

## Persbericht

---

Contact: Isabel Box  
Title: Marketing & Communications Manager  
Tel: +32 (0)2 302 25 51  
Mobile: +32 (0)485 31 79 63  
Email: [ibox@deloitte.com](mailto:ibox@deloitte.com)

---

## Zelfrijdende wagens zijn een game changer voor auto-industrie volgens onderzoek Deloitte

Toch gelooft 43% van de Belgische consumenten niet in veiligheid zelfrijdende wagens

**Brussel, 24 januari 2019 - Het investeringsklimaat van de autosector in geavanceerde voertuigtechnologie vertraagt door de opinie van de consument omtrent zelfrijdende auto's, volgens de "2019 Deloitte Global Automotive Consumer Study."**

- In België is 43% van de respondenten in het onderzoek er niet van overtuigd dat zelfrijdende wagens veilig zijn.
- Slechts een derde (33%) van de consumenten stelt de nood naar een eigen wagen in vraag.
- 43% van de Belgische consumenten zegt dat het belangrijkste aspect van mobiliteit is om zo snel mogelijk op hun bestemming aan te komen.
- Het consumentenvertrouwen in traditionele autofabrikanten, die 'AV-technology' op de markt brengen, blijft slinken: van 48% in 2018 tot 31% in 2019. Er is dus meer vertrouwen in spelers die nieuwe technologieën op de markt brengen dan in de traditionele fabrikanten.
- 32% van de Belgen geeft de voorkeur aan een niet-traditionele aandrijving vergeleken met 62% die nog steeds een benzine- of dieselmotor zou vertrouwen.

Het vertrouwen van de consument in zelfrijdende auto's lijkt te **stagneren**. In België is 43% van de respondenten in het onderzoek er niet van overtuigd dat zelfrijdende auto's veilig zullen zijn. Dit is een lichte daling vergeleken met de 50% van vorig jaar. Dit verschilt echter drastisch van de 69% in 2017 waarbij de Belgen hun bezorgdheden uitten over de veiligheid van die voertuigen.

**Eric Desomer, Automotive sector Leader for Deloitte Belgium:** *"Zelfrijdende wagens maakten hun intrede 'in de echte wereld' via piloottests en hebben bijgevolg te maken gekregen met uitdagingen uit 'the real world'. Een reeks spraakmakende incidenten hebben bijgedragen aan de stabilisering van het consumentenvertrouwen in de studie van dit jaar. Wellicht zal op langere termijn een tendens waar te nemen zijn in de richting van een geleidelijke acceptatie. Maar zelfs dan hebben consumenten een veel hogere drempel mbt. de acceptatie van zelfrijdende auto's dan voor veiligheidstechnologie met bestuurdersassistentie. De populatie die gebruik zal kunnen maken van AV's zal in de toekomst veel breder zijn (ouderen, jongeren, mensen met een beperking)."*

**Beslissende factoren in de keuze naar geavanceerde mobiliteitsopties**

Consumenten hebben heden meer keuzes dan ooit tevoren als het gaat om mobiliteit: of ze nu een auto kopen of leasen of gewoon moeten beslissen hoe ze van punt A naar B moeten geraken. De overvloed aan keuzes brengt een waaier aan nieuwe beslissingen met zich mee voor de consument:

- **Onregelmatigheden bij ride-hailing:** in 2017 maakte 7% van de Belgische consumenten minstens eenmaal per week gebruik van ride-hailing; 17% deed dat occasioneel. Het percentage van regelmatige gebruikers is gedaald tot 2%, en het aandeel van de occasionele gebruikers verdubbeld tot 27%.
- **Generatiekloof:** jongere consumenten zullen het bezit van een eigen wagen eerder in vraag stellen dan oudere generaties. Japan neemt hierin de leiding, want 60% van de generaties Y/Z zegt dat ride-hailing hen doet twijfelen aan de nood om een eigen auto te hebben. In België is er geen verschil tussen generaties inzake de kwestie van het bezit van een eigen auto. Voor alle generaties samen zou slechts een derde (33%) van de consumenten de nood aan een eigen wagen in vraag stellen.
- **Persoonlijk bezit scoort nog steeds hoog in verschillende categorieën:** andere mobiliteitsmodellen (bv. ride-hail, taxi) hebben te maken met uitdagingen in de perceptie van kosten, veiligheid, milieuvriendelijkheid en betrouwbaarheid. De meeste consumenten (51%) zijn bijvoorbeeld niet geïnteresseerd in carpoolingservices en consumenten voelen zich nog altijd niet comfortabel als ze een kleine ruimte moeten delen met vreemden.

Naast nieuwe vervoersopties, heeft connectiviteit geleid tot een heel wat nieuwe keuzemogelijkheden voor consumenten die een auto willen kopen:

- **Topprioriteiten:** de belangstelling voor connected functies, zoals opvolging van files en waarschuwingen over verkeersveiligheid is heel groot: 74% en 69% van de Belgische consumenten zijn respectievelijk op zoek naar die functies. Dit stemt in hoge mate overeen met wat 43% van de Belgische consumenten aangeeft het belangrijkste aspect van mobiliteit te vinden: zo snel mogelijk op hun bestemming geraken.
- **Pro's en contra's van dataverzameling en privacy:** Connected-vehicle sensors kunnen zowat alles opvolgen, van de aandrijfpresetaties en operationele statistieken tot geolocatie-informatie en het comfort van de inzittenden. Ongeveer 40% van de Belgische consumenten maakt zich zorgen over persoonlijke gegevens die geregistreerd worden via een connected wagen en worden gedeeld met externe partijen.
- **Aarzeling om meer te betalen voor opties:** zodra consumenten gewonnen zijn voor een functie, zijn ze niet noodzakelijk overtuigd van de prijs. 33% van de Belgische consumenten zou weinig bereid zijn om meer te betalen voor een connected auto. 56% zou slechts tot 1.200 euro meer betalen voor deze functionaliteit.

*"Connected, elektrische en zelfrijdende wagens bieden ontzettend veel toegevoegde waarde aan de maatschappij. Consumenten zullen deze geavanceerde technologieën echter maar mondjesmaat op grote schaal in de armen sluiten tot er een duidelijke, onbetwiste verbetering komt inzake veiligheid, kosten, comfort en een superieure gebruikerservaring van een vertrouwd merk," aldus **Desomer**.*

## Wie vertrouwen de consumenten?

*"Als consumenten naar de toekomst van de auto kijken, associëren ze nieuwe technologieën niet altijd met traditionele autofabrikanten. In België zal het vertrouwen van consumenten in de traditionele OEM's (original equipment manufacturers) blijven dalen, van 48% in 2018 tot 31% in 2019, als het gaat om het op de markt brengen van zelfrijdende technologie. Anderzijds wordt een nieuw bedrijf dat zich specialiseert in zelfrijdende wagens steeds meer vertrouwd door consumenten, met name van 27% in 2018 tot 37% in 2019," zegt **Desomer**.*

Door een aanhoudend gebrek aan vertrouwen in de privésector, kijken consumenten ook naar de overheid om meer regels op te leggen. Een overweldigend percentage van consumenten in de meeste landen gaf aan dat ze een "verregaand toezicht" wensen, onder wie 63% van de Belgische consumenten.

## **Hybride elektrische en elektrische auto's vechten (nog steeds) om aandacht**

Heden beschouwen mensen overal ter wereld elektrische aandrijfsystemen als haalbare opties. Elektrische auto's hebben echter nog steeds af te rekenen met heel wat hindernissen. In België zou 32% voorkeur geven aan een niet-traditionele aandrijving vergeleken met de 62% die nog steeds een benzine- of dieselmotor zou vertrouwen. Een omgeving met lage brandstofprijzen, gekoppeld aan niet al te strenge emissienormen en minder beschikbare kortingen zullen de acceptatie van elektrische auto's wellicht beperkt houden in de VS, terwijl de acceptatie van elektrische auto's in andere regio's zich wellicht anders zal voltrekken. Europese landen, waaronder Noorwegen, Groot-Brittannië, Frankrijk en Nederland, hebben plannen aangekondigd om de verkoop van conventionele, op gas en diesel aangedreven auto's te verbieden in de komende twee tot drie decennia. Hoewel beide regio's klaar zijn voor een grotere acceptatie van elektrische auto's, zal de verandering wellicht niet meteen tot stand komen. Dat is omdat traditionele auto's momenteel de hoofdmoot uitmaken van de auto's op de weg, en deze auto's hebben een levensverwachting van meer dan 10 jaar.

## **Over de Global Automotive Consumer Study**

Deloitte bevroeg in september en oktober 2018 meer dan 25.000 consumenten uit 20 landen in de hele wereld om te peilen naar hun voorkeuren op het gebied van uiteenlopende cruciale kwesties die een impact hebben op de autosector. Het algemene doel van de studie is een antwoord te formuleren op belangrijke vragen en bedrijven te helpen bij de prioritering en optimale positionering van hun bedrijfsstrategieën en investeringen. Ongeveer 1.250 consumenten werden bevraagd in België.

## **Deloitte in België**

Deloitte is met meer dan 4.000 medewerkers en 12 kantoren in België de grootste organisatie op het gebied van audit, accounting, juridisch en belastingadvies, consulting en financial 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 2018 werd een omzet gerealiseerd van 510 miljoen euro.

Deloitte Belgium CVBA is de Belgische verbonden onderneming van Deloitte NWE 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 286.000 professionals in alle werelddelen. Voor het boekjaar 2018 bedroeg de omzet meer dan 43.2 miljard US dollar.

Deloitte verwijst naar een of meerdere member firms binnen DTT Limited, dat een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is in de UK, en het netwerk van haar member firms, die elk een juridisch aparte en zelfstandige eenheid zijn. Bezoek <http://www.deloitte.com/about> voor een meer gedetailleerde beschrijving van de wettelijke structuur van Deloitte Touche Tohmatsu Limited en haar member firms.