

## Persbericht

---

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

---

### **Smartphone-accessoires en wearables groeien razendsnel in Belgische markt**

**In 2019 bezitten 22% van de Belgen wearables en hebben zij gemiddeld 5,8 accessoires per persoon.**

Brussel, België - 24 oktober 2019

**Het smartphone-ecosysteem zal de komende jaren alleen maar stijgen, gezien het aantal smartphonebezitters - naar verwachting - zal stabiliseren. Volgens Deloitte Belgium richten verkopers zich dan ook steeds meer op de verkoop van smartphoneaccessoires en wearables. Uit Deloitte's jaarlijkse Global Mobile Consumer Survey (editie 2019) blijkt dat de Belgen meerdere accessoires en wearables bezitten, die ze gebruiken voor verschillende activiteiten, zoals werk, pendelen en sport. Gemiddeld bezitten we in België 5,8 accessoires per persoon. De jongere leeftijdsgroepen hebben gemiddeld acht accessoires in hun bezit, terwijl 65-75-jarigen er gemiddeld 4 hebben.**

#### **Belgen bezitten gemiddeld 5,8 accessoires per persoon**

Naarmate de gemiddelde leeftijd van de smartphonebezieter stijgt, neemt ook de markt voor accessoires en wearables een hoge vlucht. Oplaadkabels, telefoonhoesjes en *wired earphones* zijn in België de populairste accessoires voor de smartphone. Omdat smartphones steeds lichter en delicateser worden, en de prijzen voor high-end toestellen blijft stijgen, kopen consumenten steeds vaker accessoires om hun telefoon te beschermen tegen fysieke schade.

*"De technologische vooruitgang zorgt voor een stijgende vraag naar draadloze smartphoneaccessoires, zoals Bluetooth-headsets en draadloze opladers. Deze trend vormt één van de belangrijkste impulsen voor de verkoop van mobiele accessoires. iPhone-bezitters zijn bereid om meer uit te geven. Ze kopen over het algemeen dan ook meer accessoires",* zegt **Vincent Fosty, Technology, Media en Telecommunications Industry Leader bij Deloitte Belgium.**

Elektronische wearables vormen een snelgroeiende markt. Dat ligt deels aan het feit dat consumenten bereid zijn om steeds meer uit te geven, maar ook aan de handige communicatie- en gezondheidsfuncties die smartwatches en fitnessbands bieden. In de afgelopen vier jaar groeide de markt van de wearables 7 keer sneller dan die van smartphones, en 14 keer sneller dan die van laptops en tablets. In 2019 bezit 22% van de Belgen een wearable, bijvoorbeeld een fitnessband of een smartwatch. 3 op de 5 gebruikt zijn wearable iedere dag.

## De favoriete 'smartphone' activiteiten van de Belgen: video's bekijken en shoppen

Inmiddels gebruikt 93% van de Belgen zijn smartphone iedere dag. Daarmee versterkt de smartphone dus zijn positie als absolute favoriet. Vooral onder jongere generaties is de telefoon het favoriete apparaat voor een grote meerderheid van de applicaties. Ze zijn de zogenaamde mobiele eerste generatie.

Meer dan een derde van de Belgen leest dagelijks het nieuws, en meer dan een vijfde bekijkt korte video's of liveposts. Deze twee media-activiteiten staan dan ook met stip op één bij smartphonegebruikers, op de voet gevolgd door het bekijken van video's op instant messaging networks. Vergeleken met vorig jaar is het dagelijks bekijken van korte video's met 5% toegenomen. Deze groei wordt vooral aangedreven door 'over-the-top' (OTT) providers, die hun uiterste best doen om steeds meer content in de markt te zetten. Daarnaast speelt de groeiende markt voor apps een rol, met steeds meer Belgische ontwikkelaars die apps lanceren om hun aanwezigheid ook mobiel kenbaar te maken.

**Fosty:** "Facebook blijft het populairste communicatieplatform in alle leeftijdscategorieën. 64% maakt dagelijks gebruik van Facebook. Op de tweede plaats komen Instagram en Snapchat. Als antwoord op deze verhoogde mediaconsumptie brengen de telecomoperatoren onbeperkte mobiele databundels op de markt." Orange was de eerste operator in België die begin 2018 zijn Arend-abonnementen lanceerde, waarmee gebruikers onbeperkt kunnen surfen. Al snel volgden Proximus (Mobilus XL Unlimited) en Telenet (Kong Unlimited). Bij deze nieuwe abonnementen kan de gebruiker vaak ook kiezen voor een pakket met daarin één of meerdere apps met een onbeperkt dataverbruik.

In 2019 kocht 63% van de smartphonegebruikers een product of dienst met hun smartphone. 45% van de respondenten heeft al ooit kleding, schoenen of accessoires gekocht. Bijna evenveel gebruikers (44%) boekte al een evenement via de smartphone. Op de derde plaats staan smartphone-accessoires, en vakanties en reizen (43% van de Belgische smartphonegebruikers).

## De helft van alle smartphonebezitters speelt spelletjes op de smartphone en 30% gamet tijdens het pendelen

Ruim 70% van de 18- tot 24-jarigen speelt spelletjes op de smartphone. Bij de 25- tot 34-jarigen is dat 64%, bij de 35- tot 44-jarigen 54%. In vergelijking met 2018 is het aantal gebruikers dat games speelt op de smartphone met 9% gestegen. Interessant is dat het percentage vrouwen dat games speelt op hun mobiele telefoon (52%) hoger is dan bij mannen (48%).

"De helft van alle Belgische smartphonebezitters speelt spelletjes op de smartphone. Hoe jonger de leeftijdsgroep, hoe vaker gebruikers gamen op hun telefoon. In België wonen 4,2 miljoen actieve gamers, die in 2017 naar schatting 302 miljoen euro hebben uitgegeven aan spelletjes. Ons land staat daarmee op de 31ste plaats op de lijst van de grootste gamemarkten ter wereld", zegt **Fosty**. Abonnementdiensten voor games, nieuwe technologieën zoals virtual en augmented reality en de verbeterde connectiviteit zoals 5G en cloudstreaming zullen de mobiele game-industrie blijven beïnvloeden. Deze factoren zullen in de toekomst beslissend zijn voor wat we spelen en hoe we spelen.

Mobiele gamers in België spelen op verschillende tijdstippen van de dag. Meer dan de helft van hen gamet thuis, als ontspanning. Ongeveer een derde van de gamers speelt spelletjes tijdens het pendelen. Enigszins verrassend is dat 28% gamet tijdens het televisiekijken. 4% speelt ook op restaurant.

29% van alle mobiele gamers geeft geld uit aan games. In-app credits zijn daarbij het populairst. Slechts 16% betaalt meer dan 1 euro per maand, 5% geeft meer dan 20 euro per maand uit.

## Over de Global Mobile Consumer Survey

De Deloitte Global Mobile Consumer Survey biedt een uniek inzicht in het mobiele gedrag van bijna 44.150 respondenten in 28 landen. De steekproef voor België omvat 2.000 respondenten van 18-75 jaar. De enquête is het grootste consumentenonderzoek in zijn soort. Het rapport van dit jaar werd samengesteld uit gegevens van de afgelopen vier jaar.

Meer informatie over de enquête vind je hier: [www.deloitte.com/be/mobile-consumer](http://www.deloitte.com/be/mobile-consumer)

\*\*\*

## **Deloitte in België**

Als dé toonaangevende audit- en adviesfirma van België biedt Deloitte diensten met toegevoegde waarde op het gebied van audits, boekhouding, belastingen en juridische zaken, consulting, financieel advies en risicoadvies.

In België telt Deloitte meer dan 4.400 werknemers, verspreid over 12 locaties, die hun diensten aanbieden aan nationale en internationale bedrijven, van kleine en middelgrote ondernemingen tot overheidsinstellingen en non-profitorganisaties. In het boekjaar 2019 bedroeg de omzet 565 miljoen euro.

Deloitte Belgium cvba is de Belgische dochteronderneming van Deloitte NSE LLP, dat op zijn beurt aangesloten is bij Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Onze focus ligt op klantenservice, aan de hand van een wereldwijde strategie die in meer dan 150 landen ter plaatse wordt uitgevoerd. Onze aangesloten ondernemingen (en hun dochterondernemingen) hebben toegang tot het diepgaande intellectuele kapitaal van onze 312.000 medewerkers wereldwijd, en bieden diensten aan in diverse professionele gebieden, zoals audits, belastingen, consulting en financieel advies. Op die manier bedienen ze meer dan de helft van de grootste ondernemingen ter wereld, evenals talloze grote nationale ondernemingen, overheidsinstellingen en succesvolle, snelgroeiende wereldwijde ondernemingen. In 2019 bedroeg de omzet van DTTL meer dan 46,2 miljard dollar.

Deloitte verwijst naar Deloitte Touche Tohmatsu Limited, een Britse 'private company limited by guarantee' ('DTTL'), of naar een of meer ondernemingen in zijn netwerk van aangesloten ondernemingen. DTTL en alle aangesloten ondernemingen zijn juridisch afzonderlijke en onafhankelijke entiteiten. DTTL (ook wel "Deloitte Global" genoemd) levert geen diensten aan klanten. Zie [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) voor een gedetailleerde beschrijving van de juridische structuur van DTTL en zijn aangesloten ondernemingen.