

Persbericht

Datum: 26 februari 2026

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

Onderwerp: Automotive consumer study

De inkomenskloof biedt een antwoord op de trage adoptie van BEV in België

Uit een onderzoek van Deloitte blijkt dat de voorkeur voor elektrische voertuigen bij particulieren in België laag blijft, grotendeels gedreven door consumenten met een lager inkomen die hogere kosten en een beperkte tweedehandsmarkt als obstakels voor adoptie ervaren.

Belangrijkste punten:

- De adoptie van batterij-elektrische voertuigen (BEV) in België blijft stabiel, met 12% die het als voorkeur aangeeft voor hun volgende voertuig, tegenover 11% in 2025.
- De adoptie is ongelijk verdeeld over verschillende demografische groepen in België, waarbij 59% van de huishoudens met een lager inkomen de voorkeur geeft aan voertuigen met een verbrandingsmotor (ICE) voor hun volgende aankoop, terwijl slechts 6% een BEV overweegt.
- Belgische consumenten tonen de grootste interesse in de tweedehandsmarkt (37%) en lijken minder geneigd loyaal te blijven aan een merk, wat wijst op een sterke prijsgevoeligheid.
- Consumenten in België hechten de meeste waarde aan verbonden functies die de veiligheid en beveiliging verbeteren, ondanks dat de zorgen over het delen van gegevens hoog blijven.
- In vergelijking met buurlanden zijn Belgen het meest terughoudend ten aanzien van softwaregedefinieerde voertuigen, maar zijn ze geïnteresseerd in Over The Air (OTA)-mogelijkheden die het potentieel hebben om de levensduur van voertuigen te verlengen.

Brussel, 26 februari 2026

Deloitte heeft zijn nieuwste editie van de Global Automotive Consumer Study uitgebracht, een onderzoek onder meer dan 28.000 particuliere consumenten wereldwijd, waaronder 1.004 Belgische respondenten. De studie biedt inzicht in consumentenvoorkeuren voor batterij-elektrische voertuigen (BEV's), veranderende aankoopintenties en veranderende houdingen ten opzichte van software en functionaliteiten in het voertuig. Hoewel de bevindingen aangeven dat Belgische consumenten vasthouden aan hun voorkeur voor benzine- en dieselveertuigen, laat een nadere blik op de gegevens zien dat deze voorkeur grotendeels wordt gedreven door consumenten met een laag inkomen (degenen met een jaarinkomen van minder dan €27.000).

Drie vijfde van de consumenten met een laag inkomen geeft de voorkeur aan een verbrandingsmotor (ICE) voor hun volgende voertuig

Over alle demografische groepen heen geeft 45% van de consumenten de voorkeur aan een benzine- of dieselveertuig als hun volgende auto, tegenover 31% voor hybride voertuigen en 12% voor batterij-elektrische voertuigen (BEV's). Dit toont aan dat er vraag is naar verschillende voertuigtechnologieën. Voor prijsbewuste Belgen blijft de hogere prijs van elektrische voertuigen de grootste zorg (43%) die hen weerhoudt van een aankoop, terwijl lagere brandstofkosten de grootste motivatie (37%) zijn om er wel een te kopen. Ondanks de groeiende beschikbaarheid van BEV's en het potentieel dat ze hebben om consumenten op de lange termijn te helpen besparen op brandstofkosten, blijven ze voor een groot deel van de bevolking onbereikbaar.

Consumenten met een laag inkomen geven overduidelijk de voorkeur aan een verbrandingsmotor (ICE) voor hun volgende voertuig (59%), terwijl slechts 37% van de consumenten met een hoog inkomen (met een jaarinkomen van €48.100 en hoger) diezelfde voorkeur deelt. Daarentegen overweegt een vijfde van de grootverdieners een BEV als volgende voertuig, terwijl slechts 6% van de laagverdieners dat aangeeft. Consumenten met een middeninkomen (tussen €27.000 en €48.099) zitten er tussenin, met 44% die een ICE prefereert en een tiende die een BEV overweegt. Onder alle Belgische inkomensgroepen waren productkwaliteit en prijs de twee belangrijkste factoren die hun volgende voertuigkeuze beïnvloedden, waarbij meer dan de helft (51%) aangaf dat deze factoren het belangrijkste voor hen waren, gevolgd door de voertuigprestaties (27%).

“Belgische consumenten zijn nog steeds sterk prijsgericht,” zegt **Aled Walker, Automotive Leader bij Deloitte België**. “Consumenten blijven voertuigen vragen in alle aandrijflijnopties, van de traditionele verbrandingsmotor tot hybride en elektrische technologieën. Hoewel de adoptie van BEV's stagneert, geven consumenten aan dat de potentiële brandstofbesparingen de grootste drijfveer zijn om een BEV te kopen, terwijl de hogere prijs de grootste belemmering blijft. Een nadere blik op de data laat zien dat er een groot verschil is tussen de houding van consumenten met het hoogste en het laagste inkomen, waarbij slechts 6% van de consumenten met een laag inkomen een BEV overweegt tegenover een vijfde van de huishoudens met een hoog inkomen. Met andere woorden, de potentiële voordelen van elektrificatie, zoals lagere langetermijncosten en toegang tot nieuwe duurzame technologieën, concentreren zich vooral bij hogere inkomensgroepen. Als deze ongelijkheid niet wordt aangepakt, bestaat het risico dat de overgang naar emissievrije mobiliteit een bredere sociale kloof in België versterkt.”

Belgen winkelen liever op de tweedehandsmarkt, maar de beschikbaarheid van BEV's is beperkt

De prijsgevoeligheid van Belgen wordt verder bevestigd door de groeiende interesse in de tweedehands automarkt en het gebrek aan merkloyaliteit. Consumenten tussen 18 en 34 jaar (55%), laagverdieners (52%) en vrouwen (44%) kiezen vaker voor een gebruikte auto dan voor een nieuwe. BEV's zijn echter nog niet in grote aantallen op de tweedehandsmarkt aanwezig.

Onzekerheid over de batterijconditie en mogelijke vervangingskosten maken gebruikte BEV's ook een risicovolle keuze voor huishoudens met een beperkte financiële buffer. In dit kader blijven bijna nieuwe en gecertificeerde tweedehands ICE-voertuigen de voorspelbare en voorkeursoptie. Er is ook een duidelijk verschil in betaalwijze tussen nieuwe en gebruikte auto's: 80-82% van de gebruikte auto's wordt contant betaald, terwijl 80,5% van de nieuwe auto's via een lening wordt aangeschaft.

Daarnaast zijn Belgen over het algemeen niet merkloyaal; 48% rijdt in een auto van een ander merk dan hun vorige voertuig. Bij het rangschikken van factoren die hun aankoopbeslissingen beïnvloeden, gaf slechts iets meer dan een kwart aan dat merkbekendheid (26%) belangrijk was, terwijl 16% meldde dat merkimage een belangrijke factor is bij hun volgende aankoop.

“De sterke voorkeur voor tweedehands voertuigen toont aan dat betaalbaarheid de echte bottleneck is voor veel Belgische huishoudens,” **voegt Aled Walker, Automotive Leader bij Deloitte België toe.** “Om ervoor te zorgen dat ook consumenten met een lager inkomen toegang krijgen tot emissievrije mobiliteit, zou de tweedehandsmarkt voor BEV’s baat hebben bij meer transparantie en ondersteuning rondom batterijconditie, garanties en prijsstelling, voortbouwend op bestaande initiatieven om het vertrouwen in de markt te versterken.”

Belgische consumenten zijn het minst overtuigd van het waargenomen nut van softwaregedefinieerde voertuigen

Van alle onderzochte Europese landen bleken Belgische consumenten het minst geïnteresseerd in het idee dat hun volgende auto tijdens de levensduur aangepast kan worden en van extra functies kan worden voorzien. Twee vijfde vond dit niet nuttig (40%), terwijl 31% het wel nuttig vond. De interesse van consumenten om hun voertuigen te gebruiken als platform voor geïntegreerde diensten blijft laag in Europa, vooral vergeleken met landen zoals China. België en Nederland tonen de minste interesse, met slechts 19% in beide markten die hierin geïnteresseerd is.

Wat extra functies betreft, zijn Belgische consumenten bereid te betalen voor Over The Air (OTA) update-mogelijkheden waarmee ze functies kunnen toevoegen die de voertuiggezondheid en onderhoudsmonitoring verbeteren (45%), de veiligheid en beveiliging verhogen (43%) en rijhulpsystemen bieden (40%). Minder dan een derde van de Belgische consumenten gaf aan dat ze geneigd zouden zijn AI-gestuurde voertuigaanpassingen te gebruiken (30%), lager dan de consumenten in buurlanden. Een groot deel zou hun voertuig langer houden als updates gedurende het eigenaarschap doorgingen, waarmee software een belangrijke hefboom wordt om loyaliteit te vergroten en software-gedreven inkomstenmogelijkheden uit te breiden.

Voor Belgische consumenten is de grootste zorg rondom het delen van gegevens met fabrikanten en verzekeringsmaatschappijen de data van camera’s in de cabine (46%), gevolgd door gegevens die worden gesynchroniseerd vanaf verbonden apparaten (45%), gegevens met betrekking tot het gebruik van verbonden diensten (45%) en biometrische data van sensoren in de cockpit (44%).

Geautoriseerde dealers blijven de voorkeurslocatie voor onderhoud

Belgen geven prioriteit aan servicekwaliteit, vertrouwen en transparantie bij het kiezen en beoordelen van voertuigserviceproviders, wat mogelijk verklaart waarom de meerderheid van de Belgen een dealer kiest voor onderhoud (68%). Hoewel een vertrouwensrelatie (21%) en kwaliteit van het werk (18%) de belangrijkste drijfveren waren om voor deze dienstverlener te kiezen, zijn de belangrijkste aspecten van de onderhoudservaring de kosten (28%), de transparantie over de prijzen (14%) en het niveau van de klantenservice (14%). Uiteindelijk hechten Belgische autobezitters waarde aan duidelijke, eerlijke en goed toegelichte onderhoudsresultaten.

Link naar het volledige rapport: www.deloitte.com/be/automotive-study

Deloitte in België

Deloitte heeft meer dan 5.400 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 2025 behaalde de organisatie een omzet van € 822,2 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 470.000 professionals op alle continenten. Voor het boekjaar 2025 bedroeg de omzet 70,5 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.