



Regiobijeenkomst 2025

BOVAG Autodealers



>> 95 JAAR <<

programma

- 16.00 opening
- 16.05 ‘De impact van Chinese fabrikanten in Europa en Nederland’
door Geert Brummelhuis
- 17.00 ‘De consumentenklantreis van vandaag’
door Renate Weggemans
- 17.30 ‘CSRD en de BOVAG dienstverlening’
door Hans Bresser
- 18.00 afsluiting, drankje & dinerbuffet



>> 95 JAAR <<

IMPACT VAN CHINESE AUTOFABRIKANTEN IN EUROPA (Deel II)

Een mokerslag of een speldenprik?

BOVAG Autodealers – regiobijeenkomsten 5, 12 en 26 maart 2025

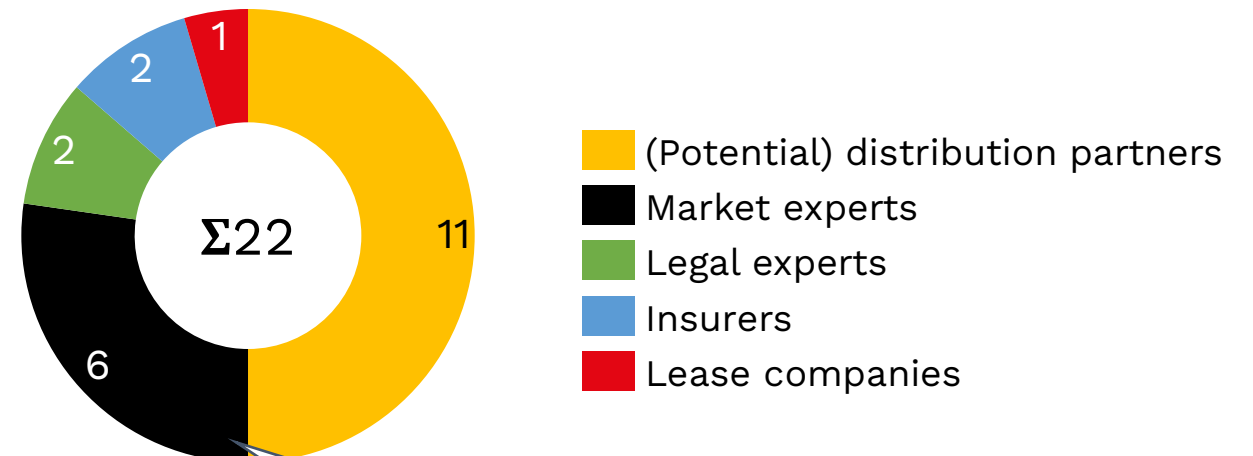


Over het rapport



De 2022 & 2025 rapporten

Het 2025 interview-programma



Aangevuld met vele secundaire bronnen, waaronder b.v. marktrapporten, datadiensten (nieuws)artikelen, openbare informatie en bedrijfswebsites

Over de definitie van Chinese OEM's

Chinese OEM's (Original Equipment Manufacturers) zijn bedrijven:

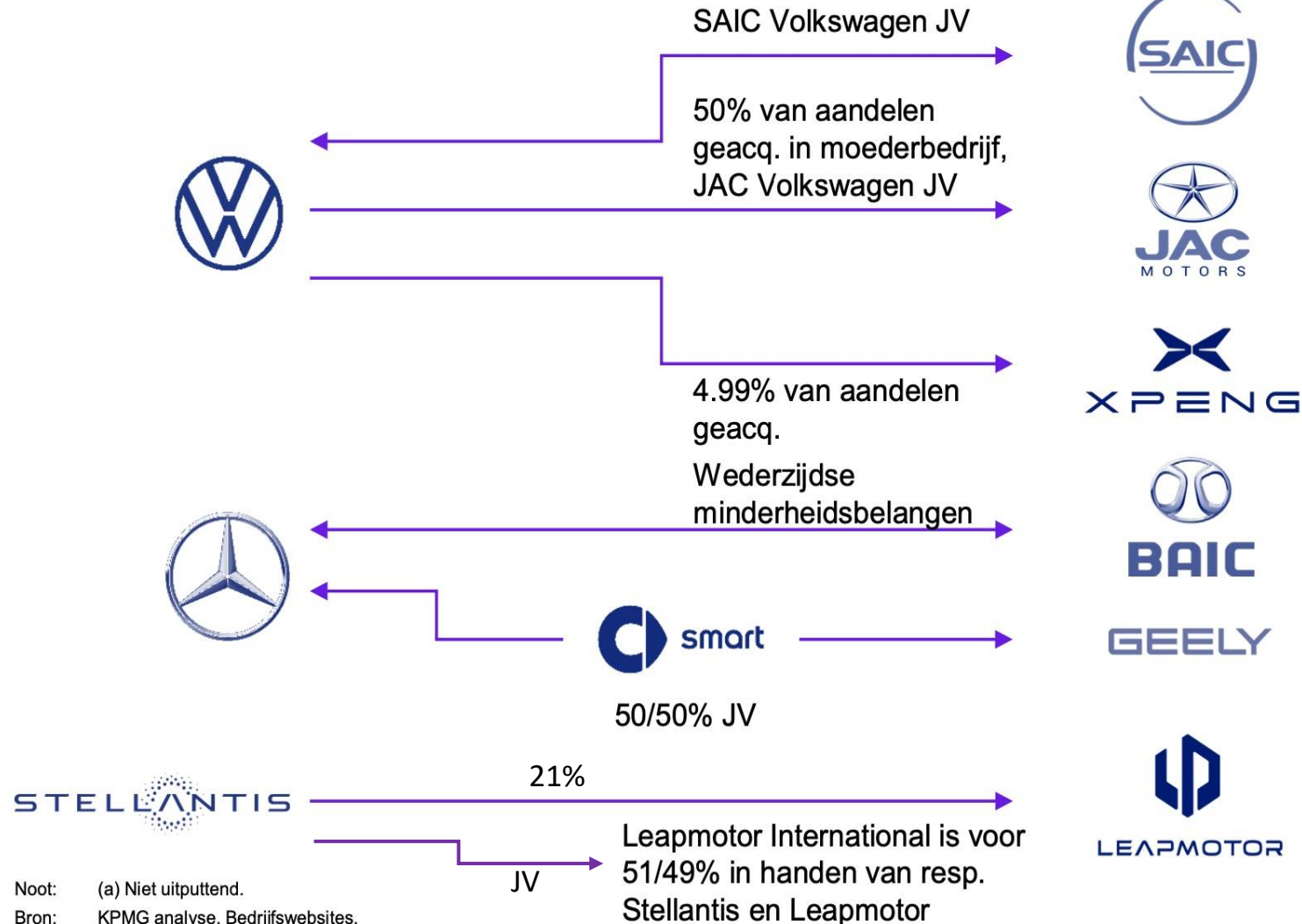
- die zich bezighouden met de productie van auto's die voornamelijk in eigendom zijn van- en gecontroleerd worden door Chinese entiteiten.
- Deze definitie omvat alle ondernemingen waarvan het zeggenschapsbelang berust bij entiteiten die gevestigd zijn in China.
- Bijvoorbeeld private bedrijven, beursgenoteerde bedrijven en staatsbedrijven.

Voorbeelden van verwevenheid tussen fabrikanten



Niet-Chinese OEM

Chinese OEM



Noot: (a) Niet uitputtend.
Bron: KPMG analyse, Bedrijfswebsites.

Conclusies

- ⇒ De ontwikkelingen van Chinese autofabrikanten (OEMs) in Europa versnellen sinds 2022 en daarmee hun verwachte invloed op de Europese markten
- ⇒ Het marktaandeel van de Chinese OEM's gaat verdubbelen naar 10% in Europa en naar 16,8% in Nederland.
- ⇒ Ze groeien mee met de groei van de EV-markten met sterke prijs/kwaliteit proposities.
- ⇒ Ze passen zich snel aan op marktomstandigheden, maar er zijn nog wel wat hobbels te nemen.
- ⇒ Voor dealers is samenwerking inmiddels strategisch relevant geworden, maar doe goed vooronderzoek en overbrug de Chinese (bedrijfs)cultuur.

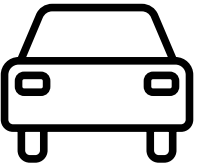
Agenda



De aantrekkingskracht van de Europese automarkt op Chinese autofabrikanten



Go-to-market strategieën van de Chinese OEMs



Het strategische belang van samenwerking voor autodealers

De aantrekkingskracht
van de Europese automarkt
op Chinese autofabrikanten

Waarom komen de Chinese OEMs naar Europa?



Europese Pull



1 De 2e EV markt (na China)

2 Gunstige regelgeving & handelsklimaat

3 Leidende EV infrastructuur

Chinese Push

1 'Made in China' industriestrategie

2 Technologische ontwikkeling (batterij en software)

3 Overmatige EV productiecapaciteit



De push uit China volgt uit de 'made in China 2025 strategie'

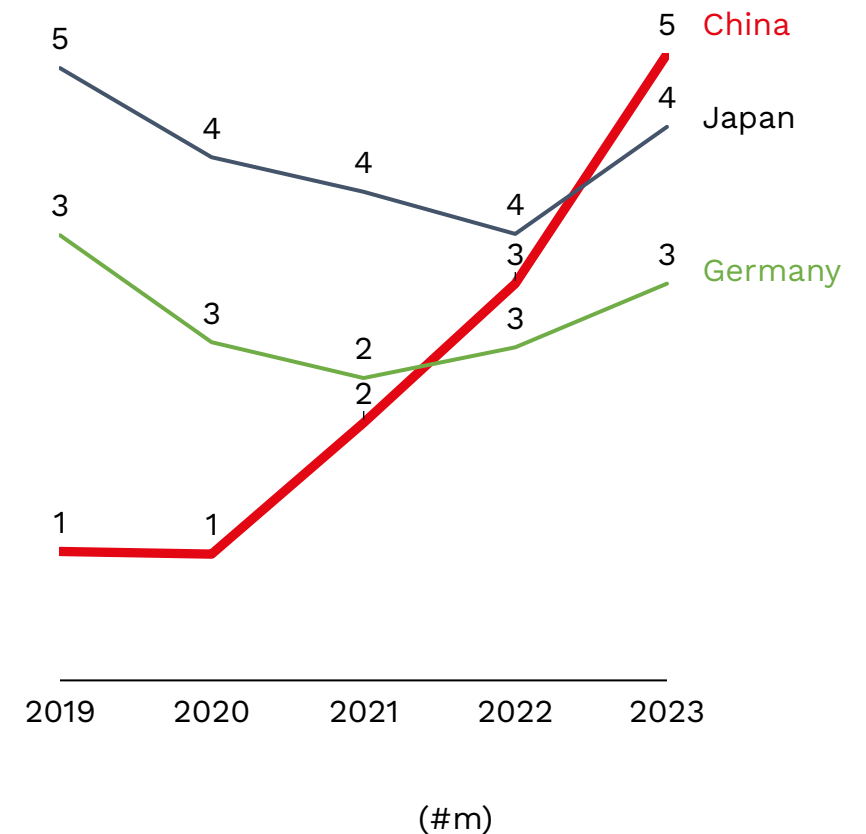
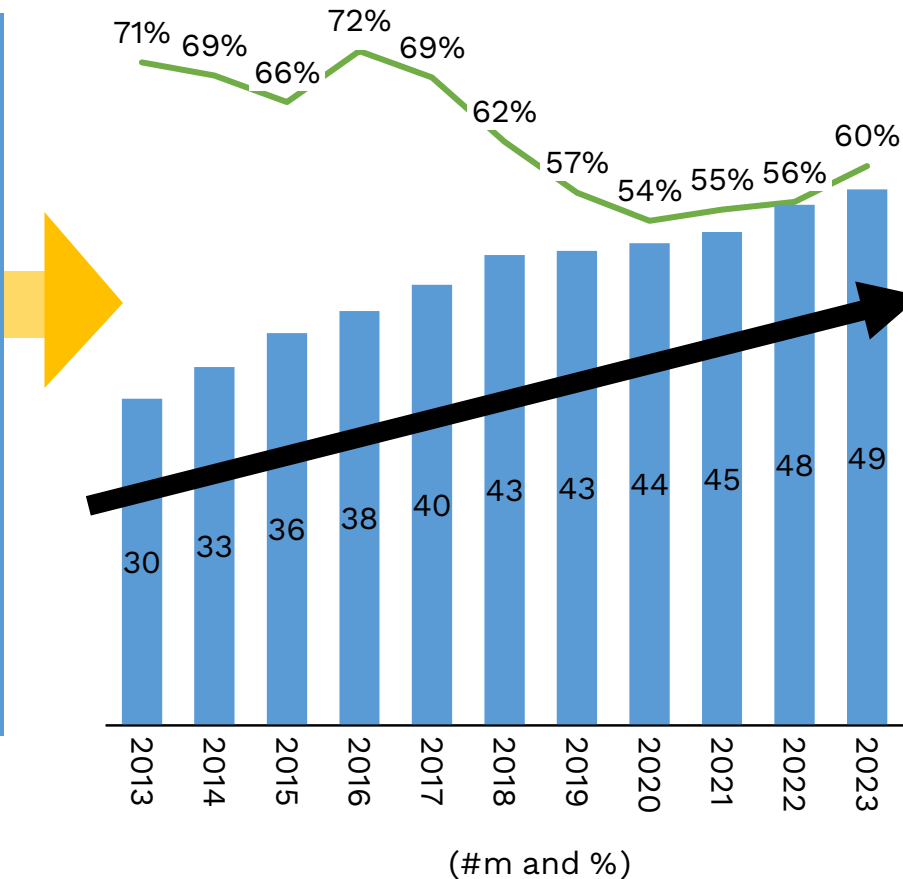


Industriestrategie 'Made in China'

Productiecapaciteit- en gebruik In China

Chinese exportvolumes

- ✓ Innovatie & technologie
- ✓ Industriële upgrading
- ✓ Internationale concurrentiepositie
- ✓ Subsidies en steun
- ✓ Globalisering en export

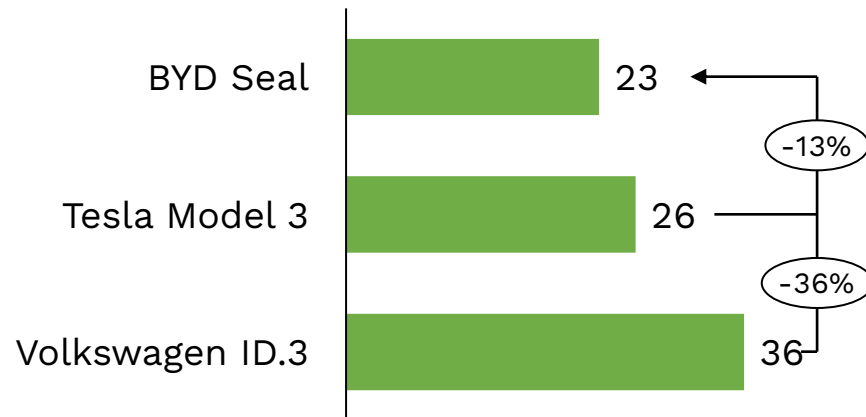



Chinese OEMs hebben lage(re) prijzen met goede marges wat leidt tot druk op de gevestigde orde

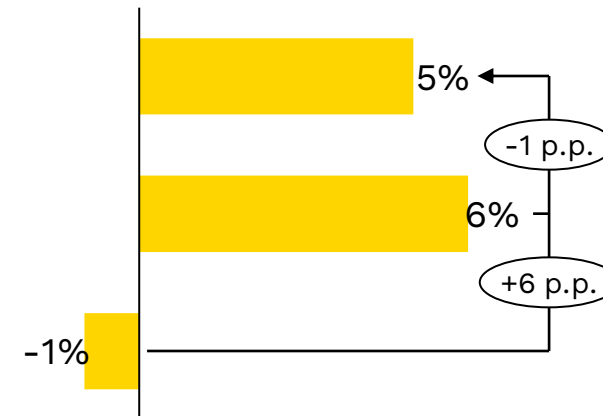


Een vergelijking van verkoop- en winstcijfers van een selectie auto's in China

Avg. retail sales price^(a) (€000)



EBIT margin (%)



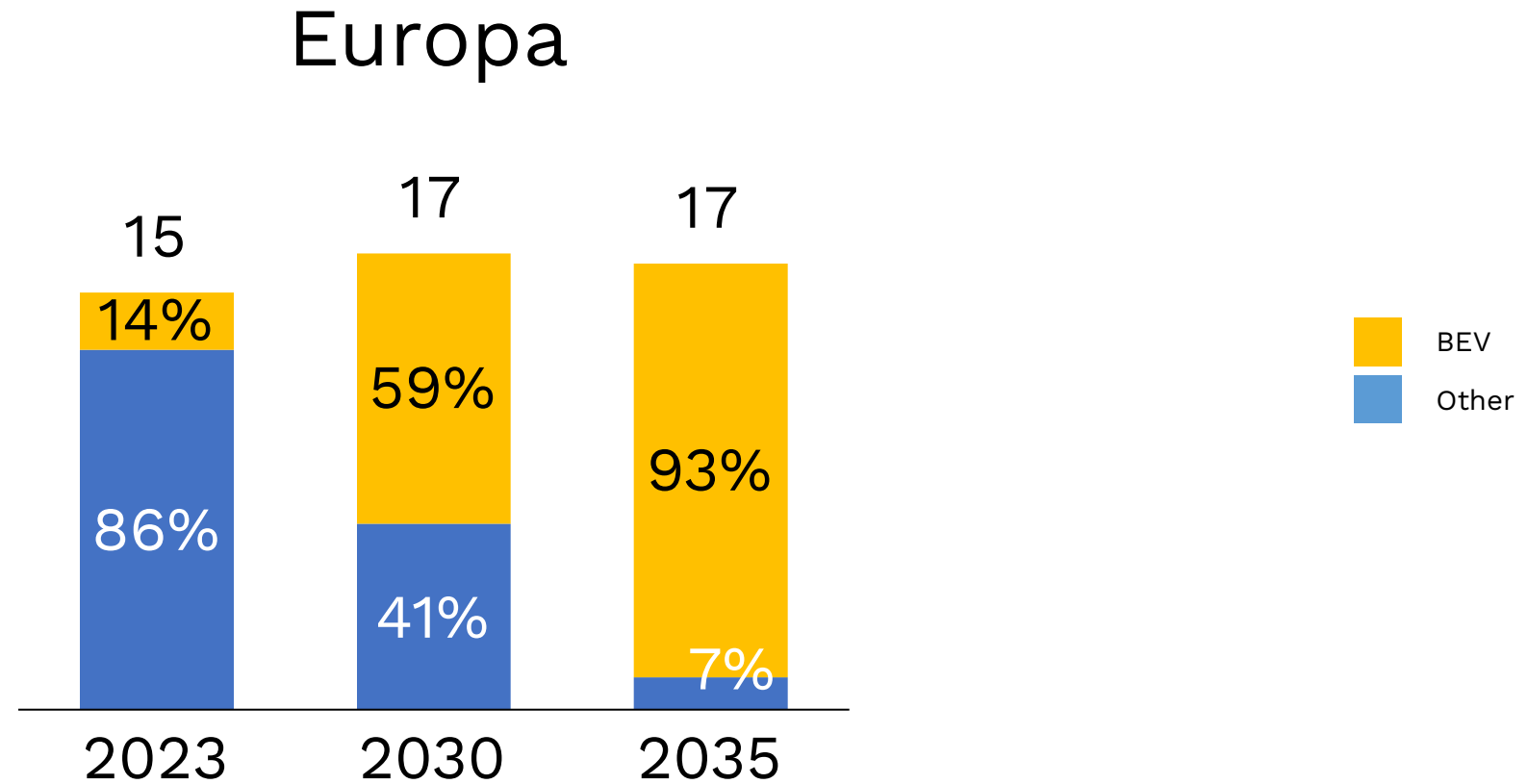
Note: (a) Converted from USD to EUR, USD-EUR exchange rate 0.6164 (1st of July 2023)

Source: UBS (2023); ICDP; Autotrader; Interview programme; KPMG analysis.

Europa is in 2030 de 2e EV markt van de wereld met 59% BEV En daarmee aantrekkelijk voor Chinese OEMs

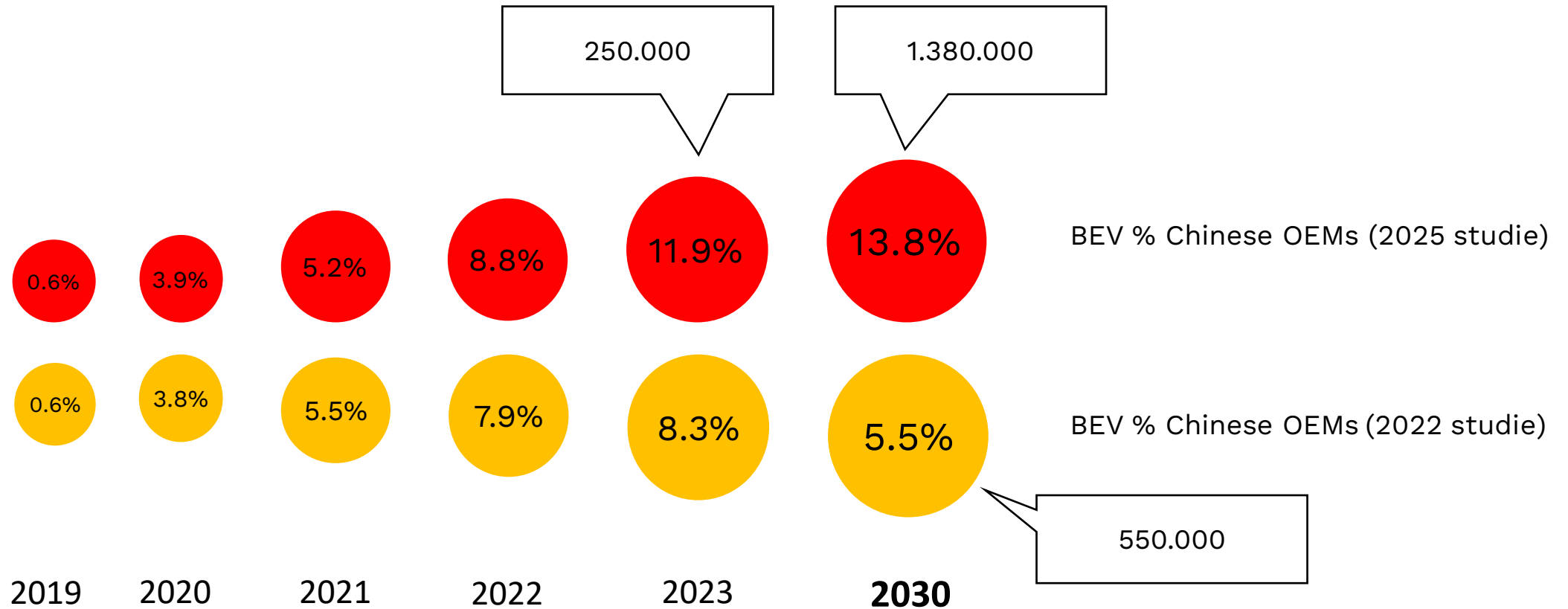


Totale autoverkoop Europa (#m)



Chinese OEMs groeien sneller dan verwacht in 2022

Met naar verwachting 13,8% BEV aandeel in 2030

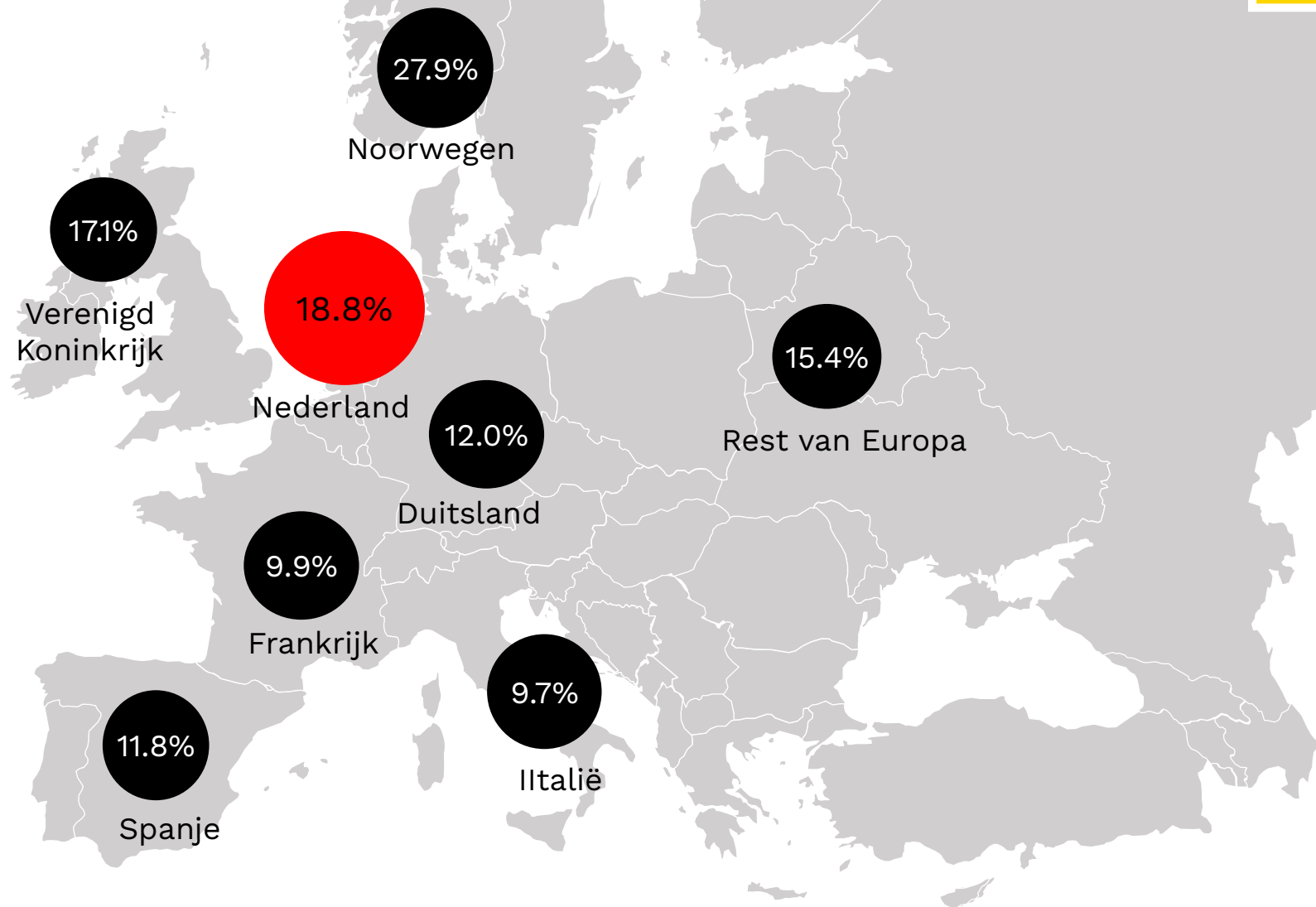


Marktaandelen elektrisch lopen uiteen per land

In Nederland verwachten we 18,8% in 2030



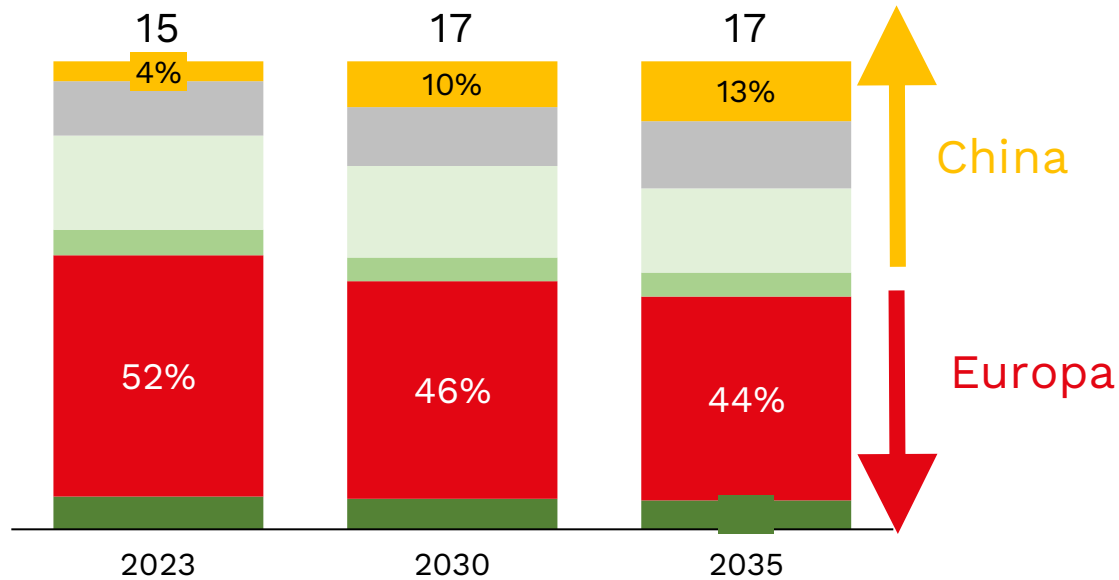
● Chinese BEV verkoop in %



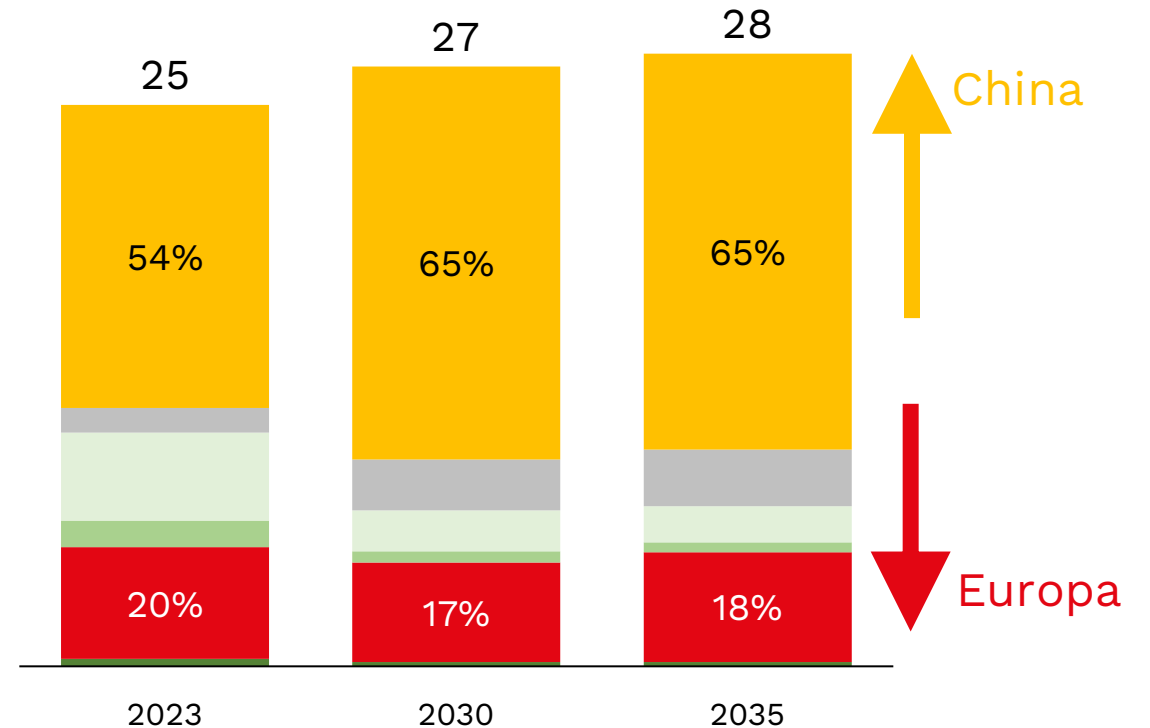
Europese autofabrikanten voelen de dreiging zowel in Europa als in China



Verkoopaandeel in Europa (#m and %)



Verkoopaandeel in China (#m and %)

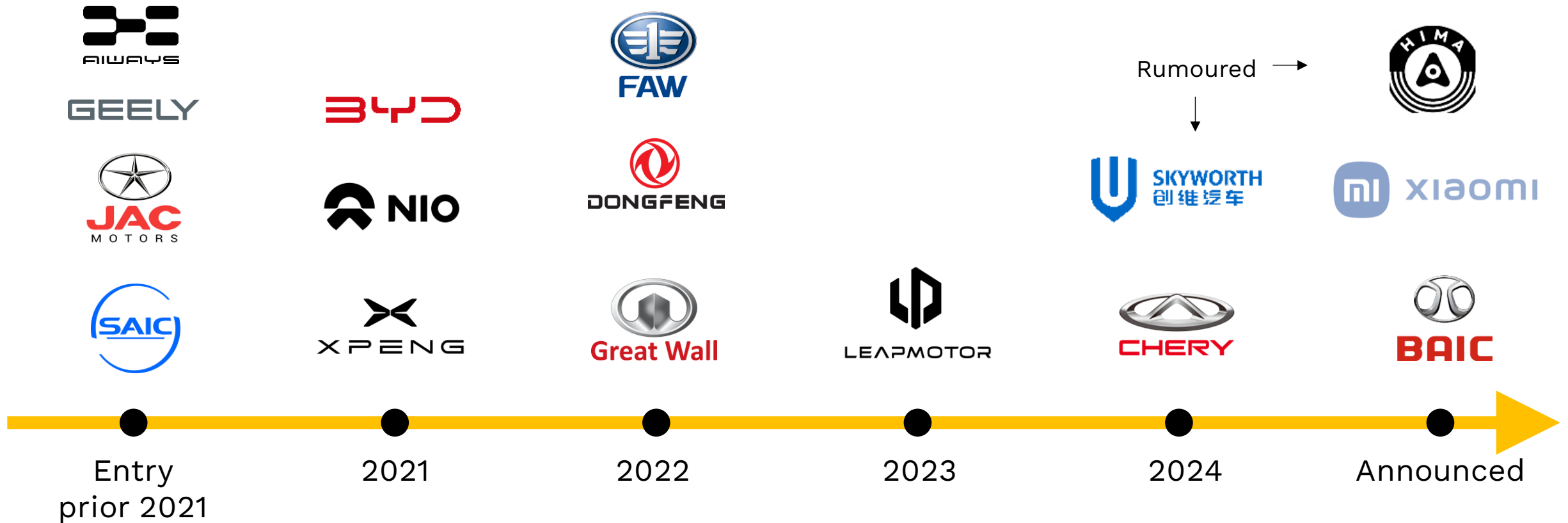


Note: (a) Excluding Russia and Turkey.
Source: GlobalData Automotive; KPMG analysis.



Go-to-market strategieën van de Chinese OEMs

Waren er bij de 2022 studie 7 Chinese OEMs in Europa Inmiddels zijn het er 12 en ze passen zich snel aan



Chinese OEMs hebben hun aanbod en segmentering de afgelopen jaren uitgebreid en de prijzen verlaagd



OEM	A	B	C	D	E
Aiways			40	48	
BAIC			TBD		
BYD	20 ^b	35	39	46	70
Chery			39		
Dongfeng		25	35	66	90
FAW					70
Geely Auto		39	46	45	82
Great Wall		30			
JAC Motors		30			
Nio				50	85
SAIC		25	27	34	
Xiaomi			TBD		
Xpeng			34	50	
Avg. non-Chinese EV price in NL 2024	25	38	46	67	97



BYD Atto3
~€37.5k



Peugeot e-3008
~€48k – €53k



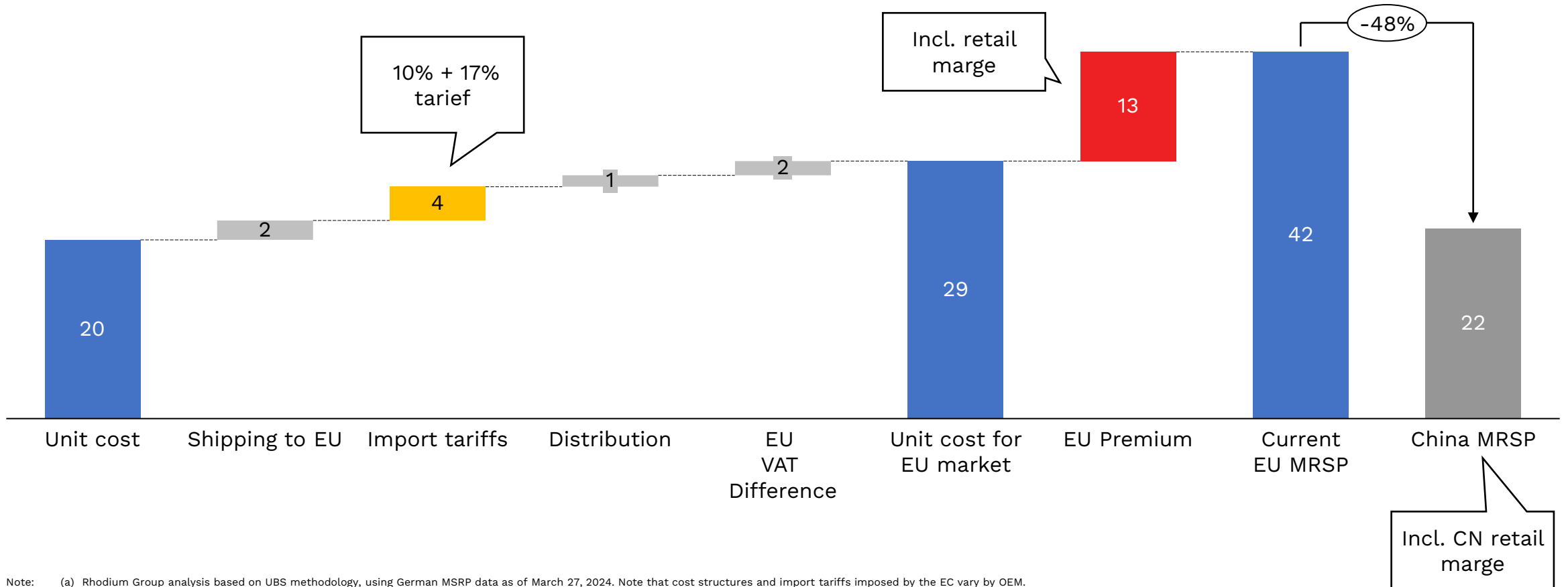
BMW iX1
~€51k-€65k

Note: (a) Average starting price of electric PVs in NL, 2024 (b) Announced in 2024, price level expectation
Source: Company websites, KPMG analysis

De prijsimpact van de (extra) Europese importtarieven lijkt beperkt voor Chinese OEMs



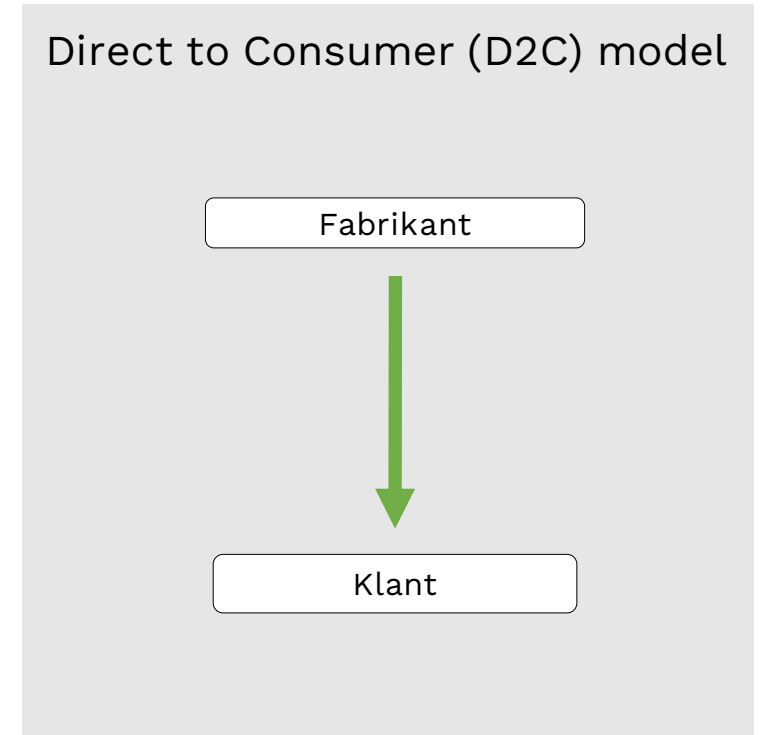
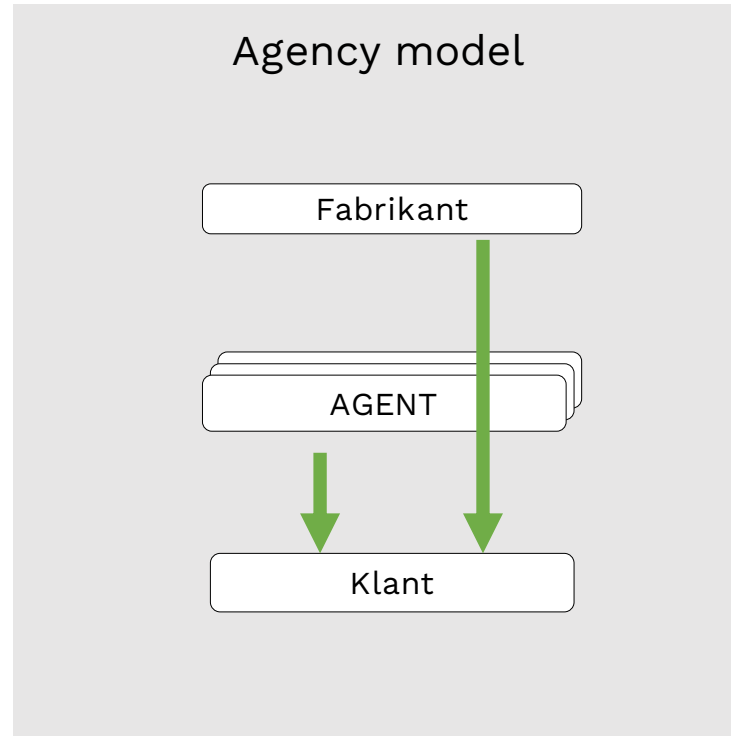
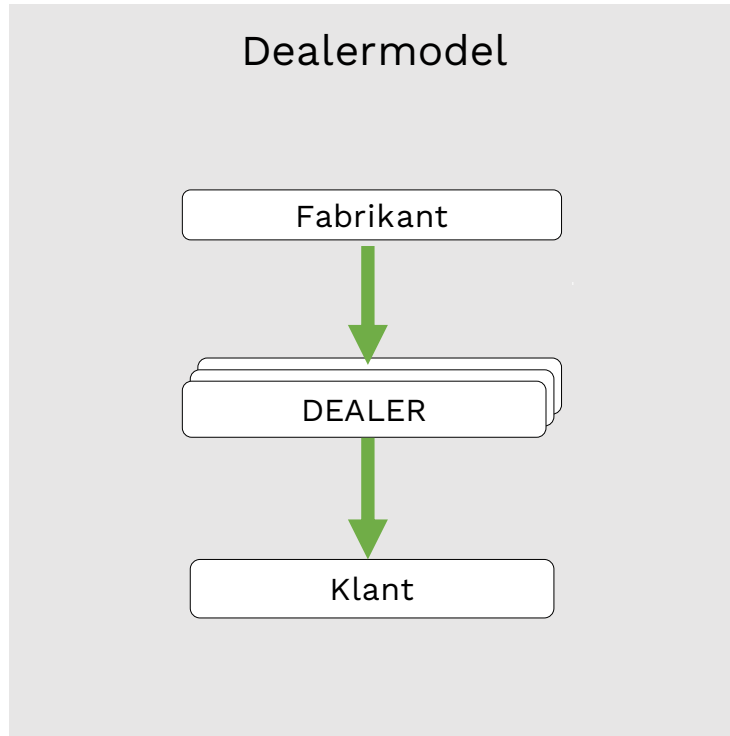
Illustratieve kosten en margestructuur voor een Chinees D-segment EV in the EU^(a) (€000)



Note: (a) Rhodium Group analysis based on UBS methodology, using German MSRP data as of March 27, 2024. Note that cost structures and import tariffs imposed by the EC vary by OEM.

Source: The Diplomat; Rhodium Group; UBS; KPMG analysis.

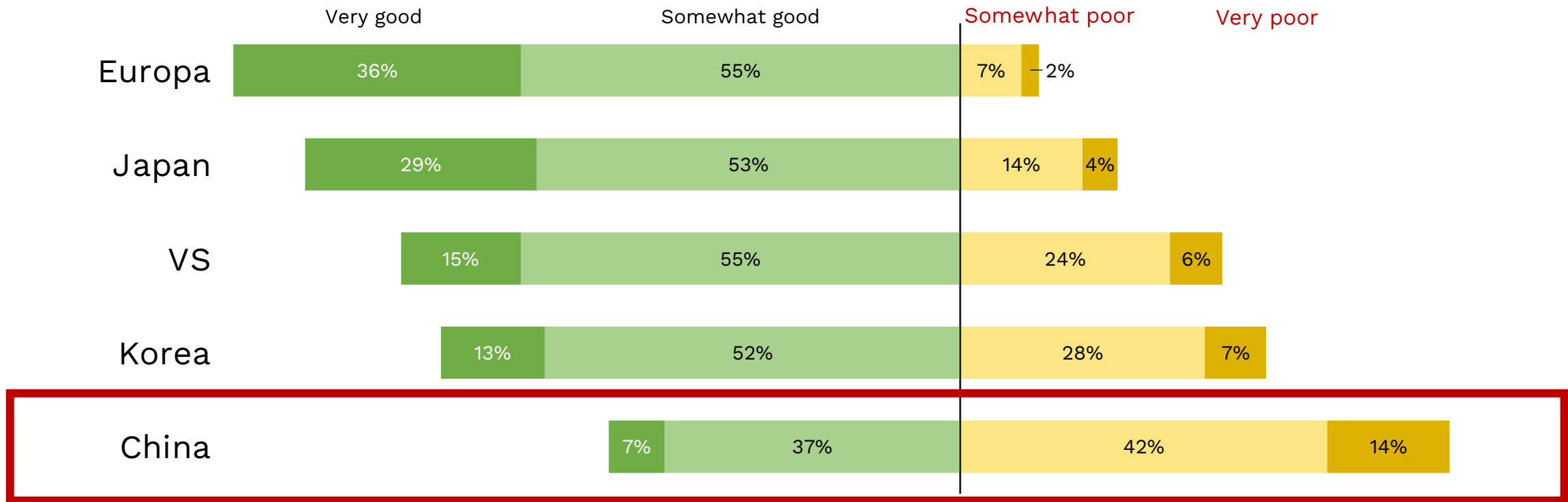
Was de focus eerst vooral op directe verkoop en agentuur, nu zien we vaker ook het dealermodel



De reputatie van Chinese automerken is onder consumenten nog zwak



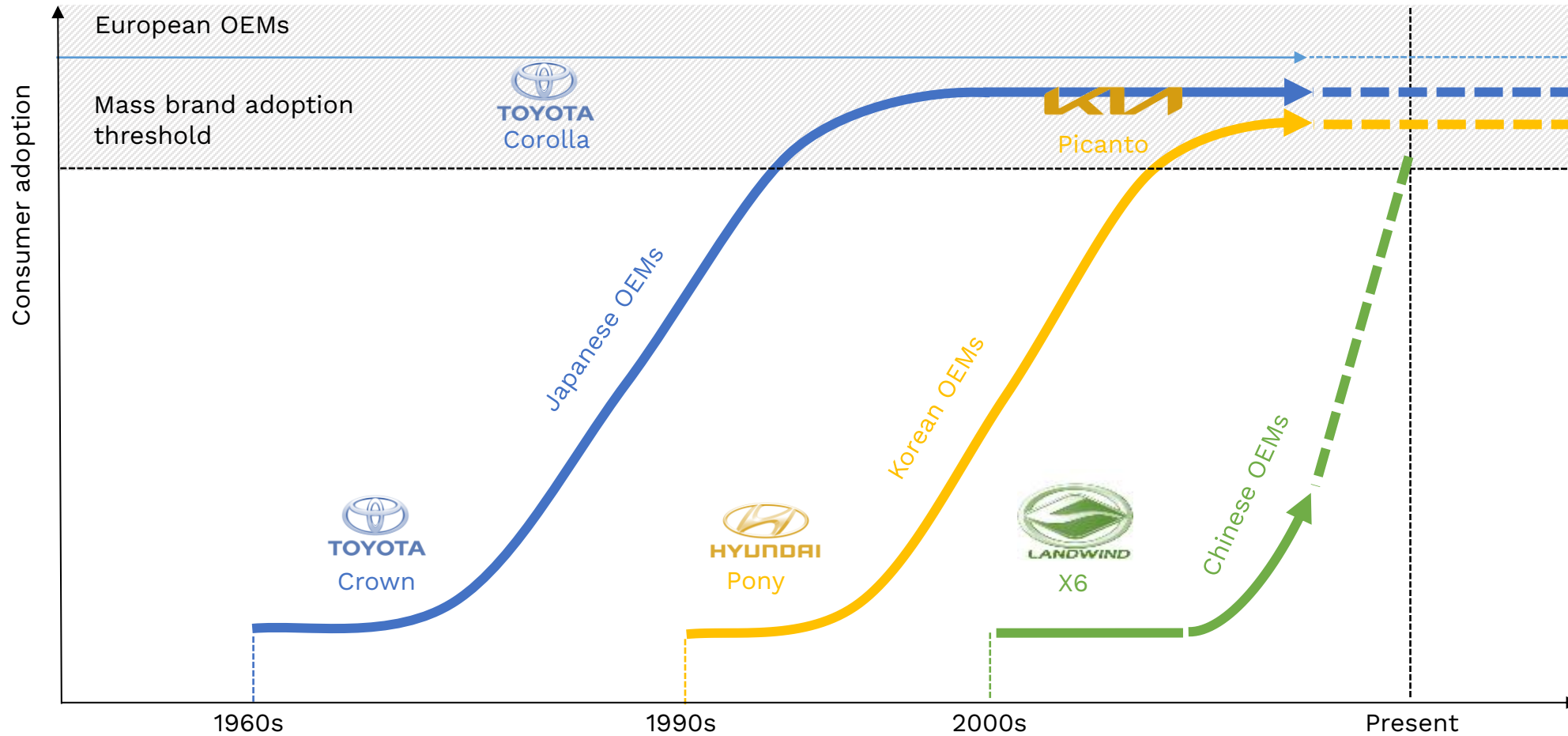
Enquêtevraag (a) : ‘Heb je een goede of niet goede mening over automerken uit...?’



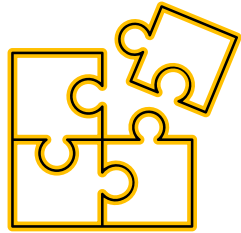
Note: (a) N=15,000, 2023

Source: BNP Paribas; Interview programme; KPMG analysis.

De consumentenacceptatie loopt vooralsnog in lijn met die van Japanse en Koreaanse fabrikanten



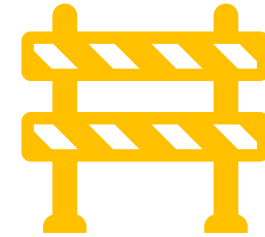
Maar... er zijn ook nog wel wat Europese marktaspecten die een uitdaging vormen



Gefragmenteerde
markten in de EU
&
Europese regulering



Restwaardes
&
Leasing



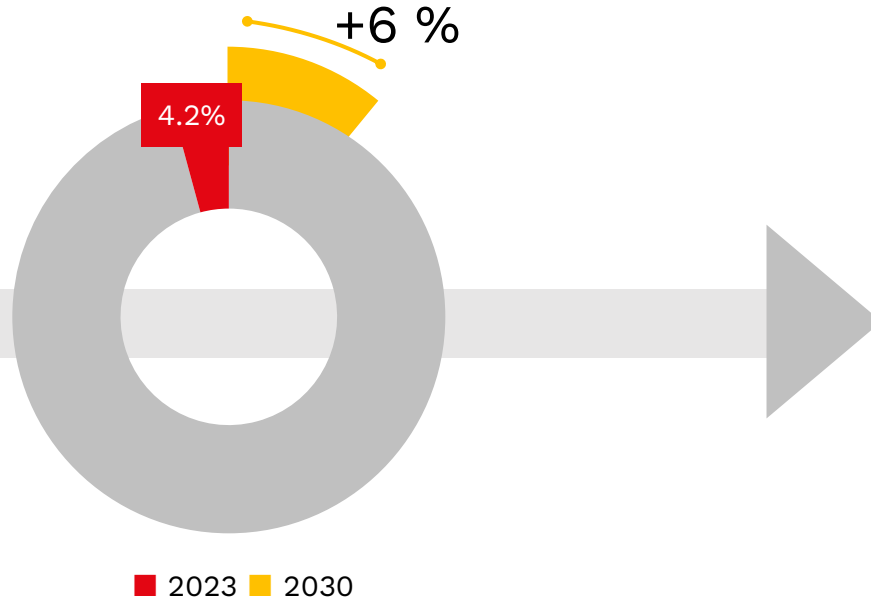
Schadeherstel
&
Verzekeringen

Het strategische belang van samenwerking voor autodealers

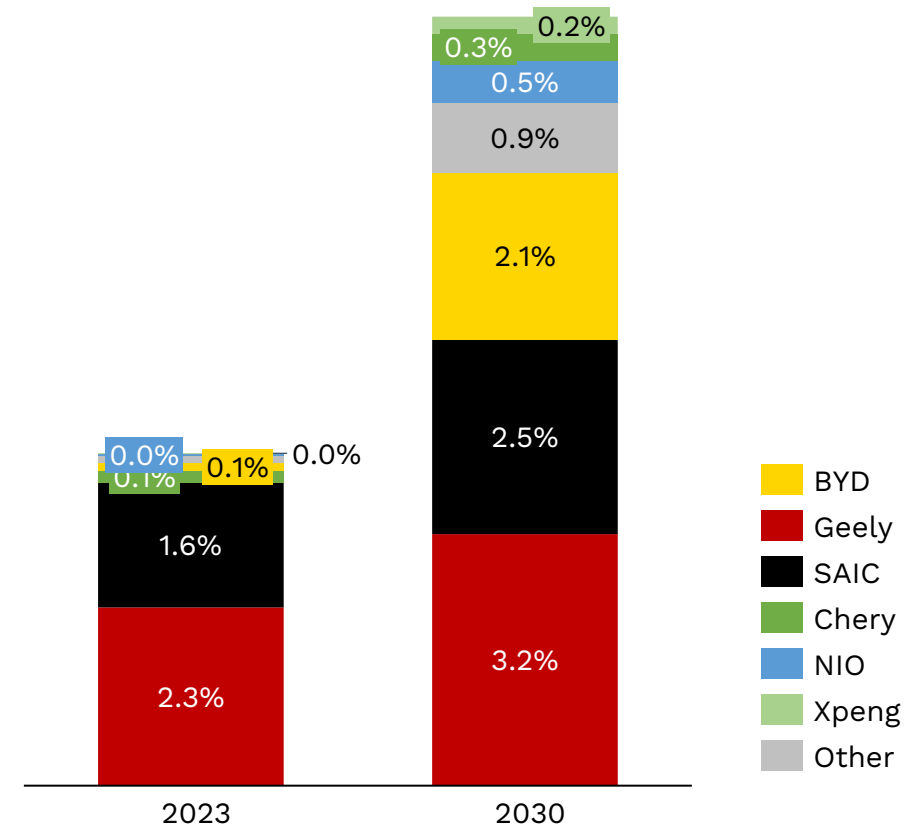
Voor autodealers neemt het belang om samen te werken met Chinese OEMs neemt alleen maar toe



Europees marktaandeel Chinese OEMs^(a) 2023-2030



Europese marktaandelen Chinese OEMs^(b) 2023-2030



Note: (a) Excludes OEMs that did not yet indicate to expand to Europe but potentially will do so towards 2035, e.g., Hima/Huawei.
 (b) Chinese OEMs BEV market shares of European BEV sales are 11.9% (2023) and 13.4% (2035).

Source: GlobalData Automotive; Interview programme; KPMG analysis.

Chinese OEMs hebben locale partners nodig, ongeacht welk retailmodel

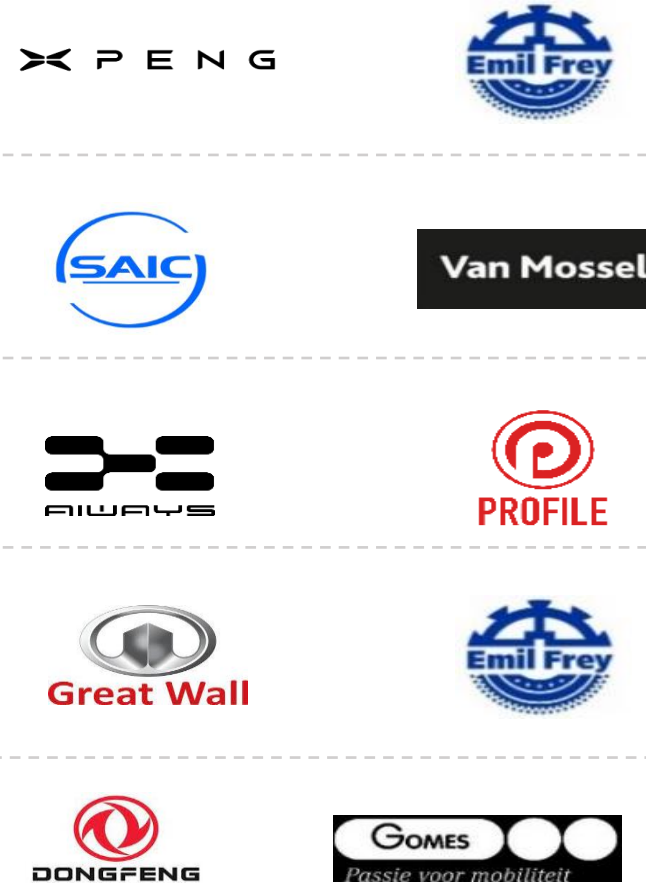
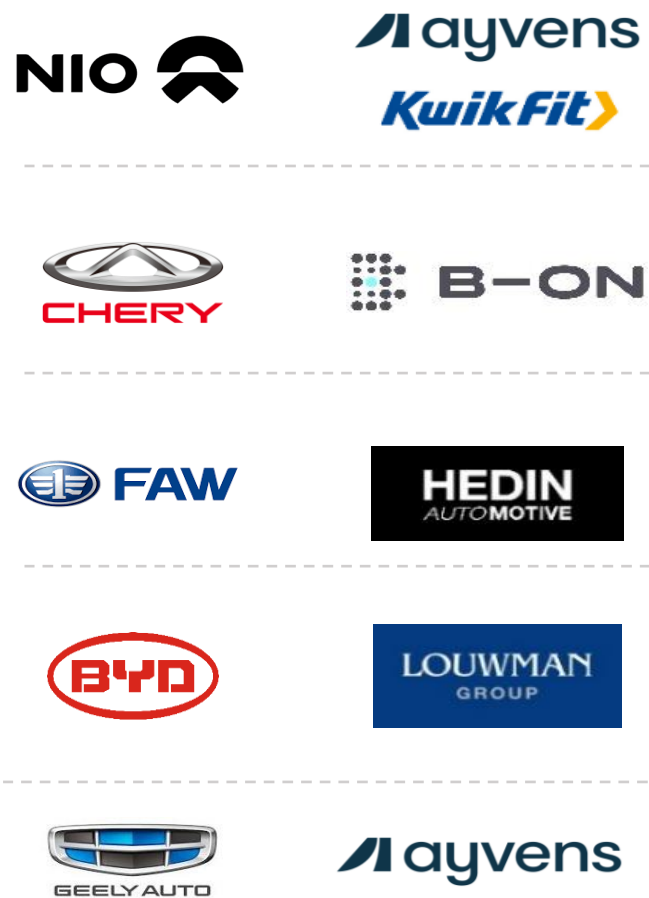


Klant touchpoints

	Pre-sale			Sale				Aftersales		
	Offline interface	Online interface	Test drive	Negotiations	Adjacent services	Financial services	Billing & invoicing	S&M (physical)	S&M (OTA)	Battery mngt.
D2C	~		~			~		✓	~	
Agency	✓		~	~	~	~		✓	~	~
Dealer	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	~	~

Key: ✓ In control of the partner ~ Limited partnership control or dependent on preferred model by OEM
 Colour determines how customer touchpoint level of importance develops: ■ Increasing importance ■ Declining importance

De meeste hebben ook al (lokale) partner(s) voor sales, aftersales en leasing



Voer als potentiële partner wel goed vooronderzoek uit, voorafgaand aan een eventuele samenwerking



Achtergrond check in
China



Fit/gap analyse op
het productportfolio



Beoordeling strategie
en operationele model
voor Europa?



Beoordeling van
toegang tot kapitaal



Een paar interviewquotes over samenwerking

“...En toen kwam er nog een OEM. Opnieuw met veel beloftes van grote volumes, maar weer met maar één model”

“...Alles wat je kent en gewend bent, kan je vergeten. Je maakt een afspraak met iemand waarna iemand hoger in. De hiërarchie instapt en dan kan je weer opnieuw beginnen”

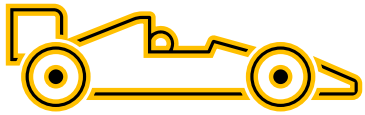
“...We ervaren dat ze snel leren, snel aanpassen en goed luisteren naar de Europeanen”

“...Sinds we hun vertrouwde partner zijn, bellen ze ons voor alles”

“...Qua batterij, software en actieradius zijn ze zeer betrouwbaar. We ervaren geen problemen met Chinese auto's die we hebben verkocht”

“...Werken met ze is echt anders dan de Europese aanpak. Eerst doen ze het, dan lossen ze het op”

Samenwerking in de praktijk samengevat



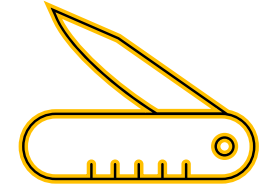
Korte termijn
verkoopsucces is
belangrijker dan
strategie



Een mondelinge
overeenkomst is
de start van
onderhandeling

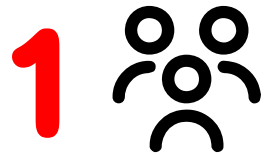


Leer omgaan met
de Chinese
(bedrijfs)cultuur



European
partners moeten
een Zwitsers
zakmes zijn

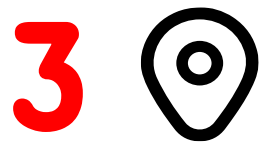
Samenwerking met Chinese OEMS is strategisch steeds relevanter. Het moet wel passen en je moet aanpassen



Begrip van en aanpassen aan de Chinese bedrijfscultuur



Aanbieden van een goede geografische dekking en een breed dienstenpakket



Onderlinge samenwerking tussen dealers kan interessant zijn

Contact

Geertbrummelhuis@bovag.nl

06-10302003

BOVAG

Kosterijland 15

3981 AJ BUNNIK

Postbus 1100

3980 DC BUNNIK

mijn.BOVAG.nl

© 2025



de consumentenklantreis van vandaag

✓ Bovemij



Inhoud

Aanpak

Onderzoek (rapportage)

Doorkijk



Aanpak

Doelgroepen

Nederland, steekproef uit Kantar Nipobase panel.

Omvang: n=750

Steekproef variabelen:

- Geslacht, leeftijd, inkomen, opleiding, regio, gezinssamenstelling
- Autobezitters zakelijk / privé
- Personen die auto hebben aangeschaft laatste 3 jaar
- 6 Subgroepen onderverdeeld naar officiële merkdealer, onafhankelijk autobedrijf en zakelijke lease rijders, nieuwe auto's en occasions (zie volgende kolom)
- Penetratie aanname: > 25%

Kwalitatief

Panelinterviews

Panels

- Nieuwe autokopers
- Zakelijke autokopers
- EV kopers
- Gebruikte autokopers
 - Dealer tot 5 jaar
 - Dealer 5-10 jaar
 - Onafhankelijk tot 5 jaar
 - Onafhankelijk tot 5-10 jaar
 - Onafhankelijk > 10 jaar

Kwantitatief

– Veldwerk: november 2024

– Response totaal: n=1365

– Waaronder:

- Koper nieuwe auto bij merkdealer n=333
- Jonge occasion bij merkdealer n=370
- Oude occasion bij merkdealer n=83
- Jonge occasion OAB n=214
- Oude occasion OAB n=134
- Ouder dan 10 jaar bij OAB: n=88
- Zakelijke rijders n=107

Inhoud

Aanpak

Onderzoeksresultaten (rapportage)

- oriëntatie
- keuze
- aankoop
- nazorg

Doorkijk

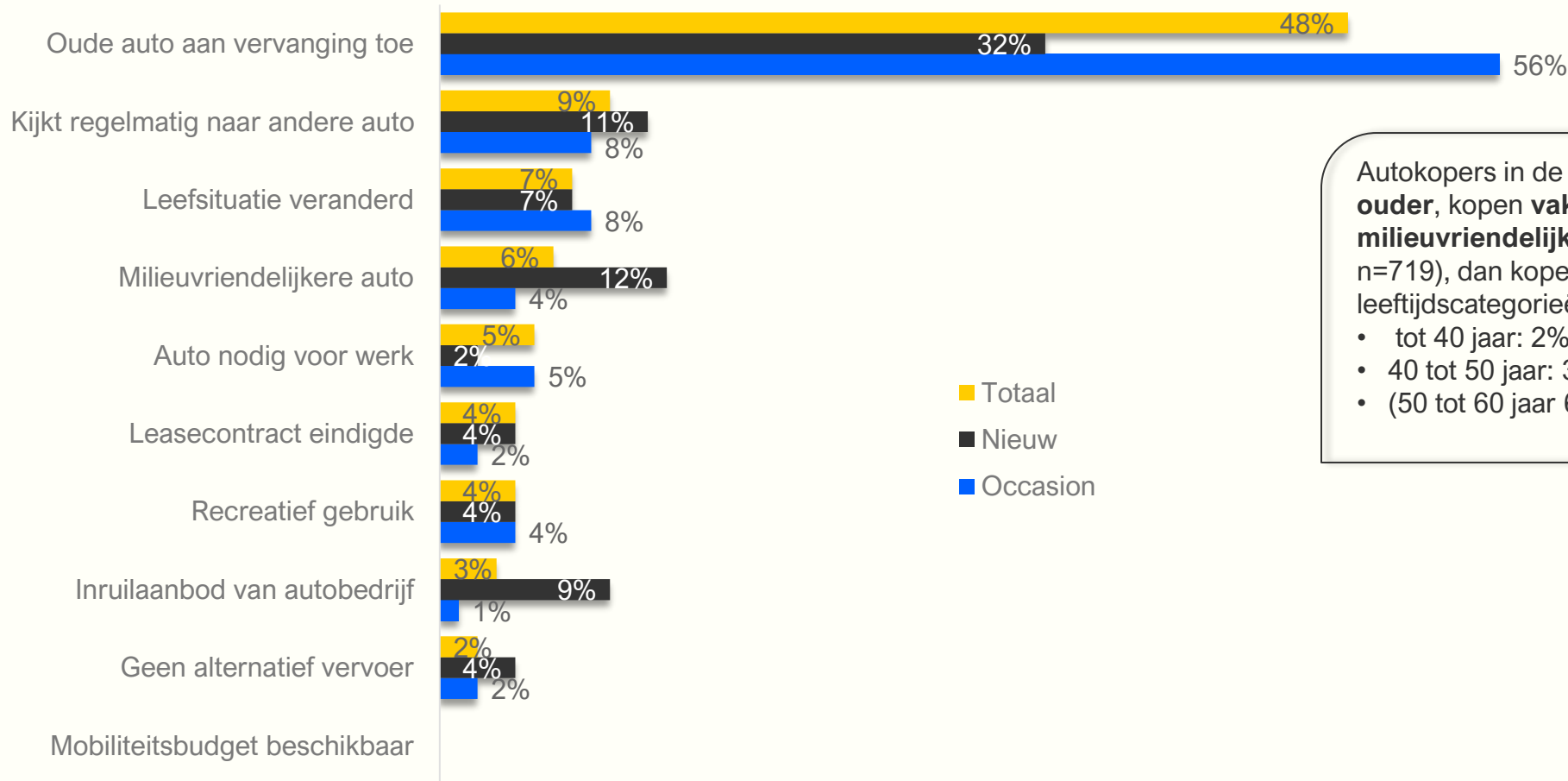


oriëntatie



Wat is de belangrijkste aanleiding voor het overwegen van een andere auto?

Belangrijkste aanleiding voor het overwegen van een auto

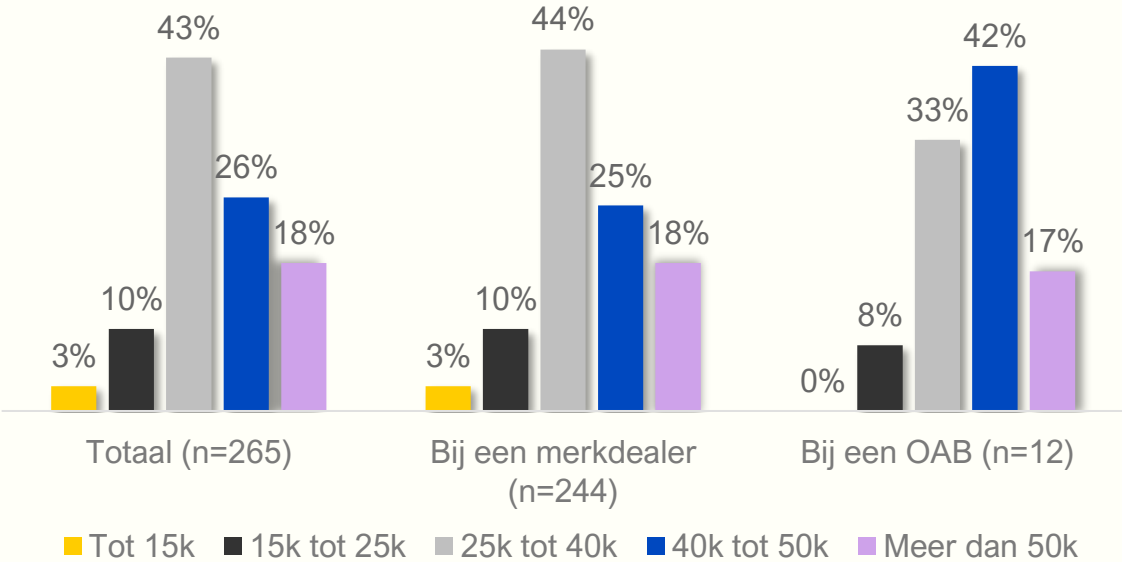


Autokopers in de **leeftijd van 60 jaar en ouder**, kopen **vaker** auto's omdat zij een **milieuvriendelijkere auto** zoeken (8%, n=719), dan kopers in de jongere leeftijdscategorieën:

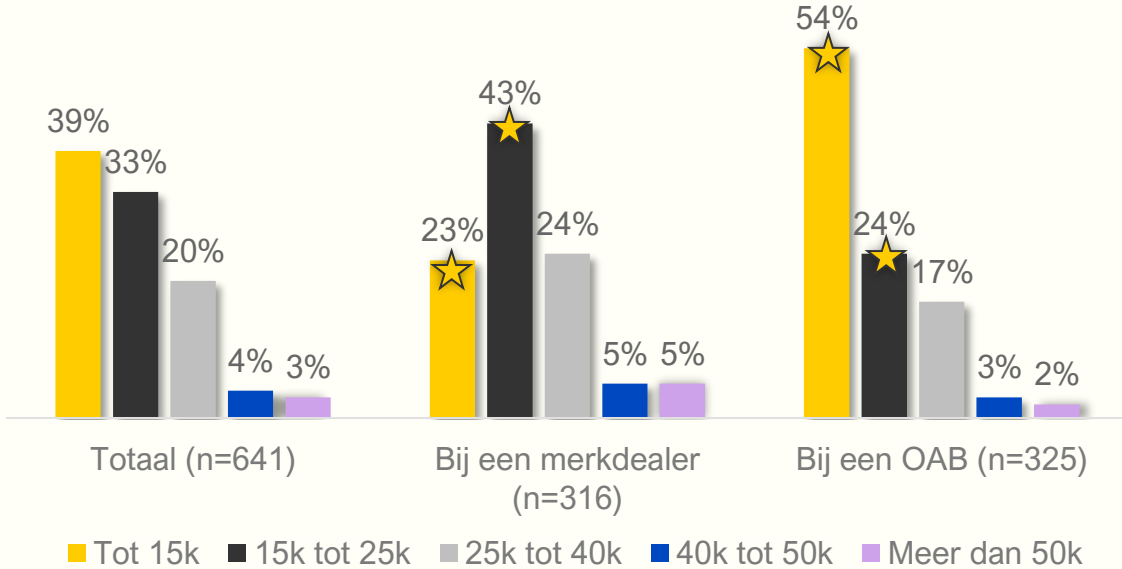
- tot 40 jaar: 2%, n=132 en
- 40 tot 50 jaar: 3%, n=230
- (50 tot 60 jaar 6%, n=284)

Hoeveel geld wordt er uitgegeven voor de aankoop van een auto?

Uitgaven voor de aankoop van een nieuwe auto

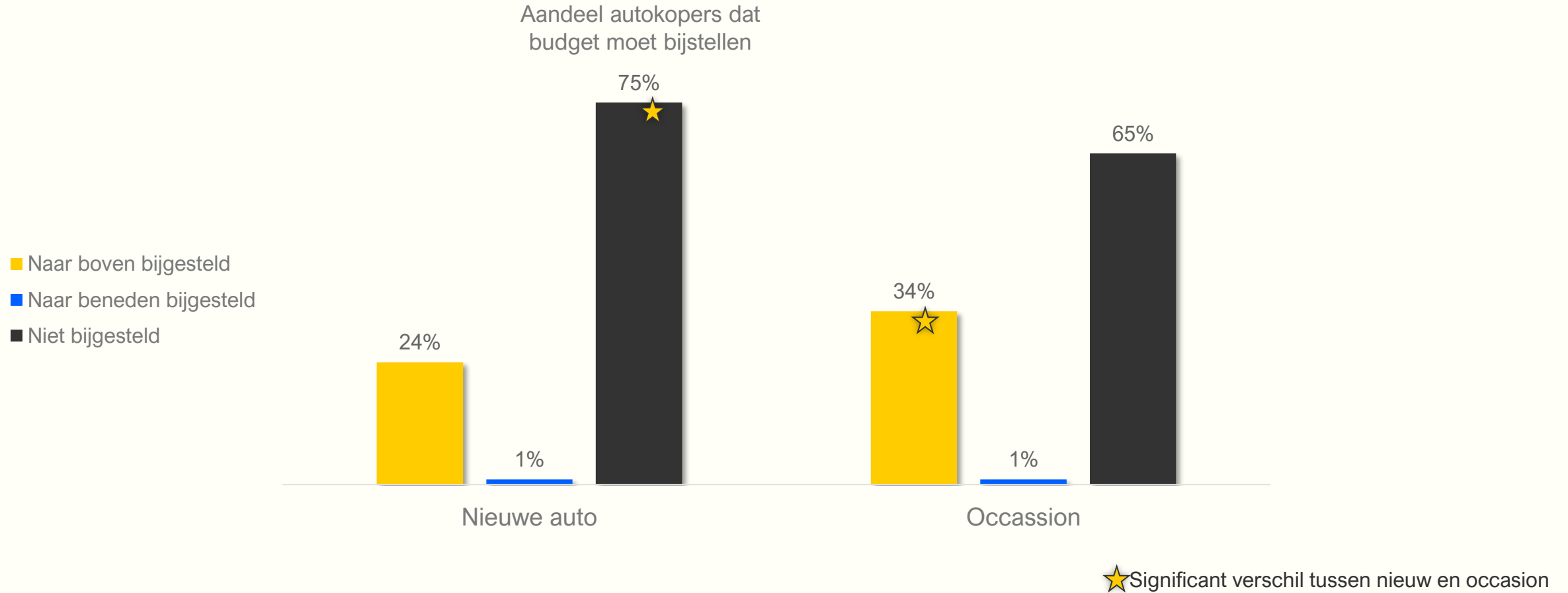


Uitgaven voor de aankoop van een occasion



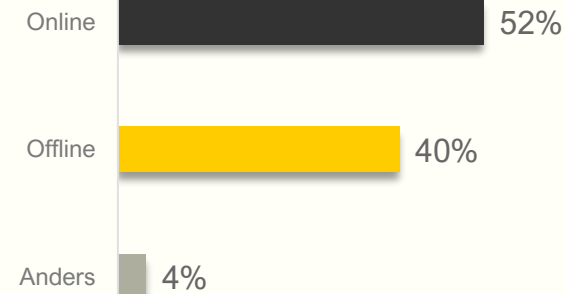
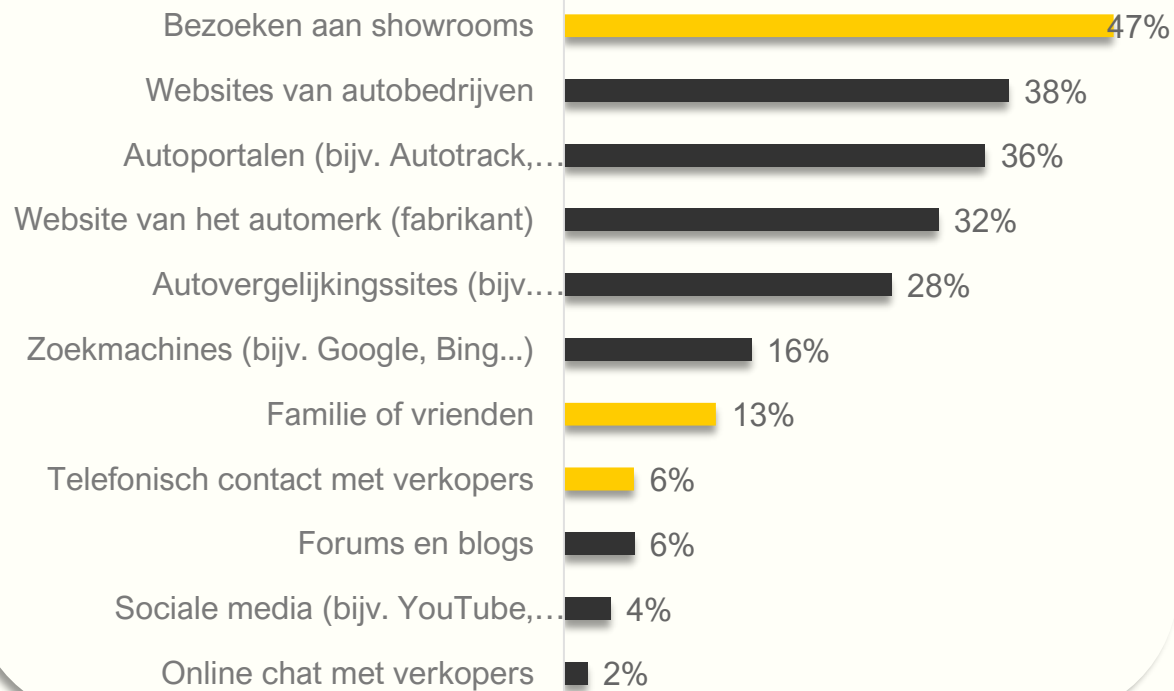
★ Significant verschil dealer vs OAB

1 op de 3 occasionkopers stelt zijn budget naar boven bij.



Welke bronnen worden geraadpleegd?

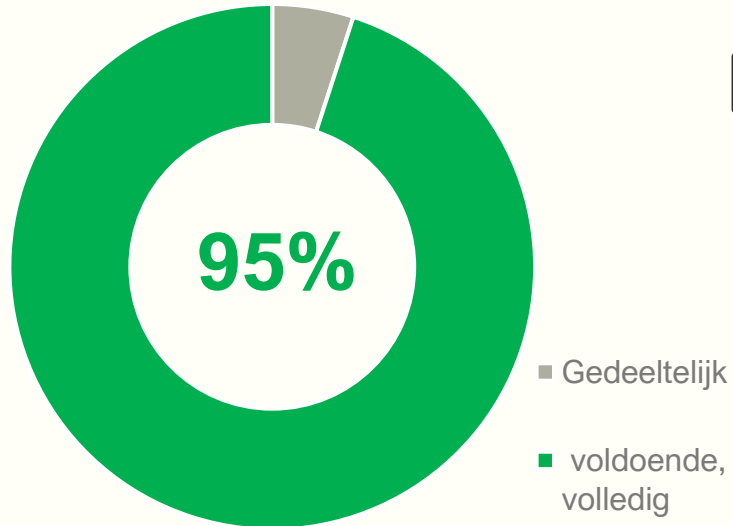
% Raadpleging van bronnen (meerkeuze)



36% van de respondenten gebruikt maar één online bron van informatie



Is de gevonden informatie voldoende?



van de autokopers kan de gezochte info tijdens de oriëntatiefase volledig of voldoende vinden

(geen verschillen waargenomen tussen brandstof/elektrische voertuigen)

Welke informatie mist u nog of was er lastiger te vinden?



Thema 1: beschikbaarheid van betrouwbare, onafhankelijke informatie

- “Verkopers hebben altijd mooie praatjes”
- “Vertrouwen mis ik want een ieder praat voor zijn eigen zaak”

Thema 2: prijs en (verborgen) kosten/opties

- “Wat er exact allemaal in optie pakketten zat, en wat al in de standaard uitvoering zat”
- “Kosten servicekosten die elk jaar terugkomen”

Thema 3: praktische en technische details, onderhoudsgeschiedenis

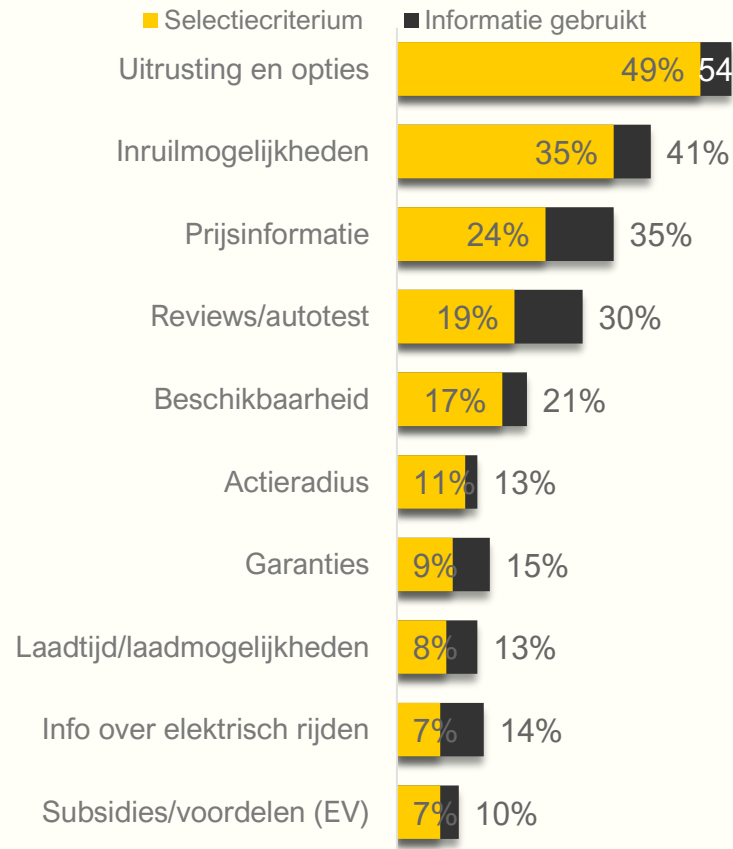
- “Onderhoudshistorie was moeilijk te vinden”
- “Reële actieradius”



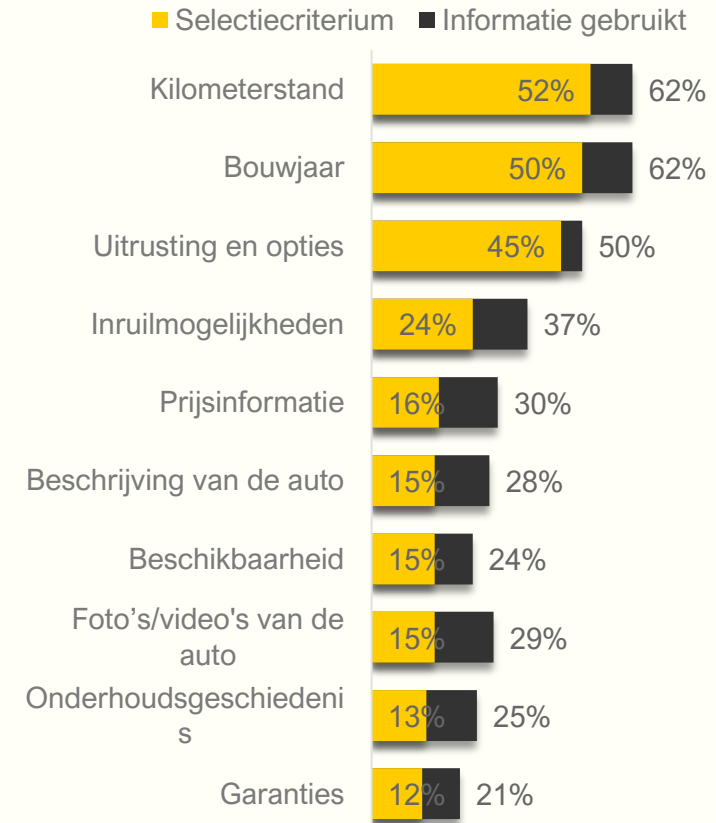
keuze

Is de informatie waarop de koper selecteert anders dan de informatie die koper heeft gebruikt?

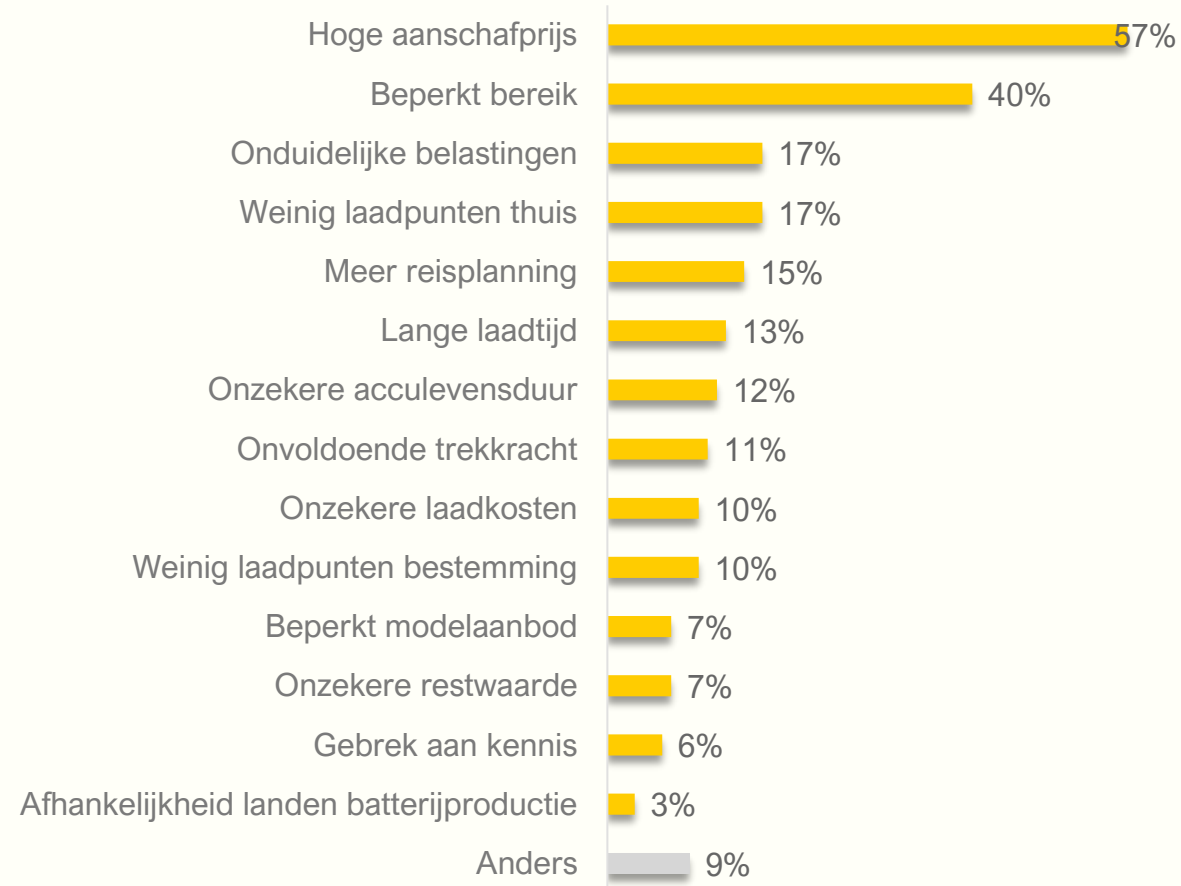
Nieuw



Gebruikt

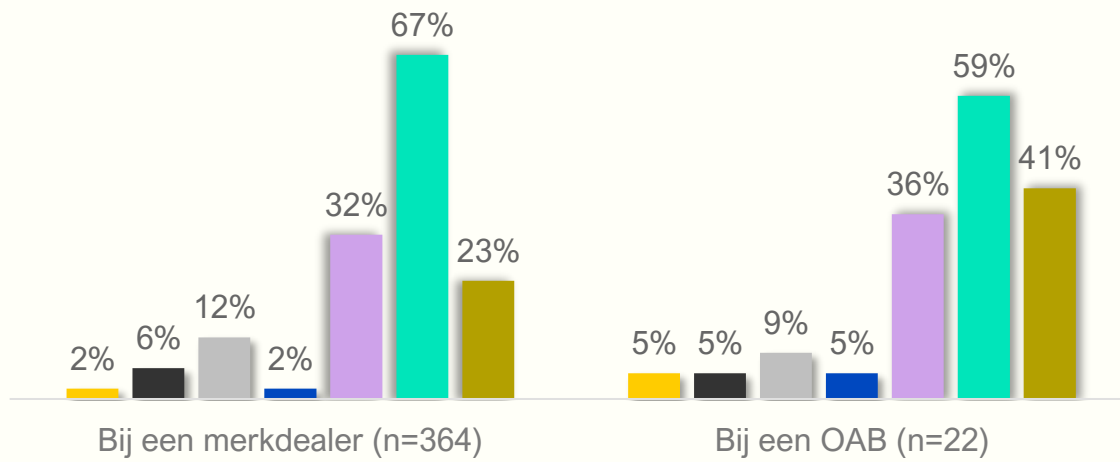


Wat zijn de belangrijkste obstakels om nog niet voor een elektrische auto te kiezen?

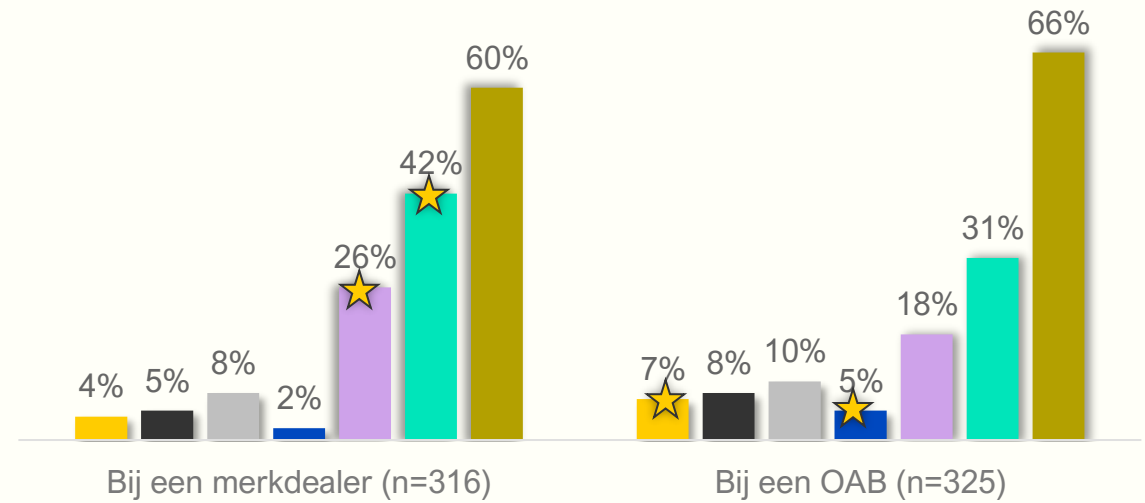


Welke factoren zijn cruciaal bij de aankoop van een auto?

bij de aankoop van een nieuwe auto



bij de aankoop van een occasion



- Aanraden bekenden
- Afstand tot bedrijf
- Eerdere ervaring met autobedrijf
- Beschikbare auto
- Goede reviews
- BOVAG-lidmaatschap
- Gezocht automerk

- Aanraden bekenden
- Afstand tot bedrijf
- Eerdere ervaring met autobedrijf
- Beschikbare auto
- Goede reviews
- BOVAG-lidmaatschap
- Gezocht automerk

★ Significant verschil

Het beperkte aantal showroombezoeken en proefritten onderstreept het belang van een sterke eerste indruk.

53%

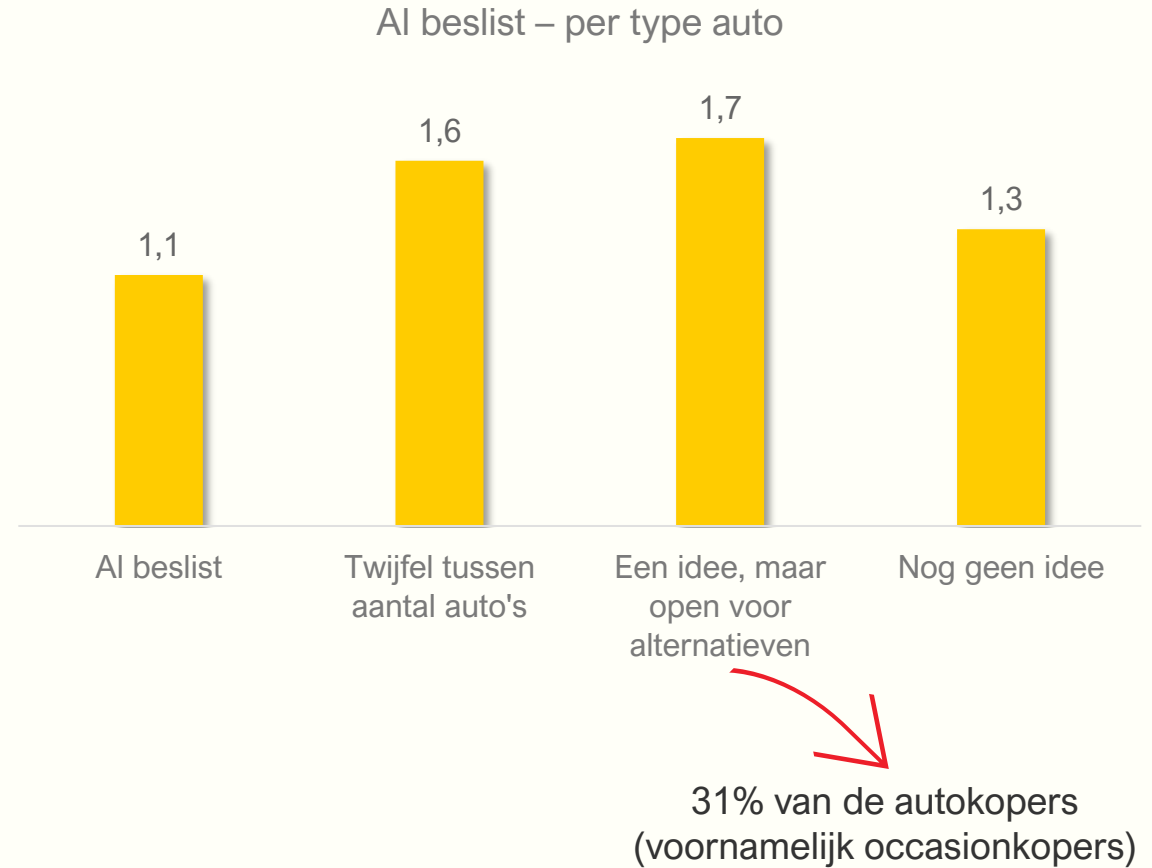
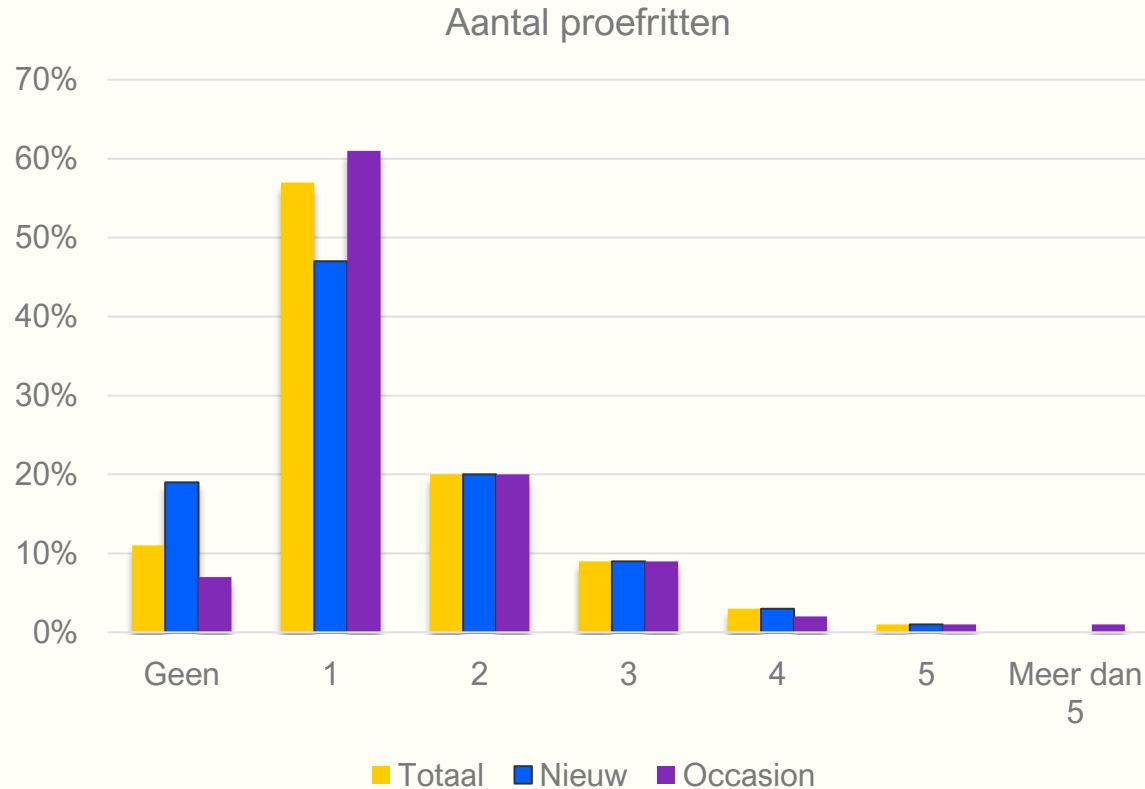
Van de autokopers bezoekt maximaal 1 autobedrijf (2% geen). Hierbij tonen resultaten géén significante verschillen tussen nieuwe auto's en occasions bij onafhankelijke autobedrijven en merkdealers.

1.4 proefritten

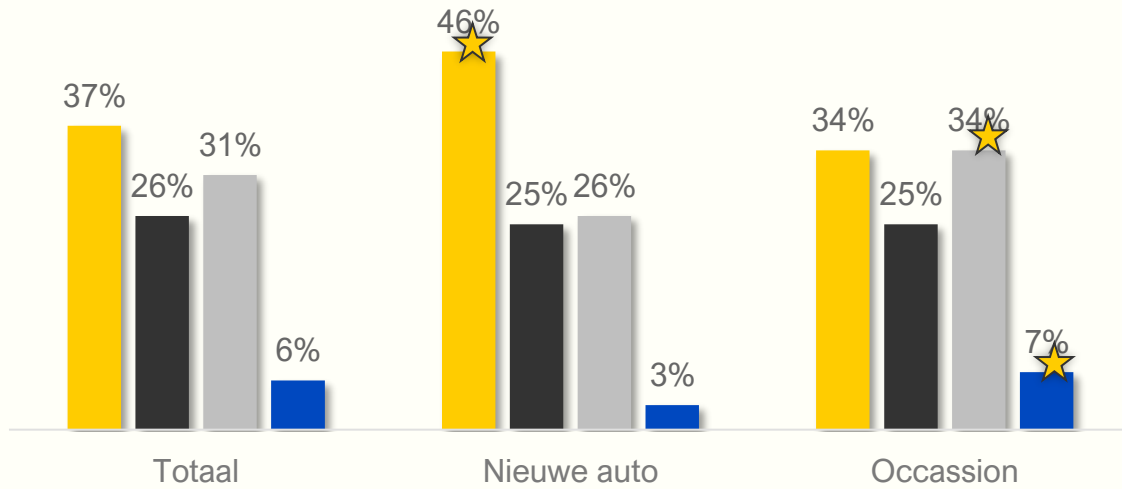
Gemiddeld per autokoper in het gehele proces. Zowel bij nieuwe als bij gebruikte auto's bij zowel onafhankelijke autobedrijven als merkdealers.



Inzoomen op proefritten

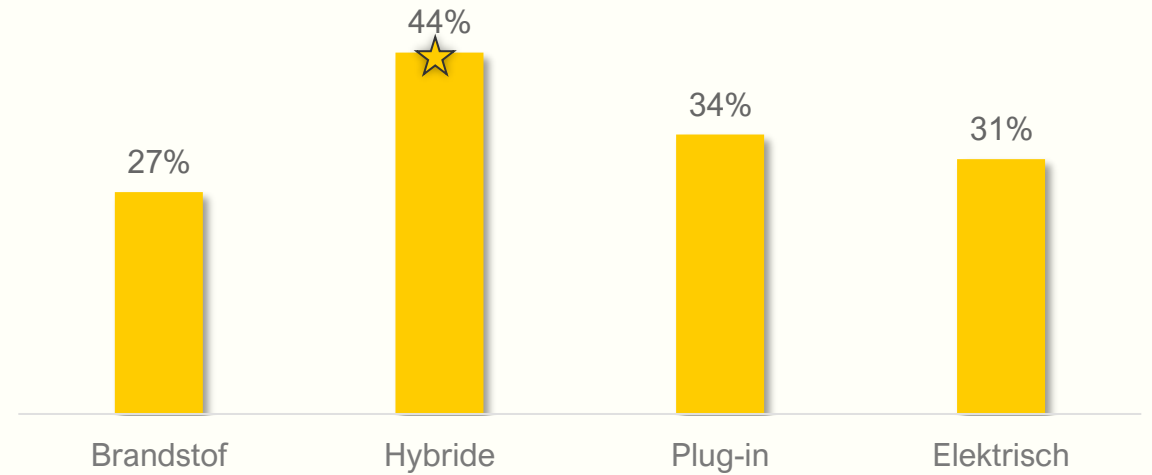


Is de keuze voor een auto al gemaakt voordat het bedrijf wordt bezocht?



- Al beslist
- Twijfel tussen aantal auto's
- Een idee, maar open voor alternatieven
- Nog geen idee

Al beslist – per type auto



★ Significant verschil

aankoop



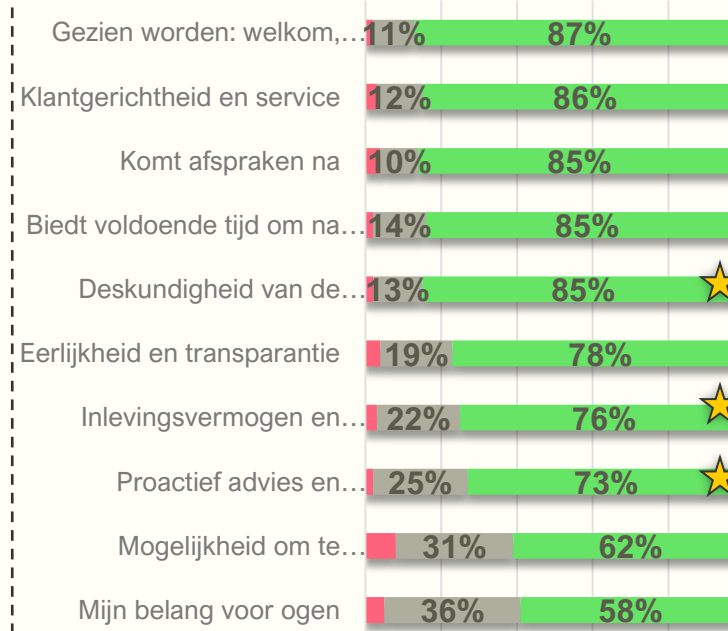
Hoe is de ervaring in de showroom geweest?

Tevredenheid met aspecten verkoper



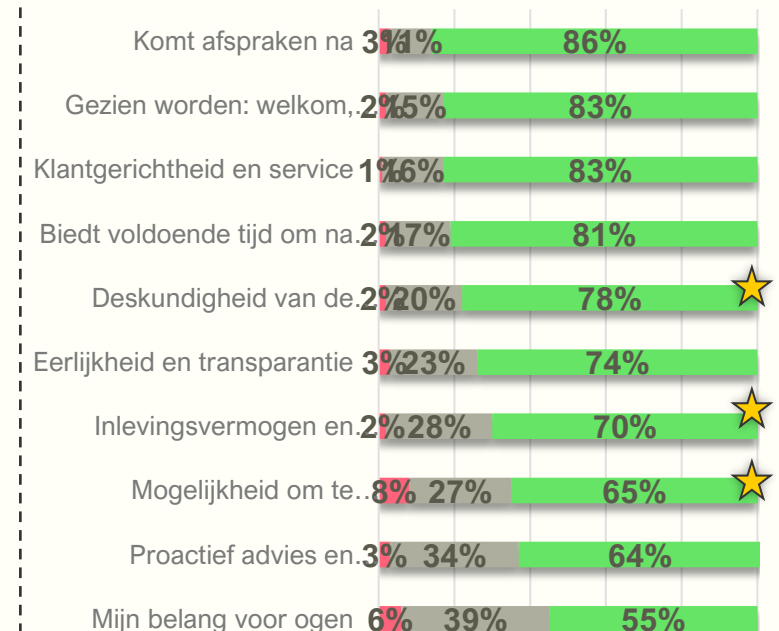
■ Zeer negatief ■ Negatief ■ Neutraal ■ Positief ■ Zeer positief

Merkdealer



■ (Zeer) negatief ■ Neutraal ■ (Zeer) positief

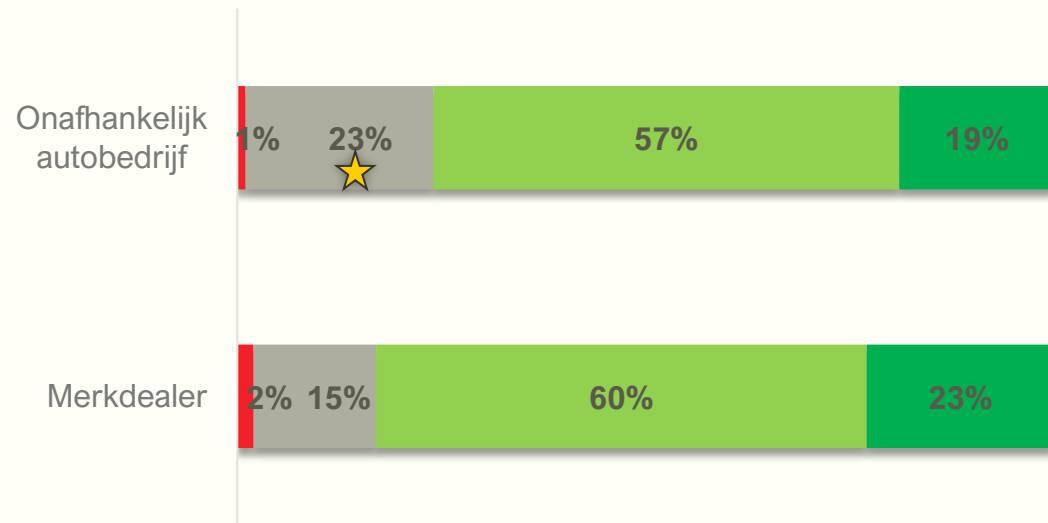
Onafhankelijk autobedrijf



■ (Zeer) negatief ■ Neutraal ■ (Zeer) positief

★ Significant verschil

Is de koper overall tevreden over het bezoek aan het autobedrijf?



Uit een correlatieanalyse blijkt dat de mogelijkheid om te onderhandelen nauwelijks invloed heeft op de algemene ervaring met het bezoek aan autobedrijven.

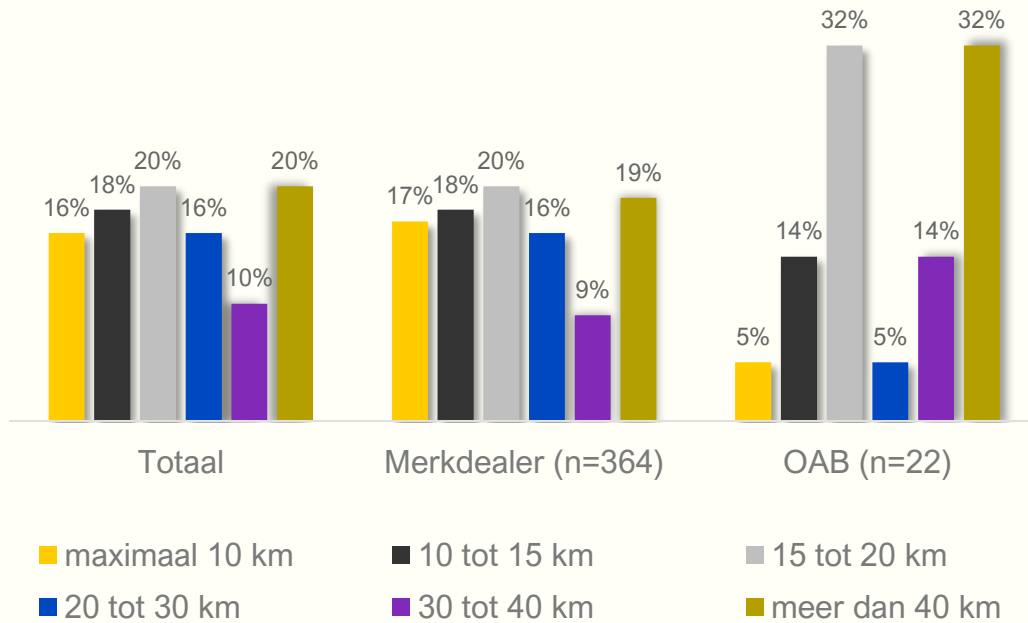
Klantgerichtheid en service hebben daarentegen **vooral bij onafhankelijke autobedrijven** een sterkere invloed op de algemene ervaring en verdienen daarom extra aandacht.

■ Zeer negatief ■ Negatief ■ Neutraal ■ Positief ■ Zeer positief

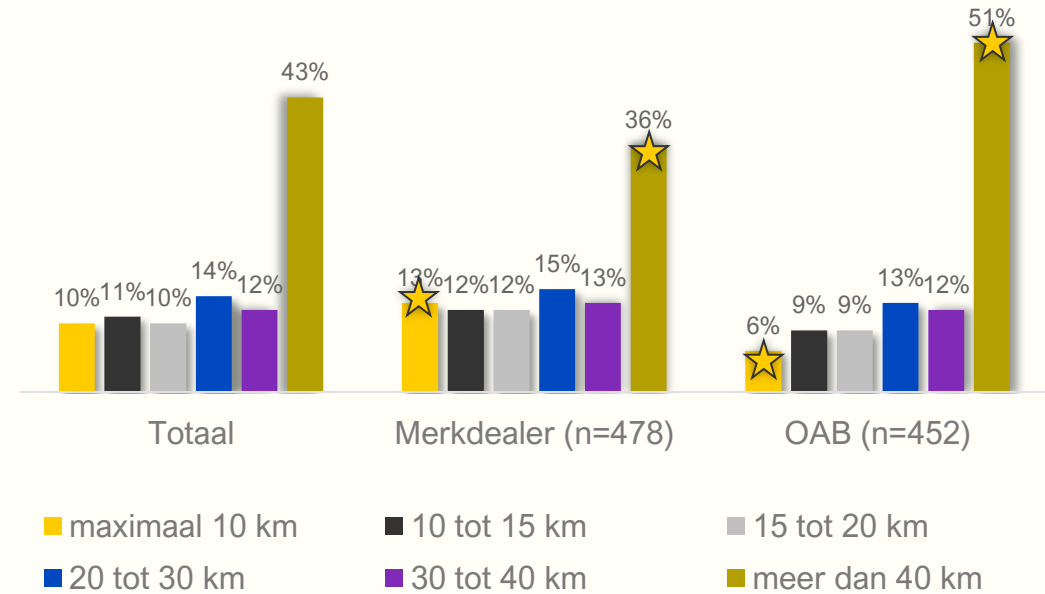
★ Significant verschil

Hoe ver is de koper bereid om te reizen voor de aankoop?

Reisbereidheid voor aankoop – **Nieuwe auto**

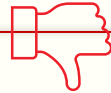


Reisbereidheid voor aankoop – **Occasion**



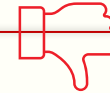
★ Significant verschil tussen dealer en OAB

Wat is het meest positief en het meest negatief in het aankoopproces geweest?



Meest genoemd in negatieve context: klantgerichtheid

- "Dat bedrijf afspraken nakomt."
- "Voor de klant zijn niet voor zichzelf."



Vaak genoemd in negatieve context: uitleg en transparantie

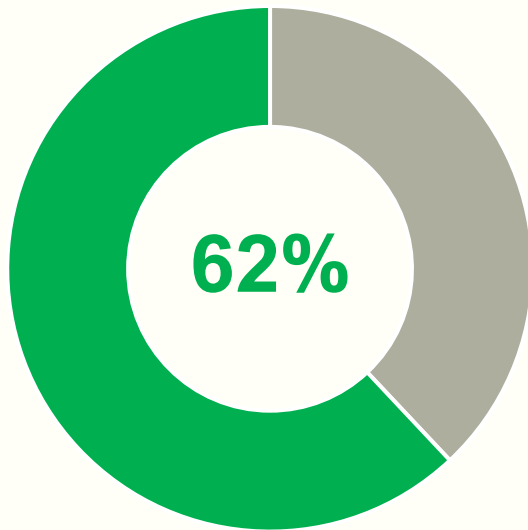
- "Betere uitleg waar alle knoppen voor dienen, de gebruikshandleiding is nooit klantvriendelijk."
- "Eerlijker informatie."



Vaak genoemd in positieve context: begrip van en contact met de verkoper

- "De verkoper die je het gevoel gaf dat hij echt blij voor ons was en niet alleen maar wilde verkopen."
- "Beschikbaarheid verkoper tot stellen vragen. En lastige vragen die hij ook niet wist, uitzoeken en alsnog snel terugkoppelen."

Welke informatie miste de koper bij de aflevering van de auto?



van de autokopers vindt de uitleg bij de aflevering van de auto volledig en duidelijk

Elektrische voertuigen:

- “De enorme hoeveelheid functies hebben veel uitleg nodig maar ik wist dit bij aflevering niet”

Overige type auto's:

- “ Zit veel opties op de auto, niet alles besproken en blijven hangen”

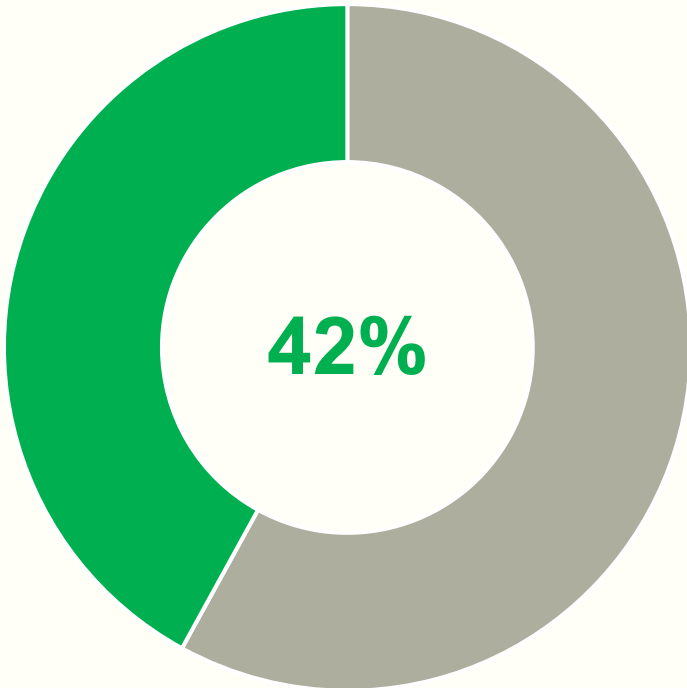
Specifieke kennis bij merkdealers (discrepantie met verwachting):

- “ Auto heeft veel accessoires, o.a 4 wheeldrive. Niet alles werd goed uitgelegd, want de verkoper snapte zelf ook niet alles. Maar met de manual kom je er toch wel uit”



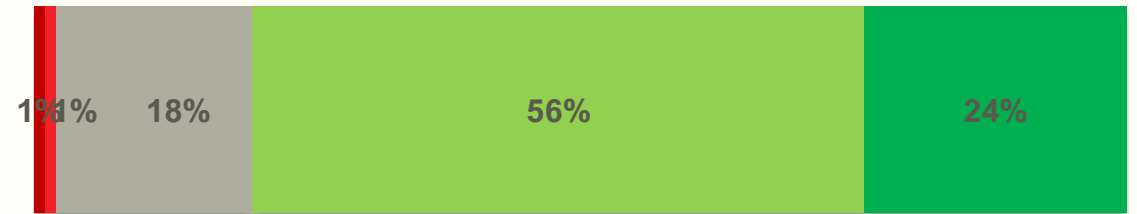
nazorg

Is er contact met de koper geweest na de aankoop?



Met 42% van de autokopers is na de aankoop nog contact gezocht door de verkoper

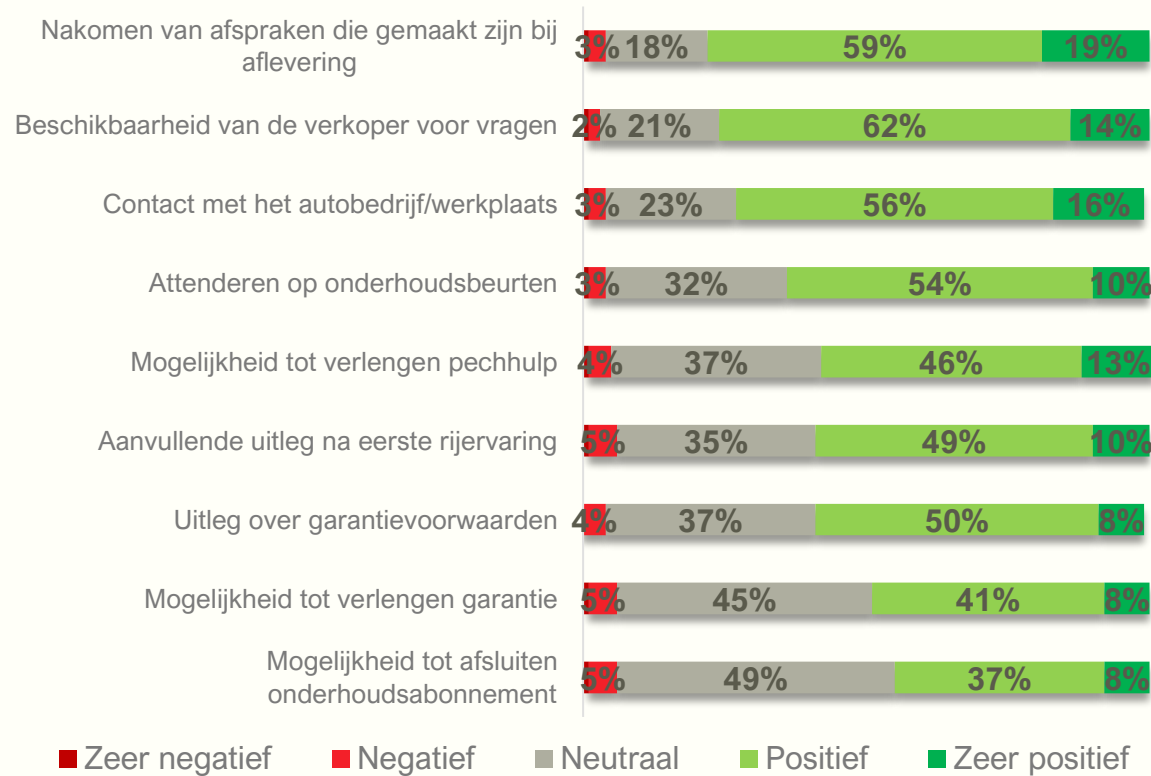
Hoe draagt dit contact bij aan gevoel over het gehele aankoopproces?



■ Zeer negatief ■ Negatief ■ Neutraal ■ Positief ■ Zeer positief

Welke onderwerpen zijn in dit contact besproken?

Tevredenheid met aspecten nazorg



Verbeterpunten nazorg volgens autokopers

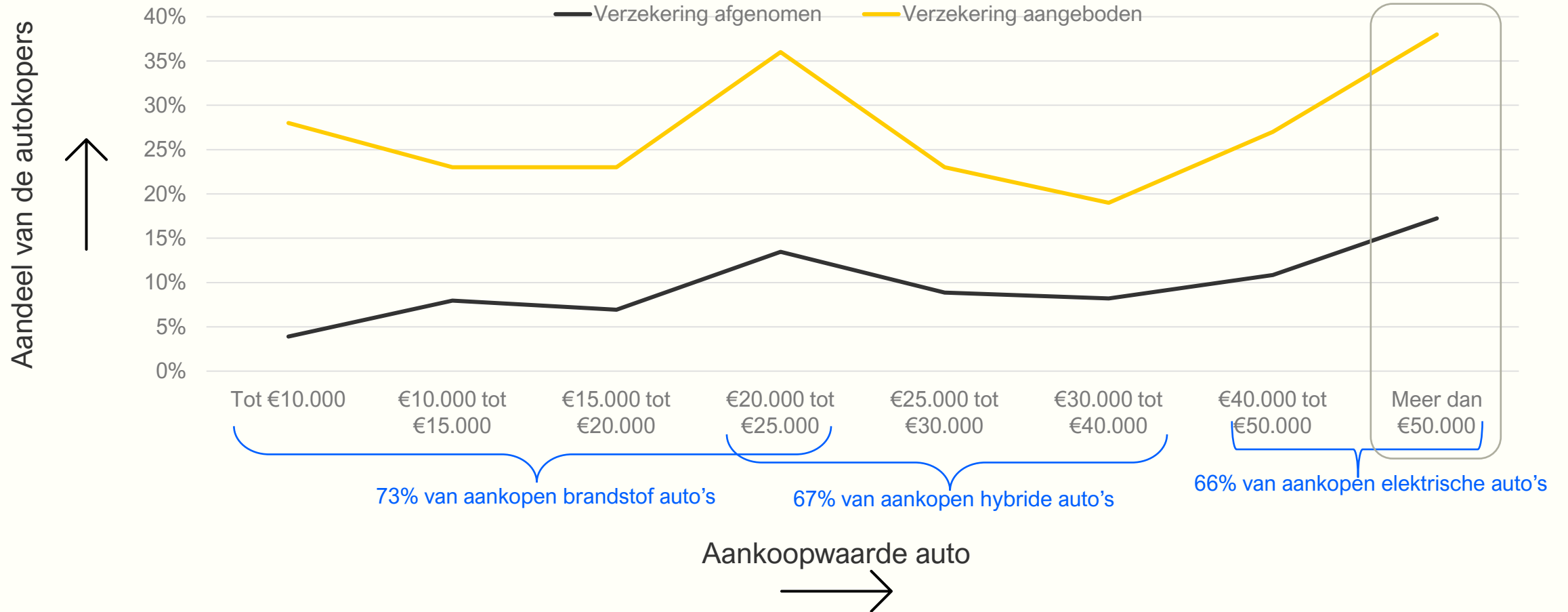
Garantie:

- “De auto verkopen is prima gegaan. Bij het aanspraak maken op garantie hebben ze er alles aan gedaan om het vooroordeel over autobedrijven te bevestigen: onbetrouwbaar en niet eerlijk.”

Ontvangen nazorg algemeen:

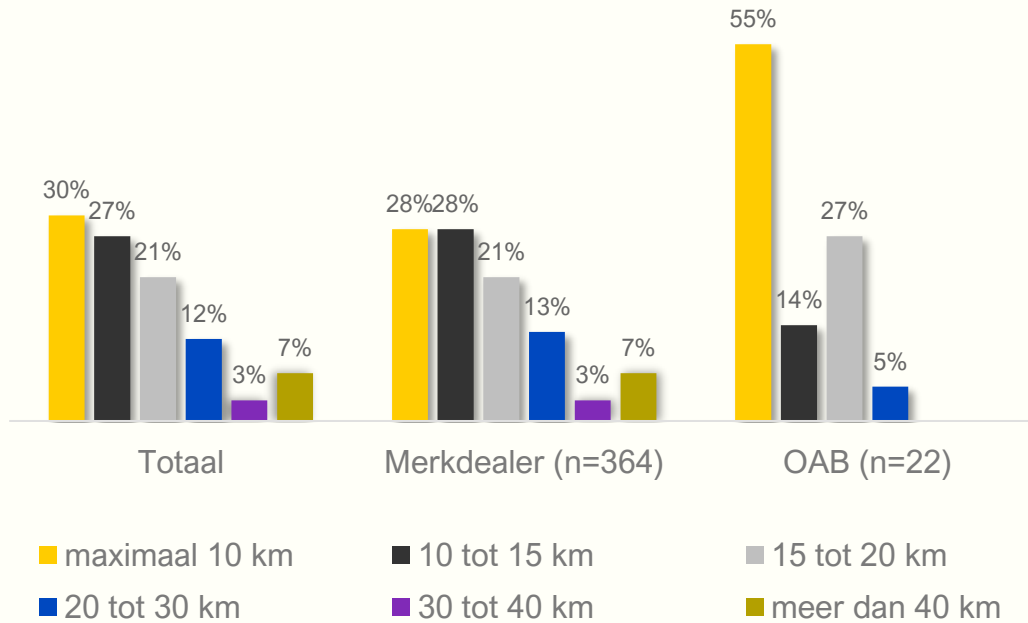
- “Geen nazorg geweest, een telefoontje een kleine moeite zijn waardoor klanten zich gezien voelen.”

Is er een verzekering aangeboden aan de koper?

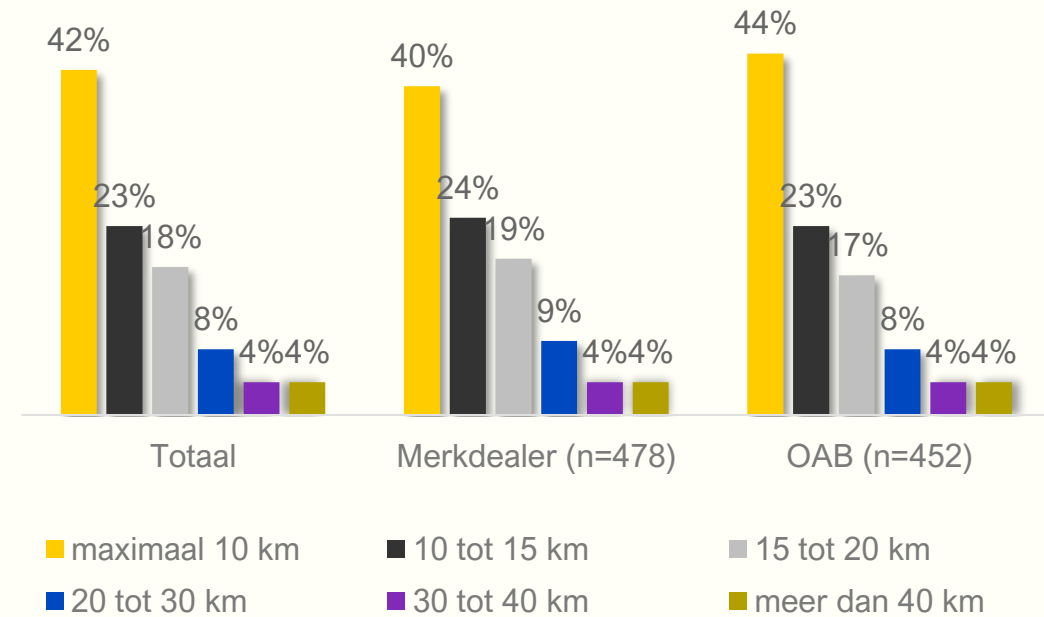


Hoe ver is de koper bereid om te reizen voor onderhoud?

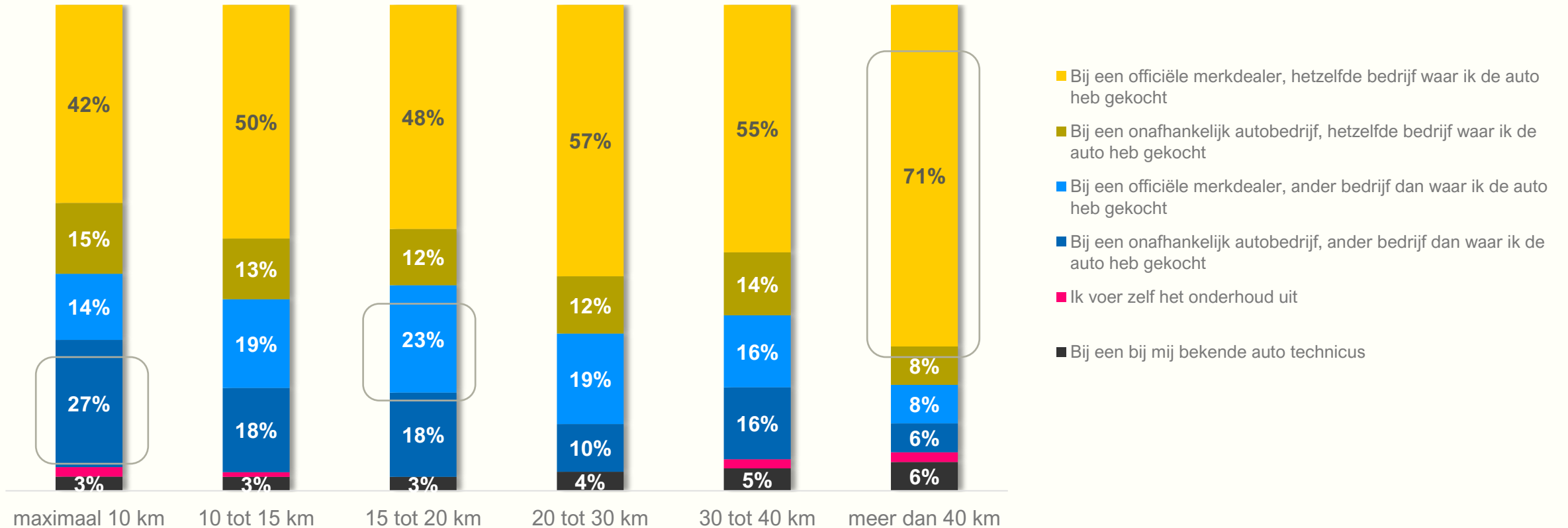
Reisbereidheid voor onderhoud – **Nieuwe auto**



Reisbereidheid voor onderhoud – **Occasion**



Relatie reisbereidheid en aankoop en onderhoudsadres



Inhoud

Aanpak

Ondernemersmonitor - trend

Onderzoeksresultaten (rapportage)

Doorkijk

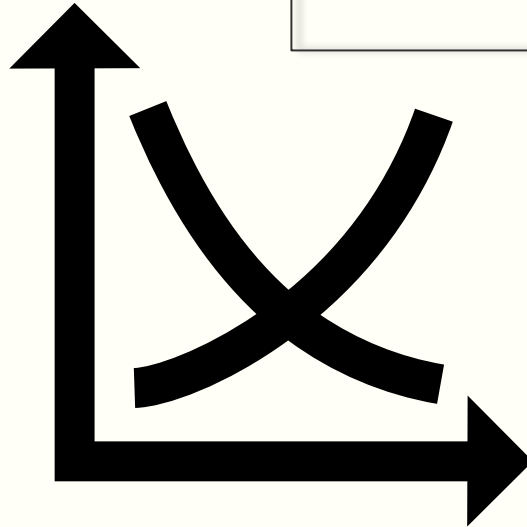


rapport & rapportage tool (april)



leeftijd, geslacht, provincie, merk, type, nieuw, gebruikt, koop, private lease, zakelijke lease, privé, zakelijk, dealer, onafhankelijk autobedrijf

SPSS file?
renateweggemans@bovag.nl



CSRD en de BOVAG dienstverlening



CSRD - EU duurzaamheidsrapportage

Corporate Sustainability Reporting Directive

Doel: via de gehele keten duurzaamheid realiseren

Rapportage-plichtig

- EU doet mogelijk enkele aanpassingen voor rapportage-plichtige bedrijven
- minimaal 2 van de 3 kenmerken
 - 250 werknemers en/of omzet van meer dan EUR 50 miljoen en/of meer dan EUR 25 miljoen op de balans
- Bedrijven met meer dan 1000 werknemers

Niet rapportage-plichtig?

Toch impact!



Let op! Het zijn nog voorstellen*...

Rapportageplichtig?		Wanneer rapporteren?		Inhoudelijke veranderingen?
NU Twee van drie criteria 1. > 250 werknemers 2. > €50 mio omzet 3. > €25 mio balanstotaal	VOORSTEL • > 1000 werknemers én: • > €50 mio omzet of • > €25 mio balanstotaal	NU Over boekjaar 2025 in 2026	VOORSTEL Over boekjaar 2027 in 2028	<ul style="list-style-type: none"> • Dubbele Materialiteitanalyse blijft • Limited assurance blijft • Minder verplichte datapunten, voorstel volgt nog. (ESRS aanpassingen).

* [Mijn BOVAG - EU kondigt maatregelen regeldruk aan: impact CSRD](#)

Let op! Het zijn nog voorstellen...

Niet 'meer' rapportageplichtig?	Rapporteren?
<ul style="list-style-type: none">• < 1000 werknemers	<ul style="list-style-type: none">• Banken en verzekeraars blijven rapportageplichtig en zullen hierover verantwoording moeten afleggen en daarmee ook uitvragen in de markt.• Europa versimpelt maar tegelijkertijd blijven duurzaamheidsdoelen overeind.• Mogelijk ben je een zgn. Tier-1 leverancier en zul je moeten blijven voldoen aan uitvragen van zakenpartners die CSRD plichtig zijn.• Als je het CSRD proces bent opgestart, kun je met je DMA als basis straks ook gebruik maken van een versimpeld rapportageproces, de zgn. VSME (voluntary SME standard). Je blijft daarmee op koers ook als later de drempels weer verschuiven / categorieën worden toegevoegd.• Je onderscheidt jezelf en houdt grip op risico's en kansen in jouw bedrijf• Blijf op koers!
Niet rapportageplichtig?	Voldoen aan data uitvraag?
	<ul style="list-style-type: none">• Gebruik Brancheformat Mobiliteit van BOVAG

En nu?

- Inzet van BOVAG is het verminderen van de regeldruk
- De verwachting blijft dat grote bedrijven (banken, leasemaatschappijen, verzekeraars, etc) wel duurzaamheidsdata gaan vragen
- Wanneer en hoe precies is nu onduidelijk, maar we houden je op de hoogte
- Het BOVAG branche format is daarvoor de beste tool
- CSRD geeft je ook inzicht in de duurzaamheid van je eigen bedrijf

Info bijeenkomst, datum volgt!

Vragen: csrd@bovag.nl

<https://mijn.bovag.nl/dossiers/csrd/brancheformat>



BOVAG 95 Jaar Quiz



BOVAG 95 jaar Quiz

Bekende formule:

- Alleen voor BOVAG leden, niet voor de partner-bedrijven
- Elke vraag heeft een blauw en een geel antwoord
- Je houdt het kaartje omhoog met de kleur van het goede antwoord
- Iedereen gaat zo meteen staan
- Heb je het goed, dan blijf je staan, anders ga je zitten
- Voor de winnaar is er natuurlijk een leuke prijs
En kans om mee te dingen naar de “wie kent BOVAG het beste” 95-jaar award

- Iedereen klaar?



>> 95 JAAR <<

Quiz - vraag 1

Waar werd BOVAG opgericht?



>> 95 JAAR <<

	<p>Hotel/café/ restaurant Noord- Brabant in Utrecht</p> 
--	---

	<p>Sociëteit Pulchri in Den Haag</p>
--	--

Quiz - vraag 2

Hoe heet het reclame-typetje waar BOVAG in de jaren '80 extra bekend door is geworden?



>> 95 JAAR <<

	Sjeng van Geulen
--	------------------

	Beun de Haas
--	--------------



Quiz - vraag 3

Hoe kon je vroeger zien dat een auto de veiligheids- en milieu-inspectie (van BOVAG en VeiligVerkeerNL) had ondergaan? (Dit was de voorloper van de APK)



>> 95 JAAR <<

	Een rond stickertje op de kentekenplaat
--	---


	Een krulsticker op de ruit 
--	--

Quiz - vraag 4

In welk jaar werd viaBOVAG.nl gelanceerd?



>> 95 JAAR <<

	2018 
--	---


	2008
--	------

Quiz - vraag 5

Wat was na de afdeling auto de tweede afdeling van BOVAG, opgericht in 1940?



>> 95 JAAR <<

	Motorrijwielhandel 
--	---

	Revisiebedrijven
--	------------------

Quiz - vraag 6

Wat is momenteel de vaste reclameslogan van BOVAG?



>> 95 JAAR <<

Alles draait om
BOVAG

Alles voor een
betere kilometer

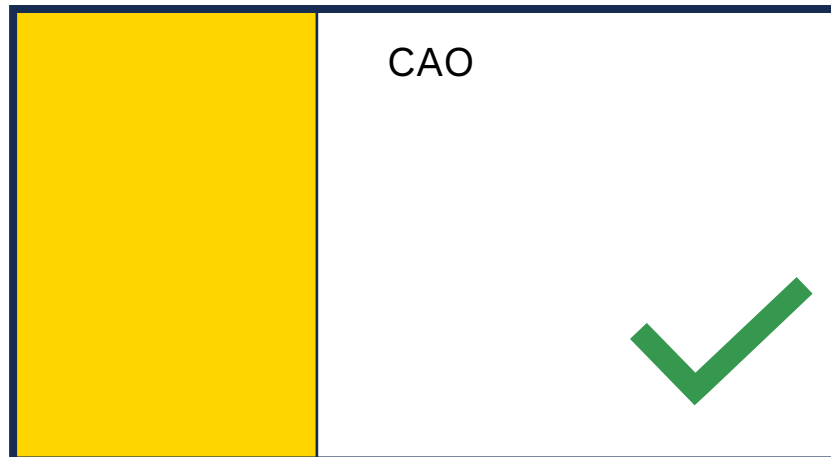
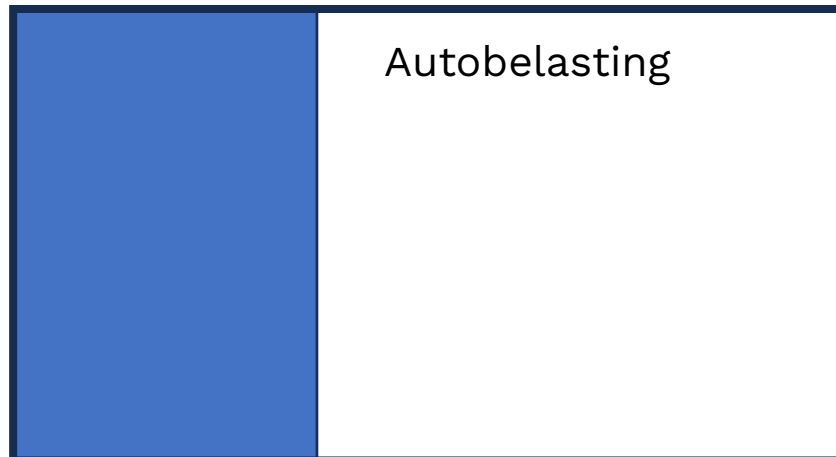


Quiz - vraag 7

Wat was in 2024 de door leden meest ingevoerde zoekterm op mijnbovag.nl?




>> 95 JAAR <<



Quiz - vraag 8

In welk jaar werd de BOVAG Garantie geïntroduceerd?

	1983
--	------

	1965 
--	--



>> 95 JAAR <<

Quiz - vraag 9

Een derde van de caravans die een BOVAG Onderhoudsbeurt ondergaat, krijgt pas een BOVAG-sticker na één of meer reparaties. Zo blijkt uit onze keuringsdata over 2023.

Welk onderdeel zorgde voor de meeste afkeur?

	De gasinstallatie
--	-------------------

	Het remsysteem 
--	--



>> 95 JAAR <<

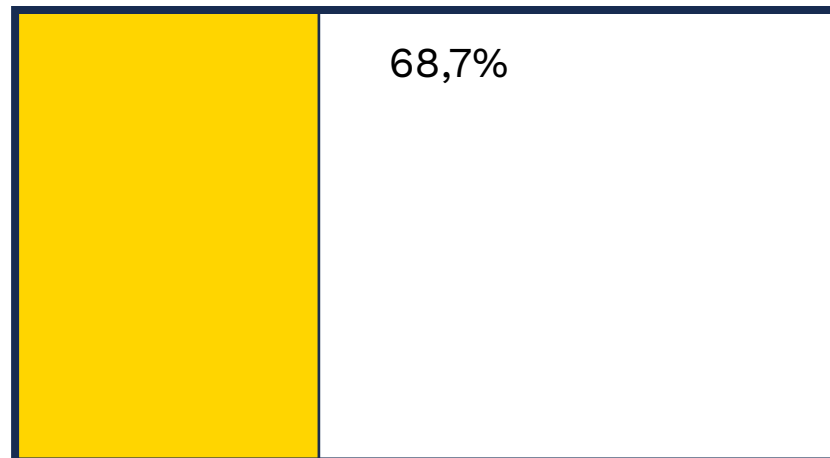
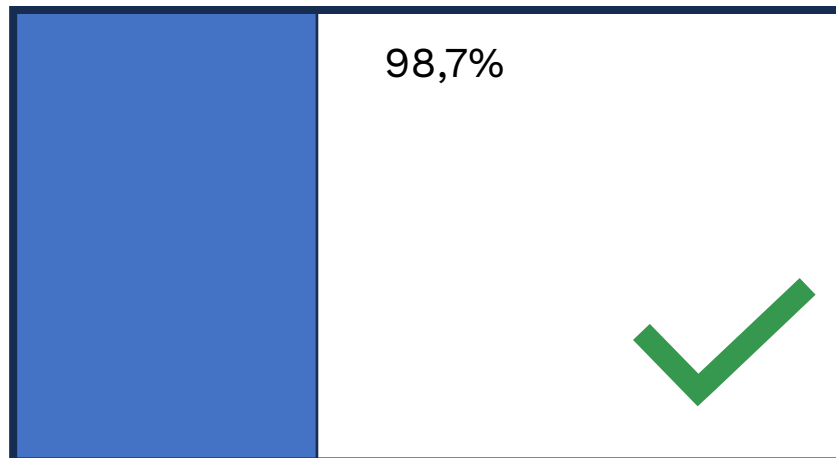
Quiz - vraag 10

Auto's worden in Nederland via ARN gerecycled. Welk percentage van een Nederlandse auto wordt volgens ARN inmiddels gerecycled?

(BOVAG heeft een bestuurszetel in ARN)



>> 95 JAAR <<



Quiz - benaderingsvraag

Hoeveel Rolls-Royces stonden er op 1 jan 2024 in NL op kenteken?

(volgens Mobiliteit in Cijfers)



>> 95 JAAR <<

