

Persbericht

Contact: Isabel Box
Functie: Marketing & Communications Manager
Tel: +32 (0)2 302 25 51
Mobiel: +32 (0)485 31 79 63
E-mail: ibox@deloitte.com

Een op twee Belgen denkt aan elektrische of hybride auto als volgende wagen

Maar bijna de helft van hen zou die beslissing heroverwegen als elektriciteit duurder wordt dan fossiele brandstoffen

- Steeds meer Belgen (48%) zijn van plan om als volgende wagen een elektrische of hybride wagen te kopen. 10% zal kiezen voor een volledig elektrische wagen, 35% voor een hybride wagen en 3% voor alternatieven zoals waterstof
- Doorslaggevend bij de keuze voor een elektrische wagen is de kostprijs van brandstof (64%)
- 58% van de respondenten noemt de klimaatverandering als belangrijkste reden om voor een elektrische wagen te kiezen
- 86% koopt zijn auto het liefst in een fysieke winkel

Brussel, België - 27 januari 2022

Hoewel 48% van de Belgische consumenten van plan is om als volgende wagen een elektrische wagen te kopen, tegenover 33% vorig jaar, geeft slechts 10% de voorkeur aan een volledig elektrische wagen. Dat blijkt uit de '2022 Global Automotive Consumer Study' van Deloitte, die gericht is op particuliere autobezitters. 35% is op zoek naar een hybride wagen en 3% overweegt alternatieven zoals waterstof. 46% van de Belgen die een elektrische wagen overwegen, zou die beslissing echter heroverwegen als elektriciteit even duur wordt als fossiele brandstoffen. De prijs weegt dus nog steeds zwaarder door in de aankoopbeslissing dan bezorgdheid over de klimaatverandering. Sensibilisering over elektrische mobiliteit blijft nodig, want 45% van de Belgen is nog steeds niet overtuigd dat elektrisch rijden beter is voor het milieu. Voornamelijk blijft de auto de favoriet voor persoonlijke mobiliteit en de consument koopt hem liever in de winkel (86%) dan online.

“Duurzame mobiliteit is aan een forse opmars bezig: in Q3 2021 werden in Europa voor het eerst meer elektrische dan dieselwagens verkocht, al verkiezen Belgen nog steeds wagens met een conventionele motor. Slechts 10% is van plan volledig elektrisch te rijden, terwijl 35% een hybride wagen verkiest en meer dan de helft nog steeds een volledige benzine- of dieselmotor wil. Met zulke cijfers kunnen we ons afvragen of we wel snel genoeg overschakelen van de traditionele verbrandingsmotor naar een duurzamer alternatief. Er is dus nog werk aan de winkel als we de bezorgdheid van de consument over de oplaadinfrastructuur en de kostprijs willen wegnemen,” aldus Aled Walker, Automotive Leader bij Deloitte Belgium.

De keuze voor elektrische mobiliteit - BEV (volledig elektrisch op batterij), PHEV (plug-in hybride elektrisch) en HEV (hybride elektrisch) - wordt niet bepaald door klimaatzorgen

Hoewel de studie bevestigt dat een groeiend aantal consumenten (een op twee tegenover een op drie vorig jaar) van plan is een elektrische wagen te kopen, blijven hybride wagens het populairst: 35% kiest voor hybride elektrisch (HEV) of plug-in hybride elektrisch (PHEV) en slechts 10% kiest voor volledig elektrisch op batterij (BEV). Meer dan de helft van de Belgische consumenten (52%) verkiest nog steeds een auto die volledig op benzine of diesel rijdt. Bij de keuze voor elektrisch is de kostprijs van brandstof doorslaggevend (64%). Belangrijke afknappers blijven de prijs van elektriciteit, de meerprijs van de wagen (25% vs 28% in 2021) en het rijbereik (21% vs 27% in 2021). De Belgische consument verwacht een bereik van 626 km voor een volledig opgeladen BEV, wat gelijkloopt met de verwachtingen in de buurlanden (688 km in Frankrijk en 616 km in Duitsland). Als belangrijkste drijfveer verwijst 58% naar klimaatverandering en 37% naar bezorgdheid om de eigen gezondheid. Voor 39% zijn hogere belastingen op verbrandingsmotoren en voor 29% stimuleringsmaatregelen van de overheid een reden om over te schakelen op elektrisch rijden.

De meesten laden hun batterij het liefst thuis op (58%), terwijl een aanzienlijk lager maar stijgend aantal mensen gebruik zou maken van openbare laadpalen (28%). In 2021 bedroegen die cijfers respectievelijk 64% en 19%. Drie veelgenoemde obstakels om de batterij thuis op te laden zijn: geen mogelijkheid om zelf een laadpaal te installeren (35% van de 35- tot 54-jarigen), de kosten van de installatie (50% van de 18- tot 34-jarigen) en een gebrek aan kennis over hoe je een laadpaal installeert (42% van de 55-plussers).

“Sensibilisering over elektrische mobiliteit blijft nodig, want 45% van de Belgen is nog steeds niet overtuigd dat een volledig elektrische wagen (BEV) beter is voor het milieu. Voor de 58% die zijn batterij het liefst thuis oplaadt, bieden betere laadoplossingen een opportuniteit. Van die groep zou 40% gebruikmaken van het reguliere elektriciteitsnet, terwijl 23% een alternatieve energiebron (bv. zonne-energie) zou gebruiken. Dat cijfer ligt heel wat hoger dan in de buurlanden Frankrijk (14%), Duitsland (17%) en het VK (7%),” verduidelijkt Aled Walker.

De auto blijft koning

Voor de meeste Belgen is hun eigen auto nog steeds hun favoriete vervoermiddel: slechts 7% gebruikt nooit een auto. Slechts 10% verplaatst zich dagelijks met het openbaar vervoer, terwijl 26% er nooit gebruik van maakt. COVID-19 heeft een iets grotere impact gehad op het koopgedrag van jonge consumenten: 51% van de 18- tot 34-jarigen zegt dat ze door COVID-19 overwogen een auto te kopen om het openbaar vervoer te vermijden.

“Multimodale mobiliteit (verschillende vervoermiddelen gebruiken voor één verplaatsing) doet zijn intrede maar is nog niet volledig ingeburgerd: slechts 4% kiest er dagelijks voor en 60% minstens een paar keer per jaar. Multimodale mobiliteit is duidelijk meer in zwang in stedelijke gebieden, waar het openbaar vervoernetwerk wordt aangevuld met een groter aanbod van deelfietsen, -scooters en auto's,” legt Aled Walker uit.

Auto kopen? Liever in de winkel dan online

86% van alle ondervraagden koopt zijn auto liever in een fysieke winkel dan online en zelfs online kopen ze liever bij een erkende dealer (50%). Voor tweedehandswagens zijn derde partijen (35%) een belangrijk kanaal. Consumenten die online kopen (slechts 12%) noemen gemak (35% vs 33% in 2021), snelheid van de transactie (25% vs 32% in 2021) en gebruiksvriendelijkheid (21% vs 11% in 2021) als hoofdredenen. In 2021 kocht 20% zijn auto online omwille van gezondheidsredenen, maar in 2022 is dat cijfer gehalveerd tot 10%.

“De hoofdreden waarom consumenten hun auto niet online willen kopen is de menselijke factor: 48% wil onderhandelen over de prijs, 39% wil vragen kunnen stellen aan een echte persoon en 37% wil een persoonlijk contact voor als er iets fout loopt. Toch zal de onlineverkoop waarschijnlijk blijven stijgen door de perceptie van meer gemak en gebruiksvriendelijkheid,” aldus Aled Walker.

Persoonsgegevens, mobiliteitsapps en 'Mobility-as-a-service'

Consumenten zijn steeds voorzichtiger met het delen van persoonlijke gegevens. Toch zijn 6 op de 10 bereid persoonlijke gegevens met een fabrikant of derde partij te delen voor het onderhoud van hun wagen, verkeersveiligheid of als ze tijd kunnen besparen doordat er alternatieve routes worden voorgesteld bij verkeersopstoppingen.

Apps met kaarten of routeplanners worden steeds populairder: 1 op de 5 gebruikt ze meermaals per week. Daartegenover staat dat apps voor het openbaar vervoer, apps voor afzonderlijke mobiliteitsdiensten en multimodale apps nog steeds niet echt ingeburgerd zijn. 33% gebruikt nooit een app voor het openbaar vervoer en de helft van hen gebruikt nooit apps voor enkelvoudige of multimodale mobiliteitsdiensten. Aanbieders van mobiliteitsapps kunnen hun klantenbinding vergroten door hun dienstenaanbod in dezelfde app te verbeteren, want amper 10% heeft geen interesse in een app die verschillende diensten combineert. Alle gebruikers van mobiliteitsapps in alle leeftijdsgroepen bevestigden dat de prijs en het gebruiksgemak doorslaggevend zijn om een dienst te gebruiken.

Vooraf de jongere generatie (30% van de 18- tot 34-jarigen) heeft interesse in een abonnementsdienst die het gemak en de flexibiliteit zou bieden om af en toe een ander voertuig te gebruiken, op voorwaarde dat die formule goedkoper is (52%) dan de doorsnee leasing.

Over dit onderzoek

De Global Automotive Study van Deloitte is een jaarlijks onderzoek dat al meer dan 10 jaar wordt uitgevoerd om inzicht te krijgen in het mobiliteitsgedrag van consumenten en de impact ervan op de wereldwijde autosector. Voor de editie van 2022 werden meer dan 26.000 consumenten in 25 landen bevestigd, onder wie 1.057 Belgen in stedelijk (31%), voorstedelijk (32%) of landelijk gebied (37%).

Ontdek het volledige rapport via: <https://www2.deloitte.com/be/automotive-consumer-study>

Deloitte in België

Deloitte is met meer dan 5.100 medewerkers en 11 kantoren in België de grootste organisatie op het gebied van audit, accounting, juridisch en belastingadvies, consulting, financial advisory services en risk advisory services.

Onze dienstverlening richt zich zowel naar de grootste nationale en internationale ondernemingen als naar kmo's, de publieke sector en non-profit organisaties. Deloitte België is een onafhankelijke en zelfstandige organisatie en een member firm van Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Voor het boekjaar 2021 werd een omzet gerealiseerd van 635 miljoen euro.



Deloitte Belgium BV is de Belgische verbonden onderneming van Deloitte NSE LLP, een lid van Deloitte Touche Tohmatsu Limited die zich richt op de hoogste kwaliteit bij het leveren van professionele dienstverlening en advies. De dienstverlening is gebaseerd op een wereldwijde strategie voor meer dan 150 landen. Daartoe is de expertise beschikbaar van meer dan 345.000 professionals in alle werelddelen. Voor het boekjaar 2021 bedroeg de omzet meer dan 50,2 miljard US-dollar.

Deloitte verwijst naar een Deloitte member firm, één of meerdere verbonden vennootschappen, of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, dat een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is in de UK ("DTTL"). DTTL en haar member firms zijn elk een juridisch aparte en zelfstandige eenheid. DTTL (ook wel "Deloitte Global" genoemd) levert geen diensten aan cliënten. Bezoek <http://www.deloitte.com/about> voor een meer gedetailleerde beschrijving van de wettelijke structuur van DTTL en haar member firms.