

Persbericht

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

Interesse in voertuigen met verbrandingsmotor neemt toe omdat Belgen aarzelen over EV-adoptie

Uit onderzoek van Deloitte blijkt dat bijna de helft van de Belgische particuliere consumenten de voorkeur geeft aan benzine- of dieselauto's boven batterij-elektrische voertuigen (BEV's), daarbij verwijzend naar hoge initiële kosten en zorgen over opladen - een stijging van vier procentpunten ten opzichte van vorig jaar.

Belangrijkste punten:

- 45% van de Belgische consumenten geeft nog steeds de voorkeur aan benzine- of dieselveertuigen, tegenover 41% vorig jaar, terwijl slechts 11% zou kiezen voor een batterij-elektrisch voertuig (BEV). De belangstelling van consumenten voor BEV bleef de afgelopen drie jaar stabiel, ondanks dat er meer modellen op de markt kwamen en de toegenomen oplaadinfrastructuur.
- Hoge initiële kosten (49%) en oplaadproblemen (43% range anxiety, 40% oplaadtijd) blijven de grootste belemmeringen voor de EV-adoptie.
- Minder dan 20% van de respondenten is van plan om binnen het komende jaar een voertuig te kopen, terwijl bijna de helft van de consumenten van plan is tussen de één en vijf jaar te wachten
- Bijna de helft van de Belgische consumenten vindt de integratie van Apple CarPlay en Android Auto essentieel voor hun volgende auto
- Een op de drie jonge en stedelijke consumenten staat open voor Mobility-as-a-Service (MaaS) als flexibel alternatief voor particulier autobezit.

Brussel, 11 februari 2025 – Deloitte heeft zijn nieuwste editie van de *Global Automotive Consumer Study* gepubliceerd, een enquête bij meer dan 30.000 particuliere consumenten wereldwijd, waaronder 1.000 Belgische respondenten. Het onderzoek geeft inzicht in de voorkeuren van consumenten voor batterij-elektrische voertuigen (BEV's), veranderende aankoopintenties en de groeiende rol van alternatieve mobiliteitsoplossingen. De bevindingen geven aan dat Belgische consumenten de aankoop van auto's uitstellen en nog steeds de voorkeur geven aan benzine- en dieselveertuigen boven BEV's. Ondertussen staan jongere en stedelijke consumenten steeds meer open voor flexibele, gedeelde mobiliteitsoplossingen, maar de kosten blijven een belangrijke factor bij de besluitvorming.

45% van de Belgische consumenten geeft nog steeds de voorkeur aan ICE voor hun volgende auto - een stijging van vier procentpunten ten opzichte van vorig jaar

Ondanks de groeiende beschikbaarheid van elektrische voertuigen **geeft 45% van de Belgische consumenten nog steeds de voorkeur aan een benzine- of dieselmotor voor hun volgende auto**, een stijging ten opzichte van 41% vorig jaar en 39% in 2023. Daarentegen zou slechts 11% voor een BEV kiezen. In vergelijking met andere Europese landen is dit cijfer echter relatief hoog: Frankrijk (9%), Spanje (7%) en het VK (8%) rapporteren allemaal lagere BEV-preferentiepercentages. Alleen Duitsland (14%) scoort hoger onder particuliere consumenten. De hoge initiële kosten blijven de grootste barrière, genoemd door 49% van de respondenten, gevolgd door angst voor actieradius (43%) en zorgen over de oplaadtijd (40%).

De toegankelijkheid van opladen speelt ook een belangrijke rol: 65% van de consumenten geeft er de voorkeur aan thuis op te laden, 17% op het werk en 17% vertrouwt op parkeren op straat. Ter vergelijking: 80% van de Britse consumenten laadt thuis, gevolgd door 71% in Duitsland, terwijl België nauw aansluit bij Frankrijk en Nederland.

*"De hoge initiële kosten blijven de grootste hindernis voor Belgische consumenten bij het overwegen van een overstap naar EV's", zegt **Aled Walker, Automotive Leader bij Deloitte België**. "Bijna de helft van de respondenten noemt betaalbaarheid als hun voornaamste zorg, en voor velen wordt de financiële kloof tussen traditionele voertuigen met verbrandingsmotor en EV's nog steeds als te groot beschouwd. Bovendien blijft de toegankelijkheid van opladen een belangrijke barrière, met name voor stadsbewoners en huishoudens met een lager inkomen die geen toegang hebben tot particulier thuisladen. Terwijl 65% van de consumenten er de voorkeur aan geeft om thuis op te laden, moeten degenen zonder oprit of garage - ongeveer 35% - vertrouwen op openbare oplaadinfrastructuur, maar dit kan vaak aanzienlijk duurder zijn om op te laden. Het aanpakken van deze financiële en infrastructurele uitdagingen zal essentieel zijn om de adoptie van EV's in België vooruit te helpen."*

Lagere brandstofkosten drijven de interesse in EV's op - vrouwen overwegen minder vaak BEV

Hoewel **50% van de respondenten die geïnteresseerd zijn in BEV's zich aangetrokken voelen tot elektrische voertuigen vanwege de lagere brandstofkosten**, wordt milieuzorg steeds minder een doorslaggevende factor: slechts 37% noemt duurzaamheid als een belangrijke reden om over te stappen. Jongere generaties blijven het meest milieubewust, maar voor de meeste consumenten hebben financiële overwegingen voorrang. Bovendien vindt 28% van de respondenten EV's aantrekkelijk vanwege hun soepele rijervaring en lagere onderhoudskosten, terwijl nog eens 28% zich zorgen maakt over mogelijke nieuwe belastingen of heffingen op voertuigen met een verbrandingsmotor (ICE).

De studie wijst ook op een opmerkelijke genderkloof in de EV-adoptie. **Vrouwen en huishoudens met een laag inkomen overwegen aanzienlijk minder vaak BEV's**, voornamelijk vanwege een voorkeur voor tweedehands voertuigen, beperkte toegang tot thuisladen en een gebrek aan kennis over EV-technologie. Gemiddeld zou 11% van de Belgische consumenten kiezen voor een BEV voor hun volgende auto, maar dit cijfer stijgt tot 14% bij mannen, terwijl het daalt tot slechts 8% bij vrouwen, wat een duidelijke kloof in adoptiepercentages onderstreept.

Wanneer er gevraagd wordt naar de **belangrijkste factoren bij het opladen van EV's**, geeft 36% van de respondenten prioriteit aan snelle oplaadtijden, gevolgd door gebruiksgemak (17%) en toegankelijkheid van de locatie (10%). Met name vrouwen zijn de enige groep die persoonlijke veiligheid in hun top drie van zorgen plaatst. Dit komt ook tot uiting in hun voorkeuren voor oplaadlocaties, waarbij 24% van de vrouwelijke respondenten de voorkeur geeft aan traditionele tankstations met EV-opladers boven speciale EV-oplaadhubs.

Bijna de helft van de Belgische consumenten vindt de integratie van Apple CarPlay en Android Auto essentieel voor hun volgende auto

De studie benadrukt ook de toenemende rol van **connectiviteit en artificiële intelligentie (AI)** in moderne voertuigen, waarbij consumenten een naadloze integratie met hun digitale ecosystemen verwachten. Ondanks de inspanningen van autofabrikanten om propriëtaire geconnecteerde diensten te promoten, vindt bijna de helft van de Belgische consumenten (48%) de integratie van Apple CarPlay en Android Auto essentieel bij het kiezen van hun volgende auto. Deze voorkeur suggereert dat consumenten vertrouwde, gebruiksvriendelijke oplossingen voorrang geven boven fabrikantspecifieke systemen.

Naast infotainment **winnen AI-gestuurde veiligheids- en voertuigbeheerfuncties aan populariteit** bij Belgische consumenten. Uit het onderzoek blijkt dat er een groeiende bereidheid is om extra te betalen voor functies die de veiligheid en het gemak verbeteren. Meer dan de helft van de respondenten geeft aan extra te willen betalen voor noodhulp (54%), automatische detectie van voertuigen en voetgangers (53%) en antidiefstalvolgsystemen (52%). Ondanks dit enthousiasme voor AI-aangedreven rijhulpmiddelen blijft het vertrouwen in gegevensbeheer echter een belangrijke barrière. Terwijl 31% van de consumenten erop vertrouwt dat autodealers met hun gegevens omgaan, vertrouwt 20% geen enkele entiteit om de informatie van hun voertuig veilig te beheren.

Autokopers stellen hun volgende aankoop uit – ICE blijft eerste keuze

De Belgische particuliere markt voor nieuwe auto's kampt nog steeds met vertragingen, waarbij veel consumenten de aankoop van hun volgende auto met één tot vijf jaar uitstellen. Volgens het onderzoek is **minder dan 20% van de respondenten van plan om binnen het komende jaar een voertuig aan te kopen, terwijl bijna de helft van de consumenten van plan is tussen de één en vijf jaar te wachten**. Deze trend geeft aan dat de Belgische particuliere automarkt zich nog niet volledig heeft hersteld, vooral in vergelijking met buurlanden als Frankrijk, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk, waar meer dan 20% van de consumenten van plan is om binnen zes maanden tot een jaar een nieuwe auto te kopen.

De tweedehandsmarkt is cruciaal, vooral voor jongere kopers, vrouwen en huishoudens met een lager inkomen, die de voorkeur geven aan gecertificeerde tweedehands (CPO) of oudere gebruikte auto's vanwege de betaalbaarheid. Batterij-elektrische voertuigen (BEV's) blijven beperkt aanwezig op de tweedehandsmarkt, waarbij de vraag naar ICE-voertuigen aanzienlijk hoger is, waardoor de kosten een belangrijke belemmering voor elektrificatie vormen.

"Gezien de economische context en de onzekerheid over nieuwe technologieën wordt de markt voor tweedehandsauto's steeds belangrijker: 1 op de 5 Belgische consumenten die vandaag in een nieuwe auto rijdt, is van plan om vervolgens een tweedehandsauto te kopen", zegt Aled Walker, Automotive Leader bij Deloitte België. "EV's blijven echter een zeer klein percentage van de markt voor gebruikte auto's, waarbij slechts 5% de voorkeur geeft aan een BEV, vergeleken met 20% van degenen die op zoek zijn naar een nieuwe auto. Tegenwoordig maken veel consumenten zich nog steeds zorgen over de kosten van batterijvervanging en de onzekere restwaarde. De beschikbaarheid van betaalbare en betrouwbare BEV's op de tweedehandsmarkt zou een belangrijke factor kunnen zijn om emissievrije mobiliteit voor iedereen toegankelijk te maken."

Ondanks de veranderende mobiliteitstrends blijft het privébezit van een voertuig centraal staan bij de Belgische consument: 68% gebruikt zijn auto minstens wekelijks. Terwijl 52% van de respondenten nog niet klaar is om het autobezit op te geven, toont een op de drie jonge consumenten (18-34) en stadsbewoners interesse in Mobility as a Service (MaaS) als alternatief.

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

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 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 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.