

## Vooraan Belgen verstokte dieselrijders

# Elektrische bedrijfswagen flopt

Bedrijven zijn voor hun leasingvloot niet geïnteresseerd in wagens op elektriciteit. Meer dan 19 op de 20 nieuwe bedrijfswagens rijden op diesel.

EMMANUEL VANBRUSSEL

De volledig elektrische wagen blijft een curiosum in de bedrijfswagenparken. Van de 3.727 bedrijfswagens bij Belgacom rijden er welgeteld vier op elektriciteit, tegenover 3.658 op diesel. BNP Paribas Fortis telt amper twee elektrische bedrijfswagens.

Ondanks de media-aandacht laten bedrijven en hun werknemers de e-auto links liggen, bevestigen de grote leasingbedrijven. Bij Athlon Car Lease maakten ze vorig jaar minder dan 0,5 procent van de circa 7.000 bestellingen uit. 'En dan gaat het nog bijna allemaal om Tesla Model S-auto's van 100.000 euro. Een auto om mee uit te pakken, geen gewone bedrijfswagen', zegt marketingmanager Pieter Goossens.

Omdat een elektrische wagen geen CO<sub>2</sub> uitstoot, is hij erg geschikt om luchtvervuiling tegen te gaan. Aanhangers hoopten op een doorbraak bij bedrijven in de grote steden. Maar de hippe e-auto's worden hoogstens als promotiekarretjes gebruikt. 'De hype is in de kiem gesmoord', stelt Gerry Van Aken, marketingmanager van LeasePlan. 'We doen er als leasingbedrijf nochtans alles aan om de elektrische wagen aan te moedigen.' Hij ziet de hoge prijs als voornaamste verklaring. 'Een elektrische wagen blijft duur. Daarnaast schrikt het gebrek aan oplaadpunten veel mensen af.'

Of ligt het aan de fiscus, die belas-

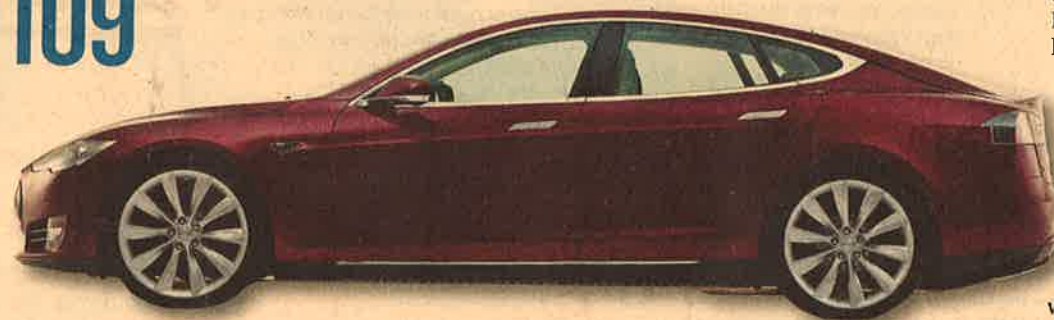
### DE DRIE MEEST VERKOCHTE ELEKTRISCHE AUTO'S IN BELGIË

(aantal verkochte exemplaren in eerste elf maanden van 2013, bron: Febiac)

1 NISSAN LEAF  
130



2 TESLA S  
109



3 RENAULT ZOË  
73



tingvoordelen voor e-auto's heeft afgeschaft? Saskia Raymaekers, marketingmanager bij KBC Autolease, vindt van niet. 'Het klopt dat een paar aanmoedigende maatregelen zijn weggefallen. Maar door de nul-uitstoot genieten elektrische wagens 120 procent aftrekbaarheid en is het voordeel van alle aard minimaal.'

Een doorsnee elektrische wagen heeft een actieradius van slechts 150 tot 200 kilometer per oplaadbeurt. Vlaams minister-president Kris Peeters kondigde op het Autosalon aan de private markt te stimuleren om publiek toegankelijke laadpalen te bouwen. Vandaag zijn er in Vlaanderen ruim 600 publieke laadpalen, deels betaald met overheidsgeld. Dat is mijlenver af van de 10.000 laadpalen waar Peeters drie jaar geleden op hoopte.

Bij Athlon waren dieselwagens vorig jaar goed voor meer dan 95 procent van de bestellingen. 'Benzine- en hybride wagens maken flinke stappen voorwaarts. Maar die groei blijft relatief. Samen maken ze slechts 3 procent uit van de bestellingen, wat nog steeds heel weinig is. Van een complete omslag is nog lang geen sprake', legt Goossens uit. 'België blijft een absoluut dieselland', bevestigt Van Aken.

Goossens: 'Benzinewagens zijn concurrentieel als het personeelslid 15.000 tot 20.000 kilometer per jaar rijdt. Maar boven 25.000 kilometer is er geen discussie. Dan is diesel voor het bedrijf steeds goedkoper.'

Bedrijven en hun werknemers kiezen wel vaker voor dieselwagens met een lage CO<sub>2</sub>-uitstoot. De circa

**De elektrische auto is voor bedrijven vooral een marketingtool die goed is voor het imago, eerder dan een voertuig waar het personeel mee gaat rijden.**

MARKETINGMANAGER LEASEPLAN  
GERRY VAN AKEN

12.000 wagens die KBC Autolease vorig jaar in het verkeer bracht, stoten gemiddeld 117 gram CO<sub>2</sub> uit per kilometer, bij Athlon is dat 111 gram. Vijf jaar geleden waren leasewagens met zo'n lage uitstoot nog uitzonderlijk. 'Er is wel degelijk sprake van een vergroening van het bedrijfswagenpark', concluderen de grote leasingbedrijven.

Moeten we de elektrische bedrijfswagen dan afschrijven? De respons op de BMW i3 zal duidelijkheid scheppen, zeggen de experts. BMW is een sterkhouder op de leasingmarkt. Het prijskaartje van zijn pas gelanceerde e-auto, 35.000 à 40.000 euro, is evenwel pittig.

Van Aken van LeasePlan: 'Bedrijven tonen interesse om een beletterde i3 te gebruiken in hun communicatiestrategie, omdat het goed is voor het imago. Het is dus vooral een marketingtool, eerder dan een voertuig waar het personeel mee gaat rijden.' Goossens van Athlon is optimistischer. 'Voor 2014 verwachten we dat de markt voor plug-ins zal aantrekken, onder impuls van de BMW i3 en Audi met de A3 E-tron.'