

## “ Is een bedrijfs- wagen financieel nog interessant?

*Bart, 42 jaar, Ninove*

**Patrick Derthoo, belastingconsulent Deloitte:** “Sinds de nieuwe wetgeving van 1 januari 2012, is een bedrijfswagen financieel enkel nog interessant voor kleine of middelgrote auto's én voor niet-vervuilende wagens. Dat komt omdat de fiscus nu rekening houdt met de cataloguswaarde van een auto. Hoe lager die cataloguswaarde, hoe interessanter de fiscale behandeling van de wagen wordt. **Dure, vervuilende auto's, sportwagens of 4x4-wagens zijn fiscaal gezien helemaal niet interessant meer.** Je werkgever zal je dus niet snel dergelijke wagen laten kiezen, maar eerder een milieuvriendelijke of kleinere wagen. De juiste cataloguswaarde om het fiscaal voordeel van de wagen te berekenen, is nog steeds moeilijk te bepalen. Prijzen kunnen immers verschillen, zeker als er bijvoorbeeld veel opties op de wagen zitten waarop kortingen toegekend worden. Idealiter wordt een lijst opgemaakt om van ieder type of ieder automerk een vaste catalogusprijs te bepalen.”



“ Ik laat me  
vaak leiden  
door **promo-acties** in de  
supermarkt.  
Slim of niet?

*Mireille, 34 jaar, Broechem*

**Sara Van Wesenbeeck, Plus Organizing®:** “Een promo-actie kan een valkuil zijn voor je budget. Wees je eerst en vooral bewust van het feit dat we bij voorkeur beslissingen nemen op basis van getallen, maar vaak zijn dat geen rationele beslissingen. Zo heeft het getal 9 of 99 een magische invloed op ons koopgedrag. Eén op de drie prijsnoteringen eindigen op een 9. **Dat is geen toeval, want het is bewezen dat de 9 mensen meer doet kopen.** Een jurk kostte in de ene winkel 89 euro en in de andere 84 euro, en toch verkocht de duurdere jurk veel beter. In een ander onderzoek werd gevraagd met welk aanbod je het beste af bent: 33% extra koffie of een korting van 33% op de prijs? De ondervraagden zagen geen verschil, terwijl de korting van 33% gelijkstaat aan 50% meer koffie. Die ‘getallenval’ kan je dus geld kosten. Ook het najagen van aanbiedingen in verschillende supermarkten doet je budget meer slecht dan goed. Je koopt weliswaar de voordeligste producten, maar je wordt steevast verleid om producten te kopen die je anders nooit zou kopen. Door een aanbieding kun je ook terecht komen in een winkel waar de producten een stuk hoger geprijsd zijn. Of je koopt omwille van de aanbieding een hele voorraad. Het is wetenschappelijk bewezen dat je kast ook veel sneller leeg zal zijn. **Samengevat: hoe meer winkels, hoe meer verleidingen, hoe meer je koopt.** Slim shoppen doe je zo: ga naar je vertrouwde supermarkt (kies bij voorkeur een goedkope winkel uit), volg daar de aanbiedingen, koop bewust, zorg dat je de prijzen kent, zodat je weet of je effectief een koopje doet, en stel vooraf een boodschappenlijst op waar je je strikt aan houdt. Zo kun je geld verdienen terwijl je het aan het uitgeven bent.”



**Ook een vraag?** Stel ze via [info@vitayamagazine.be](mailto:info@vitayamagazine.be) of schrijf naar Vitaya maandblad, Uitbreidingstraat 82, 2600 Berchem. Misschien selecteren wij jouw vraag en lees je straks hier het antwoord.