

Persbericht

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

De Belg verkiest nog steeds wagen met verbrandingsmotor

Studie van Deloitte toont aan dat Belgen nog niet gewonnen zijn voor elektrische wagen en dat één op drie nut van persoonlijk wagenbezit in twijfel trekt.

Brussel, België - 21 februari 2024

Deloitte stelt vandaag de nieuwste editie voor van zijn Global Automotive Consumer Study, een onderzoek bij meer dan 25 000 consumenten in meer dan 25 landen, waarvan 1000 Belgen, naar de belangrijkste uitdagingen in de autosector. Daaruit blijkt dat ondanks het stijgende aantal elektrische wagens, de Belgische particuliere consument blijft vasthouden aan de vertrouwde verbrandingsmotor. Het overstappen naar een elektrische wagen is vooral een kwestie van financiële hindernissen en zorgen over de actieradius. Daarnaast toont het rapport ook dat meer dan een derde van de consumenten twijfelt of het bezit van een eigen voertuig wel noodzakelijk is, gelet op hun gebruik van gedeelde mobiliteitsoplossingen.

Slechts 12% van de consumenten geeft voorkeur aan een batterij-elektrische wagen als volgende voertuig

De transitie naar emissievrije voertuigen blijft een belangrijke uitdaging voor het Belgische wagenpark. Hoewel het aantal elektrische wagens in ons land geleidelijk blijft stijgen, wordt dit voornamelijk gedreven door de zakelijke markt. Het onderzoek van Deloitte toont namelijk aan dat de verbrandingsmotor de favoriet blijft onder particulieren. Waar vorig jaar nog 39% van de ondervraagden een uitgesproken voorkeur uitte voor een benzine of diesel wagen als hun volgende voertuig, gaat het dit jaar zelfs om 41%, een licht stijging dus van 2%. Slechts 12% zou kiezen voor een batterij-elektrische wagen (BEV). Hybride wagens (17%) doen het beter, terwijl de plug-in hybrides (10%) iets minder populair zijn.

"Terwijl de bedrijfswagenmarkt evolueert naar een volledig elektrische toekomst, zijn particuliere consumenten nog niet overtuigd. De hoge aankoop prijs van BEV's is voor hen de grootste Barrière, meer dan in alle andere Europese landen. 70% van de consumenten die van plan zijn om een benzine - of dieselwagen te kopen, verwacht er minder dan 30.000 euro voor te betalen, terwijl slechts 48% van diegenen die een BEV kopen hetzelfde kunnen zeggen. Vandaag zijn er nog steeds maar een beperkt aantal modellen beschikbaar in deze prijsklasse, waarvan de meerderheid wordt geproduceerd door een merk van buiten de EU, terwijl de consumenten wachten op de lancering van een breder gamma BEV's in het komende jaar", zegt Aled Walker, Automotive Leader, Deloitte België.

"BEV's moeten betaalbarer worden om de consument te overtuigen over te schakelen, bijvoorbeeld door meer incentives of flexibele privéfinanciering en abonnementen. Slechts 24% van de Belgische consumenten noemt overheidsprikkels, subsidies en stimuleringsprogramma's als een belangrijke factor in hun beslissing om een BEV aan te schaffen, lager dan in alle andere Europese markten behalve het VK (21%). Ter vergelijking: in Frankrijk gaat het om 32% en in Duitsland om 30%. Bovendien is bijna de helft van de Belgische consumenten van plan om hun volgende auto te financieren met een lening of leasecontract, met veel interesse in langere looptijden om de maandelijkse betalingen onder controle te houden", vervolgt Aled Walker.

Belg wil minstens 400km rijbereik en thuis kunnen laden

Het aantal publieke laadpalen groeit ieder jaar en daarmee ook de bereidheid van mensen om ze te gebruiken. Toch valt het op dat mensen die een BEV overwegen, vooral plannen om deze thuis te zullen opladen, het gaat om maar liefst 65%. Een kleinere groep van 16% plant voornamelijk op het werk te laden en 18% bij publieke laadpalen.

Belgische consumenten zijn vrij pragmatisch als het aankomt op het vinden van een openbare laadplaats. Zo is 43% al tevreden met om het even welke openbare oplaadlocatie, zolang er maar een oplader beschikbaar is wanneer ze die nodig hebben, terwijl 15% de voorkeur geeft aan laden op straat, wat meer is dan in om het even welke andere Europese markt.

Gevraagd naar het belangrijkste aspect van de laadgeving, is een meerderheid van 31% het erover eens dat vooral een hoge laadsnelheid belangrijk is. Daarnaast moet de locatie makkelijk te vinden zijn (18%) en moeten de laadpalen eenvoudig in gebruik zijn (14%). Enigszins verrassend is dat slechts 2% de beschikbare voorzieningen (toilet, koffie, eten, ...) opgeeft als belangrijke factor, waardoor dit het minst belangrijke aspect is voor de laadgeving van de Belg.

Onder niet-BEV rijders blijkt na de hoge aanschafprijs, vooral het rijbereik een grote rol te spelen. Zo zegt de helft van ondervraagden dat het rijbereik hun grootste zorg is bij de overstap naar een EV. Slechts 1 op de 4 zou een BEV met een actieradius van minder dan 400 km als een reële optie beschouwen voor hun volgende voertuig.

Duurzaamheid wordt ook steeds belangrijker voor Belgische consumenten in hun zoektocht naar een wagen: 44% geeft aan dat het milieu een belangrijke factor is bij de keuze van hun volgende voertuig, terwijl drie op vier zich zorgen maakt over de end-to-end milieu-impact van een batterij van een elektrisch voertuig. Dit benadrukt de voortdurende behoefte aan duidelijk gedefinieerde duurzaamheidsstrategieën in de hele waardeketen van de auto-industrie.

Een op drie Belgen twijfelt aan nut eigen wagen

Terwijl veel Belgen nog twijfelen over de aankoop van een benzine-, diesel- of volledig elektrische auto, vraagt een derde zich af of het nog wel zin heeft om een auto te bezitten, gezien de opkomst van gedeelde mobiliteitsoplossingen. Al vertaalt dit zich nog niet in een significante verandering van het koopgedrag op de markt. Meer dan de helft van de consumenten erkent dat hoewel de overstap naar verschillende mobiliteitsoplossingen in België een uitdaging kan zijn, het aanvaardbaar is als het leidt tot een kortere reistijd.

De trend om opnieuw na te denken over autobezit wordt nog versterkt door het feit dat bijna een op de vijf consumenten (18%), vooral jongeren, interesse toont in een abonnement op een dienst voor autodelen. Kostencontrole (42%), gebruiksgemak (42%) en flexibiliteit (32%) zijn daarbij de belangrijkste drijfveren. Aan de andere kant zijn de beschikbaarheid van voertuigen (45%), het missen van het gevoel van eigendom (35%) en de angst voor hogere kosten (34%) de belangrijkste zorgen die consumenten hebben over gedeelde mobiliteitsoplossingen.

"Het is duidelijk dat het traditionele model van autobezit steeds meer in twijfel wordt getrokken. Meer dan een derde van de consumenten vraagt zich af of ze in de toekomst wel een auto moeten bezitten op basis van hun gebruik van gedeelde mobiliteitsoplossingen. Eén op de vier consumenten onder de 34 jaar zou wel eens helemaal willen afstappen van autobezit in ruil voor een autoabonnement. De bereidheid om autobezit te heroverwegen weerspiegelt een diepere verandering in de houding van consumenten, die nu meer waarde hechten aan flexibiliteit. Het is aan de industrie om niet alleen gelijke tred te houden met deze evolutie, maar deze ook te faciliteren met op maat gemaakte mobiliteitsdiensten die aan deze nieuwe consumentenbehoeften voldoen", aldus Aled Walker.

Global Automotive Consumer Study: www.deloitte.com/be/automotive-consumer

Over Deloitte's Global Automotive Consumer Study

De Global Automotive Consumer Study van Deloitte is een jaarlijks globaal onderzoek, uitgevoerd in oktober 2023, met meer dan 25 000 consumenten in meer dan 25 landen, waarvan 1000 Belgen. De studie biedt belangrijke inzichten in het consumentengedrag op het gebied van mobiliteit en de invloed daarvan op de mondiale autosector. Bezoek www.deloitte.com/be/automotive-consumer

Deloitte in België

Deloitte heeft meer dan 5.900 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 haar 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 2023 behaalde de organisatie een omzet van € 786 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 stevast 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 457.000 professionals op alle continenten. Voor het boekjaar 2023 bedroeg de omzet meer dan 64,9 miljard USD.



Deloitte verwijst naar een Deloitte member firm, een of meer verbonden vennootschappen, 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.