

## Onderzoek ALD Automotive onder leaserijders: Leaserijder verknocht aan de auto, maar wil meer keuzevrijheid

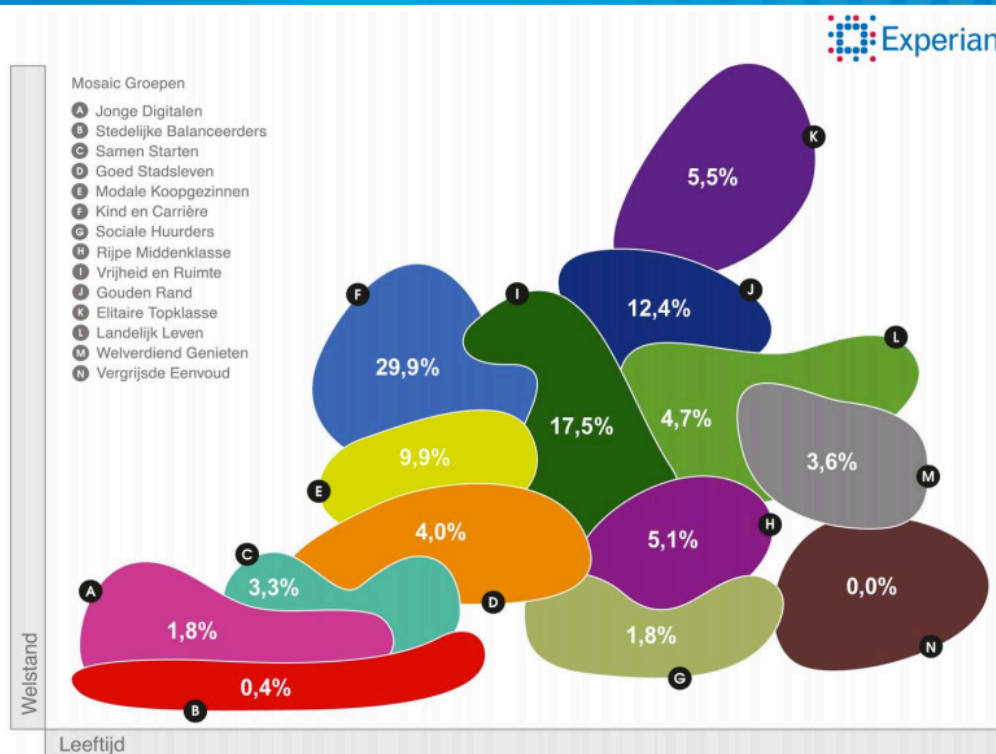
In oktober 2014 heeft ALD Automotive een onderzoek onder bijna 400 leaserijders gedaan. In dit document delen we de belangrijkste conclusies en geeft de leasemaatschappij uit Hoofddorp zijn visie.

### Mosaic Huishouden

Onderdeel van het onderzoek is een analyse van de leaserijders met behulp van Mosaic Huishouden, het consumentenclassificatiesysteem van Experian. De vijf belangrijkste groepen zijn:

1. Kind & Carrière	29,9%
2. Vrijheid & Ruimte	17,5%
3. Gouden Rand	12,4%
4. Modale Koopgezinnen	9,9%
5. Elitaire Topklasse	5,5%

### Leaserijders Aandeel in het onderzoek per doelgroep



Een uitgebreide omschrijving van de belangrijkste groepen ziet u aan het einde van dit document. Als u meer wilt weten over de methodiek en de andere Mosaic-groepen dan verwijzen wij u graag naar:

<http://www.experian.nl/assets/mosaic/brochures/Mosaic-Brochure-NL.pdf>

### **Thema 1: Trends - Technologie en internet in de auto en verdere verduurzaming van mobiliteit zijn de belangrijkste trends voor leaserijders.**

ALD Automotive vroeg leaserijders welke trend met betrekking tot mobiliteit zij het belangrijkste vinden. De resultaten zijn als volgt:

1. Technologie/internet in de auto	31,89%
2. Verdere verduurzaming van mobiliteit	25,98%
3. Meerdere vervoersmiddelen binnen leasecontract	18,90%
4. Zelfrijdende auto's	9,45%
5. Verbeterd openbaar vervoer	5,12%
6. Het delen van vervoer (sharing economie)	2,76%

Reactie ALD Automotive:

Voor ons als leasemaatschappij is het interessant om te zien dat meerdere vervoersmiddelen in het leasecontract in de top 3 van trends staat. Samen met de conclusie dat zeker 60% van de leaserijders een eigen mobiliteitsbudget wil, zegt dit ons dat de werknemer steeds meer zeggenschap wil over de invulling van zijn of haar mobiliteit. Het sluit daarom mooi aan bij ons nieuwe Mobility Experience Centre, waar mobiliteitswensen worden getoetst aan de hand van de wensen en behoeften van de werkgever en de werknemer.

### **Thema 2: Bijtelling en duurzaamheid – Bijtelling is het belangrijkste criterium bij de keuze van een leaseauto, duurzaamheid moet ook juist financieel aantrekkelijk zijn.**

Op de vraag wat de belangrijkste criteria zijn voor de keuze voor een leaseauto is als volgt gereageerd:

1. Bijtelling	73,23%
2. Ruimte	53,15%
3. Veiligheid	46,85%
4. Vermogen	27,95%

5. Imago	21,65%
6. Duurzaamheid	19,69%

De bovenstaande uitkomsten lijken haaks te staan op de uitkomsten bij de vraag:  
*In hoeverre spelen duurzaamheid en milieu een rol bij uw keuze voor een voertuig?*

Een grote rol	11,81%
Het speelt mee	51,57%
Een kleine rol	26,38%
Het speelt geen rol	9,84%

Reactie ALD Automotive:

Het belang van de bijtelling bij de autokeuze verrast ons allermint. De keuze van de auto is steeds meer een financiële rekensom en dat zien we in de resultaten terug. Ook duurzaamheid speelt mee in de keuze. ALD Automotive speelt hier op in met het introduceren van de Smart Miles app (slimme kilometers sparen door zuinig te rijden en milieubewuste alternatieven te kiezen). Alhoewel duurzaamheid een rol speelt, moet het ook wel financieel aantrekkelijk zijn voor de leaserijder.

Maar waar ligt de grens van wat leaserijders aan bijtelling willen betalen?

Meer dan 25%	2,36%
Tussen de 20 en 25%	21,65%
Tussen de 15 en 20%	44,09%
Tussen de 10 en 15%	16,54%
Tussen de 5 en 10%	8,27%
Geen bijtelling	7,09%

N.B. Alleen binnen de Mosaic-groepen Modale Koopgezinnen, Kind & Carrière en Gouden Rand is men bereid om meer dan 25% bijtelling te betalen. Verder valt op dat 80% van de Elitaire Topklasse bereid is om tussen de 15 en 25% bijtelling te betalen.

**Thema 3: Keuzevrijheid – 60% van de leaserijders wil graag keuzevrijheid, 90% kiest weer voor een leaseauto via werkgever.**

Op de vraag 'Hoe belangrijk is het voor u om te beschikken over een eigen mobiliteitsbudget (dus vrije keuze van vervoersmiddelen)?' is als volgt gereageerd:

Heel belangrijk	25,59%
Belangrijk	36,22%
Neutraal/geen mening	24,02%
Niet heel belangrijk	7,48%
Onbelangrijk	6,69%

N.B. Kind & Carrière, de grootste groep onder leaserijders, scoort met 67,07% (score heel belangrijk en belangrijk bij elkaar) bovengemiddeld. Echter Goed Stadsleven (voor omschrijving bezoek: <http://www.experian.nl/assets/mosaic/brochures/Mosaic-Brochure-NL.pdf>) ziet met 72,73% (score heel belangrijk en belangrijk bij elkaar) het meest in een eigen mobiliteitsbudget.

Wanneer leaserijders een vrije keuze zouden hebben voor leasevorm, kiezen ze met 89,37% weer voor de leaseauto via de werkgever. Op de tweede plek komt met 17,32% de eigen auto. Privé lease scoort 10,63%.

Reactie ALD Automotive:

De leaserijder is verknocht aan zijn leaseauto en zal bij vrije keuze opnieuw voor een leaseauto kiezen. Toch zien wij een sterke behoefte aan keuzevrijheid. Nu al wil 60% van de leaserijders een mobiliteitsbudget. In de toekomst verwachten we een tweedeling tussen bedrijven die zich heel erg op kostenbesparingen richten, of juist bedrijven die keuzevrijheid bieden. Om in te spelen op de behoefte aan keuzevrijheid en flexibiliteit zullen steeds meer hybride leaseoplossingen hun intrede doen. Een auto, gecombineerd met elektrische fiets. Een kleine auto, gecombineerd met extra ruimte of extra pk's op de momenten dat het nodig is. Oplossingen met beperktere autokeuze, maar wel de flexibiliteit om na enkele maanden deze auto weer in te ruilen. Hoewel het keuzeaanbod in leaseoplossingen nu al ruim te noemen is, wordt dit alleen maar breder.

**Thema 4: Rol van werkgever – Werkgever moet aansturen op een zuinige auto en het OV hoeft niet gestimuleerd te worden.**

De leaserijders uit dit onderzoek verwachten van hun werkgever een actieve rol bij de volgende onderwerpen:

Stimuleren van een zuinige auto	27,95%
Stimuleren van thuiswerken/minder reizen	23,23%
Stimuleren van een mobiliteitsbudget	13,78%
Stimuleren van alternatieve brandstoffen	9,84%
Stimuleren van openbaar vervoer	0,39%
Geen van allen	22,44%

N.B.

De Gouden Rand, de derde groep onder de leaserijders, vindt het stimuleren van thuiswerken/minder reizen belangrijker dan het stimuleren van een zuinige auto.

Reactie ALD Automotive:

Meer dan een kwart van de leaserijders verwacht dat de werkgever hen stimuleert tot het gebruik van een zuinige auto. Opmerkelijk is dat men ook duidelijk een rol verwacht bij het verminderen van de reiskilometers. Hoe dan ook wordt van werkgevers een rol binnen mobiliteit verwacht. Dit blijft niet beperkt tot de wagenparkbeheerder, maar ook de HR-manager, de duurzaamheidsspecialist en de leden van het hoger management en de board room. Bij ALD Automotive proberen we al deze stakeholders samen te brengen bij het Mobility Experience Centre.

## Mosaic Huishouden – de groepen met de meeste leaserijders op een rij

### Kind en carrière – 29,9%



**De mensen van Kind en Carrière schipperen continu tussen hun werk en hun thuis. Ze zijn druk bezig met hun carrière en investeren daarin ook tijd, maar proberen daarnaast een gezinsleven op te bouwen. De kinderen zitten overdag op de opvang of op school; 's avonds praat iedereen elkaar bij aan de gezinstafel. In het weekend is het tijd voor ontspanning, hoewel de computer soms ook nog even aangaat. Niet alleen voor games voor de kinderen, maar ook om dat ene beleidsrapport door te lezen. Ze zijn getrouwd of wonen samen en hebben meerdere kinderen. De leeftijd van die kinderen verschilt sterk, sommige mensen van Kind en Carrière hebben zelfs al een 20-plusser. De ouders zelf zijn meestal tussen de 30 en 55 jaar. Ze zijn middelbaar tot hoog opgeleid en vervullen een leidinggevende functie in bijvoorbeeld de ICT of financiële dienstverlening. Ze hebben een koopwoning en één of meer auto's voor de deur staan. Het inkomen is goed en van een kredietrisico is geen sprake.**

*“Het is altijd gezellig thuis, maar soms best even aanpoten. Ik ben zelf meestal niet voor zes uur thuis.”*

De mensen van Kind en Carrière wonen meestal in een rijtjeshuis, dat na 1990 is gebouwd. De oppervlakte verschilt, maar is minimaal 90 m<sup>2</sup> en daarmee goed geschikt voor een gezin. De wijken waar Kind en Carrière zich vestigen, liggen in gemeenten als Pijnacker-Nootdorp, Houten, Lansingerland, Barendrecht en Albrandswaard. Deze wijken zijn redelijk ruim opgezet, maar winkels zijn niet dichtbij. Zeker niet de grotere winkelcentra. Wel is een lagere en/of middelbare school in de buurt.

Deze groep houdt zich vooral bezig met het gezinsleven draaiend houden en dagelijkse werkzaamheden verrichten. Daarom houden ze niet veel tijd over voor allerlei activiteiten. Wel gaan ze graag minimaal eens per jaar op vakantie met de kinderen. Meestal verblijven ze dan in een gehuurde tent, caravan of vouwwagen. Als het financieel kan, gaan ze ook op wintersport naar Oostenrijk bijvoorbeeld. Verder bezoeken ze een aantal keer per jaar een pretpark of dierentuin, doen ze af en toe aan een potje squash en/of volgen ze een avondcursus. Ze geven meer geld uit aan luxeartikelen dan andere mensen in hun omgeving. Zo willen ze binnenkort een inbouwkeuken of bijvoorbeeld zonwering aanschaffen. Dagbladen lezen de mensen van Kind en Carrière niet veel, tijdschriften wel. Dit zijn vooral magazines gericht op ouders, zoals Groter Groeien en J/M voor ouders. Andersoortige tijdschriften zijn JAN, Yoga Magazine, Fiets en LINDA. Het televisiegebruik verschilt per gezin, maar de kinderen kijken in elk geval graag naar Disney XD. Radio- en internetgebruik zijn redelijk standaard. Ze gebruiken het internet regelmatig voor het kopen van kleding en sportartikelen. Ze streven zekerheid voor het gezin en het huishouden na. Daarom zorgt

Kind en Carrière voor een goede balans tussen werk versus voldoende inkomsten en quality time met het gezin. Ze zorgen dat ze voldoende sparen – ook voor de kinderen – maar durven ook geld uit te geven. Want luxegoederen zorgen er wel voor dat ze optimaal van het leven genieten.

*John (42) werkt als ketenmanager in de automatisering. Hij heeft thuis twee dochters rondlopen, volgens hem een gezellige drukte. "Ik heb altijd graag kinderen gewild, maar het is soms best even aanpoten. Zeker omdat ik fulltime werk en mijn vrouw drie dagen per week. De kinderen hebben nu nog niet de leeftijd dat ze zelfstandig naar hun school kunnen fietsen en na schooltijd met vriendjes en vriendinnetjes kunnen afspreken. Daarnaast ben ik zelf meestal nog niet voor zes uur thuis. Maar, in het weekend plannen we altijd leuke dingen in. Met z'n allen wandelen in het bos, naar een pretpark of gewoon computerspelletjes spelen. Ik ben er net zo gek op als mijn dochters." gezin. Ze zorgen dat ze voldoende sparen – ook voor de kinderen – maar durven ook geld uit te geven. Want luxegoederen zorgen er wel voor dat ze optimaal van het leven genieten.*

## Vrijheid & Ruimte - 17,5%



**De gezinnen van Vrijheid en Ruimte hebben het prima voor elkaar. Ze hebben kinderen die vaak al uit de luiers zijn, ze wonen in ruim opgezette gemeenten en ze bezitten een (half-)vrijstaande koopwoning. In de tuin staat een groot speeltoestel met een glijbaan en schommel, maar ook op straat is het redelijk rustig. Ruimte en vrijheid genoeg voor de kinderen om ongestoord te spelen, terwijl de ouders vanuit het keukenraam een oogje in het zeil houden.**

De ouders van Vrijheid en Ruimte zijn getrouwd en gemiddeld 40 tot 60 jaar oud. In het huishouden zijn vaak één tot drie kinderen aanwezig, meestal ouder dan 6 jaar. Het opleidingsniveau van de ouders is middelbaar tot hoog en ze werken fulltime. Ze geven vaak leiding in de sector industrie of bouwnijverheid. Het inkomen varieert van modaal tot zeer goed; het kredietrisico is ver ondergemiddeld. Ze bezitten vaak twee auto's.

Deze gezinnen wonen in gemoedelijke gemeenten met circa 10.000 (vooral autochtone) inwoners, zoals Bellingwedde, Loppersum, Menameradiel, Dantumadiel en het Bildt. Hier bezitten ze een twee-onder-een-kapwoning of vrijstaande woning (minimaal 90 m<sup>2</sup>) in een weids opgezette omgeving. De bouwstijl is van voor de tweede wereldoorlog of juist van vrij recent. Grote winkelcentra zijn niet in de buurt, wel het kleinere dorpscentrum. Voor scholen en universiteiten moeten kinderen een stuk met de fiets of trein. Jaarlijks gaan de gezinnen van Vrijheid en Ruimte een aantal keer naar een pretpark of dierentuin. Ze hebben zelf ook huisdieren: van vissen tot honden. Verder houden ze van ritjes op de motor maken, sportwedstrijden van de kinderen kijken en klussen in en om het huis. Voor het doe-het-zelven koopt Vrijheid en Ruimte zowel nieuwe als tweedehands artikelen. Momenteel denken ze na over een nieuwe badkamer, maar ook over bijvoorbeeld de aanschaf van een stationwagon of MPV. Verder is voor de kinderen een jeugdspaarrekening afgesloten en voor henzelf doen ze aan bedrijfsparen. Casual kleding kopen de gezinnen van Vrijheid en Ruimte onder



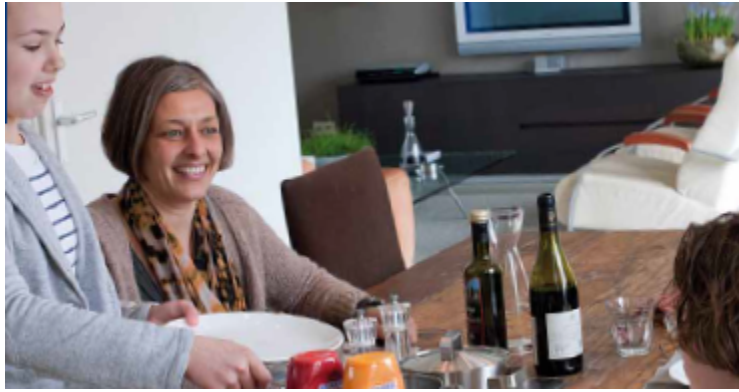
meer van Pall Mall en Brunotti. Eens per week eten ze frites met mayonaise of andere diepvriessnacks. Ze hebben geen bovenmatige interesse in media, maar kijken, lezen en luisteren evenveel als de gemiddelde Nederlander. Ze hebben een abonnement op een regionaal dagblad en wekelijks vallen ook de Kampeer & Caravan Kampioen, de Tina en bijvoorbeeld J/M voor ouders op de mat. De radio staat vaak op regionale omroepen en het televisiegebruik verschilt.

*“We hebben hier alle ruimte en genieten erg van het vrije uitzicht op de weilanden.”*

Ze genieten van het leven, de ruimte en de vrijheid die ze hebben. Het zijn ook luxezoekers, hoewel een stabiele basis voor het gezin daarbij leidend is. Ze maken keuzes die hierop aansluiten en zorgen dan ook vooral voor een prettig gezinsleven. Ze nemen niet te veel risico, maar zorgen op korte en langere termijn voor de gewenste vrijheid en ruimte.

*Nico (46) is dolblij met zijn uitgebouwde halfvrijstaande woning. “Mijn vrouw en ik zagen deze woning en waren meteen verkocht. De makelaar had al aangegeven dat er voldoende verbouwingmogelijkheden waren; een kans die we met beide handen hebben aangegrepen. We hebben al onze woonwensen kunnen vervullen en een heerlijk huis voor ons gezin gecreëerd. De benedenverdieping hebben we helemaal opnieuw ingedeeld en daarmee een aparte speelkamer voor de kinderen gemaakt. Overigens had ik niet alleen interesse voor dit huis, maar ook voor de omgeving. We wonen zo prettig rustig, met aan de achterzijde uitzicht op de weilanden. Ik hoop dat we hier oud mogen worden.”*

**Gouden Rand - 12,4%**



**Het leven van de groep Gouden Rand heeft een gouden randje. Ze hebben het financieel goed op orde, bezitten een ruime twee-onder-een-kapwoning of vrijstaand huis en wonen in de duurdere gemeenten zoals Laren en Bunnik. Ook zijn ze getrouwd en hebben ze in sommige gevallen nog thuiswonende kinderen. Kortom, de Gouden Rand behoort tot de hogere sociale klassen in Nederland.**

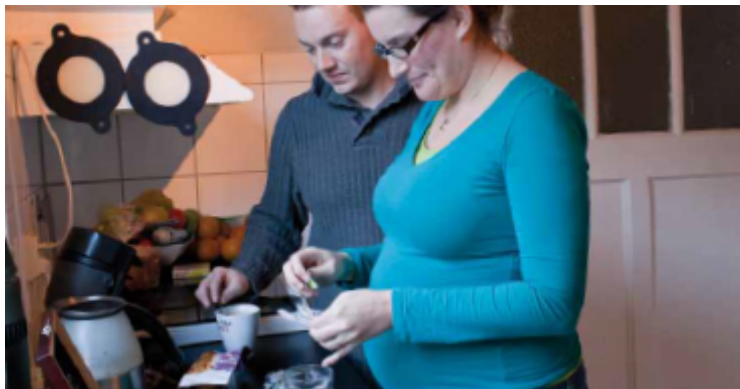
*“Voor mij heeft het leven een gouden randje, ik geniet volop van alle mogelijkheden die we hebben.”*

De Gouden Rand is getrouwd en gemiddeld tussen de 45 en 65 jaar oud. Ze hebben één tot drie kinderen, meestal van 6 jaar of ouder. In sommige gevallen wonen de kinderen al op zichzelf. De Gouden Rand bestaat uit hoogopgeleide, vaak universitair geschoolde mensen. Ze werken fulltime als leidinggevende of hebben een bedrijf aan huis. Ze hebben meestal twee auto's. De Gouden Rand verdient goed en behoort tot de twee hoogste sociale klassen van Nederland. De Gouden Rand woont in ruime twee-onder-een-kapwoningen en vrijstaande woningen (minimaal 136 m<sup>2</sup>), in de duurdere gemeenten van Nederland, zoals Rozendaal, Laren, Bunnik, Ouder-Amstel en de Utrechtse Heuvelrug. De woningen zijn recent gebouwd of juist in de J26jaren twintig/dertig. Redelijk in de buurt bevinden zich de winkels voor de dagelijkse boodschappen; een school ligt nog dichterbij. De mensen van de Gouden Rand leiden een leven waarin geld rolt. Ze houden van golfen, ze gaan graag op vakantie binnen en buiten Europa en ze hebben een bovenmatige interesse in financiën en beleggen. Ze hebben ook zelf obligaties, aandelen of opties. Verder tennissen ze graag, skiën ze en houden ze ervan om met een zeil- of motorboot de plassen op te gaan. Ze geven redelijk veel middelen uit aan boodschappen en kopen die (online) bij Albert Heijn. Ze bezoeken ook geregeld een restaurant. Favoriete kledingmerken van de Gouden Rand zijn bijvoorbeeld Gaastra en Marc O'Polo. Ze hebben diverse aanschafplannen, maar denken ook aan voldoende financiële reserves om eerder te kunnen stoppen met werken. De Gouden Rand denkt echter niet alleen aan zichzelf; geregeld steunt deze groep een goed doel zoals Artsen zonder Grenzen. De Gouden Rand heeft vaak twee abonnementen op nationale en regionale dagbladen, zoals Het Financieele Dagblad, de Volkskrant en de Gooi- en Eemlander. Geliefde tijdschriften zijn onder meer Golfers Magazine, LINDA. en de Waterkampioen. De radio staat af en toe aan, meestal afgestemd op BNR Nieuwsradio of Radio 2. Televisie kijken doet de Gouden Rand niet veel, internetten iets meer. Ze boeken dan bijvoorbeeld een vakantie of kopen boeken of tijdschriften via het internet. Het zijn intellectuele mensen van de Gouden

Rand. Ze hebben bewezen competenties en zetten die ook graag in om een beter leven voor zichzelf en anderen te creëren. Ze weten wat het leven te bieden heeft en zien ook dat je hard moet werken om ergens te komen. Ze zijn zakelijk ingesteld, maar genieten wel van het gezinsleven.

*Jan-Willem (47) heeft het prima voor elkaar. Hij werkt tegenwoordig nog maar veertig uur per week, dat was voorheen wel anders. "Een paar jaar geleden maakte ik nog wel eens weken van vijftig, soms zestig uur. Dat moet ook wel als je een bedrijf wilt opbouwen. Nu ik een financieel directeur heb aangesteld, heb ik zelf iets meer de handen vrij. Ik wilde ook wel eens gaan genieten, vooral van alle mogelijkheden die we immers zelf hebben gecreëerd. Nu ben ik samen met mijn beste vriend aan het golfen en in het weekend sta ik met mijn vrouw op de tennisbaan. Ook kan ik weer wat vaker uit eten en iets leuks doen met mijn zoon en dochter. Voor mij heeft het leven wel een gouden randje, ja."*

## **Modale Koopgezinnen – 9,9%**



**Een betaalbare koopwoning, opgroeiende kinderen en een middenklasse auto voor de deur. Het zijn de Modale Koopgezinnen waar het hier om gaat. Soms is er zelfs nog een baby onderweg. Bij deze groep staat het gezinsleven dan ook centraal en dat uit zich op veel manieren. Van de kinder- en mammatijdschriften die op de deurmat vallen tot de uitstapjes naar pretparken, de aanwezigheid van spelcomputers en de aankopen via internet voor het gemak en de tijdsbesparing.**

***"Door ons gezinsleven kom ik eigenlijk nooit toe aan een middagje winkelen; daarom bestel ik veel online voor onszelf en onze zoon."***

De samenwonende/getrouwde ouders van de Modale Koopgezinnen zijn circa 30 tot 50 jaar en hebben thuiswonende kinderen (meestal niet ouder dan 12 jaar). Het inkomen is modaal of iets daarboven. Ze volgden een middelbare tot hoge opleiding en de kostwinner vervult nu een fulltime functie. Bijvoorbeeld in de techniek of detailhandel (zowel leidinggevend als niet leidinggevend). Ze hebben

minimaal één (lease)auto. De Modale Koopgezinnen wonen in gezinsrijke gemeenten, zoals Almere, Den Helder, Urk, Tilburg en Leeuwarden. Vlak bij liggen een klein winkelcentrum, scholen en speeltuinen. Voor de grotere winkelcentra moeten ze een stukje rijden. In het verleden verhuisden de Modale Koopgezinnen vaak; nu hebben ze een rijtjeshuis van circa 91 tot 135 m<sup>2</sup> waar ze met het gezin een tijd kunnen verblijven. De bouwperiode van de woningen verschilt sterk: van rond 1900 tot zelfs zeer recent. In hun vrije tijd bezoekt deze groep het liefst minimaal vier pretparken en dierentuinen per jaar. Ook gaan ze graag op een korte vakantie: logeren bij familie, op een bungalowpark of op de camping. Andere interesses hebben ze ook: de Jonge Gezinnen Beurs bezoeken, de kinderen thuis bezighouden (bijvoorbeeld door voorlezen) en computerspelletjes (laten) spelen op de Nintendo Wii of Sony PlayStation. De kinderen zitten op een vechtsport of paardrijden, de ouders doen nog wel eens aan een potje squash. Voor het eten en drinken kiezen de Modale Koopgezinnen zowel A-merken als huismerken. Soms moeten ze iets zuiniger aandoen, want ze hebben nog wat wensen. Bijvoorbeeld een vakantie buiten Europa, een motor of een nieuwe cv-ketel. Voor de kinderen is een jeugdspaarrekening afgesloten. Ook zijn de Modale Koopgezinnen goed verzekerd. Wat ze niet veel doen, is dagbladen lezen. Wel slaan ze graag een tijdschrift open. Bijvoorbeeld Wij Jonge Ouders en Groter Groeien. Naar de televisie kijken vooral de kinderen, het liefst naar Nickelodeon en Disney XD. Internet is redelijk in trek en dan met name voor aankopen. Van babyartikelen tot elektronische artikelen. Nieuw of tweedehands. Het zijn drukke jaren bij de Modale Koopgezinnen. De kinderen zitten nog in de leeftijd dat ze veel aandacht nodig hebben. Het dagelijks bestaan staat dan ook in het teken van het gezinsleven. De ouders hebben zich daarbij neergelegd. Ze proberen er een gezellige tijd van te maken binnen de mogelijkheden. Straks, als de kinderen uit huis zijn, komen ze weer meer aan zichzelf toe.

*Mandy (32 jaar) heeft een huis vol gezelligheid: een man, een zoon en een tweede op komst. "Heerlijk, ik kan niet anders zeggen, we doen veel leuke dingen met elkaar. Misschien dat we nog een keer verhuizen nu ons gezinnetje groter wordt, maar daar moeten we dan eerst wel voor sparen. Ik ben allang blij dat we een ruime auto hebben en in een kindvriendelijke buurt wonen. We hoeven nergens voor te reizen. Ik kom alleen af en toe tijd te kort, bijvoorbeeld om fatsoenlijke winterkleding voor onze zoon te kopen. Maar, met dank aan internet bestel ik die gewoon 's avonds vanaf de bank online."*

## Elitaire topklasse – 5,5%



**Deze groep behoort tot de Elitaire Topklasse. Ze bezitten de mooiste, vaak vrijstaande woningen in dure gemeenten als Laren, Bloemendaal en Wassenaar. Soms is het vermogen al jaren in de familie, vaak is er zelf ook hard voor gewerkt. De Elitaire Topklasse blijft graag op de hoogte van het (beurs)nieuws en ontspant daarnaast op de golfbaan, de hockeyclub en in de haven waar de zeilboot ligt. Ze gaan geregeld uit eten en boeken ook vaak dure vakanties in het buitenland.**

*“Ik heb mijn bedrijf verkocht op het hoogtepunt en sindsdien rentenier ik samen met mijn vrouw. We genieten er goed van.”*

De Elitaire Topklasse bestaat vooral uit getrouwde stellen vanaf 45 jaar, waarvan de kinderen nog thuis wonen of al uit huis zijn. De kinderen die nog thuis wonen, zijn meestal ouder dan 13 jaar. De naam zegt het eigenlijk al: de Elitaire Topklasse behoort tot de hoogste sociale klasse. Ze zijn universitair geschoold en runnen een succesvol bedrijf, zijn leidinggevende of genieten inmiddels van hun pensioen. Ze bezitten vaak twee auto's. De Elitaire Topklasse is te vinden in de bekende duurere gemeenten van Nederland, zoals Laren, Bloemendaal, Rozendaal, Wassenaar en Blaricum. Hier bezitten ze een vrijstaande koopwoning of huren ze een vrijstaande woning via een particulier. Op deze dure woningen van minimaal 136 m<sup>2</sup> rust positieve overwaarde. De bouwstijl is vaak van voor 1944 of anders vanaf 2000 en de woningen staan op grote, groene percelen. Een klein winkelcentrum ligt niet direct in de buurt, een groot winkelcentrum juist wel. Scholen liggen op loopafstand. De mensen van de Elitaire Topklasse boeken graag dure zomervakanties en luxe skivakanties. Ook eten ze geregeld in een goed restaurant. Ze dragen kleding van Hugo Boss en Ralph Lauren en schoenen van bijvoorbeeld Floris van Bommel. De Elitaire Topklasse besteedt ook veel aan verzorging en boodschappen. Ze hebben in de koeling altijd een fles champagne staan. Om hun vermogen zo goed mogelijk te beheren, hebben ze veel interesse in financiën en de beurs. Daarnaast bezoeken ze geregeld een klassiek concert. Ze houden ook van antiek en kunst, gaan zeilen met hun boot, spelen golf met (voormalig) zakenpartners of moedigen kinderen aan op het hockeyveld. Verder blijven ze graag uitstekend op de hoogte van wat in de wereld gebeurt. Gelezen dagbladen en tijdschriften zijn NRC Handelsblad en Het Financieele Dagblad

respectievelijk GOLFjournaal en bijvoorbeeld Quote. Televisie en radio zijn minder in trek. Als ze een keer televisie kijken, dan zijn het meestal de publieke zenders. Qua radio zijn Classic FM en BNR Nieuwsradio favoriet. Op internet bekijken ze vooral LinkedIn of bijvoorbeeld financiële websites. Ze genieten van het actieve en luxe leven dat ze leiden. De Elitaire Topklasse hecht waarde aan sociale status en beseft goed dat ze bovenaan de sociale ladder staan. Dit dragen ze ook uit. Tegelijkertijd hebben ze het intellect om te beseffen dat niet alles daarom draait. Ze hopen op het eind van hun leven dan ook tevreden terug te kunnen kijken.

*Menno (65) had jaren een succesvolle beleggingsmaatschappij en heeft daar zelf ook de vruchten van geplukt. "Ik heb mijn bedrijf verkocht op het hoogtepunt en sindsdien rentenier ik samen met mijn vrouw. We hebben een mooie vrijstaande woning die inmiddels is afbetaald, dus we genieten er samen goed van. We gaan geregeld uit eten en boeken ook veel weekendjes weg. We denken nu na over de aanschaf van een vakantiehuis aan het water, zodat we een vaste plek hebben waar we soms een weekend naartoe kunnen. Dat is ook leuk voor de kinderen en een goede investering voor later. Ik kan mijn oude vak niet helemaal loslaten, merk ik. Ik blijf me dagelijks verdiepen in de beurs en spit het Financieele Dagblad volledig uit. Ik heb onlangs zelfs een tablet gekocht, zodat ik ook op vakantie altijd het laatste nieuws dichtbij heb."*