vaart zal lopen.

*Ik weet niet of ze dat door kunnen voeren in 2025. Ik moet het eerst maar zien.*

*Man, ZZP'er met een installatiebedrijf*

*Ja onhaalbaar. Die radius is gewoon te klein. Dan staan we halverwege de dag stil.*

*Moeten we dan dubbele tarieven hanteren? Dat gaan we niet doen. Ik geloof er niks van.*

*Het kan niet. Onmogelijk.*

*Man, bedrijfseigenaar loodgietersbedrijf met 5 medewerkers*

Soms reageert men ook heel verontwaardigd en boos op de maatregel:

*Ik heb 1,5 jaar geleden een nieuwe bus gekocht met een schone motor en nu moet ik elektrisch gaan rijden vanaf 2025. Dat ik Rotterdam niet meer inkom. Ik heb dadelijk een*

*bus en die moet ik dan weg doen en ik heb geen geld voor een nieuwe bus. Ik heb geen paal om op te laden. Het gaat niet voor mij op. En ik denk ook niet voor kleine bedrijven. Ik moet hem dadelijk vervroegd wegdoen. Het zijn hele grote kostenposten en ik mag met deze bus nergens meer rijden dus het gaat me dubbelop veel geld kosten. Ik moet dan een lening afsluiten of m'n spaarpot omdraaien. Ik kan niet met een bakfiets. Ik heb teveel spullen. Ik heb altijd veel spullen bij me. Ik moet ladders en een steiger mee kunnen nemen. Ik word er niet vrolijk van, het wordt allemaal door m'n strot gedrukt. Dat gevoel heb ik ook door deze tekst. Het is wel echt een verkooppraatje dat de klanten er heel blij mee zijn. Ik trap er niet in. Het interesseert klanten niet met welke auto ik kom, zo werkt dat allemaal niet. Alleen grote bedrijven die willen milieubewust overkomen maar voor kleine bedrijven is het niet zo.*

*Man, ZZP'er met een schildersbedrijf*

*Dan ga ik toch gewoon het centrum niet meer in? Dan mag mevrouw Halsema zelf haar plee ontstoppen.*

*Man, eigenaar loodgietersbedrijf, 5 medewerkers*

Een deel van de respondenten vindt het niet logisch dat dieselbussen nu ineens 'wegmoeten' en moeten worden vervangen door andere bedrijfswagens. Dit is volgens hen veel belastender voor het milieu dan dat de dieselbussen eerst opgereden worden. Bovendien rijden de bussen volgens deze respondenten in andere landen verder, waar de eisen minder streng zijn.

*Ze rijden vrolijk verder in Polen of Verwegistan. Daar stoten ze gewoon nog uit. Dat is in potentie veel belastender voor het milieu allemaal.*

*Man, ZZP, timmerbedrijf*

Anderen zeggen dat de middelen om deze transitie te bewerkstelligen nog ontbreken: het bereik en het laadvermogen is te beperkt, er is een te klein aanbod, de oplaadinfrastructuur is niet toereikend, de wagens zijn te duur. Hun redenering is: ze kunnen het vanuit de overheid wel willen, maar als de middelen er niet zijn dan gaat het gewoonweg niet lukken. Zij vinden hierdoor ook dat er een niet realistische 'eis' wordt neergelegd bij de ondernemers. Als het er gewoonweg niet is, hoe kun je dan van ondernemers verwachten dat zij aan zo'n eis voldoen? Volgens hen ontbreekt het aan het volgende:

- Het bereik van de bedrijfsbussen is volgens hen te beperkt. Zij wachten op bedrijfsauto's met een grotere range.
- Het laadvermogen is te beperkt. Vrijwel alle beroepsgroepen zeggen dat zij vaak of regelmatig een lading hebben die te zwaar is voor een elektrische bus (waardoor het bereik te veel zou afnemen). Zij hebben het dan over het vervoer van machines, tegels, koperen leidingen, werktuigen, cementzakken, et cetera. Een deel van de respondenten zegt dat zij al veel (zwaarder of groter) materiaal door de leverancier op de werkplek laat bezorgen, maar dat dit niet altijd kan. Ook heeft men standaard veel mee in de bedrijfswagens: soms weet je van te voren niet precies wat je nodig hebt of is de bedrijfswagen een 'rijdend magazijn'.
- Het aanbod van elektrische bedrijfswagens is te beperkt: sommige merken hebben nog te weinig modellen.

- De oplaad infrastructuur is nog te beperkt. Men is veelal afhankelijk van openbare laadstations:
  - de werknemers nemen de bus mee naar huis waar geen eigen parkeerplek is:

*Ik zie die jongens toch niet de hele avond uit het keukenraam staren of de laadpaal al weer vrij is.*

Man, 6 medewerkers, installatiebedrijf

- Wanneer werknemers wel een eigen parkeerplek hebben waar een laadpaal zou kunnen worden geïnstalleerd zou dit in eerste instantie heel fijn zijn. Maar men verwacht hier ook weer een grote kostenpost. Bovendien redeneert men: hoe moet dat dan weer gaan als een werknemer bij je weggaat? Hoe gaat het dan met de laadpaal?
- In de steden zijn de parkeerplekken waar men kan laden beperkt. Hierdoor zou je je bus soms heel ver van de werkplek moeten parkeren: dat is niet handig of onmogelijk
- De parkeerplekken bij laadplekken zijn te klein voor grotere bedrijfswagens. Ze zouden dan 1,5 plek in beslag nemen.
- De elektrische wagens zijn nog te duur. Veel ondernemers hebben het over een dubbele prijs van een dieselbus. Dit is voor een deel van hen niet op te brengen. Ook hebben sommigen net een dieselbus aangeschaft en hadden er op gerekend hier nog wat jaren mee te kunnen doen.
- Enkele respondenten zeggen te willen wachten op de ontwikkeling van waterstof auto's.

Deze punten krijgen volgens de respondenten te weinig aandacht in de aangeboden narratieven. Dit wordt als een gemis ervaren: men zou het wel zo eerlijk en transparant vinden als deze punten meer erkenning krijgen. Nu lijkt het soms alsof het rooskleurige deel er te veel wordt uitgelicht.

Een kleiner deel van de respondenten accepteert dat zij zullen moeten aanpassen en zegt concreet te gaan nadenken over vervolgstappen.

*Ja, dan heb ik nog 4 jaar met deze auto en dan mag ik er niet meer in. Ik wist niet dat er zo veel druk op stond. Het is dus echt dom om een diesel te kopen, tegen die tijd kun je hem niet meer kwijt. Dan wil niemand hem meer hebben. Het is kapitaalvernietiging om een diesel te kopen. Dit haalt zeker over om geen diesel meer te kopen.*

Man, ZZP'er met een schildersbedrijf

Een enkele respondent heeft een bewuste beredeneerde keuze gemaakt voor uitstel:

*Dat is ons bekend. Voor 2025 moet het geregeld zijn. Wij kiezen ervoor om het nu niet te doen. Voor 2025 zal het geregeld zijn maar niet op korte termijn. Dat is een bewuste keuze. We hebben twee nieuwe dieselbussen aangeschaft uit technisch oogpunt.*

Man, bedrijfseigenaar in de bouw- en constructie sector met 4 medewerkers

### 3 Winstframes versus verliesframes

Vijf van de acht narratieven zijn opgebouwd als winstframes: hierin wordt beschreven welke winst je als ondernemer kunt behalen wanneer je overstapt op elektrisch vervoer. Drie van de acht narratieven zijn opgebouwd als verliesframes: hierin wordt beschreven wat je verliest of misloopt wanneer je niet overstapt op elektrisch vervoer.

In de volgende paragraaf worden de reacties op alle frames apart besproken. In zijn algemeenheid kan over de verschillende frames echter gesteld worden dat:

- Verliesframes worden vaak als dwingend en 'met het vingertje' ervaren. Dit zorgt ervoor dat een deel van de ondernemers met de hakken in het zand gaan.
- Winstframes worden vaak als vriendelijker en meelevend ervaren. Ze geven een positieve connotatie aan de transitie en dat wordt gewaardeerd.
- Verliesframes zijn echter wel in staat om de urgentie en noodzaak van de transitie beter over het voetlicht te brengen. De winstframes komen in sommige gevallen te vrijblijvend over.
- De aspecten waarop winst behaald kan worden in de winstframes sluiten soms niet aan bij de gedachtegang van de ondernemers: dat klanten eerder voor je kiezen als je elektrisch rijdt of dat je een voorsprong neemt op de concurrentie zijn bijvoorbeeld argumenten waar men zich niet in kan herkennen.
- Winstframes waarin (verminderde) kosten worden besproken spreken sterk aan: de ondernemers zeggen het meest gevoelig te zijn voor argumenten die over (het verminderen van) kosten gaan.
- Frames waarin de ondernemer niet in een hoek wordt gedrukt, maar juist wordt aangemoedigd om zijn logistieke proces nog eens nader te bekijken, of nieuwe opties te onderzoeken worden gewaardeerd. Ondernemers willen graag zelf de touwtjes in handen hebben en het gevoel te hebben dat zij zelf de beslissingen maken.
- In de verliesframes heeft men het gevoel dat duidelijker wordt gezegd waar het op staat. Dit wordt gewaardeerd, al moet een dwingende toon voorkomen worden.

### 4 Frames/Argumenten

Wanneer we per narratief kijken naar de reacties op de argumenten die zijn gebruikt (steeds het eerste deel van het narratief), zien we het volgende. De eerste 5 argumenten zijn de winstframes, de laatste drie de verliesframes.

## Vakmanschap

Vakmanschap is meesterschap. MKB-ondernemers weten dat als geen ander. Elke dag opnieuw werken zij keihard om hun klanten de beste kwaliteit te leveren. Of je nou schilder, stukadoor, installateur of elektricien bent, de moderne ondernemer heeft een gereedschapskist die past bij de huidige tijd. Met de nieuwste technieken en materialen, waarbij schoon en duurzaam werken hoog in het vaandel staan. Daarom ligt het ook voor de hand dat je als vakman kiest voor elektrisch vervoer. Want de manier waarop je mensen en materialen vervoert is uiteindelijk een stuk techniek. Logisch dat je ook daarbij gaat voor schoon, duurzaam en betrouwbaar.

Door te kiezen voor elektrisch rijden laat een ondernemer zien dat hij begrijpt wat de markt van vandaag vraagt. Bij aanbestedingen en werkplanning stellen opdrachtgevers steeds vaker als voorwaarde: hoe kunnen we het werk uitvoeren met schonere voertuigkilometers? Duurzaamheid is de trend en de overgang naar groene energie komt er snel aan. Met elektrisch vervoer maak je als ondernemer duidelijk dat je oog hebt voor de behoeften van de klant. En, niet te vergeten, voor het bedrijfskapitaal: je medewerkers. Want ook die zullen zich – zeker met de huidige krappe arbeidsmarkt – vooral thuis voelen bij een bedrijf dat kiest voor het comfort en de kwaliteit van een elektrische bedrijfsauto: stil, schoon en vlot in het verkeer.

Het argument dat je als vakman kiest voor elektrisch vervoer slaat niet aan bij de ondernemers. Zij kunnen het eerste deel van de tekst volgen en beamen (als vakman kies je de beste materialen), maar de link naar elektrische auto's vinden zij te ver gezocht:

*Alsof ik beter werk lever als ik in een elektrische auto rijd.*

*Man, timmerman, ZZP*

De ondernemers zeggen dat de tekst klopt wanneer het gaat over meegaan in de ontwikkeling van nieuwe materialen die zij in hun werk gebruiken of nieuwe gereedschappen. Maar voor hen is de bus een vervoersmiddel, waardoor zij het feitelijke werk niet beter of minder goed kunnen doen. Met andere woorden: een elektrische bedrijfswagen maakt je nog geen vakman.

Een klein deel van de ondervraagde ondernemers zegt te herkennen dat de markt vraagt om schonere voertuigkilometers. Zij werken voor grote opdrachtgevers of (semi-)overheid. Het overgrote deel zegt echter dat zij nog nooit van hun klanten de vraag hebben gehad op welke wijze zij zich verplaatsen. Zij hebben de indruk dat dat de meeste van hun klanten op dit moment niet uitmaakt. De vraag naar vakmensen op hun terreinen is zo groot, dat er soms niet eens meer naar een prijs gevraagd wordt. Klanten zijn al blij als er iemand komt.

*Of ik nou met een dieselbus of een fiets aankom. Het maakt ze niet uit.*

Man, ZZP'er met een schildersbedrijf

Wel zeggen deze ondernemers te begrijpen dat wanneer je zelf een energiezuinig of milieubewust product verkoopt (zoals warmtepompen, zonnepanelen, of verf die minder belastend is voor het milieu) dat het in je totaalplaatje zou kunnen passen om ook elektrisch te rijden.

Het laatste deel van deze tekst wordt door alle ondernemers afgewezen: zij zeggen dat hun personeel eerder de nadelen van elektrisch vervoer zullen zien (waar opladen?) dan de voordelen. Zij noemen dit gedeelte overdreven.

## Koplopers

Ondernemen is topsport. MKB-ondernemers werken er hard aan om zich met hun productaanbod en dienstverlening te onderscheiden. Belangrijk, want zo kom je in beeld bij bestaande en nieuwe klanten. En pak je voorsprong op de concurrentie. Dat betekent voorop willen lopen: bedrijven met de ambitie om koploper in hun werkveld te zijn. Zij voorzien de marktontwikkeling en maken slim gebruik van technische innovaties. Zodat ze hun klanten nog betere kwaliteit kunnen leveren en duurzamer kunnen werken. Elektrisch rijden hoort daarbij, want dat is de toekomst: schoner, stiller en ook kostenefficiënter. Kiezen voor elektrisch vervoer betekent aansluiten bij de trend naar verantwoord en duurzaam ondernemen. Als ondernemer laat je zo zien dat je begrijpt wat de markt van vandaag en morgen vraagt.

Door het voortouw te nemen bij de overstap naar elektrisch vervoer kan een MKB-ondernemer doen waar hij goed in is: zelfstandig en toekomstgericht een bedrijf runnen. Je kan beslissingen nemen over de bedrijfsvoering, zonder druk van buitenaf. Dat is ook het moment om de vervoersbehoefte nog eens goed onder de loep te nemen: hoeveel bedrijfswagens heb je echt nodig? Wat kan je beter door leveranciers of logistieke dienstverleners laten verzorgen? Uiteindelijk kan je misschien toe met een kleiner aantal elektrische bedrijfsauto's in vergelijking met het huidige wagenpark. Dat levert op korte en langere termijn kostenbesparing op. En zo zorg je ervoor dat het bedrijf op tijd klaar is voor nieuwe ontwikkelingen zoals de komst van zero emission-zones in veel grote en middelgrote steden vanaf 2025. Met elektrische vervoer blijven klanten in de stad dan bereikbaar en is de continuïteit van de bedrijfsvoering gewaarborgd. En nog een voordeel van een tijdige overstap naar elektrisch bedrijfsvervoer: je kan profiteren van de subsidies en fiscale regelingen die nu voor ondernemers beschikbaar zijn.

Deze tekst komt soms wat wollig en weinig to-the-point over. De tekst leest voor enkele respondenten wat moeilijk omdat er maar weinig 'echte informatie' in wordt gegeven. Men mist een duidelijke, eenduidige boodschap met een handelingsperspectief:

*De gedachtegang spreekt me wel aan, dat je iets moet doen omdat het anders te laat is. Je moet mee. Als je nu nog geen computer hebt dan loop je achter. Wil je meedoen in concurrentie dan zal je hier wel echt over na moeten denken. Wat ik mis is een stukje praktische invulling; het houdt op als ik m niet op kan laden, veel monteurs hebben de auto mee naar huis en dat is dus waar we over nadenken hoe gaan we dat praktisch invullen en daar heb ik nog niks over gezien*

*Man, bedrijfsleider in de installatie met 7 medewerkers*

*Ik vind het weinig informatie bevatten. Ik vind het meer feiten en dingen en zo. Een leuk stukje tekst maar je haalt er niet veel uit dat je zegt van nou we gaan over op elektrisch rijden. Die andere twee teksten die waren veel meer informatie. Hier zit weinig informatie in.*

*Man, ZZP'er met een schildersbedrijf*

De tekst wordt wel ervaren als 'zachter en niet zo dwingend' in vergelijking met de argumenten uit de 'verliesframes'. Men is het er mee eens dat ondernemers voorsprong willen nemen, willen begrijpen wat de markt vraagt, et cetera. Dat elektrisch rijden hierbij hoort vindt men soms wat ver gezocht: de markt vraagt op dit moment nog maar weinig om elektrisch rijden. Deze gedachtesprong is voor sommige ondernemers dus wat te groot.

*Ja.. Hoe loop ik dan voorop op mijn concurrent? Want we zijn hetzelfde. Kan ik meer uurloon vragen als ik een elektrische auto rijd? Biedt het mij meer voordelen, onderscheidt het mij als vakman? Als bedrijf? Ik begrijp wat ze ermee willen uitstralen, maar het is weer een mooie tekst om iets te verkopen. Wat verkoop je dan daadwerkelijk aan me?*

Man, bedrijfseigenaar (loodgieter) in de bouw- en installatiesector met 5 medewerkers

*Het is meer aanbiedend: hoe kan je het doen, hoe kan je de concurrentie voor zijn. Maar ik denk dat de concurrentie hetzelfde probleem heeft. De markt kan niet aanbieden wat de wensen zijn.*

Man, ZZP'er in de installatiesector

*Ik vind het onzin, want we móeten meedoen. Ik heb een collega van mij met wie ik samenwerk die net een aanschaf heeft gedaan van een nieuwe auto. Als ik dan lees dat het over drie jaar geen diesel meer mag zijn, dan heeft hij een probleem. Dat zijn weer kosten die je moet maken. Hoe moet je daarmee omgaan? Het maakt mensen niet uit of ik elektrisch rijd, maar dit maakt mij het alleen maar moeilijker.*

Man, ZZP'er met een elektra- installatiebedrijf

Op een enkeling komt de tekst onprettig over: alsof je achter de feiten aanloopt als je niet elektrisch rijdt: een soort van beschuldiging.

*Ik denk wel dat dit stuk wat meer doordramt. Dus mensen die nog geen elektrische auto hebben of sowieso niet bezig zijn met duurzaamheid, voor hen is het wel veel. Het kan dan overkomen van, waar ben je mee bezig, dit kan niet. Zo van: je loopt achter de feiten aan. Een soort van beschuldiging kan het zijn.*

Man, bedrijfseigenaar in de installatiesector met 2 medewerkers

Het stuk dat je je vervoersbehoefte onder de loep moet nemen, wordt door een deel van de respondenten gewaardeerd. Zij vinden het fijn dat het elektrisch rijden in een breder perspectief wordt geplaatst:

*Het is eigenlijk wat ik net zei, je moet gaan kijken wat je wel en niet nodig hebt. Meer alles tegen het licht aanhouden. Ik denk dat dat beter is dan alles direct verplicht stellen. Je hebt tijd nodig om dingen te regelen en organiseren. Als je zegt, je móet dit nemen, dat werkt natuurlijk niet. Je moet kijken welke auto je voor wat gaat gebruiken.*

Man, bedrijfseigenaar in de installatiesector met 20 medewerkers

*Niets doen betekent dat je in de problemen komt. De toon van deze tekst zie ik als wakker worden. En dan een plan maken over hoe je je vervoer gaat regelen.*

Man, bedrijfseigenaar in de asbest- en installatiesector met 10 medewerkers

## Kostenbesparing en duurzaam rendement

Als het gaat om keuze en beheer van bedrijfswagens, dan maak je als MKB-ondernemer een kosten-batenanalyse. Daarbij is het belangrijk om te kijken naar het totale kostenplaatje. Want naast aanschafkosten wegen ook onderhoud, brandstofverbruik en restwaarde mee bij de keuze voor de juiste bedrijfswagen. Voor elektrische bestelauto's is die zogenaamde Total Cost of Ownership (TCO) inmiddels vergelijkbaar met dieselaangedreven bestelauto's en vaak zelfs al gunstiger. Want ook al is de aanschafprijs van een elektrische bus op dit moment misschien nog hoger dan van een dieselbus, die investering verdient je ruimschoots terug door de lagere verbruiks- en onderhoudskosten. Bovendien maakt de overheid met fiscale voordelen en subsidies de keuze voor emissieloze bedrijfswagens aantrekkelijk voor MKB-ondernemers. Dat geldt ook voor laadvoorzieningen op het bedrijfsterrein. Daarnaast bieden veel gemeenten bedrijven met elektrisch vervoer voordelen bij bijvoorbeeld parkeren en opladen.

Qua variabele kosten wint de elektrische bestelauto het van de dieselbus. Dat komt omdat stroom minder kost dan diesel. Ook schommelt de prijs van stroom minder dan die van diesel, zodat je beter zicht hebt op de verbruikskosten. En stroom is natuurlijk helemaal goedkoop, als je die als bedrijf zelf opwekt met zonnepanelen op het dak; daarvoor zijn ook weer subsidiemogelijkheden. De onderhoudsgevoeligheid van elektrische bestelauto's is bovendien lager, omdat er minder bewegende onderdelen in zitten. Daardoor staat de bus minder vaak stil bij de garage, zodat hij meer beschikbaar is voor het doel waarvoor MKB-ondernemers hem hebben: het bedrijf runnen. Dat kan een ondernemer veel geld schelen. Dan de restwaarde. Ook die is gunstig, omdat elektrische auto's vanwege de klimaatdoelen en de energietransitie naar verwachting waardeverster zullen zijn dan auto's met een verbrandingsmotor. De restwaarde van dieselbussen zal steeds meer dalen. Uiteindelijk schrijf je als ondernemer beduidend minder af op een elektrische bedrijfswagen.

Naast de kosten kijken MKB-ondernemers uiteraard ook naar de beschikbaarheid en de prestaties. Ook in dat opzicht is de elektrische bedrijfswagen steeds aantrekkelijker. Het aanbod groeit gestaag: alle bekende merken hebben tegenwoordig bestelauto's en bestelbussen met elektrische aandrijving in hun assortiment. Ook de prestaties van huidige generatie elektrische bedrijfswagens worden steeds beter. Met een volle accu kan je tegenwoordig tussen 150 en 200 kilometer rijden, terwijl de grote meerderheid van de MKB-ondernemers dagelijks niet meer dan zo'n 100 kilometer aflegt. Daarnaast hebben de nieuwe modellen meer trekkracht en een kortere oplaadtijd. Ook daarom maken steeds meer MKB-ondernemers de overstap naar elektrisch rijden.

Deze invalshoek wordt positief gewaardeerd door de ondernemers: het gaat over de kosten en dat is waar het om draait zeggen de ondernemers. Ook het idee om het vanuit een Total Cost of Ownership te bekijken spreekt aan: hier gaat het de meeste ondernemers om en dit is de primaire trigger voor MKB-ondernemers is het bedrijfsbelang staat bovenaan en er moet rendement worden bereikt. Men ervaart het als een positief 'verkoopverhaal' over elektrische auto's, waar een deel van de ondernemers voor open staat.

*Vriendelijk. Dat je zelf nadenkt wat zijn werkelijk mijn kosten, in plaats van ik moet dit nu gaan doen. Dat moeten is niet goed. Als iets bijvoorbeeld geld kan opleveren wordt het voor een onderneming interessant. Je moet kijken naar wat een auto kost in de lease, daar heb je de meeste mensen mee denk ik. Je moet kosten per maand vergelijken tussen diesel en elektrisch. Dan kun je zien of er een verschil in het bedrag zit.*

Man, bedrijfseigenaar in de installatiebranche, 20 werknemers

Wel zet een deel van de ondernemers vraagtekens bij de stellingen in dit stuk tekst. Zij vinden dat bijvoorbeeld de volgende voorbeelden te stellig worden gebracht en hebben het idee dat dit zich nog maar moet uitwijzen:

- De prijs van stroom schommelt minder snel: men heeft het gevoel dat wanneer iedereen elektrisch gaat rijden, het stroomnet dit niet aankan, en de kosten best zouden kunnen stijgen. Veel ondernemers hebben niet de mogelijkheden om zonnepanelen op het dak te leggen.
- De restwaarde van elektrische auto's is gunstig: ook hier worden nog wel vraagtekens bij gezet. De respondenten zeggen dat dit nog maar moet blijken. Enkele respondenten hebben gehoord dat accu's snel achteruit lopen en wellicht niet meer zo goed bruikbaar zijn na een aantal jaar. Dat beïnvloedt de restwaarde sterk, aldus deze respondenten.
- De restwaarde van diesels gaat achteruit. Ook dit moet nog maar blijken zeggen de ondernemers.

*Ja, goed idee, maar er zitten wel haken en ogen aan. Ik heb geen eigen parkeerplaats of terrein. De jongens nemen de auto mee naar huis. Zij hebben geen laadplek. Dus het is een leuk idee om zoiets te doen, maar dit is voor bedrijven met een eigen terrein.*

ZZP'er, bouw

*Er wordt hier gepraat over de TCO, the total cost of ownership. met een hoge restwaarde van elektrische bussen. Maar dat weet niemand want ze zijn net pas op de markt. Nu kan ik ook mijn chemische batterijen niet zomaar wegbrengen, moet ik straks betalen om die auto weg te doen? Dus ik vind de restwaarde een rare aanname.*

ZZP'er, installatie

*Ja een goede tekst wel, maar het zijn wel aannames*

ZZP'er, installatie

In dit stuk wordt genoemd dat de trekkracht en de prestaties van de accu's tegenwoordig omhoog gaan en dat de oplaadtijd naar beneden gaat. Dit zijn juist de punten waar veel van de ondervraagde ondernemers tegenaan lopen: zij vinden dat dat nu nog niet toereikend is (vooral het laadvermogen en de range). Dat het omhooggaat geloven zij wel, maar op dit moment is het nog niet genoeg aldus de respondenten.

### **Slim inrichten logistiek**

Veel MKB-ondernemers zien het vervoer van medewerkers en materialen van en naar klanten vooral als een kostenpost. Een noodzakelijk onderdeel van de bedrijfsvoering, waar je nu eenmaal mee moet dealen. Maar voor ondernemers liggen hier wel degelijk ook kansen om op een slimme manier tijd en geld te besparen en om te verduurzamen. Bij de overstap naar 'emissieloos' wordt vaak gedacht aan het één-op-één vervangen van de bestaande dieselbestelauto door eenzelfde type elektrische bus. Maar dat is meestal niet het hele verhaal en ook niet de slimste aanpak. Het loont de moeite om eerst alle onderdelen van de logistieke keten kritisch onder de loep te nemen. Zo sla je twee vliegen in één klap. Relevante vragen zijn dan: Hoeveel en welke vervoermiddelen heb je nodig voor een optimale bedrijfsvoering? Hoeveel tijd steek je in voorraadbeheer en vervoer van materieel en producten? Hoeveel voorraad wil je in het magazijn en welke voorraad is er nodig in de bestelbus? Kan je de dag- en rittenplanning anders indelen, zodat minder vervoer van medewerkers en materialen nodig is? Wat kan je beter door leveranciers of logistieke dienstverleners laten bezorgen?

Door te kijken hoe je de logistiek en het vervoer anders kan organiseren valt er voor MKB-ondernemers winst te behalen, op korte en langere termijn. Misschien blijkt dat je met minder bedrijfswagens toe kunt. Of met compacte elektrische bestelauto's, door een efficiëntere indeling van de laadruimte en minder 'ijzeren' voorraad. Wellicht past bij jouw bedrijf een slimme mix van vervoermiddelen, bijvoorbeeld een kleine elektrische bestelauto en een elektrische bakfiets voor klussen in de stad. Met een andere aanpak van de logistiek kan ook de beschikbare menskracht efficiënter worden benut. Het liefst wil je als ondernemer schaarse vakmensen inzetten voor het werk waarvoor je ze in dienst hebt, niet als bezorger. Slimme logistieke oplossingen kunnen de hoeveelheid reistijd en improductieve uren verminderen. Zo opent het nadenken over elektrisch rijden deuren naar efficiënter inrichten van het logistieke proces. Dat biedt legio kansen om het bedrijfsrendement te verhogen én tegemoet te komen aan de wensen van klanten en gemeenten op het gebied van duurzaam vervoer. Een win-win dus voor MKB-ondernemers.

De gedachtegang van dit narratief spreekt aan. De ondernemers noemen het een goed idee en een goed uitgangspunt om de hele logistieke keten onder de loep te nemen en niet alleen te kijken naar het vervangen van een dieselbus door een elektrische bus. Men begrijpt en beaamt dit: het is altijd goed om te kijken of je je werk efficiënter kunt inrichten.

*Hier lijkt het wel alsof je onderdeel van een keten bent. Een stukje bewustwording in plaats van alleen de financiële voordelen. (...) Ze vragen om er breder naar te kijken. Je visie van ondernemen moet aangepast worden.*

*Man, ZZP'er in de bouwsector*

*Hier hebben ze het over dat je de manier van werken onder de loep moet nemen. Mijn jongens zijn bezig met elektrische scooters aan de rand van de stad en dan rijd je zo naar je klus toe. ik heb een motorfiets en dat is nu een service motor, dat is wat ik ook wil doen: een motorfiets op de zaak kopen ipv een nieuwe bestelauto. Ik vind dit wel het beste stukje tekst tot nu toe. Je moet iets dat weten we allemaal, je moet je diesel auto laten staan.*

Man, ZZP'er in de installatiesector

Een deel van de respondenten zegt natuurlijk ook zelf wel te kijken naar de eigen logistieke keten, maar wordt door het narratief toch geïnspireerd om dit weer eens met eens met een frisse blik te doen:

*Hier zeggen ze van hou je bedrijf even goed tegen het licht, hier wordt het wat zachter gebracht. Dit spreekt me meer aan. Zeker ook met die fiets dan is het soms de eerste paar dagen veel bevoorraden en daarna gaan we met zijn vieren in een auto. Dat kan bij wijze van zelfs met de fiets.*

Man, bedrijfseigenaar in de installatiesector met 4 medewerkers

*De toon vind ik dat je zelf aan het denken wordt gezet. Ik vind het niet belerend of bedreigend maar het prikkelt je wel om erover na te denken. Het is goed, want we moeten er een keer aan geloven en we kunnen niet wachten tot het laatste moment.*

Man, bedrijfsleider in de installatiesector met 7 medewerkers

Een enkele ondernemer zegt het idee van dit narratief te voor de hand liggend te vinden en reageert meer als: tja, wat denken ze, dat we dit zelf niet constant doen? Deze ondernemer heeft het gevoel niet helemaal serieus te worden genomen: alsof hij dit niet zelf had kunnen bedenken.

Andere respondenten, die bijvoorbeeld alleen werken, hebben het gevoel dat deze tekst niet op hen slaat maar eerder op wat grotere bedrijven. Zij hebben niet veel te kiezen in logistiek is hun redenering:

*Ik denk ook niet dat dit voor mij opgaat ik ben een eenmanszaak, als je 15 man in dienst heb misschien wel. Want heb je er 10 in dienst en 7 busjes dan moet je ook een grote stap maken om alles tactvoller in te delen maar je moet wel je werk daarop aanpassen. Dit in vergelijking met de tekst van net is dat ze je hier anders naar je werk proberen te krijgen maar dit geldt niet voor mij.*

Man, ZZP'er met een schildersbedrijf

*Dit is een manier om te zeggen hoe je het logistiek slimmer moet maken. Dat kan bij mij niet. Misschien bij een bedrijf dat een vaste plek heeft zoals een schildersbedrijf. Soms moeten wij kriskras door de stad. Ik kan het niet efficiënter maken. Het gaat echt niet.*

Man, ZZP'er met een bedrijf in de bouwsector

De bakfiets die in het narratief wordt genoemd, wordt veelal honend weggelachen. Ten eerste omdat de materialen die men vervoert niet in een bakfiets passen (men heeft een soort rijdend mini-magazijn) of juist hele grote of

zware apparaten of materialen. Maar ook past een bakfiets niet bij het imago van de ondervraagde respondenten en hun werknemers: "grote, sterke kerels gaan echt niet op een bakfiets zitten". De bus draagt bij aan de identiteit/imago van de MKB'er. Uit de gesprekken blijkt een sterke sociale norm om in een bus te rijden: de bakfiets is een brug te ver voor deze MKB'ers.

Wanneer respondenten uit andere narratieven al het jaartal 2025 hebben meegekregen en het feit dat je dan stadscentra niet meer inkomt met een dieselbus, zegt men deze urgentie wel te missen in deze tekst. Deze tekst is dan volgens hen te vrijblijvend: neem je logistiek eens onder de loep. Dat wanneer je dit niet doet, het niet zonder consequenties blijft, mist men echter in deze tekst.

## Representativiteit en klantenbinding

Imago is hoe anderen denken over jou als ondernemer en over je bedrijf. Kwaliteit, betrouwbaarheid, representativiteit en duurzaam werken: allemaal elementen die klanten in een bedrijf waarderen. Als je imago op orde is, maken je klanten reclame voor je. Tel uit je winst.

Werken aan een positief imago hoeft niet ingewikkeld te zijn. Denk bijvoorbeeld aan een bewuste keuze voor een bedrijfswagen. Want dat is het visitekaartje van je bedrijf. Je bus vertelt veel over de identiteit en ambitie van je bedrijf. Kies je voor elektrisch rijden, dan straalt je uit te staan voor innovatief en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Als je voor komt rijden met een elektrische bus, dan maak je een statement: 'Ons bedrijf is klaar voor de toekomst, wij rijden elektrisch'. Zeker voor MKB-bedrijven in de technische sectoren (zoals de installatiebranche, onderhoud en klimaatbeheersing) is duurzaam vervoer een manier om zich te onderscheiden van de concurrentie.

Als je het zo bekijkt, dan is de keuze voor elektrisch rijden een sterk marketing-instrument voor je bedrijf. Want de klant van nu is daar gevoelig voor. Sterker nog, steeds vaker stellen opdrachtgevers duurzaam vervoer als voorwaarde bij aanbestedingen en weegt dat aspect mee bij de beslissing aan wie ze de opdracht gunnen. Dat is een belangrijk pluspunt, waarmee je bestaande klanten aan het bedrijf kan binden en nieuwe klanten kan binnenhalen.

Daarnaast heeft elektrisch rijden meer voordelen voor MKB-ondernemers. Het is een goede investering, want in vergelijking met dieselaangedreven bedrijfswagens scoort de elektrische bus gunstig qua energieverbruik, restwaarde en afschrijving. En het rijdt comfortabel: stil, schoon en vlot in het verkeer. Ook dat maakt de overstap naar elektrisch rijden aantrekkelijk.

Dit uitgangspunt wordt door de meeste respondenten afgewezen. Zij zijn het er mee eens dat je bedrijfswagen een onderdeel van je visitekaartje is, maar vinden het te ver gaan om het een marketing instrument te noemen dat voor klantenbinding zorgt. Bij bedrijven die zich puur richten op het verkopen van energiezuinige oplossingen (zoals warmtepompen) kan men zich er nog iets bij voorstellen dat een elektrische auto past bij je imago en een marketing instrument is. Maar de installateurs, schilders, timmermannen, loodgieters et cetera die aan het onderzoek hebben meegedaan, zeggen dat hun klanten echt niet gevoelig zijn voor het type vervoer waar zij mee komen.

*Het imago van je bedrijf is niet afhankelijk van de auto die je rijdt. De meeste klanten weten niet eens waar we in rijden. Het gaat om het werk dat je verricht. Ik heb nog nooit iemand gehoord over onze bus. (...) Ik kan me wel voorstellen dat ze het misschien kunnen waarderen, maar het heeft geen invloed op het imago van het bedrijf.*

*Man, bedrijfseigenaar in de installatiesector met 20 medewerkers*

*Je wagenpark moet er verzorgd uitzien, maar ik ga er echt niet op geselecteerd worden.*

*Man, ZZP'er met een bedrijf in de bouwsector*

Het type klant dat men heeft, is volgens de ondervraagde ondernemers, ook doorslaggevend of men eisen stelt aan het type vervoer. Bij grote klanten, zoals overheden of semi-overheden, worden veelal in aanbestedingen eisen gesteld aan het vervoer. De respondenten noemen echter meestal particulieren of kleinere of middelgrote bedrijven als klant, en die 'maakt het echt nog niet uit waar je mee aan komt rijden':

*Nee, als ik een paar honderd euro duurder ben maar ik rijd een elektrische bus dan is het niet ineens dat ze dat prima vinden. Maar bij bedrijven en overheden is het misschien wel interessant.*

*Man, ZZP'er met een schildersbedrijf*

*Wij hebben als opdrachtgever ook de gemeente, dus daar is het wel leuk voor. Maar 90% zijn particulieren. Ik heb wel voor Volkswagen gekozen omdat ik dat er representatief uit vind zien. Bij sommige particulieren zou het wel mooi zijn, maar de meeste mensen interesseert het geen drol.*

*Man, bedrijfseigenaar in de installatiesector met 4 medewerkers*

*Er wordt veel gewicht gelegd bij het feit dat je klant het belangrijk vindt maar dat hangt af van welk segment van de markt je zit. Bij een woningbouw kijken ze daarnaar maar in andere branches is dat nog helemaal niet actueel volgens mij.*

*Man, bedrijfseigenaar in de asbest- en installatiesector met 10 medewerkers.*

## **Voortbestaan bedrijf in waagschaal**

Duurzaam bedrijfsvervoer – zonder uitstoot van CO2 en fijnstof - wordt de norm. En die ontwikkeling gaat snel. In veel steden bestaan al milieuzones, waarmee vervuilende dieselbussen en auto's uit het centrum worden geweerd. In verband met de klimaatdoelstellingen gaan vanaf 2025 strengere regels gelden voor de toegankelijkheid van stedelijke gebieden voor bedrijfsvervoer. Er worden dan zero-emissiezones ingevoerd, waar alleen nog volledig elektrische voertuigen toegang krijgen. In veel grote en middelgrote gemeenten wordt het dan onmogelijk, om met een dieselbus het stadscentrum (en vaak ook omliggende wijken) binnen te komen. Maak je niet tijdig de overstap naar elektrisch vervoer, dan worden klanten en leveranciers binnen die zones voor je bedrijf onbereikbaar.

Het is zeker niet alleen de overheid die emissieloos bedrijfsvervoer als norm gaat stellen. Er komt ook steeds meer druk vanuit de markt. Opdrachtgevers en afnemers willen een goede match tussen een product en het bedrijf dat het levert. Zij stellen daarom steeds vaker duurzaam vervoer als voorwaarde bij aanbestedingen. En wegen dat aspect zwaar mee bij de beslissing aan wie ze opdrachten gunnen. Dat is ook logisch. Want stel je voor hoe het overkomt op klanten, als je zonnepanelen komt installeren of alleen watergedragen verf gebruikt en je dan voor rijdt met een vervuilende dieselbus.

De maatschappelijke trend gaat duidelijk in de richting van duurzaamheid. Hoe langer je als MKB-ondernemer wacht met de overstap naar elektrisch rijden, des te meer zet je je bedrijf op achterstand. Je verliest de connectie met je klanten. Werk gaat naar concurrenten die wel tijdig overschakelen op elektrisch vervoer. En belangrijker: het wordt steeds moeilijker de regie over je bedrijfsvoering te houden en je zelfstandigheid als ondernemer te bewaren. Want als je zelf niet tijdig dit soort belangrijke keuzes maakt, dan beslissen anderen voor jou.

Deze tekst komt op de meeste respondenten dwingend over.

*lets dwingender: dat er geen keuze meer is en dat het moet*

*Man, bedrijfseigenaar in de bouw- en constructiesector met 4 medewerkers*

De meeste respondenten noemen dit heel onprettig en gaan hierdoor met de hakken in het zand. Zij zeggen dat een ondernemer altijd zelf wil bepalen wat hij doet, en dat deze tekst juist het gevoel geeft dat hen iets wordt opgelegd. Hiermee voelt men zich geraakt op de meest gevoelige plek: onafhankelijkheid en behoefte om zelfstandig keuzes te maken: dit is de reden dat ze zelfstandige zijn. Enkele respondenten reageren door te zeggen dat ze dan maar stoppen met werken of dat ze niet meer in steden gaan werken en dat iemand anders het mag gaan opknappen.

*Hoe langer je als MKB'er wacht tot het elektrisch rijden, des te meer achterstand je krijgt. Hoe dan? Andere mensen pakken het werk op, er is genoeg te doen in de bouw. Dan gaan wij lekker door in de weilanden.*

Man, ZZP'er met een installatiebedrijf

*Het werkt een beetje averechts door dat laatste stukje over het verliezen van de connectie en over dat werk naar concurrenten gaat. Ja.. Dat vind ik een beetje een doemscenario, vinger wijzend. Niet zo'n leuk stukje. Deze folder zou ik opzij leggen, dat mij de les wordt gelezen. Ik denk dat het allemaal wel zal meevallen.*

Man, ZZP'er met een schilderbedrijf

Vooraf de tweede en derde alinea van de tekst wekken het gevoel van dwang op, ook omdat hier argumenten worden gebruikt die men niet herkent: dwang vanuit de markt, je connectie verliezen met klanten. Dit zijn punten die men zich niet zo makkelijk kan voorstellen. Ook de zin 'anders beslissen anderen voor jou' heeft dit effect, want dat anderen voor je beslissen is iets dat ondernemers niet willen.

Naast het dwingende gevoel, heeft een deel van de respondenten wel het gevoel dat deze tekst er geen doekjes omwindt en heel duidelijk is (zeker de eerste alinea). Dat er hier gezegd wordt waar het op staat: vanaf 2025 zul je als ondernemer moeten bewegen. Dit wordt door een deel als prettig ervaren: "zeg me maar gewoon waar het op staat".

*Hier wordt de vinger op een zere plek gelegd voor de ondernemers. Dat als je niet overstapt dat je de boot niet mist en achter de feiten aangaat. Het is meer het schetsen van een toekomstsituatie.*

Man, installatiesector met 7 medewerkers

*Deze is nog strenger, nog directer. Als je het niet doet dan hang je. De duidelijkheid waar ik zelf wel van hou.*

Man, ZZP'er met een installatiebedrijf

*Dit geeft precies aan waar je als ondernemer naartoe moet gaan. Het is duidelijk wat de afspraken zijn en welk tijdsbestek erbij hoort. Het klinkt allemaal heel logisch. Duidelijk verhaal.*

Man, bedrijfseigenaar in de bouw met 15 medewerkers

## Stilstand is achteruitgang

Stilstand is achteruitgang. Dat geldt voor elke ondernemer, en zeker voor MKB-bedrijven in de technische sector. Succesvol ondernemen lukt alleen, als je tijdig inspeelt op ontwikkelingen in de markt en de samenleving. Eén van die ontwikkelingen is de trend naar duurzaamheid, volgend uit de klimaatdoelen en de noodzaak de uitstoot van CO2 en andere schadelijke stoffen terug te dringen. Belangrijk onderdeel daarvan is de overgang naar elektrisch bedrijfsvervoer.

Mis je als ondernemer de aansluiting bij die ontwikkeling, dan loop je al snel achter de feiten aan. Zowel gemeenten als opdrachtgevers en afnemers stellen duurzaam vervoer van mensen en materialen steeds meer als voorwaarde. Wacht je te lang met de overstap naar elektrisch rijden, dan kom je al gauw in de knel met lokale regels, waaronder de zero-emissiezones die vanaf 2025 ingevoerd worden. Een ander mogelijk gevolg: je zet je bedrijf op achterstand ten opzichte van concurrenten en loopt zo het risico werk en klanten te verliezen. Ook ondergraaf je de band met vakgenoten die wel de voordelen zien van de keuze voor duurzaam vervoer. En juist die beroepstrots is wat MKB-ers in de technische sectoren kenmerkt en bindt: je bent in alle opzichten een vakman.

En last but not least, zonder de overstap naar een elektrische bedrijfswagen bewijs je ook een slechte dienst aan het belangrijkste bedrijfskapitaal: je medewerkers. Als werkgever onthoudt je hen het comfort van schoon en gezond vervoer dat elektrisch rijden biedt. Juist met de huidige schaarste aan goede vakmensen is dat een arbeids-voorwaarde, waarmee MKB-ondernemers zich kunnen onderscheiden.

Het uitgangspunt van deze tekst 'stilstand is achteruitgang', spreekt aan en vindt weerslag bij de ondernemers. Zij beamen dat ze altijd vooruit willen, De uitwerking van vooruitgang in het aanschaffen van een elektrische bus vinden sommigen echter ver gezocht. Vooruitgang zit in het werk dat je uitvoert, de materialen en technieken die je gebruikt. Niet in je bus.

*Stilstand is achteruitgang, dat is wel zo. Maar elk bedrijf is constant in beweging, constant aan het aanpassen naar wat de klanten willen. Ik ben ook op andere manieren duurzaam bezig. Dat gaat ook allemaal goed.*

*Man, ZZP'er met een installatiebedrijf*

*Als je niet elektrisch rijdt, hoef je niet meteen stil te staan.*

*Man, ZZP'er met een schildersbedrijf*

*Hier heb ik niks mee. Er zitten teveel dingen in waarvan ik denk wat een achterhaalde tekst. Succesvol ondernemen is bij mij geld verdienen en inspelen op de markt. Ik snap het niet helemaal. Ik vind het teveel opgelegd en kort door de bocht of voor de hand liggend*

Wanneer verder wordt ingegaan op de gehele tekst, wordt deze soms als pusherig, maar ook als duidelijk ervaren. Het pusherige zit in de stukken 'je loopt achter de feiten aan', 'je verliest klanten en werk', 'je zet je bedrijf op achterstand', 'je ondergraaft de band met vakgenoten'. Deze stukken spreken niet aan bij een deel van de respondenten en worden als overdreven ervaren.

*Je hoort er niet meer bij, je moet mee, met verminderen van CO<sub>2</sub> uitstoot vanaf 2025. Dus je denkt de hele tijd, oh dan kan ik dit en dat niet meer. Dan denk ik, dan ga je toch lekker zelf Amsterdam in.*

Man, bedrijfseigenaar van een loodgietersbedrijf met 5 medewerkers

*Zal ik je heel eerlijk zeggen? Ik vergelijk het eigenlijk met het hele COVID verhaal, er wordt alleen maar gepusht. Net als bij de vaccinaties; je wordt verplicht om iets te doen, want anders kun je minder. Maar heel veel dingen worden niet goed uitgelegd. In Duitsland krijg je subsidie om aan het gas te gaan en in Nederland om ervan af te gaan. Zeg het maar.*

Man, bedrijfseigenaar van een loodgietersbedrijf met 5 medewerkers

*En dat je snel achter de feiten aan zou lopen, dat is natuurlijk niet zo. Wij doen dingen al jaren hetzelfde. Ik ga achterlopen als ik in mijn vak dingen ga missen, niet omdat ik geen elektrische auto rijd.*

Man, bedrijfseigenaar in de installatiesector met 20 medewerkers

Aan de andere kant noemt men de tekst ook duidelijk, Er wordt gezegd waar het op staat, welke risico's je loopt als je niet aansluit. Dat spreekt aan:

*Het gaat om wat er gebeurt, er is vergroening en er komen regels aan, zorg dat je erbij aansluit. dat is de spijker op de kop slaan. het is er gewoon, daar moet je bij aansluiten. dat komt veel duidelijker over. zo is het.*

Man, bedrijfseigenaar tegelzetterij met 4 medewerkers

*deze is wat simpeler. hij komt met meer feiten. zoals dat stilstaan is achteruit gaan. ik vind het wel makkelijker lezen. misschien een simpeler taalgebruik.*

Man, ZZP'er met een schildersbedrijf

De laatste alinea waarin beweert wordt dat je je medewerkers van schoon en gezond vervoer weerhoudt, als je niet overstapt op elektrisch vervoer, vinden zij erg overdreven.

*Wat een waanzin. of ik nou in een diesel busje of een elektrisch busje rijdt, wat is er nou gezonder?*

Man, bedrijfseigenaar tegelzetterij met 4 medewerkers

*Ik vind dat iets te zwaar, slechte dienst aan je medewerkers. Ik denk dat dat het minste argument is. Wij werken met redelijk simpele mensen en die bus moet het gewoon doen en dat is wat ze belangrijk vinden.*

Man, bedrijfseigenaar in de asbest- en installatiesector met 10 medewerkers

## Kapitaalvernietiging

De dieselbus is het werkpaard voor veel MKB-bedrijven, zowel voor het vervoer van medewerkers als van materialen en producten. Stel die bus is aan vervanging toe, dan sta je als ondernemer voor de keuze: ga je weer voor een dieselbus (nieuw of tweedehands) of maak je de overstap naar elektrisch rijden? Bij die beslissing is het belangrijk om alle kosten mee te wegen.

In aanschaf is een elektrische bedrijfswagen op dit moment vaak duurder dan een dieselmodel. Maar toch is het zeer de vraag of nu nog investeren in een dieselbus een slimme zet is. Want qua verbruik, onderhoud en afschrijving scoort de dieselbus nu al een stuk ongunstiger dan een elektrische bus. En waarschijnlijk wordt dat verschil de komende jaren alleen maar groter. Door stijgende olieprijs en hogere dieselaccijns gaan de kosten voor het brandstofverbruik steeds meer omhoog. Terwijl stroom juist relatief goedkoop is, zeker als je die opwekt met zonnepanelen en je op het eigen bedrijfsterrein kan laden. Naar verwachting gaan ook onderhoud en vervanging van onderdelen meer kosten, doordat dieselbussen door het intensieve gebruik slijtagegevoelig zijn en fabrikanten overschakelen op elektrische voertuigen. Die hoeven juist minder vaak naar de garage, omdat er minder bewegende onderdelen in zitten en de techniek steeds verder verbetert. Tenslotte zorgt de afnemende vraag naar dieselbussen ook voor een dalende inruil- en restwaarde. Dat komt door de opkomst van elektrische bedrijfswagens, maar ook doordat regelgeving de gebruiksmogelijkheden van diesels steeds verder inperkt. Nu al weren veel steden oudere dieselbussen uit het centrum door middel van milieuzones. En vanaf 2025 komen er in veel gemeenten zero-emissiezones, waar dieselaangedreven bedrijfswagens geen toegang meer krijgen.

Al die factoren samen zorgen ervoor dat je als MKB-ondernemer uiteindelijk veel meer afschrijft op een dieselbus. Koop je nu nog een nieuwe of tweedehands dieselbus, dan is dat vanuit het oogpunt van bedrijfsvoering eigenlijk kapitaalvernietiging. Door de marktontwikkeling, wettelijke en fiscale maatregelen wordt rijden met een dieselbus een steeds grotere kostenpost. Dat maakt de overstap naar elektrisch rijden aantrekkelijk. Daar komt bij dat er momenteel verschillende subsidies en belastingvrijstellingen zijn, waarmee de overheid elektrisch bedrijfsvervoer stimuleert. Maar veel van die regelingen zijn tijdelijk en subsidiepotten kunnen leeg raken. Dus hoe langer je wacht met de overstap naar elektrisch rijden, des te minder kan je daarvan profiteren. Ook in die zin kan vasthouden aan de traditionele dieselbus financieel ongunstig uitpakken voor MKB-ondernemers.

De focus op de kosten van een elektrische bedrijfswagen in vergelijking met een diesel bedrijfswagen wordt in deze tekst wel gewaardeerd door de respondenten, dit is waar het hen om gaat. Enkele respondenten noemen deze insteek een eerlijk verhaal en geven aan dat er goed wordt aangegeven waar het om gaat. Op een ander deel van de respondenten komt deze tekst echter heel pusherig over, vooral omdat alleen de voordelen van elektrisch rijden

worden benoemd en er voor de nadelen geen aandacht is. Dit wordt als te rooskleurig bestempeld en doet af aan de geloofwaardigheid van de tekst. Men begint spontaan met het opnoemen van de nadelen zoals het beperkte laadvermogen, de problematiek rond laden et cetera.

*Het is pusherig, net niet agressief. Ze proberen heel stellig te overtuigen en iets kenbaar te maken. Zeker niet objectief. Ze willen het door mijn strot drukken. Ik zou wel een overweging willen maken om elektrisch te rijden, maar ik heb er wel twijfels bij hoor. De vragen die ik heb worden niet beantwoord in deze tekst. Zeer rooskleurig en de nadelen belichten ze totaal niet. Ze nemen de twijfel bij mij niet weg.*

Man, ZZP'er met een bouwbedrijf

*Het is te rooskleurig geschreven. Ik krijg er geen warm gevoel van. Het werkt zelfs averechts omdat het zo mooi geschreven is. Te mooi. Ik ben meer van de feiten. Ik had wel meer feiten willen zien.*

Man, ZZP'er met een bouwbedrijf

*Nu ik weet dat het van de overheid komt vind ik het niet meer correct. Dit is sluwer.*

Man, bedrijfseigenaar in de installatiesector met 3 medewerkers

Ook de hele negatieve blik op dieselbedrijfswagens schiet sommige deelnemers in het verkeerde keelgat. Zij zijn blij met hun bus en hebben het gevoel een goede investering te hebben gedaan. Door nu zo sterk te focussen op het feit dat een dieselbus eigenlijk geen slimme investering is (geweest), zorgt er voor dat sommige ondernemers met de hakken in het zand gaan.

*Dat een dieselbus een slechte investering is? Ik betwijfel of dat waar is. Ik vind eigenlijk van niet. Mijn auto is al afgeschreven na 5 jaar. Wat ik terug krijg is desinvestering. Dit is niet iets wat mij beweegt om voor die elektrische auto te gaan.*

Man, ZZP'er met een installatiebedrijf

## 5 Facts en figures

In het tweede deel van elk narratief werden 4 facts en figures opgesomd:

- Grofweg zijn de energiekosten bij een elektrische bestelbus 50% lager dan bij een dieselbus. Als bedrijven op een eigen bedrijfslocatie kunnen opladen, dan komen de kosten zo'n 75% lager uit dan bij een openbaar laadstation.
- Om elektrisch bedrijfsvervoer te stimuleren bestaat sinds maart 2021 de landelijke Subsidieregeling Emissieloze Bedrijfsauto's (SEBA). De subsidie bedraagt 10% van de nieuwprijs, met een maximum van € 5.000. Er is totaal 185 miljoen euro subsidie beschikbaar, waarvan in 2021 22 miljoen vrijkomt.
- Bij aanschaf van een elektrische bedrijfsauto hebben bedrijven recht op fiscaal voordeel via de Milieu-investeringsaftrek (MIA) en de Vrijwillige afschrijving milieu-investeringen (Vamil). Dit geldt ook voor aanschaf- en plaatsingskosten van een laadpaal voor zakelijk gebruik. Elektrische voertuigen zijn tot 2025 vrijgesteld van motorrijtuigenbelasting en aanschafbelasting (BPM). De bijtelling voor elektrische bedrijfsauto's is 8% tegenover 22% voor diesel.
- De actieradius van de huidige generatie elektrische bestelauto's is gemiddeld zo'n 175 km bij een volle accu. Uit analyse van ritgegevens blijkt dat 90% van de MKB-bedrijven maximaal 100 km per dag met de bedrijfswagen aflegt. Het bereik is voor de meeste bedrijven dus ruim voldoende.

Het noemen van deze feiten werkt heel goed, zeker voor diegenen die zich nog niet zo in het elektrisch rijden verdiept hebben. Voor hen zijn de feiten veelal nieuw en dan worden vooral de feiten over de subsidie en de belastingvoordelen er uit gelicht. Dit geeft meestal een positieve indruk.

*Jazeker, 8% bijtelling is een serieus iets. En 75% lagere energiekosten, dat is aantrekkelijk.  
De dieselprijzen zijn enorm hoog.*

*Man, bedrijfseigenaar loodgietersbedrijf met 5 medewerkers*

Sommige respondenten noemen de SEBA echter een schijntje: een elektrische bus kost hen misschien wel het dubbele van een dieselbus. De subsidie van 5000 euro maakt dit verschil volgens hen bij lange na niet goed. Ook trekken sommigen de subsidie in twijfel, zij zijn bang dat wanneer zij aan de beurt zijn dat dan de subsidiepot leeg is:

*Alles klopt inderdaad, maar in de praktijk is de regering in principe onbetrouwbaar. Dan is opeens het potje op, voordat je het doorhebt. Leuk die subsidie maar dat kan zo voorbij zijn. De regering heeft al heel vaak laten zien dat ze onbetrouwbaar zijn met hun premies en subsidies, dus het is niet zo geloofwaardig.*

*Man, ZZP'er met een installatiebedrijf*

Ook de lage bijtelling moeten zij nog maar zien: bij de elektrische personenwagens is deze bijtelling ook snel omhoog gegaan.

Enkele respondenten noemen ook dat zij een subsidieregeling voor een laadpaal missen: een eigen laadpaal is volgens essentieel om dit werkbaar te maken.

Ook het feit dat de energiekosten van een elektrische bedrijfswagen 50% lager liggen dan bij een diesel bedrijfswagen is voor een deel van de respondenten nieuwe informatie. Zij dachten wel dat de kosten lager zouden liggen, maar zó veel lager hadden ze niet verwacht. Wanneer je dan ook nog bij je eigen bedrijfslocatie kunt opladen, dan komen de kosten nog lager uit. Dit is echter veelal niet geval: de bedrijfswagens gaan mee naar huis met de werknemers waardoor laden bij de bedrijfslocatie niet speelt. Men noemt hier juist dat het laden juist een groot probleem is, omdat de werknemers veelal niet een eigen parkeerplaats hebben bij het huis.

Een deel van de respondenten begint spontaan over zonnepanelen op het dak bij de bedrijfslocatie, waardoor de energiekosten nog lager kunnen uitpakken. In veel gevallen is hier echter geen mogelijkheid toe: het pand wordt gehuurd, de bedrijfslocatie is gewoon bij de ondernemer thuis, et cetera.

Het noemen van de actieradius van 175 en het gegeven dat de meeste ondernemers maximaal 100 kilometer rijden zet enerzijds aan het denken: "tja, in de meeste gevallen rijd ik ook niet meer". Aan de andere kant is de actieradius van 175 echt te weinig vindt men. Als het even tegenzit, of de werknemer net even iets verder van de huis woont, dan zit je al in de problemen. Men durft er met andere woorden niet op te varen.

## 6 Testimonials

Het idee van een testimonial werkt enerzijds goed: men vindt het fijn om een stuk 'uit het leven gegrepen' te lezen en te leren van hoe andere ondernemers het hebben aangepakt. Het maakt het elektrisch rijden tastbaar: kennelijk zijn er toch ook al ondernemers die het doen. De respondenten kennen uit de eigen omgeving geen of zeer weinig voorbeelden van ondernemers die al elektrisch rijden.

*Ja super goed, kijk dat motiveert wel. Je leest iets over een ondernemer die zijn zegje doet.*

*Dan denk je wel, kijk hij heeft het goed aangepakt. Het kan gewoon.*

*Man, ZZP'er met een schildersbedrijf*

Anderzijds gaan ondernemers erg uit van hun eigen situatie en hun eigen kunnen en willen zij zich niet te veel aantrekken van wat anderen doen. Dan wordt bij veel voorbeelden door de respondenten opgemerkt: in zijn situatie kan het ja, maar bij mij niet. Dit komt door:

- De lading die men verwacht: schildersspullen en tuingereedschap zoals in de testimonials schat men niet zwaar in waardoor het laadgewicht van de elektrische auto het aan kan. De eigen lading is veel zwaarder.

- De klanten die in de testimonial worden genoemd: er worden grote klanten als woningcorporaties en gemeentes genoemd. Men vindt het logisch dat wanneer dit je klanten zijn, er eisen aan je vervoer gesteld worden. De ondervraagde respondenten hebben echter veelal particulieren of kleinere bedrijven als klant, bij wie eisen aan het vervoer niet aan de orde zijn.

Er wordt ook soms opgemerkt dat de testimonials wel heel rooskleurig worden beschreven; men mist soms een beetje meer realisme. In de testimonials lijkt het alsof elektrisch rijden alleen maar voordelen kent. Hier zet men toch wel vraagtekens bij. De testimonials roepen dus soms ook weer contra-argumentatie en twijfels op en werken soms contraproductief: het wordt te rooskleurig voorgesteld.

*Ze willen een specifieke kant belichten. Ze hebben iemand gevraagd die laaiend enthousiast is.*

*ZZP'er in de bouw*

Hierna zullen we de testimonials één voor één bespreken.

## Testimonial 1

Wijnands Schilderwerken, gevestigd in Amsterdam: 'Vol passie verfraaien en onderhouden we bijzondere en oude woningen, kantoren en gebouwen in Amsterdam. Totaalonderhoud is onze specialiteit. Alleen door ons tot in de puntjes te verdiepen in de wensen van onze opdrachtgevers, lukt het ons de kwaliteit te leveren die voor onze klanten vanzelfsprekend is. Wij werken met ervaren vakmensen die eer leggen in hun werk. En wij kiezen uitsluitend voor materialen en verfproducten van de beste kwaliteit. Zo kunnen wij perfect vakwerk garanderen.

Dat vakwerk willen wij bovendien zo duurzaam mogelijk leveren. We stellen daarbij niet alleen hoge eisen aan de verfproducten die we gebruiken. Vorig jaar hebben we ook besloten om alleen nog maar emissieloos te rijden. We kozen voor de Renault Kangoo ZE. Deze volledig elektrische bestelauto voldoet volledig aan de eisen voor een schildersbedrijf. Het is een stille en comfortabele bedrijfswagen. Door de traploze automaat trekt de auto heel geleidelijk en soepel op. Het werkt over het algemeen heel goed. Alleen in de wintermaanden komt de actieradius van de bedrijfswagens nauwelijks boven de 90km uit. Daar moeten onze schilders dus wel rekening mee houden. Maar in de praktijk rijden we zelden meer kilometers op één dag in Amsterdam.

Wij zijn erg blij met onze keuze om elektrisch te rijden en dit stimuleert ons alleen nog maar meer om onze duurzaamheidsdoelstellingen te behalen en verder uit te breiden. Onze medewerkers zijn trots op de duurzaamheidsambities van het bedrijf en onze klanten waarderen het enorm.

Ben je geïnteresseerd in een schildersbedrijf, dat naast kwaliteit en vakmanschap ook voor duurzaamheid kiest?'

Bij deze testimonial wordt veelal opgemerkt: ja het past helemaal in de visie van het bedrijf van Wijnands schilderwerken om zo duurzaam mogelijk te werken. De ondervraagde respondenten vinden duurzaamheid echt wel belangrijk, maar het is niet zo prominent hun bedrijfsfilosofie. Daarom kunnen zij zich er ook niet helemaal in herkennen.

Ook het feit dat het een schilder is ( "met alleen een paar kwasten en een pot verf") verklaart volgens de respondenten dat het voor hem makkelijk is om de overstap te maken naar elektrisch vervoer. In andere beroepen, waar meer en zwaardere spullen nodig zijn, is deze overstap op dit moment niet zo vanzelfsprekend (onvoldoende laadvermogen, te klein et cetera).

De zin 'alleen in de wintermaanden komt de actieradius nauwelijks boven de 90 kilometer uit' komt veelal onlogisch over. Eerder in de tekst wordt over 175 kilometer gesproken en men vraagt zich af wat nou juist is. 90 kilometer jaagt hen ook wel wat schrik aan: dat is voor de meesten echt veel te weinig.

## Testimonial 2

Schilders De Vries uit Groningen neemt het voortouw in elektrisch vervoer met de keuze voor de 100% elektrische Renault Kangoo ZE. Directeur Roelof de Vries: 'De technologie van elektrische bedrijfswagens is inmiddels zover dat je er gewoon goed mee kunt rijden. Daarom zie ik het als een uitdaging er mee aan de slag te gaan, omdat op de langere termijn elektrisch rijden in mijn beleving dé oplossing is. Per dag wordt er eigenlijk nooit meer dan 50 kilometer gereden. Dat is ruim binnen de range van deze elektrische bedrijfswagen. Het grootste voordeel is dat het werkelijk schoon en stil is in de leefomgeving. Geen fijnstof en geen stikstofoxiden en nauwelijks CO2. Geen beslag meer ook op schaarse fossiele brandstoffen. Geen afwenteling van niet doorbelaste (milieu)kosten dus. Daarom is het wat mij betreft in de basis de techniek voor de toekomst.'

Voor woningstichting Steelande Wonen verzorgt Schilders de Vries het onderhoud aan woningen in Hoogezand. Directeur Beno Munneke van Steelande Wonen: 'Schilders De Vries helpt ons op deze manier aan het beter bewust zijn welke belasting de onderhoudswerkzaamheden eigenlijk betekenen voor het milieu. Dat doen ze al een tijdlang door hun nadrukkelijke aandacht daarvoor bij de uitvoering van schilderwerk aan onze woningen en nu lopen ze opnieuw voorop door de elektrische auto te gaan gebruiken. Daarin hebben ze een voorbeeldfunctie voor ons'.

Deze testimonial wordt positief ontvangen: goed dat hij het voortouw neemt. Maar ook hier mist men vaak de aansluiting met het eigen werk: schilders hoeven niet veel zware spullen te vervoeren (in de beleving van de respondenten), en 50 kilometer rijden per dag is voor een groot deel van de respondenten toch ook niet helemaal de realiteit. Zij kunnen zich er dan ook lastig in verplaatsen.

### Testimonial 3

Van den Berg Tuin en Park is leverancier van tuinmachines en gereedschappen. Directeur Hans van der Helm: 'Dat mijn bestelauto's elektrisch zouden worden, stond al jaren vast. Ik wilde alleen even wachten totdat er een goed aanbod aan aantrekkelijke auto's was. Dat is nu het geval. Uit ervaring weet ik inmiddels wat elektrisch rijden kost, dus zo'n calculatie heb ik voor de elektrische bussen niet nogmaals gemaakt. De energiekosten per kilometer zijn laag, het onderhoud is goedkoop en de restwaarde is goed. Ook het voordeel van de MIA en Vamil-regelingen telt zwaar mee.

We verzorgen ook onderhoud en reparaties, dus we rijden van storing naar storing. Op een dag is dat vijftig tot honderd kilometer. Onderweg laden is niet nodig. Op onze bedrijfslocatie hebben we een eigen laadpunt. Dat vind ik echt een must voor elke ondernemer met elektrisch vervoer. Je bent dan niet afhankelijk van openbare laadpunten. Bovendien kopen wij onze stroom groen in bij onze energieleverancier.'

Het advies van Van der Helm aan ondernemers die ook de stap naar de elektrische bestelbus willen maken: 'Bedenk goed wat je nodig hebt en kijk dan of het huidige aanbod daarbij past. In plaats van andersom. Of je klaar bent voor de overstap naar de elektrische bestelauto hangt van veel factoren af. Schat in hoeveel kilometer je per dag rijdt, of je dat op één stekker-lading kunt en of onderweg bijladen een optie is. Kijk ook of je in de toekomst regelmatig de binnenstad in moet. De eisen aan de milieuzones worden steeds strenger.

Na het lezen van het eerste deel van de tekst is de reactie wederom veelal: ja bij hem kan het, in mijn geval is het toch echt wel anders. Hier wordt gesproken van een rij-afstand van 50-100 kilometer per dag en opladen op de bedrijfslocatie. Dit is voor veel ondernemers niet het geval: zij rijden meer en kunnen niet opladen op de eigen locatie.

*Hij heeft het voordeel dat hij een eigen terrein en laadpunt heeft. Misschien heeft hij wel zonnepanelen. Alles is in zijn voordeel.*

*Man, ZZP'er met een bouwbedrijf*

De derde alinea wordt wel heel positief ontvangen. Hierin heeft men het gevoel dat je als ondernemer serieus wordt genomen. Het advies om te kijken wat je nodig hebt, past bij de gedachtegang van de ondervraagde ondernemers. Zij voelen hierdoor geen dwang of een opgeheven vingertje, maar meer een advies dat je ter harte kunt nemen.

#### Testimonial 4

Wijnands Schilderwerken, gevestigd in Amsterdam: 'In het kader van onze wens een duurzaam schildersbedrijf te worden hebben we vorig jaar besloten om over te stappen op elektrisch rijden. Door ons alleen nog maar te richten op het binnenhalen van klussen in het centrum van Amsterdam hebben we de gereden kilometers drastisch kunnen terugbrengen'.

Ook door het verder vooruit plannen van de klussen en het beter inkopen van de materialen hebben we de auto een stuk minder nodig. Bij grotere klussen brengen en halen we één keer de materialen met de auto. De rest van de dagen gaan we op de fiets. Dit is in het centrum van Amsterdam nog steeds de snelste manier om van A naar B te komen. De elektrische auto bevalt na een paar maanden van gebruik nog steeds prima. Het is in vergelijking met een diesel een heerlijke, stille en comfortabele manier van rijden.

Ook deze testimonial is vaak te specifiek voor de respondenten: zij kunnen zich er maar moeilijk in verplaatsen: zij hebben niet alleen klanten binnen het centrum en zij richten zich niet alleen op duurzaam werken. Hierdoor nemen de respondenten deze testimonial ter kennisgeving aan: het is niet op hen van toepassing.

Ook het noemen van de fiets is iets waar een deel op afhaakt; zij zien dit niet als een realistisch scenario.

*Het schildersbedrijf is weer anders, wij kunnen geen spullen laten staan. Wij werken ook met storingen dus ik kan me hier niet in vinden maar omdat we ander werk hebben. We kunnen ook niet op de fiets.*

*Bedrijfseigenaar in de installatiebranche, 7 werknemers*

## Testimonial 5

Aannemingsbedrijf Gorisse Bouw uit Oosterhout wil qua duurzaamheid trendsetter zijn binnen de bouwsector. De aannemer is het eerste Brabantse bouwbedrijf met een Citroën Berlingo Electric, een honderd procent elektrische auto. Door de aanschaf van de nieuwe bedrijfsauto, wil de aannemer laten zien milieubewust bezig te zijn. Daarnaast is het bedrijf de mogelijkheden aan het onderzoeken om in de toekomst energie op te wekken door middel van zonnepanelen.

Opdrachtgevers zijn lovend over het initiatief van Gorisse Bouw. Pierre Hobbelen, directeur-bestuurder van woningcorporatie Thuisvester: 'Het is een goede ontwikkeling dat onze huisaannemer een elektrische auto rijdt. Wij vinden het mooi dat Gorisse Bouw een voortrekkersrol inneemt. Hopelijk wordt het overgenomen door andere bedrijven.'

Ook een andere vaste opdrachtgever, de gemeente Oosterhout, waardeert de stap van Gorisse Bouw. Ron Tuin, verantwoordelijk voor duurzaamheid bij de gemeente: 'Als gemeente kiezen wij bij aanschaf van nieuwe voertuigen voor een duurzame variant. We vinden het dan ook goed om te lezen dat ook het bedrijfsleven in Oosterhout tot aanschaf van elektrische voertuigen over gaat. Hopelijk is Gorisse Bouw een voorbeeld voor anderen.'

Deze testimonial laat volgens de respondenten zien dat grotere klanten het een voordeel vinden dat hun leveranciers elektrisch rijden. Zij herkennen dit echter niet uit hun eigen praktijk: hun klanten hebben deze voorkeur nog helemaal niet.

*Maar voor ons is het niet van toegevoegde waarde. Ik heb nog nooit een klant gehoord die klaagde over dat ik in een diesel rijd. Ze zijn altijd blij als ik er ben.*

Eigenaar loodgietersbedrijf, 5 werknemers

Dat de ondernemer zonnepanelen aanschafft is volgens hen een slimme zet. Als het tot de mogelijkheden behoort moet je dit zeker doen. Bij een deel van de respondenten zijn zonnepanelen echter niet mogelijk.

## Testimonial 6

Van den Berg Tuin en Park is leverancier van tuinmachines en gereedschappen, met vooral klanten in de Randstad. Het bedrijf rijdt sinds kort met een aantal elektrische bestelbussen. Directeur Hans van der Helm: 'We verzorgen ook onderhoud en reparaties, dus we rijden van storing naar storing. Op een dag is dat vijftig tot honderd kilometer. De diesels die ik hiervoor had waren oud. Daar kom je de binnenstad niet meer mee in.'

Steden als Delft, Den Haag en Rotterdam kennen allemaal hun eigen milieuzone met beperkingen voor vervuilende diesels. Zijn advies aan collega-ondernemers: 'Kijk of je in de toekomst regelmatig de binnenstad in moet. De eisen aan de milieuzones worden steeds strenger. Over een tijdje kom je alleen nog maar met een elektrische wagen de stad in.'

Deze testimonial spreekt aan omdat hij een realistisch beeld geeft. Van der Berg Tuin en Park is langzaam bezig met de transitie naar elektrisch vervoer omdat hij in de binnensteden werkt en de eisen steeds strenger worden. Het advies om de eigen logistiek onder de loop te nemen wordt gewaardeerd: het komt niet dwingend maar realistisch over.

*Een goede. Het is weer een ondernemer die vanuit die feiten zegt: jongens we moeten er wel een paar hebben anders kunnen we ons werk niet doen. Kijk of je die binnenstad in moet. Hij heeft ook een aantal diesels maar hij is er dus wel mee bezig.*

*ZZP'er, installatiebranche*

## Testimonial 7

Dick Geelen, directeur Procurement en Supply chain: 'Wij worden door de klimaatdoelstellingen steeds meer met duurzaamheid geassocieerd. Dan kun je eigenlijk niet met je stinkende dieselbus bij de klant aankomen. Ook wordt er steeds meer direct om elektrisch vervoer gevraagd in aanbestedingen. De inzet van duurzaam vervoer bij servicelogistiek - het vervoer van personeel, materieel en materiaal voor servicewerkzaamheden - wordt dus steeds belangrijker om klanten in steden te kunnen blijven bedienen.'

In deze testimonial valt een groot deel van de respondenten over de term 'stinkende dieselbus'. Zij worden hier soms echt een beetje boos door: zij hebben veel geïnvesteerd in een schone dieselbus om aan alle huidige eisen te voldoen. Dat deze bus dan wordt afgeschilderd als een stinkende dieselbus vinden zij te ver gaan.

*Het idee van een stinkende dieselbus vind ik een beetje omstreden. Hij voldoet nog steeds aan de norm nu.*

*Eigenaar van een bedrijf in de installatiebranche, 20 werknemers*

Verder geldt hier hetzelfde als bij de eerder besproken testimonials: Unica is een heel groot bedrijf waar men zich niet zo makkelijk mee kan identificeren. Ook herkent men zich niet in aanbestedingen waarin om elektrisch vervoer wordt gevraagd.

*Het laatste stukje over Unica, als het een heel groot bedrijf is dan misschien wel maar het gaat niet voor mij op. Ik heb het ook nog nooit bij klanten gehoord in een vraag of in een gesprek. Het wordt niet gevraagd.*

*ZZP'er, schilder*

### Testimonial 8

Van den Berg Tuin en Park is leverancier van tuinmachines en gereedschappen, met vooral klanten in de Randstad. Directeur Hans van der Helm: 'De diesels die ik hiervoor had waren oud. Daar kom je de binnenstad niet meer mee in.' Steden als Delft, Den Haag en Rotterdam kennen allemaal hun eigen milieuzone met beperkingen voor vervuilende diesels. Zijn advies aan collega-ondernemers: 'Kijk of je in de toekomst regelmatig de binnenstad in moet. De eisen aan de milieuzones worden steeds strenger. Over een tijdje kom je alleen nog maar met een elektrische wagen de stad in.'

Van der Helm heeft Rabobank ingeschakeld bij de financiering van zijn elektrische bedrijfsvervoer. Henry Steenbergen, sectorspecialist Transport en Mobiliteit: 'Een elektrische bestelbus is in aanschaf duurder dan een vergelijkbare bus met brandstofmotor. Dat schrikt veel ondernemers af. Maar de elektrische bestelbus maakt echter in het gebruik snel verloren terrein goed. Daarbij is de verwachting dat de dieselprijs in de aankomende kabinetsperiode verder stijgt. Ook de restwaarde van de elektrische bus pakt gunstig uit. Op de tweedehands markt doet de elektrische bestelbus het straks gewoon goed. Juist de restwaarde van diesels keldert.'

Het eerste deel van deze testimonial is hetzelfde als testimonial 6.

In de tweede alinea wordt gezegd dat de elektrische bus het op de tweedehands markt goed doet en dat de restwaarde van diesels keldert. Hier zet men vraagtekens bij: dat moet allemaal nog maar blijken.

## 7 Effect van Argumenten, facts & figures en testimonials op actiebereidheid

Er is niet duidelijk een onderdeel aan te wijzen dat steeds het meest effect heeft op de actiebereidheid van de respondenten. Het is veelal een combinatie van stukken tekst die zorgt dat men wel of juist niet over elektrisch rijden gaat nadenken.

Wel kan gezegd worden dat:

- Het eerste deel van de narratieven (de argumenten) het meest aanzetten tot denken, tot vertaling naar de eigen situatie. Hierdoor worden de respondenten soms echt 'geraakt' in positieve of negatieve zin.
- De facts en figures uiteraard het meest concreet zijn en daarmee het meest oproepen om deze feiten uit te zoeken, er navraag naar te doen, of te onderzoeken hoe deze uitwerken in de persoonlijke situatie.
- De testimonials het makkelijkst naast zich neer kunnen worden gelegd omdat ze niet passend zijn voor de eigen situatie. Men redeneert: dit is niet op mij van toepassing, mijn situatie is totaal anders. Wel maken de testimonials de transitie concreet en 'echt'; er zijn al ondernemers die de overstap hebben gemaakt. Het is fijn om voorbeelden te zien van ondernemers die al zijn overgestapt.
- De testimonials zullen moeten aansluiten bij het denk- en referentiekader van kleine ondernemer: ze zullen geloofwaardig moeten zijn en niet overkomen als een (pusherig) promotieverhaal.

## 8 Persoonlijke en maatschappelijke relevantie

De persoonlijke relevantie van de narratieven is groot. Alle respondenten komen regelmatig in een binnenstad, en begrijpen uit de narratieven dat er vanaf 2025 veel gaat veranderen voor hen. De manier waarop men hier mee omgaat wisselt echter:

- De meeste respondenten zeggen zich meer open te stellen voor informatie hierover maar nog niet direct tot concrete actie over te gaan. Daarvoor is het aanbod onvoldoende toereikend, maar ook de maatregel nog te weinig concreet. Men zegt nog even af te wachten tot er meer echt definitief is.
- Enkele respondenten zijn heel boos, omdat zij de transitie niet eerlijk vinden. Zij hebben het gevoel dat zij als kleine ondernemer oneigenlijk veel kosten en lasten moeten dragen. Maar ook dat de maatregel naar zero-emissie in steden nutteloos is: buiten de steden wordt nog wel gewoon met diesel en benzine gereden, fabrieken stoten nog heel uit, grote vrachtschepen stoten uit, et cetera.

De maatschappelijke relevantie wordt sterk gevoeld. Men snapt dat er beweging nodig is, dat we als maatschappij iets moeten met de manier waarop we met vervoer omgaan. Hieruit vloeit direct de vraag voort: Maar waarom moeten wij zo veel en de echt grote vervuilers zo weinig? Soms hebben de kleine

ondernemers het gevoel dat ze met maatregelen als de zero-emissie zones om zeep worden geholpen.

*Het is een mooi verhaaltje maken om mensen te triggeren. En ik wil best meewerken aan een nieuw milieu, maar als ik zie hoe het in China en Japan gaat met die fabrieken, dan denk ik dat is top. Hier moeten we alles aanpassen en daar doen ze nog niks. Je moet de wereld verbeteren en niet alleen zo'n klein landje. Natuurlijk zijn er landen die erin meegaan. De grote vervuilers lachen zich helemaal rot.*

Eigenaar van een loodgietersbedrijf, 5 werknemers

## 9 Afzender

Na het lezen van één of meerdere narratieven denkt een deel van de respondenten aan een elektrische autofabrikant als afzender, een ongeveer even groot deel aan de overheid. Na het lezen van de tekst redeneert men dat het narratief afkomstig moet zijn van een partij die erbij gebaat is dat zoveel mogelijk ondernemers elektrisch gaan rijden. Dit kan volgens hen zowel de autobranche als de overheid zijn. Hierin maakt het niet uit welk narratief men gelezen heeft.

*Ja, vanwege de voordelen dacht ik een verkoper. Maar vanuit de overheid worden we wel een hoekje in gedrukt en gedwongen om over te stappen naar elektrisch rijden. Hetzelfde als dat de CV ketel eruit moet. Maar in dit geval vind ik het goed, ik ben het ermee eens.*

Man, ZZP'er met een schilderbedrijf

Wanneer wordt verteld dat de overheid de afzender is, vinden ook de respondenten die eerst aan de autobranche dachten dit logisch.

Door de gespreksleider is steeds gevraagd of men de overheid een goede afzender vindt of dat de boodschap door een branche-organisatie zou moeten lopen zoals MKB-Nederland of Techniek NL. Hierop wordt wisselend gereageerd. Wanneer de boodschap vanuit de overheid komt vindt men het een serieus karakter krijgen: dan gaat het echt gebeuren, dan is het onontkoombaar. Ook zegt een deel dat de overheid deze regel oplegt, dus dat zij het dan ook zelf moeten communiceren:

*Dat is niet aan de branches. De overheid moet eraan voldoen. De overheid heeft een verplichting en moet zorgen dat het gaat gebeuren.*

Man, bedrijfseigenaar in de bouwsector met 6 medewerkers

Wanneer een branche-organisatie de boodschap zendt, komt het wat vriendelijker over en heeft men het idee dat er wat meer begrip is voor de situatie van de ondernemer.

De transitie wordt echter als zo belangrijk en impactvol gezien dat de boodschap best vanuit meerder kanten mag komen, zegt men. Vanuit de overheid zou de overheid feitelijk mogen zijn, vanuit de branche-organisatie met wat meer begrip voor de ondernemer.

## Onderzoeksverantwoording

### 1 Aanleiding onderzoek

Sinds begin 2020 voeren Connekt en BIT lenW in opdracht van lenW-DGMO en de Topsector Logistiek het project MKB & ZE uit. Doel van het project is het MKB te stimuleren om zich te oriënteren en voor te bereiden op de invoering van zero emission zones vanaf 2025 en om de transitie te maken naar ZE vervoer en logistiek. Onderdeel hiervan is een communicatietraject, waarbij actieve samenwerking met MKB-brancheorganisaties wordt gezocht.

Bij de voorbereiding van de communicatie-aanpak is geconstateerd dat essentieel is hoe de invoering van ZE-zones en de transitie naar ZE-vervoer en logistiek worden 'aangevlogen'. In communicatietermen: hoe kan het onderwerp inhoudelijk zo geframed worden en in een bijpassend narratief weergegeven, dat de communicatie zo goed mogelijk aansluit bij de denkwereld, beleving en behoeften van de doelgroep MKB-ondernemers? Met andere woorden: welke positionering moet worden gekozen om MKB'ers te bewegen naar de transitie naar ZE-vervoer.

Hiertoe zijn 8 narratieven ontwikkeld, Topsector Logistiek wilde deze 8 narratieven testen bij de doelgroep en heeft Ferro Explore gevraagd om een kwalitatief onderzoek uit te voeren. Er is gekozen om het onderzoek te beperken tot het MKB in de technische sectoren (schilders, stukadoors, aannemers, installatiebedrijven, vloerenleggers, keukenplaatsters).

### 2 Doel van het onderzoek, probleemstelling en onderzoeksvragen

Het doel van het onderzoek is om inzicht te krijgen in de communicatieve werking van de 8 communicatieframes en bijbehorende narratieven. Aan de hand van dit inzicht moet bepaald kunnen worden welke frames/narratieven kansrijk zijn voor toepassing in de communicatie over de invoering van ZE zones en de transitie naar ZE-vervoer en logistiek richting verschillende sectoren binnen het MKB.

Dit is vertaald naar de volgende onderzoeksvragen:

- Voor welke frames en narratieven m.b.t. de invoering van ZE-zones en de transitie naar ZE vervoer en logistiek zijn MKB'ers het meest ontvankelijk?
- Welke slaan aan en welke minder/niet?
- Welke zorgen voor het meeste draagvlak en actiegeneigdheid bij MKB-ondernemers?

- Van welke combinaties van boodschap (in tekst en beeld), argumentatie en toonzetting kunnen we de meeste gedragseffecten verwachten bij MKB-ondernemers?
- Waardoor worden ze het meest gemotiveerd en geactiveerd, om het doelgedrag te gaan uitvoeren?
- Welke van de 8 frames en narratieven zetten het meest aan tot de gewenste doelgedragingen (actief oriënteren op ZE, aanschaffen van een elektrische bus of herijken/herinrichten van de interne en externe logistieke organisatie van het bedrijf)? Welke frames/narratieven werken minder activerend op die doelgedragingen?
- Waardoor is te verklaren dat bepaalde frames/narratieven meer of minder aanzetten tot actie?
- Verschillen winst- en verliesframes qua activerend vermogen? Is er bij de MKBers een voorkeur te zien voor één van deze twee hoofdtypen frames/narratieven?
- Welke van de drie vaste onderdelen in de 8 frames (argumenten, facts & figures en testimonials) blijken het meest te triggeren tot actiegeneigdheid? Welke het minst?
- Welke argumenten blijken het meest activerend en welke minder? Wat zijn hiervoor de redenen?
- Welke facts & figures blijken het meest activerend en welke minder? Wat zijn hiervoor de redenen?
- Welke testimonials en welke spokespersons blijken het meest activerend en welke minder? Wat zijn hiervoor de redenen?
- Noemen de respondenten bepaalde aspecten en argumenten die hen zouden kunnen activeren tot de doelgedragingen, maar die in de voorgelegde narratieven ontbreken?

### **3 Methode van onderzoek en uitvoering**

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van kwalitatief onderzoek in de vorm van individuele gesprekken. In totaal zijn 40 online gesprekken gevoerd van ieder 40 minuten, aan de hand van een gespreksleidraad die in nauw overleg met de opdrachtgever is opgesteld. De gespreksleidraad is opgenomen in de bijlagen.

Het veldwerk is uitgevoerd tussen 13 en 27 september. Alle gesprekken zijn genotuleerd en opgenomen. Ferro Explore onderschrijft de ESOMAR-richtlijnen voor het uitvoeren van veldwerk. Dit houdt onder meer in dat de opnames van de gesprekken in eigendom blijven van Ferro Explore, en dat ze alleen met uitdrukkelijke toestemming van de respondenten uit handen gegeven mogen worden.

Het projectteam bestond uit Annelies Jansen en Miriam Winninghoff.

## 4 Onderzoeksmateriaal

Het onderzoeksmateriaal bestond uit 8 narratieven. Deze zijn in de bijlagen opgenomen.

## 5 Selectie

In totaal zijn 40 respondenten geselecteerd.

De respondenten zijn geselecteerd aan de hand van de volgende criteria:

### Criteria:

- Allen MKB'er;
- Allen in het bezit van een bedrijfswagen: bestelbusje, bestelauto, bakwagen:
  - Zie bijgevoegd voorbeelden van deze wagens
  - Alle voertuigen op diesel of benzine (niet elektrisch)
- Spreiding in grootte van de onderneming:
  - Circa 1/3 van de respondenten is eigenaar of bedrijfsleider van een MKB-onderneming met tussen de 5 en 20 werknemers;
  - Circa 1/3 van de respondenten is eigenaar of bedrijfsleider van een MKB-onderneming met 1 tot 4 werknemers;
  - Circa 1/3 van de respondenten is eigenaar of bedrijfsleider van een MKB-onderneming zonder werknemers (ZZP-er);
- Ondernemers uit de sector 'kleine aannemers / klusbedrijven, renovatie en onderhoud'.
- Eigenaar van de onderneming of in ieder geval degene die over de aanschaf van auto's/bussen gaat.
- De MKB'er moet in ieder geval leveren of gevestigd zijn in een grote of middelgrote stad met een uitgebreid stadscentrum. Het kan dus gaan om:
  - MKB'ers die zelf gevestigd zijn in een buitenstedelijk gebied maar producten leveren en bij klanten werkzaamheden verrichten in een stadscentrum
  - MKB'ers die zelf gevestigd zijn in een (middel)grote stad en ook producten leveren en bij klanten werkzaamheden verrichten in een (middel)grote stad
  - MKB'ers die zelf gevestigd zijn in een (middel)grote stad en producten leveren en bij klanten werkzaamheden verrichten in buitenstedelijk gebied.
- Belangrijk is dat ze regelmatig (minimaal 1 keer per week) zich met hun bedrijfswagen (bestelbus, bestelauto, bakwagen) bevinden in een stadscentrum van een grote stad (Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht) of middelgrote stad zoals Leeuwarden, Groningen, Assen, Amstelveen, , Almere, Emmen, , Enschede, Alkmaar, Haarlem, Dordrecht, Zeist, Drachten, Hilversum, Amersfoort, Harderwijk, Arnhem, Alphen aan de Rijn, Breda, Tilburg, Eindhoven, Den Bosch, Veere, Middelburg, Vlissingen , Gouda, Apeldoorn, Delft, Zwolle, West Terschelling, Zaandam

De respondenten zijn geworven door een gespecialiseerd selectiebureau. Alle respondenten hebben een onkostenvergoeding voor hun deelname ontvangen. Een gedetailleerd respondentenoverzicht is opgenomen in de bijlagen.

## **6 Algemeen**

Het rapport is tot stand gekomen op basis van een uitgebreide analyse van de bevindingen. Daarbij zijn zowel verbale als non-verbale signalen (zoals lichaamstaal, intonatie die enthousiasme of juist weerstand verradt) meegenomen. De uitkomsten geven een goede indicatie van hoe de ondernemers de verschillende uitgangspunten en narratieven beleven en welke aspecten daarin een rol spelen. Daarmee biedt het houvast voor de besluitvorming. Mening en gedachten mogen bij kwalitatief onderzoek niet direct getalsmatig worden geëxtrapoleerd (in de zin dat je kan stellen dat als 3 van de 30 respondenten iets vinden, die mening 'dus' bij 10% voorkomt). Om die reden vermelden wij in onze rapportage geen getallen.

Wij hebben het rapport opgedeeld in drie basishoofdstukken: conclusies en aanbevelingen, resultaten en onderzoeksverantwoording. Gekozen citaten representeren in de ogen van de onderzoeker meningen of houdingen die relevant zijn voor begrip van de context.

Ferro Explore is lid van de MOA (Marktonderzoekassociatie) en Esomar, als ook van de Research Keurmerkgroep, en respecteert de bijbehorende richtlijnen voor kwalitatief marktonderzoek, zoals weergegeven in de ICC/ESOMAR gedragscode. Ook is Ferro Explore gecertificeerd volgens de internationale norm NEN-ISO 20252 (dit betreft de norm die de Research Keurmerkgroep vereist en die speciaal is ontwikkeld voor de marktonderzoekbranche).

## **Bijlage I: Narratieven**

### **1 Narratief 1: Vakmanschap is meesterschap**

#### **Maak jij met je bedrijf de overstap naar elektrisch vervoer?**

Vakmanschap is meesterschap. MKB-ondernemers weten dat als geen ander. Elke dag opnieuw werken zij keihard om hun klanten de beste kwaliteit te leveren. Of je nou schilder, stukadoor, installateur of elektricien bent, de moderne ondernemer heeft een gereedschapskist die past bij de huidige tijd. Met de nieuwste technieken en materialen, waarbij schoon en duurzaam werken hoog in het vaandel staan. Daarom ligt het ook voor de hand dat je als vakman kiest voor elektrisch vervoer. Want de manier waarop je mensen en materialen vervoert is uiteindelijk een stuk techniek. Logisch dat je ook daarbij gaat voor schoon, duurzaam en betrouwbaar.

Door te kiezen voor elektrisch rijden laat een ondernemer zien dat hij begrijpt wat de markt van vandaag vraagt. Bij aanbestedingen en werkplanning stellen opdrachtgevers steeds vaker als voorwaarde: hoe kunnen we het werk uitvoeren met schonere voertuigkilometers? Duurzaamheid is de trend en de overgang naar groene energie komt er snel aan. Met elektrisch vervoer maak je als ondernemer duidelijk dat je oog hebt voor de behoeften van de klant. En, niet te vergeten, voor het bedrijfskapitaal: je medewerkers. Want ook die zullen zich – zeker met de huidige krappe arbeidsmarkt – vooral thuis voelen bij een bedrijf dat kiest voor het comfort en de kwaliteit van een elektrische bedrijfsauto: stil, schoon en vlot in het verkeer.

#### **Feiten over elektrische bedrijfsauto's**

Grofweg zijn de energiekosten bij een elektrische bestelbus 50% lager dan bij een dieselbus. Als bedrijven op een eigen bedrijfslocatie kunnen opladen, dan komen de kosten zo'n 75% lager uit dan bij een openbaar laadstation.

Om elektrisch bedrijfsvervoer te stimuleren bestaat sinds maart 2021 de landelijke Subsidieregeling Emissieloze Bedrijfsauto's (SEBA). De subsidie bedraagt 10% van de nieuwprijs, met een maximum van € 5.000. Er is totaal 185 miljoen euro subsidie beschikbaar, waarvan in 2021 22 miljoen vrijkomt.

Bij aanschaf van een elektrische bedrijfsauto hebben bedrijven recht op fiscaal voordeel via de Milieu-investeringsaftrek (MIA) en de Vrijwillige afschrijving milieu-investeringen (Vamil). Dit geldt ook voor aanschaf- en plaatsingskosten van een laadpaal voor zakelijk gebruik. Elektrische voertuigen zijn tot 2025 vrijgesteld van

motorrijtuigenbelasting en aanschafbelasting (BPM). De bijtelling voor elektrische bedrijfsauto's is 8% tegenover 22% voor diesel.

De actieradius van de huidige generatie elektrische bestelauto's is gemiddeld zo'n 175 km bij een volle accu. Uit analyse van ritgegevens blijkt dat 90% van de MKB-bedrijven maximaal 100 km per dag met de bedrijfswagen aflegt. Het bereik is voor de meeste bedrijven dus ruim voldoende.

*De top-5 van populairste elektrische bedrijfswagens (bron: Athlon.com)*



## De ondernemer aan het woord

Wijnands Schilderwerken, gevestigd in Amsterdam: 'Vol passie verfraaien en onderhouden we bijzondere en oude woningen, kantoren en gebouwen in Amsterdam. Totaalonderhoud is onze specialiteit. Alleen door ons tot in de puntjes te verdiepen in de wensen van onze opdrachtgevers, lukt het ons de kwaliteit te leveren die voor onze klanten vanzelfsprekend is. Wij werken met ervaren vakmensen die eer leggen in hun werk. En wij kiezen uitsluitend voor materialen en verfproducten van de beste kwaliteit. Zo kunnen wij perfect vakwerk garanderen.

Dat vakwerk willen wij bovendien zo duurzaam mogelijk leveren. We stellen daarbij niet alleen hoge eisen aan de verfproducten die we gebruiken. Vorig jaar hebben we ook besloten om alleen nog maar emissieloos te rijden. We kozen voor de Renault Kangoo ZE. Deze volledig elektrische bestelauto voldoet volledig aan de eisen voor een schildersbedrijf. Het is een stille en comfortabele bedrijfswagen. Door de traploze automaat trekt de auto heel geleidelijk en soepel op. Het werkt over het algemeen heel goed. Alleen in de wintermaanden komt de actieradius van de bedrijfswagens nauwelijks boven de 90km uit. Daar moeten onze schilders dus wel rekening mee houden. Maar in de praktijk rijden we zelden meer kilometers op één dag in Amsterdam.



Wij zijn erg blij met onze keuze om elektrisch te rijden en dit stimuleert ons alleen nog maar meer om onze duurzaamheidsdoelstellingen te behalen en verder uit te breiden. Onze medewerkers zijn trots op de duurzaamheidsambities van het bedrijf en onze klanten waarderen het enorm.

Ben je geïnteresseerd in een schildersbedrijf, dat naast kwaliteit en vakmanschap ook voor duurzaamheid kiest?'

## 2 Narratief 2: Koplopers

### **Maak jij met je bedrijf de overstap naar elektrisch vervoer?**

Ondernemen is topsport. MKB-ondernemers werken er hard aan om zich met hun productaanbod en dienstverlening te onderscheiden. Belangrijk, want zo kom je in beeld bij bestaande en nieuwe klanten. En pak je voorsprong op de concurrentie. Dat betekent voorop willen lopen: bedrijven met de ambitie om koploper in hun werkveld te zijn. Zij voorzien de marktontwikkeling en maken slim gebruik van technische innovaties. Zodat ze hun klanten nog betere kwaliteit kunnen leveren en duurzamer kunnen werken. Elektrisch rijden hoort daarbij, want dat is de toekomst: schoner, stiller en ook kostenefficiënter. Kiezen voor elektrisch vervoer betekent aansluiten bij de trend naar verantwoord en duurzaam ondernemen. Als ondernemer laat je zo zien dat je begrijpt wat de markt van vandaag en morgen vraagt.

Door het voortouw te nemen bij de overstap naar elektrisch vervoer kan een MKB-ondernemer doen waar hij goed in is: zelfstandig en toekomstgericht een bedrijf runnen. Je kan beslissingen nemen over de bedrijfsvoering, zonder druk van buitenaf. Dat is ook het moment om de vervoersbehoefte nog eens goed onder de loep te nemen: hoeveel bedrijfswagens heb je echt nodig? Wat kan je beter door leveranciers of logistieke dienstverleners laten verzorgen? Uiteindelijk kan je misschien toe met een kleiner aantal elektrische bedrijfsauto's in vergelijking met het huidige wagenpark. Dat levert op korte en langere termijn kostenbesparing op. En zo zorg je ervoor dat het bedrijf op tijd klaar is voor nieuwe ontwikkelingen zoals de komst van zero emission-zones in veel grote en middelgrote steden vanaf 2025. Met elektrische vervoer blijven klanten in de stad dan bereikbaar en is de continuïteit van de bedrijfsvoering gewaarborgd. En nog een voordeel van een tijdige overstap naar elektrisch bedrijfsvervoer: je kan profiteren van de subsidies en fiscale regelingen die nu voor ondernemers beschikbaar zijn.

### **Feiten over elektrische bedrijfsauto's**

Grofweg zijn de energiekosten bij een elektrische bestelbus 50% lager dan bij een dieselbus. Als bedrijven op een eigen bedrijfslocatie kunnen opladen, dan komen de kosten zo'n 75% lager uit dan bij een openbaar laadstation.

Om elektrisch bedrijfsvervoer te stimuleren bestaat sinds maart 2021 de landelijke Subsidieregeling Emissieloze Bedrijfsauto's (SEBA). De subsidie bedraagt 10% van de nieuwprijs, met een maximum van € 5.000. Er is totaal 185 miljoen euro subsidie beschikbaar, waarvan in 2021 22 miljoen vrijkomt.

Bij aanschaf van een elektrische bedrijfsauto hebben bedrijven recht op fiscaal voordeel via de Milieu-investeringsaftrek (MIA) en de Vrijwillige afschrijving milieu-investeringen (Vamil). Dit geldt ook voor aanschaf- en plaatsingskosten van een

laadpaal voor zakelijk gebruik. Elektrische voertuigen zijn tot 2025 vrijgesteld van motorrijtuigenbelasting en aanschafbelasting (BPM). De bijtelling voor elektrische bedrijfsauto's is 8% tegenover 22% voor diesel.

De actieradius van de huidige generatie elektrische bestelauto's is gemiddeld zo'n 175 km bij een volle accu. Uit analyse van ritgegevens blijkt dat 90% van de MKB-bedrijven maximaal 100 km per dag met de bedrijfswagen aflegt. Het bereik is voor de meeste bedrijven dus ruim voldoende.

*De top-5 van populairste elektrische bedrijfswagens (bron: Athlon.com)*



## De ondernemer aan het woord

Schilders De Vries uit Groningen neemt het voortouw in elektrisch vervoer met de keuze voor de 100% elektrische Renault Kangoo ZE. Directeur Roelof de Vries: 'De technologie van elektrische bedrijfswagens is inmiddels zover dat je er gewoon goed mee kunt rijden. Daarom zie ik het als een uitdaging er mee aan de slag te gaan, omdat op de langere termijn elektrisch rijden in mijn beleving dé oplossing is. Per dag wordt er eigenlijk nooit meer dan 50 kilometer gereden. Dat is ruim binnen de range van deze elektrische bedrijfswagen. Het grootste voordeel is dat het werkelijk schoon en stil is in de leefomgeving. Geen fijnstof en geen stikstofoxiden en nauwelijks CO2. Geen beslag meer ook op schaarse fossiele brandstoffen. Geen afwenteling van niet doorbelaste (milieu)kosten dus. Daarom is het wat mij betreft in de basis de techniek voor de toekomst.'



Voor woningstichting Steelande Wonen verzorgt Schilders de Vries het onderhoud aan woningen in Hoogezand. Directeur Beno Munneke van Steelande Wonen: 'Schilders De Vries helpt ons op deze manier aan het beter bewust zijn welke belasting de onderhoudswerkzaamheden eigenlijk betekenen voor het milieu. Dat doen ze al een tijdlang door hun nadrukkelijke aandacht daarvoor bij de uitvoering van schilderwerk aan onze woningen en nu lopen ze opnieuw voorop door de elektrische auto te gaan gebruiken. Daarin hebben ze een voorbeeldfunctie voor ons'.

### 3 Narratief 3: Kostenbesparing en duurzaam rendement

#### **Maak jij met je bedrijf de overstap naar elektrisch vervoer?**

Als het gaat om keuze en beheer van bedrijfswagens, dan maak je als MKB-ondernemer een kosten-batenanalyse. Daarbij is het belangrijk om te kijken naar het totale kostenplaatje. Want naast aanschafkosten wegen ook onderhoud, brandstofverbruik en restwaarde mee bij de keuze voor de juiste bedrijfswagen. Voor elektrische bestelauto's is die zogenaamde Total Cost of Ownership (TCO) inmiddels vergelijkbaar met dieselaangedreven bestelauto's en vaak zelfs al gunstiger. Want ook al is de aanschafprijs van een elektrische bus op dit moment misschien nog hoger dan van een dieselbus, die investering verdient je ruimschoots terug door de lagere verbruiks- en onderhoudskosten. Bovendien maakt de overheid met fiscale voordelen en subsidies de keuze voor emissieloze bedrijfswagens aantrekkelijk voor MKB-ondernemers. Dat geldt ook voor laadvoorzieningen op het bedrijfsterrein. Daarnaast bieden veel gemeenten bedrijven met elektrisch vervoer voordelen bij bijvoorbeeld parkeren en opladen. Qua variabele kosten wint de elektrische bestelauto het van de dieselbus. Dat komt omdat stroom minder kost dan diesel. Ook schommelt de prijs van stroom minder dan die van diesel, zodat je beter zicht hebt op de verbruikskosten. En stroom is natuurlijk helemaal goedkoop, als je die als bedrijf zelf opwekt met zonnepanelen op het dak; daarvoor zijn ook weer subsidiemogelijkheden. De onderhoudsgevoeligheid van elektrische bestelauto's is bovendien lager, omdat er minder bewegende onderdelen in zitten. Daardoor staat de bus minder vaak stil bij de garage, zodat hij meer beschikbaar is voor het doel waarvoor MKB-ondernemers hem hebben: het bedrijf runnen. Dat kan een ondernemer veel geld schelen. Dan de restwaarde. Ook die is gunstig, omdat elektrische auto's vanwege de klimaatdoelen en de energietransitie naar verwachting waardeversterker zullen zijn dan auto's met een verbrandingsmotor. De restwaarde van dieselbussen zal steeds meer dalen. Uiteindelijk schrijf je als ondernemer beduidend minder af op een elektrische bedrijfswagen.

Naast de kosten kijken MKB-ondernemers uiteraard ook naar de beschikbaarheid en de prestaties. Ook in dat opzicht is de elektrische bedrijfswagen steeds aantrekkelijker. Het aanbod groeit gestaag: alle bekende merken hebben tegenwoordig bestelauto's en bestelbussen met elektrische aandrijving in hun assortiment. Ook de prestaties van huidige generatie elektrische bedrijfswagens worden steeds beter. Met een volle accu kan je tegenwoordig tussen 150 en 200 kilometer rijden, terwijl de grote meerderheid van de MKB-ondernemers dagelijks niet meer dan zo'n 100 kilometer aflegt. Daarnaast hebben de nieuwe modellen meer trekkracht en een kortere oplaadtijd. Ook daarom maken steeds meer MKB-ondernemers de overstap naar elektrisch rijden.

#### **Feiten over elektrische bedrijfsauto's**

Grofweg zijn de energiekosten bij een elektrische bestelbus 50% lager dan bij een dieselbus. Als bedrijven op een eigen bedrijfslocatie kunnen opladen, dan komen de kosten zo'n 75% lager uit dan bij een openbaar laadstation.

Om elektrisch bedrijfsvervoer te stimuleren bestaat sinds maart 2021 de landelijke Subsidieregeling Emissieloze Bedrijfsauto's (SEBA). De subsidie bedraagt 10% van de nieuwprijs, met een maximum van € 5.000. Er is totaal 185 miljoen euro subsidie beschikbaar, waarvan in 2021 22 miljoen vrijkomt.

Bij aanschaf van een elektrische bedrijfsauto hebben bedrijven recht op fiscaal voordeel via de Milieu-investeringsaftrek (MIA) en de Vrijwillige afschrijving milieu-investeringen (Vamil). Dit geldt ook voor aanschaf- en plaatsingskosten van een laadpaal voor zakelijk gebruik. Elektrische voertuigen zijn tot 2025 vrijgesteld van motorrijtuigenbelasting en aanschafbelasting (BPM). De bijtelling voor elektrische bedrijfsauto's is 8% tegenover 22% voor diesel.

De actieradius van de huidige generatie elektrische bestelauto's is gemiddeld zo'n 175 km bij een volle accu. Uit analyse van ritgegevens blijkt dat 90% van de MKB-bedrijven maximaal 100 km per dag met de bedrijfswagen aflegt. Het bereik is voor de meeste bedrijven dus ruim voldoende.

*De top-5 van populairste elektrische bedrijfswagens (bron: Athlon.com)*



## De ondernemer aan het woord

Van den Berg Tuin en Park is leverancier van tuinmachines en gereedschappen. Directeur Hans van der Helm: 'Dat mijn bestelauto's elektrisch zouden worden, stond al jaren vast. Ik wilde alleen even wachten totdat er een goed aanbod aan aantrekkelijke auto's was. Dat is nu het geval. Uit ervaring weet ik inmiddels wat elektrisch rijden kost, dus zo'n calculatie heb ik voor de elektrische bussen niet nogmaals gemaakt. De energiekosten per kilometer zijn laag, het onderhoud is goedkoop en de restwaarde is goed. Ook het voordeel van de [MIA en Vamil-regelingen](#) telt zwaar mee.



We verzorgen ook onderhoud en reparaties, dus we rijden van storing naar storing. Op een dag is dat vijftig tot honderd kilometer. Onderweg laden is niet nodig. Op onze bedrijfslocatie hebben we een eigen laadpunt. Dat vind ik echt een must voor elke ondernemer met elektrisch vervoer. Je bent dan niet afhankelijk van openbare laadpunten. Bovendien kopen wij onze stroom groen in bij onze energieleverancier.'

Het advies van Van der Helm aan ondernemers die ook de stap naar de elektrische bestelbus willen maken: 'Bedenk goed wat je nodig hebt en kijk dan of het huidige aanbod daarbij past. In plaats van andersom. Of je klaar bent voor de overstap naar de elektrische bestelauto hangt van veel factoren af. Schat in hoeveel kilometer je per dag rijdt, of je dat op één stekker-lading kunt en of onderweg bijladen een optie is. Kijk ook of je in de toekomst regelmatig de binnenstad in moet. De eisen aan de milieuzones worden steeds strenger.'

#### **4 Narratief 4: Slim inrichten logistiek**

##### **Maak jij met je bedrijf de overstap naar elektrisch vervoer?**

Veel MKB-ondernemers zien het vervoer van medewerkers en materialen van en naar klanten vooral als een kostenpost. Een noodzakelijk onderdeel van de bedrijfsvoering, waar je nu eenmaal mee moet dealen. Maar voor ondernemers liggen hier wel degelijk ook kansen om op een slimme manier tijd en geld te besparen en om te verduurzamen.

Bij de overstap naar 'emissieloos' wordt vaak gedacht aan het één-op-één vervangen van de bestaande dieselbestelauto door eenzelfde type elektrische bus. Maar dat is meestal niet het hele verhaal en ook niet de slimste aanpak. Het loont de moeite om eerst alle onderdelen van de logistieke keten kritisch onder de loep te nemen. Zo sla je twee vliegen in één klap. Relevante vragen zijn dan: Hoeveel en welke vervoermiddelen heb je nodig voor een optimale bedrijfsvoering? Hoeveel tijd steek je in voorraadbeheer en vervoer van materieel en producten? Hoeveel voorraad wil je in het magazijn en welke voorraad is er nodig in de bestelbus? Kan je de dag- en rittenplanning anders indelen, zodat minder vervoer van medewerkers en materialen nodig is? Wat kan je beter door leveranciers of logistieke dienstverleners laten bezorgen?

Door te kijken hoe je de logistiek en het vervoer anders kan organiseren valt er voor MKB-ondernemers winst te behalen, op korte en langere termijn. Misschien blijkt dat je met minder bedrijfswagens toe kunt. Of met compacte elektrische bestelauto's, door een efficiëntere indeling van de laadruimte en minder 'ijzeren' voorraad. Wellicht past bij jouw bedrijf een slimme mix van vervoermiddelen, bijvoorbeeld een kleine elektrische bestelauto en een elektrische bakfiets voor klussen in de stad. Met een andere aanpak van de logistiek kan ook de beschikbare menskracht efficiënter worden benut. Het liefst wil je als ondernemer schaarse vakmensen inzetten voor het werk waarvoor je ze in dienst hebt, niet als bezorger. Slimme logistieke oplossingen kunnen de hoeveelheid reistijd en improductieve uren verminderen.

Zo opent het nadenken over elektrisch rijden deuren naar efficiënter inrichten van het logistieke proces. Dat biedt legio kansen om het bedrijfsrendement te verhogen én tegemoet te komen aan de wensen van klanten en gemeenten op het gebied van duurzaam vervoer. Een win-win dus voor MKB-ondernemers.

##### **Feiten over elektrische bedrijfsauto's**

Grofweg zijn de energiekosten bij een elektrische bestelbus 50% lager dan bij een dieselbus. Als bedrijven op een eigen bedrijfslocatie kunnen opladen, dan komen de kosten zo'n 75% lager uit dan bij een openbaar laadstation.

Om elektrisch bedrijfsvervoer te stimuleren bestaat sinds maart 2021 de landelijke Subsidieregeling Emissieloze Bedrijfsauto's (SEBA). De subsidie bedraagt 10% van

de nieuwprijs, met een maximum van € 5.000. Er is totaal 185 miljoen euro subsidie beschikbaar, waarvan in 2021 22 miljoen vrijkomt.

Bij aanschaf van een elektrische bedrijfsauto hebben bedrijven recht op fiscaal voordeel via de Milieu-investeringsaftrek (MIA) en de Vrijwillige afschrijving milieu-investeringen (Vamil). Dit geldt ook voor aanschaf- en plaatsingskosten van een laadpaal voor zakelijk gebruik. Elektrische voertuigen zijn tot 2025 vrijgesteld van motorrijtuigenbelasting en aanschafbelasting (BPM). De bijtelling voor elektrische bedrijfsauto's is 8% tegenover 22% voor diesel.

De actieradius van de huidige generatie elektrische bestelauto's is gemiddeld zo'n 175 km bij een volle accu. Uit analyse van ritgegevens blijkt dat 90% van de MKB-bedrijven maximaal 100 km per dag met de bedrijfswagen aflegt. Het bereik is voor de meeste bedrijven dus ruim voldoende.

*De top-5 van populairste elektrische bedrijfswagens (bron: Athlon.com)*



## De ondernemer aan het woord

Wijnands Schilderwerken, gevestigd in Amsterdam: 'In het kader van onze wens een duurzaam schildersbedrijf te worden hebben we vorig jaar besloten om over te stappen op elektrisch rijden. Door ons alleen nog maar te richten op het binnenhalen van klussen in het centrum van Amsterdam hebben we de gereden kilometers drastisch kunnen terugbrengen.



Ook door het verder vooruit plannen van de klussen en het beter inkopen van de materialen hebben we de auto een stuk minder nodig. Bij grotere klussen brengen en halen we één keer de materialen met de auto. De rest van de dagen gaan we op de fiets. Dit is in het centrum van Amsterdam nog steeds de snelste manier om van A naar B te komen. De elektrische auto bevalt na een paar maanden van gebruik nog steeds prima. Het is in vergelijking met een diesel een heerlijke, stille en comfortabele manier van rijden.'

## 5 Narratief 5: Representativiteit en klantenbinding

### **Maak jij met je bedrijf de overstap naar elektrisch vervoer?**

Imago is hoe anderen denken over jou als ondernemer en over je bedrijf.

Kwaliteit, betrouwbaarheid, representativiteit en duurzaam werken: allemaal elementen die klanten in een bedrijf waarderen. Als je imago op orde is, maken je klanten reclame voor je. Tel uit je winst.

Werken aan een positief imago hoeft niet ingewikkeld te zijn. Denk bijvoorbeeld aan een bewuste keuze voor een bedrijfswagen. Want dat is het visitekaartje van je bedrijf. Je bus vertelt veel over de identiteit en ambitie van je bedrijf. Kies je voor elektrisch rijden, dan staal je uit te staan voor innovatief en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Als je voor komt rijden met een elektrische bus, dan maak je een statement: 'Ons bedrijf is klaar voor de toekomst, wij rijden elektrisch'. Zeker voor MKB-bedrijven in de technische sectoren (zoals de installatiebranche, onderhoud en klimaatbeheersing) is duurzaam vervoer een manier om zich te onderscheiden van de concurrentie.

Als je het zo bekijkt, dan is de keuze voor elektrisch rijden een sterk marketing-instrument voor je bedrijf. Want de klant van nu is daar gevoelig voor. Sterker nog, steeds vaker stellen opdrachtgevers duurzaam vervoer als voorwaarde bij aanbestedingen en weegt dat aspect mee bij de beslissing aan wie ze de opdracht gunnen. Dat is een belangrijk pluspunt, waarmee je bestaande klanten aan het bedrijf kan binden en nieuwe klanten kan binnenhalen.

Daarnaast heeft elektrisch rijden meer voordelen voor MKB-ondernemers. Het is een goede investering, want in vergelijking met dieselaangedreven bedrijfswagens scoort de elektrische bus gunstig qua energieverbruik, restwaarde en afschrijving. En het rijdt comfortabel: stil, schoon en vlot in het verkeer. Ook dat maakt de overstap naar elektrisch rijden aantrekkelijk.

### **Feiten over elektrische bedrijfsauto's**

Grofweg zijn de energiekosten bij een elektrische bestelbus 50% lager dan bij een dieselbus. Als bedrijven op een eigen bedrijfslocatie kunnen opladen, dan komen de kosten zo'n 75% lager uit dan bij een openbaar laadstation.

Om elektrisch bedrijfsvervoer te stimuleren bestaat sinds maart 2021 de landelijke Subsidieregeling Emissieloze Bedrijfsauto's (SEBA). De subsidie bedraagt 10% van de nieuwprijs, met een maximum van € 5.000. Er is totaal 185 miljoen euro subsidie beschikbaar, waarvan in 2021 22 miljoen vrijkomt.

Bij aanschaf van een elektrische bedrijfsauto hebben bedrijven recht op fiscaal voordeel via de Milieu-investeringsaftrek (MIA) en de Vrijwillige afschrijving milieu-investeringen (Vamil). Dit geldt ook voor aanschaf- en plaatsingskosten van een laadpaal voor zakelijk gebruik. Elektrische voertuigen zijn tot 2025 vrijgesteld van

motorrijtuigenbelasting en aanschafbelasting (BPM). De bijtelling voor elektrische bedrijfsauto's is 8% tegenover 22% voor diesel.

De actieradius van de huidige generatie elektrische bestelauto's is gemiddeld zo'n 175 km bij een volle accu. Uit analyse van ritgegevens blijkt dat 90% van de MKB-bedrijven maximaal 100 km per dag met de bedrijfswagen aflegt. Het bereik is voor de meeste bedrijven dus ruim voldoende.

*De top-5 van populairste elektrische bedrijfswagens (bron: Athlon.com)*



## De ondernemer aan het woord

Aannemingsbedrijf Gorisse Bouw uit Oosterhout wil qua duurzaamheid trendsetter zijn binnen de bouwsector. De aannemer is het eerste Brabantse bouwbedrijf met een Citroën Berlingo Electric, een honderd procent elektrische auto. Door de aanschaf van de nieuwe bedrijfsauto, wil de aannemer laten zien milieubewust bezig te zijn. Daarnaast is het bedrijf de mogelijkheden aan het onderzoeken om in de toekomst energie op te wekken door middel van zonnepanelen.



Opdrachtgevers zijn lovend over het initiatief van Gorisse Bouw. Pierre Hobbelen, directeur-bestuurder van woningcorporatie Thuisvester: 'Het is een goede ontwikkeling dat onze huisaannemer een elektrische auto rijdt. Wij vinden het

mooi dat Gorisse Bouw een voortrekkersrol inneemt. Hopelijk wordt het overgenomen door andere bedrijven.'

Ook een andere vaste opdrachtgever, de gemeente Oosterhout, waardeert de stap van Gorisse Bouw. Ron Tuin, verantwoordelijk voor duurzaamheid bij de gemeente: 'Als gemeente kiezen wij bij aanschaf van nieuwe voertuigen voor een duurzame variant. We vinden het dan ook goed om te lezen dat ook het bedrijfsleven in Oosterhout tot aanschaf van elektrische voertuigen over gaat. Hopelijk is Gorisse Bouw een voorbeeld voor anderen.'

## **6 Narratief 6: Voorbestaan bedrijf in waagschaal**

### **Maak jij met je bedrijf de overstap naar elektrisch vervoer?**

Duurzaam bedrijfsvervoer – zonder uitstoot van CO<sub>2</sub> en fijnstof - wordt de norm. En die ontwikkeling gaat snel. In veel steden bestaan al milieuzones, waarmee vervuilende dieselbussen en auto's uit het centrum worden geweerd. In verband met de klimaatdoelstellingen gaan vanaf 2025 strengere regels gelden voor de toegankelijkheid van stedelijke gebieden voor bedrijfsvervoer. Er worden dan zero-emissiezones ingevoerd, waar alleen nog volledig elektrische voertuigen toegang krijgen. In veel grote en middelgrote gemeenten wordt het dan onmogelijk, om met een dieselbus het stadscentrum (en vaak ook omliggende wijken) binnen te komen. Maak je niet tijdig de overstap naar elektrisch vervoer, dan worden klanten en leveranciers binnen die zones voor je bedrijf onbereikbaar.

Het is zeker niet alleen de overheid die emissieloos bedrijfsvervoer als norm gaat stellen. Er komt ook steeds meer druk vanuit de markt. Opdrachtgevers en afnemers willen een goede match tussen een product en het bedrijf dat het levert. Zij stellen daarom steeds vaker duurzaam vervoer als voorwaarde bij aanbestedingen. En wegen dat aspect zwaar mee bij de beslissing aan wie ze opdrachten gunnen. Dat is ook logisch. Want stel je voor hoe het overkomt op klanten, als je zonnepanelen komt installeren of alleen watergedragen verf gebruikt en je dan voor rijdt met een vervuilende dieselbus.

De maatschappelijke trend gaat duidelijk in de richting van duurzaamheid. Hoe langer je als MKB-ondernemer wacht met de overstap naar elektrisch rijden, des te meer zet je je bedrijf op achterstand. Je verliest de connectie met je klanten. Werk gaat naar concurrenten die wel tijdig overschakelen op elektrisch vervoer. En belangrijker: het wordt steeds moeilijker de regie over je bedrijfsvoering te houden en je zelfstandigheid als ondernemer te bewaren. Want als je zelf niet tijdig dit soort belangrijke keuzes maakt, dan beslissen anderen voor jou.

### **Feiten over elektrische bedrijfsauto's**

Grofweg zijn de energiekosten bij een elektrische bestelbus 50% lager dan bij een dieselbus. Als bedrijven op een eigen bedrijfslocatie kunnen opladen, dan komen de kosten zo'n 75% lager uit dan bij een openbaar laadstation.

Om elektrisch bedrijfsvervoer te stimuleren bestaat sinds maart 2021 de landelijke Subsidieregeling Emissieloze Bedrijfsauto's (SEBA). De subsidie bedraagt 10% van de nieuwprijs, met een maximum van € 5.000. Er is totaal 185 miljoen euro subsidie beschikbaar, waarvan in 2021 22 miljoen vrijkomt.

Bij aanschaf van een elektrische bedrijfsauto hebben bedrijven recht op fiscaal voordeel via de Milieu-investeringsaftrek (MIA) en de Vrijwillige afschrijving milieu-investeringen (Vamil). Dit geldt ook voor aanschaf- en plaatsingskosten van een

laadpaal voor zakelijk gebruik. Elektrische voertuigen zijn tot 2025 vrijgesteld van motorrijtuigenbelasting en aanschafbelasting (BPM). De bijtelling voor elektrische bedrijfsauto's is 8% tegenover 22% voor diesel.

De actieradius van de huidige generatie elektrische bestelauto's is gemiddeld zo'n 175 km bij een volle accu. Uit analyse van ritgegevens blijkt dat 90% van de MKB-bedrijven maximaal 100 km per dag met de bedrijfswagen aflegt. Het bereik is voor de meeste bedrijven dus ruim voldoende.

*De top-5 van populairste elektrische bedrijfswagens (bron: Athlon.com)*



## De ondernemer aan het woord

Van den Berg Tuin en Park is leverancier van tuinmachines en gereedschappen, met vooral klanten in de Randstad. Het bedrijf rijdt sinds kort met een aantal elektrische bestelbussen. Directeur Hans van der Helm: 'We verzorgen ook onderhoud en reparaties, dus we rijden van storing naar storing. Op een dag is dat vijftig tot honderd kilometer. De diesels die ik hiervoor had waren oud. Daar kom je de binnenstad niet meer mee in.'

Steden als Delft, Den Haag en Rotterdam kennen allemaal hun eigen milieuzone met beperkingen voor vervuilende diesels. Zijn advies aan collega-ondernemers: 'Kijk of je in de toekomst regelmatig de binnenstad in moet. De eisen aan de milieuzones worden steeds strenger. Over een tijdje kom je alleen nog maar met een elektrische wagen de stad in.'



## 7 Narratief 7: Stilstand is achteruitgang

### **Maak jij met je bedrijf de overstap naar elektrisch vervoer?**

Stilstand is achteruitgang. Dat geldt voor elke ondernemer, en zeker voor MKB-bedrijven in de technische sector. Succesvol ondernemen lukt alleen, als je tijdig inspeelt op ontwikkelingen in de markt en de samenleving. Eén van die ontwikkelingen is de trend naar duurzaamheid, volgend uit de klimaatdoelen en de noodzaak de uitstoot van CO<sub>2</sub> en andere schadelijke stoffen terug te dringen. Belangrijk onderdeel daarvan is de overgang naar elektrisch bedrijfsvervoer. Mis je als ondernemer de aansluiting bij die ontwikkeling, dan loop je al snel achter de feiten aan. Zowel gemeenten als opdrachtgevers en afnemers stellen duurzaam vervoer van mensen en materialen steeds meer als voorwaarde. Wacht je te lang met de overstap naar elektrisch rijden, dan kom je al gauw in de knel met lokale regels, waaronder de zero-emissiezones die vanaf 2025 ingevoerd worden. Een ander mogelijk gevolg: je zet je bedrijf op achterstand ten opzichte van concurrenten en loopt zo het risico werk en klanten te verliezen. Ook ondergraaf je de band met vakgenoten die wel de voordelen zien van de keuze voor duurzaam vervoer. En juist die beroepstrots is wat MKB-ers in de technische sectoren kenmerkt en bindt: je bent in alle opzichten een vakman. En last but not least, zonder de overstap naar een elektrische bedrijfswagen bewijs je ook een slechte dienst aan het belangrijkste bedrijfskapitaal: je medewerkers. Als werkgever onthoudt je hen het comfort van schoon en gezond vervoer dat elektrisch rijden biedt. Juist met de huidige schaarste aan goede vakmensen is dat een arbeids-voorwaarde, waarmee MKB-ondernemers zich kunnen onderscheiden.

### **Feiten over elektrische bedrijfsauto's**

Grofweg zijn de energiekosten bij een elektrische bestelbus 50% lager dan bij een dieselbus. Als bedrijven op een eigen bedrijfslocatie kunnen opladen, dan komen de kosten zo'n 75% lager uit dan bij een openbaar laadstation.

Om elektrisch bedrijfsvervoer te stimuleren bestaat sinds maart 2021 de landelijke Subsidieregeling Emissieloze Bedrijfsauto's (SEBA). De subsidie bedraagt 10% van de nieuwprijs, met een maximum van € 5.000. Er is totaal 185 miljoen euro subsidie beschikbaar, waarvan in 2021 22 miljoen vrijkomt.

Bij aanschaf van een elektrische bedrijfsauto hebben bedrijven recht op fiscaal voordeel via de Milieu-investeringsaftrek (MIA) en de Vrijwillige afschrijving milieu-investeringen (Vamil). Dit geldt ook voor aanschaf- en plaatsingskosten van een laadpaal voor zakelijk gebruik. Elektrische voertuigen zijn tot 2025 vrijgesteld van motorrijtuigenbelasting en aanschafbelasting (BPM). De bijtelling voor elektrische bedrijfsauto's is 8% tegenover 22% voor diesel.

De actieradius van de huidige generatie elektrische bestelauto's is gemiddeld zo'n 175 km bij een volle accu. Uit analyse van ritgegevens blijkt dat 90% van de MKB-bedrijven maximaal 100 km per dag met de bedrijfswagen aflegt. Het bereik is voor de meeste bedrijven dus ruim voldoende.

*De top-5 van populairste elektrische bedrijfswagens (bron: Athlon.com)*



## De ondernemer aan het woord

**Dick Geelen, directeur Procurement en Supply chain:** 'Wij worden door de klimaatdoelstellingen steeds meer met duurzaamheid geassocieerd. Dan kun je eigenlijk niet met je stinkende dieselbus bij de klant aankomen. Ook wordt er steeds meer direct om elektrisch vervoer gevraagd in aanbestedingen. De inzet van duurzaam vervoer bij servicelogistiek - het vervoer van personeel, materieel en materiaal voor servicewerkzaamheden - wordt dus steeds belangrijker om klanten in steden te kunnen blijven bedienen.'



## 8 Narratief 8: Kapitaalvernietiging

### **Maak jij met je bedrijf de overstap naar elektrisch vervoer?**

De dieselbus is het werkpaard voor veel MKB-bedrijven, zowel voor het vervoer van medewerkers als van materialen en producten. Stel die bus is aan vervanging toe, dan sta je als ondernemer voor de keuze: ga je weer voor een dieselbus (nieuw of tweedehands) of maak je de overstap naar elektrisch rijden? Bij die beslissing is het belangrijk om alle kosten mee te wegen.

In aanschaf is een elektrische bedrijfswagen op dit moment vaak duurder dan een dieselmodel. Maar toch is het zeer de vraag of nu nog investeren in een dieselbus een slimme zet is. Want qua verbruik, onderhoud en afschrijving scoort de dieselbus nu al een stuk ongunstiger dan een elektrische bus. En waarschijnlijk wordt dat verschil de komende jaren alleen maar groter. Door stijgende olieprijs en hogere dieselaccijns gaan de kosten voor het brandstofverbruik steeds meer omhoog. Terwijl stroom juist relatief goedkoop is, zeker als je die opwekt met zonnepanelen en je op het eigen bedrijfsterrein kan laden. Naar verwachting gaan ook onderhoud en vervanging van onderdelen meer kosten, doordat dieselbussen door het intensieve gebruik slijtagegevoelig zijn en fabrikanten overschakelen op elektrische voertuigen. Die hoeven juist minder vaak naar de garage, omdat er minder bewegende onderdelen in zitten en de techniek steeds verder verbetert. Tenslotte zorgt de afnemende vraag naar dieselbussen ook voor een dalende inruil- en restwaarde. Dat komt door de opkomst van elektrische bedrijfswagens, maar ook doordat regelgeving de gebruiksmogelijkheden van diesels steeds verder inperkt. Nu al weren veel steden oudere dieselbussen uit het centrum door middel van milieuzones. En vanaf 2025 komen er in veel gemeenten zero-emissiezones, waar dieselaangedreven bedrijfswagens geen toegang meer krijgen.

Al die factoren samen zorgen ervoor dat je als MKB-ondernemer uiteindelijk veel meer afschrijft op een dieselbus. Koop je nu nog een nieuwe of tweedehands dieselbus, dan is dat vanuit het oogpunt van bedrijfsvoering eigenlijk kapitaalvernietiging. Door de marktontwikkeling, wettelijke en fiscale maatregelen wordt rijden met een dieselbus een steeds grotere kostenpost. Dat maakt de overstap naar elektrisch rijden aantrekkelijk. Daar komt bij dat er momenteel verschillende subsidies en belastingvrijstellingen zijn, waarmee de overheid elektrisch bedrijfsvervoer stimuleert. Maar veel van die regelingen zijn tijdelijk en subsidiepotten kunnen leeg raken. Dus hoe langer je wacht met de overstap naar elektrisch rijden, des te minder kan je daarvan profiteren. Ook in die zin kan vasthouden aan de traditionele dieselbus financieel ongunstig uitpakken voor MKB-ondernemers.

### **Feiten over elektrische bedrijfsauto's**

Grofweg zijn de energiekosten bij een elektrische bestelbus 50% lager dan bij een dieselbus. Als bedrijven op een eigen bedrijfslocatie kunnen opladen, dan komen de kosten zo'n 75% lager uit dan bij een openbaar laadstation.

Om elektrisch bedrijfsvervoer te stimuleren bestaat sinds maart 2021 de landelijke Subsidieregeling Emissieloze Bedrijfsauto's (SEBA). De subsidie bedraagt 10% van de nieuwprijs, met een maximum van € 5.000. Er is totaal 185 miljoen euro subsidie beschikbaar, waarvan in 2021 22 miljoen vrijkomt.

Bij aanschaf van een elektrische bedrijfsauto hebben bedrijven recht op fiscaal voordeel via de Milieu-investeringsaftrek (MIA) en de Vrijwillige afschrijving milieu-investeringen (Vamil). Dit geldt ook voor aanschaf- en plaatsingskosten van een laadpaal voor zakelijk gebruik. Elektrische voertuigen zijn tot 2025 vrijgesteld van motorrijtuigenbelasting en aanschafbelasting (BPM). De bijtelling voor elektrische bedrijfsauto's is 8% tegenover 22% voor diesel.

De actieradius van de huidige generatie elektrische bestelauto's is gemiddeld zo'n 175 km bij een volle accu. Uit analyse van ritgegevens blijkt dat 90% van de MKB-bedrijven maximaal 100 km per dag met de bedrijfswagen aflegt. Het bereik is voor de meeste bedrijven dus ruim voldoende.

*De top-5 van populairste elektrische bedrijfswagens (bron: Athlon.com)*



## De ondernemer aan het woord

Van den Berg Tuin en Park is leverancier van tuinmachines en gereedschappen, met vooral klanten in de Randstad. Directeur Hans van der Helm: 'De diesels die ik hiervoor had waren oud. Daar kom je de binnenstad niet meer mee in.' Steden als Delft, Den Haag en Rotterdam kennen allemaal hun eigen milieuzone met beperkingen voor vervuilende diesels. Zijn advies aan collega-ondernemers: 'Kijk of je in de toekomst regelmatig de binnenstad in moet. De eisen aan de milieuzones worden steeds strenger. Over een tijdje kom je alleen nog maar met een elektrische wagen de stad in.'



Van der Helm heeft Rabobank ingeschakeld bij de financiering van zijn elektrische bedrijfsvervoer. Henry Steenbergen, sectorspecialist Transport en Mobiliteit: 'Een elektrische bestelbus is in aanschaf duurder dan een vergelijkbare bus met brandstofmotor. Dat schrikt veel ondernemers af. Maar de elektrische bestelbus maakt echter in het gebruik snel verloren terrein goed. Daarbij is de verwachting dat de dieselprijs in de aankomende kabinetsperiode verder stijgt. Ook de restwaarde van de elektrische bus pakt gunstig uit. Op de tweedehands markt doet de elektrische bestelbus het straks gewoon goed. Juist de restwaarde van diesels keldert.'