

Persbericht

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

Niet de klimaatverandering maar lagere brandstofkosten stimuleren belangstelling voor elektrische voertuigen

2023 Global Automotive Consumer Study

Brussel, België – 19 januari 2023

- Terwijl het aantal Belgen dat van plan is een benzine/dieselveertuig te kopen, daalt van 51% vorig jaar naar 47% dit jaar, stijgt het aantal dat plannen maakt om een hybride wagen (35%) te kopen of een wagen die volledig op batterijen rijdt (13%)
- De factor die het meest doorweegt bij de keuze voor een elektrisch voertuig (EV) zijn de brandstofkosten
- Van de respondenten die plannen maken om een EV te kopen, zou 75% de auto thuis opladen en zou 35% hem willen opladen met een alternatieve stroombron
- Slechts 8% verwacht om zijn auto in minder dan 10 minuten op te laden; dat druist in tegen de gangbare opvatting dat het niet zo snel openbaar kunnen bijtanken als van een benzine/diesel voertuig een 'spelbreker' is

Belgische consumenten tonen steeds meer interesse voor elektrische voertuigen. De belangrijkste motivatiefactoren zijn de lagere brandstofkosten, geringer onderhoud, extra belastingen op klassieke motoren, overheidspremies en een betere rijervaring, zo blijkt uit de 2023 Global Automotive Consumer Study van Deloitte. Er staan echter heel wat uitdagingen in de weg, zoals betaalbaarheid, actieradiusangst, oplaadtijd en de beschikbaarheid van een oplaadinfrastructuur.

Aled Walker, Automotive Leader bij Deloitte Belgium, zegt: "We evolueren naar een toekomst van elektrische mobiliteit, vooral voor bedrijfswagens, maar het valt nog af te wachten of het snel genoeg zal gaan om de vooropgestelde ambitieuze doelen te halen voor het verminderen van de koolstofuitstoot. Van kostprijs tot laadfaciliteiten – leveranciers moeten de Belgische particuliere consument er nog steeds van overtuigen dat de keuze voor elektrisch rijden zowel hem ten goede komt als het milieu."

Elektrische voertuigen winnen aan populariteit, maar er blijven uitdagingen

De voornaamste reden waarom Belgische consumenten voor een elektrisch voertuig kiezen, zijn de lagere brandstofkosten, gevolgd door minder onderhoud en extra belastingen op klassieke voertuigen met een verbrandingsmotor.

Zevenentwintig procent van de consumenten maakt zich zorgen over de doorverkoopwaarde van het voertuig: er rijzen immers vragen over de conditie/gezondheid van de batterij op lange termijn. Dat geldt vooral voor wie van plan is een tweedehands BEV (Battery Electric Vehicle) te kopen (35%) in vergelijking met een nieuwe BEV (24%).

"De perceptie dat de brandstofkosten aanzienlijk lager zullen zijn, blijft de voornaamste reden om voor elektrisch te kiezen; het weegt zwaarder door dan eventuele klimaatbezorgdheden. De meerderheid van zowel de mensen die voor een verbrandingsmotor opteren als degenen die de elektrische weg inslaan, verwacht minder dan 50.000 euro te betalen voor zijn volgende voertuig, wat wijst op een potentieel betaalbaarheidsrisico. De huidige financiële crisis beïnvloedt duidelijk de beslissingen van de consument," legt Walker uit. "Aangezien de meeste elektrische voertuigen een prijskaartje hebben vanaf 50.000 euro wordt de kloof tussen rijk en arm steeds duidelijker."

Zeven op de tien personen die geïnteresseerd zijn in een BEV vinden dat een volledig opgeladen BEV een rijbereik van minstens 400 km moet hebben om het als een haalbare aankoopspiste in overweging te nemen. Zes op de tien consumenten vermelden de initiële

aankooprijzen als de grootste belemmering voor de doorbraak van BEV's. Dat onderstreept meteen de noodzaak om de hoge aankooprijzen aan te pakken en vestigt de aandacht op een kans voor leveranciers van mobiliteit om BEV's aan te bieden via lease- of abonnementsmodellen. Drie van de vijf grootste bekommernissen houden rechtstreeks verband met opladen, waaruit blijkt dat consumenten nog steeds last hebben van actieradiusangst en de laadinfrastructuur als een belangrijk probleem zien dat mobiliteitsaanbieders in de toekomst zullen moeten oplossen.

Interessant is dat meer dan vier op de tien respondenten hun beslissing om een EV te kopen zouden heroverwegen als er een milieuvriendelijke, synthetische verbrandingsbrandstof voorhanden was.

Gemak primeert wat opladen betreft

De meeste Belgische respondenten die een EV willen kopen (75%) zijn van plan hun voertuig thuis op te laden, terwijl 31% denkt het gewone elektriciteitsnet te zullen gebruiken. Een alternatieve energiebron geniet de voorkeur van 35% (tegenover 29% in Duitsland en 13% in Nederland), terwijl 21% de voorkeur geeft aan een mix van reguliere en alternatieve energie. Wie geen plannen maakt om thuis op te laden, haalt de hoge installatiekosten als reden aan.

De helft van de Belgische consumenten zou het openbaar opladen van elektrische voertuigen het liefst met een krediet-/debetkaart betalen (41% 18-34 jaar; 44% 35-54 jaar; 63% 55 jaar of ouder). Er is dus duidelijk een vraag naar standaardisering van de openbare oplaadervaring om het gebruiksgemak te maximaliseren. Gemak is ook een prioriteit voor de openbare oplaadpunten: de meeste consumenten willen er snel iets kunnen drinken, naast voorzieningen benutten zoals wc en wifi-verbinding.

Vijfenvijftig procent van de Belgische respondenten is bereid 10 à 40 minuten te wachten om zijn voertuig van leeg tot 80% op te laden aan een openbaar laadstation.

"Interessant is dat slechts 8% van de Belgen denkt dat het minder dan 10 minuten zal duren om zijn auto op een openbare locatie op te laden. Dat weerlegt de gangbare opvatting dat niet kunnen tippen aan de ervaring in een benzine- of tankstation een 'spelbreker' is", aldus Walker.

Nieuw versus tweedehands

Eén op de drie Belgische consumenten neemt zich voor de volgende keer een tweedehands auto te kopen, voornamelijk omdat ze zich geen nieuwe kunnen veroorloven (41%) of omdat ze vinden dat ze meer waar voor hun geld krijgen (31%). 49% is van plan een nieuwe auto te kopen, tegenover 39% in onze buurlanden; betrouwbaarheid (31%) is daarbij de belangrijkste factor.

De meerderheid van de Belgische consumenten (zeven op de tien) die hun huidige auto nieuw hebben gekocht, is van plan opnieuw een nieuwe auto te kopen omwille van de bedrijfszekerheid en fabrieksgarantie, terwijl slechts twee op de tien mensen die een tweedehandsauto hebben gekocht hetzelfde zeggen.

Sommige dingen veranderen nooit: consumenten willen nog steeds een goede deal (60%) met transparante prijzen (52%) en een antwoord op hun vragen (41%) voordat ze een auto kopen.

Dealers wekken het meeste vertrouwen

Op de vraag wie ze het meest vertrouwen, wijst 79% van de Belgische consumenten op hun relatie met de dealer bij wie ze hun wagen kochten of laten onderhouden. Dat benadrukt de belangrijke rol van dealers in de waardeketen van de automobielsector. Meer dan zeven op de tien consumenten die een nieuwe auto hebben gekocht, brengen deze op regelmatige basis terug naar de dealer voor onderhoud, terwijl slechts 34% van de bezitters van een tweedehands auto dat doet. Het vertrouwen in dealers (service of verkoop) is vergelijkbaar in onze buurlanden.

Uitdagingen op het vlak van gegevens

Eenzijds vertrouwt de Belgische consument dealers (19%) en autofabrikanten (17%) het meest voor het beheer van de gegevens die zijn voertuig genereert. Daartegenover staat 28% die niemand vertrouwt. Toch is die laatste groep bereid om identificeerbare persoonsinformatie te delen als dat kan helpen om verkeers-/wegveiligheidsupdates en onderhoudskosten/-updates te krijgen en manieren biedt om de servicekosten te verlagen. Het delen van gegevens met betrekking tot de locatie van het voertuig, geconnecteerde diensten en biometrische gegevens is iets wat vier op de tien Belgen zorgen baart.

"Verbonden voertuigen kunnen de mobiliteitservaring verbeteren, maar meer dan één op de vier Belgische consumenten vertrouwt nog steeds niemand met zijn gegevens. In een wereldmarkt die steeds competitiever wordt, zal wie erin slaagt dat vertrouwen te winnen een cruciaal voordeel verwerven en nieuwe digitale diensten voor de consument kunnen aanbieden," besluit Aled Walker.

###

Over de Global Automotive Consumer Study

Van september tot en met oktober 2022 ondervroeg Deloitte meer dan 26.000 consumenten in 24 landen, waaronder 1.019 consumenten in België, en peilde naar hun mening over een aantal kritieke kwesties die een impact hebben op de automobielsector. De 2023 Global Automotive Consumer Study, het 13e jaarlijkse rapport, biedt belangrijke inzichten die bedrijven kunnen helpen om prioriteiten te stellen en hun bedrijfsstrategieën en investeringen voor het komende jaar beter te bepalen.

Deloitte in België

Deloitte heeft meer dan 6000 medewerkers en 11 kantoren in België en is daarmee de grootste organisatie van het land op het gebied van audits, accounting, juridisch en fiscaal advies, consultancy, financieel advies en risicoadvies.

Met zijn diensten helpt de organisatie zowel de grootste nationale en internationale bedrijven als kmo's, overheden en non-profitorganisaties vooruit. Deloitte Belgium is een onafhankelijke en autonome organisatie die aangesloten is bij Deloitte Touche Tohmatsu Limited. In het boekjaar 2022 behaalde de organisatie een omzet van € 704 miljoen.

Deloitte Belgium BV is de Belgische dochteronderneming van Deloitte NSE LLP, een bedrijf dat aangesloten is bij Deloitte Touche Tohmatsu Limited en dat bij de professionele diensten en adviezen die het verstrekt steevast op de hoogste kwaliteit mikt. De diensten zijn gebaseerd op een wereldwijde strategie die meer dan 150 landen bestrijkt. Daarvoor kunnen ze rekenen op de expertise van 415.000 professionals op alle continenten. Voor het boekjaar 2022 bedroeg de omzet meer dan \$ 59,3 miljard.

Deloitte verwijst naar een Deloitte member firm, een of meer verbonden venootschappen, of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, een Britse 'private limited liability company' ('DTTL'). DTTL en alle aangesloten ondernemingen zijn juridisch afzonderlijke en onafhankelijke entiteiten. DTTL (ook wel 'Deloitte Global') levert geen diensten aan klanten. Surf naar <http://www.deloitte.com/about> voor een uitgebreidere beschrijving van de juridische structuur van DTTL en de aangesloten ondernemingen.