

## Persbericht

---

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

---

### **Wereldwijde enquête van Deloitte over mobiele consument Belgen kijken 34 keer per dag op hun smartphone**

**Brussel – 7 december 2017**

Belgen zijn verslaafd aan hun smartphones volgens 'State of the smart', de Belgische editie van Deloitte's wereldwijde enquête over de mobiele consument, een mondiaal onderzoek naar mobiel telefoongebruik in verschillende landen. Gemiddeld kijken Belgen 34 keer per dag op hun smartphone en 33 procent geeft toe dat ook te doen wanneer ze tijd doorbrengen met vrienden. Sociale media domineren het gebruik van mobiele apparaten bij alle generaties.

De smartphone is nog populairder bij de jongere generatie. Studenten kijken 70 keer per dag op hun telefoon en één op vier zit midden in de nacht op sociale media. Voor dagelijkse communicaties verkiezen ze een sms te sturen (71 procent) of sociale media te gebruiken (78 procent) in plaats van te bellen.

Vincent Fosty, Technology, Media & Telecommunications Leader bij Deloitte België: *"Een decennium na de lancering van de smartphone is het duidelijk dat Belgen niet zonder hun telefoon kunnen leven. De smartphone heeft een marktpenetratie van 80 procent, tegenover 81 procent voor de laptop. Belgen gebruiken hun telefoons nog steeds om te bellen, maar andere kanalen winnen steeds meer aan populariteit. We gebruiken onze telefoons ook om producten en diensten op te zoeken en om te betalen voor online producten. Voor het eerst is dit de geprefereerde optie geworden van bepaalde leeftijdsgroepen."*

#### **Nieuwe modellen stimuleren de verkoop niet**

Hoewel de penetratie van de smartphone zich stabiliseert, zal de verkoop naar verwachting niet verminderen, omdat één op drie (27 procent) Belgen volgend jaar wellicht een nieuwe mobiele telefoon zal kopen. De meest courante redenen om een telefoon te vervangen zijn een slechte werking of defecte hardware (59 procent), defecte schermen (49 procent) en de reactietijd van de smartphone (36 procent).

Verrassend genoeg, verklaarde 72 procent van de ondervraagden dat de release van een nieuw model hen er niet toe aanzet van telefoon te veranderen. Voor drie op vier respondenten is de bereidheid om van telefoonmerk te veranderen ook geen reden om een nieuwe smartphone te kopen. Er is veel merkentrouw in België, want meer dan de helft van de eigenaars van een Samsung, iPhone of Sony verklaarde dat hun vorige smartphone van hetzelfde merk was.

## **Bovenhand voor fysieke winkels**

De verkoop via e-commerce groeit snel in België, maar de smartphonemarkt volgt die tendens niet. Slechts 19 procent van de respondenten kocht de telefoon online. 67 procent deed dat in een winkel, terwijl 14 procent een telefoon kreeg van familie of vrienden, van een werkgever of via leasing. Onze enquête toont aan dat consumenten graag naar een winkel gaan om verschillende toestellen te bekijken, aan te raken en ermee te spelen. Vaak gebeurt dit om zichzelf ervan te overtuigen dat ze de juiste keuze maken, zelfs als ze hun aankoop online doen.

De meest populaire winkels om een telefoon te komen, zijn elektronicazaken (33 procent) en telefoonwinkels (26 procent). Slechts 23 procent van de offline smartphone-aankopen vond plaats in de winkel van een mobiele operator, een daling tegenover de 33 procent van vorig jaar. Niettemin bezocht iets meer dan de helft van de volwassen Belgen in de voorbije 12 maanden een winkel van een operator omwille van problemen of vragen.

## **Oude telefoons krijgen een nieuw leven**

Nagenoeg de helft van de respondenten (43 procent) hield zijn oude telefoon aan als reserve. Maar 30 procent van de gebruikte smartphones werd weggeschonken aan een familielid of een vriend (19 procent) of verkocht of geruild (11 procent), vergeleken met slechts 25 procent vorig jaar. Andere telefoons, goed voor ongeveer 27 procent van de gebruikte telefoons, werden meestal weggeworpen, op een andere wijze gerecycleerd, gestolen of kwijtgespeeld.

## **De toekomst van smart**

De meest bekende en meest gebruikte eigenschap die gestoeld is op machine learning, is voorspellende tekst, maar minder dan de helft van de respondenten is zich ervan bewust dat ze bestaat. Slechts één op drie meent deze eigenschap te benutten. Routesuggestie komt op de tweede plaats; iets meer dan één op drie respondenten kent deze functie en slechts 22 procent maakt er gebruik van. Automatische nieuws- of informatie-updates vormen de derde meest bekende eigenschap; 29 procent kent ze en 16 procent maakt er gebruik van.

Vandaag is 33 procent van alle smartphones uitgerust met een vingerafdruklezer, vergeleken met slechts 19 procent vorig jaar. 67 procent van de bezitters van een smartphone met een vingerafdruklezer of 22 procent van de smartphonepopulatie in België, gebruikt deze technologie.

Machine learning, assistant apps, vingerafdruklezers en gezichtsherkenning zijn mooie voorbeelden van het potentieel van smartphones om uit te groeien tot echte smart devices.

###

## **Over de enquête**

'State of the smart' is de Belgische editie van Deloitte's wereldwijde enquête over de mobiele consument, een mondiaal onderzoek naar mobiel telefoongebruik in verschillende landen. Het onderzoek uit 2017 omvat ongeveer 53.000 respondenten uit 33 landen en zes continenten.

De in dit rapport vermelde cijfers zijn gebaseerd op een nationaal representatieve steekproef bij 2.002 Belgische consumenten tussen 18 en 75 jaar. De steekproef volgt specifieke quota per land inzake leeftijd, geslacht, regio en socio-economische status. Het veldwerk vond plaats van mei tot juni 2017 en werd online uitgevoerd door Ipsos MORI, een onafhankelijk onderzoeksbureau, op basis van een reeks vragen van Deloitte.

## **Deloitte in België**

