

Persbericht

Contactpersoon: Isabel Box
Functie: Senior Marketing & Communicatie Manager
Tel.: +32 (0)2 302 25 51
Mobiel: +32 (0)485 31 79 63
E-mailadres: ibox@deloitte.com

Belgische consumenten omarmen duurzame techgewoonten en houden digitale apparaten langer

Deloitte's Digital Consumer Trends report 2024 geeft inzicht in het gebruik van technologie, AI, streaming en connectiviteit onder Belgische consumenten.

Brussel, België – 5 november 2024

Vandaag lanceert Deloitte België de nieuwste editie van zijn *Digital Consumer Trends-rapport*, dat de meest recente ontwikkelingen in het digitale gedrag van Belgische consumenten analyseert. De studie onderzoekt het gebruik van digitale apparaten, streamingdiensten, generatieve AI-toepassingen en internetconnectiviteit. Deze inzichten illustreren hoe technologie diepgeworteld is in het dagelijks leven van de Belgische consument. Dit blijkt uit de belangrijkste inzichten - dat consumenten hun apparaten voor langere tijd gebruiken, dat videostreamingdiensten ondanks de stijgende kosten populairder zijn dan ooit, en dat generatieve AI steeds relevanter wordt, vooral in werkomgevingen.

Enkele hoogtepunten uit het rapport:

- **Consumenten gebruiken hun digitale toestellen voor langere periodes:** 46% van de Belgen is niet van plan om in de komende 12 maanden een nieuw elektronisch toestel te kopen en 31% van de Belgen heeft minstens één tweedehandstoestel. Dit benadrukt een toenemende trend naar een duurzamer gebruik van technologie.
- **De streamingmarkt herstelt zich na eerdere daling:** in 2024 is het aantal streamingabbonnementen enigszins gegroeid, ondanks prijschommelingen en toenemende concurrentie. 23% van de Belgen sloot vorig jaar een nieuw video-abbonnement af, terwijl 12% een bestaand abonnement opzegde.
- **Meer dan een derde van de werkende Belgen gebruikt generatieve AI (GenAI):** er is een sterke groei in het zakelijk gebruik, vooral om ideeën te genereren en informatie te zoeken. Toch ontbreekt het in veel organisaties nog aan actieve ondersteuning voor het gebruik van GenAI.
- **Stijgende tevredenheid over de internetkwaliteit:** 74% van de Belgische consumenten is tevreden over hun internetverbinding, een lichte verbetering ten opzichte van vorig jaar. De vraag naar betrouwbaarheid en dekking is groter dan die naar snelheid, vooral onder jongere generaties die vaker kiezen voor mobiel breedband als hun belangrijkste verbinding.

Consumenten gebruiken digitale apparaten steeds langer

De adoptie van smartphones (94%), smart-tv's (58%), wearables (37%) en spraakgestuurde luidsprekers (11%) bereikte in 2024 een recordhoogte. Hieruit blijkt dat slimme apparaten een steeds belangrijkere rol spelen in het dagelijks leven. In België blijft de smartphone het meest gebruikte elektronische apparaat; bijna alle respondenten gebruiken hun telefoon dagelijks. Vooral smart-tv's winnen aan populariteit: 58% van de respondenten bezit een smart-tv en vier op de vijf gebruikt het apparaat ook dagelijks. Als gevolg hiervan worden smart-tv's nu meer gebruikt dan laptops en tablets. De adoptie van VR-headsets daarentegen stagneert. De grootte en hoge kosten van VR-headsets beperken de wijdverbreide acceptatie, ondanks het potentieel van VR/AR-technologie.

Uit het onderzoek blijkt ook dat bijna de helft van de consumenten (46%) de komende 12 maanden geen nieuwe apparaten wil kopen, wat kan wijzen op een trend naar duurzamer consumentengedrag. Wie het komende jaar wel een toestel wil kopen, denkt vooral aan een smartphone (14%).

"De vraag naar nieuwe functies lijkt af te nemen, omdat consumenten hun apparaten langer gebruiken, vaak oude telefoons als reserve bijhouden en steeds vaker kiezen voor tweedehands of opgeknapte apparaten. Zo heeft 31% van de Belgen minstens één tweedehandstoestel, waarbij tweedehandsbezit vooral populair is in Brussel (44%) en minder in Vlaanderen (26%). Deze trend benadrukt de noodzaak voor technologiebedrijven om in te spelen op de vraag naar duurzame en circulaire producten, bijvoorbeeld door refurbishment- en recyclingprogramma's aan te bieden", zegt Vincent Fosty, Technology, Media & Telecommunications Industry Leader bij Deloitte.

Streamingmarkt herstelt zich na eerste daling ooit in 2023

De markt voor streamingabonnementen toont veerkracht in 2024, met een lichte groei na een daling in 2023. 23% van de Belgen nam het afgelopen jaar een nieuw video-abonnement, terwijl 12% er een opzegde. Prijsoverwegingen, veranderende inhoudsvoorkeuren en toenemende concurrentie tussen streamingdiensten, vooral van nieuwkomers zoals HBO Max, dragen bij aan deze voortdurende abonnementswijzigingen.

De helft (49%) van de Belgische consumenten heeft nu een video-abonnement, waarbij Netflix een dominante positie inneemt, aangezien vier op de tien Belgen (39%) momenteel geabonneerd zijn op het platform. Voor muziekstreaming heeft een derde (33%) van de Belgen een abonnement. Spotify loopt voorop met meer dan de helft van alle muziekabonnementen. Hoewel de groei van de consumptie van digitale content in België aanzienlijk is, blijft het aantal abonnementen lager dan in landen als het Verenigd Koninkrijk. Daar is maar liefst 75% van de consumenten geabonneerd op videostreamingdiensten (zoals Netflix of Disney+) en heeft de helft (50%) een abonnement op muziekstreaming. Deze cijfers duiden op een groeipotentieel voor de Belgische markt in vergelijking met landen met een hogere streamingpenetratie.

Door maatregelen om het delen van videostreamingaccounts te beperken, is 15% van de Belgische consumenten gestopt met het delen van hun account met andere huishoudens. Dit effect is vooral merkbaar bij jongere gebruikers: ongeveer een derde van de respondenten tussen 18 en 34 jaar is gestopt met het delen van accounts, terwijl slechts 3-6% van de oudere leeftijdsgroepen dit heeft gedaan, wat aangeeft dat vooral jongere mensen accounts deelden vóór de invoering van de maatregel. Ondanks deze veranderingen is het aantal opzeggingen van abonnementen nauwelijks gestegen, aangezien huishoudens ervoor kiezen zich te abonneren, waardoor potentiële verliezen voor streamingplatforms beperkt blijven.

Meer dan een op de drie werkende Belgen gebruikt Gen AI

Gen AI wint snel terrein in België: 58% van de Belgen is vertrouwd met tools zoals ChatGPT en Microsoft Copilot - een stijging van 14 procentpunten ten opzichte van vorig jaar. Meer dan een derde van de respondenten heeft al gebruik gemaakt van generatieve AI, waarbij de technologie vooral wordt omarmd door jonge 'digital native' generaties. Op de werkplek zien we ook een sterke adoptie, met 38% van de gebruikers die AI inzet voor professionele doeleinden, waarbij taken zoals het genereren van ideeën (41%) en het ophalen van informatie (41%) de belangrijkste toepassingen zijn.

Hoewel generatieve AI aanzienlijke productiviteitsvoordelen biedt, ervaren veel gebruikers nog steeds barrières. Bijna 40% gebruikt AI sporadisch, vaak vanwege twijfels over de betrouwbaarheid van antwoorden (15%) en zorgen over dataprivacy (11%). Bovendien vreest de helft van de respondenten dat AI in de toekomst banen zal vervangen, terwijl meer dan de helft zegt minder vertrouwen te hebben in door AI gegenereerde communicatie, zoals e-mails of interacties met de klantenservice. Deloitte benadrukt het belang van governance en training om risico's zoals de 'hallucination bias' te beperken en het vertrouwen in deze technologie te versterken.

Stijgende tevredenheid over internetkwaliteit bij Belgische consumenten

In totaal zegt 74% van de ondervraagden tevreden te zijn met hun internetverbinding, tegenover 71% in 2023. Opvallend is dat jongere gebruikers over het algemeen kritischer zijn en hogere eisen stellen aan hun verbinding, maar over het algemeen biedt de internetkwaliteit in België voldoende ondersteuning voor toepassingen zoals streaming en videogesprekken. Interessant is dat 62% van de Belgen thuis hun internetsnelheid niet kent, met een bijzonder laag bewustzijn bij vrouwen (77%) en ouderen (73% bij 65-75-jarigen). Belgen lijken zich meer zorgen te maken over betrouwbaarheid en dekking dan over snelheid, wat de adoptie van flexibele alternatieven zoals mobiele data als belangrijkste verbinding onder jongere generaties versterkt. Voor 18- tot 24-jarigen is data via mobiele netwerken een aantrekkelijk alternatief, vooral vanwege hun mobiliteit en behoefte aan betaalbare, flexibele opties.

De adoptie van 5G neemt toe: 45% van de Belgen gebruikt het momenteel, vergeleken met 34% in 2023. Toch ervaren slechts twee op de vijf gebruikers een merkbare verbetering ten opzichte van 4G.

Link naar het volledige rapport: www.deloitte.com/be/digital-consumer-trends

Deloitte in België

Deloitte heeft meer dan 5.700 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 2024 behaalde de organisatie een omzet van € 819,4 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 460.000 professionals op alle continenten. Voor het boekjaar 2024 bedroeg de omzet 67,2 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.