

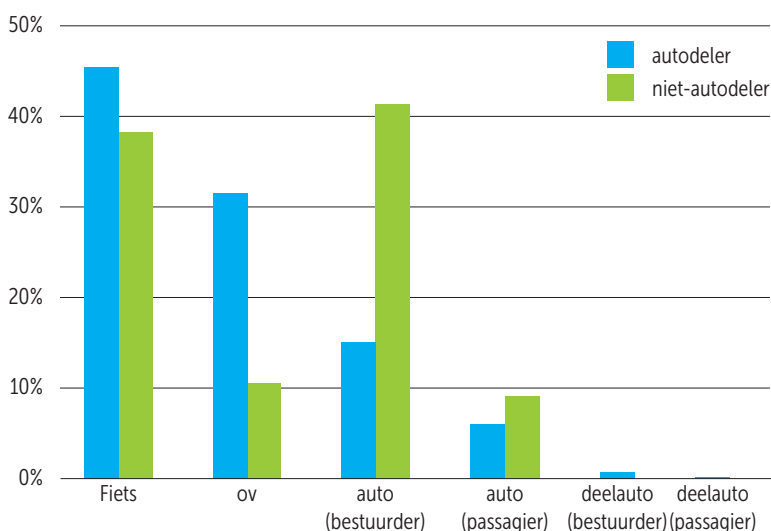
3 Wie is de autodeler?

Profiel van de autodeler

De groep autodelers is nog klein: 1 procent van de Nederlanders ouder dan achttien jaar. Vaak zijn het starters in stedelijke gebieden. Ze zijn ten opzichte van de gemiddelde Nederlander vaker hoog opgeleid, autoloos en ze zijn alleenstaand of hebben een gezin met jonge kinderen.

typering	autodelers	Nederlands publiek 18+
leeftijd 25-44 jaar	49%	27%
woont in stedelijk gebied	78%	47%
is alleenstaand	25%	9%
heeft gezin met kleine kinderen	25%	18%
is hoogopgeleid	62%	27%
heeft geen auto	50%	9%
doet veel samen met vrienden	45%	23%
gebruikt minimaal 1x/jaar het ov	95%	64%
heeft ov-abonnement	65%	35%
heeft affiniteit met de participatiesamenleving	80%	43%

Bron: TNS-NIPO



Vervoerwijzekeuze woon-werk en woon-school (verplaatsingen).
Bron: TNS-NIPO (2014) en CBS (2012). Bewerking door CROW-KpVV.

Andere kenmerken van autodelers:

- ze hebben een actief sociaal leven;
- veel autodelers (78 procent) hebben vrienden die ook aan autodelen doen;
- autodelen maakt deel uit van de sociale identiteit. Het is iets waar autodelers zich mee kunnen onderscheiden;
- op de meer functionele aspecten (kosten, beter voor het milieu, oplossing voor parkeerprobleem, minder gedoe) hebben autodelers nagenoeg dezelfde mening als niet-autodelers.

Reisgedrag van autodelers

- Ze fietsen meer en pakken vaker het openbaar vervoer.
- Ongeveer de helft wisselt het gebruik van de eigen auto af met het gebruik van een deelauto.
- Voor autodelers is het gebruik van de deelauto een bewuste keuze. Als er in het huis houden wel een auto beschikbaar is, is dit wellicht minder het geval, maar dan moet er vaker overlegd worden, wat dwingt tot het maken van bewustere keuzes.
- Deelauto's worden met name gebruikt voor incidentele verplaatsingen. Dit zijn vaak langere ritten. Voor korte ritten is de deelauto minder aantrekkelijk. Er zijn wel verschillen: zo is Car2Go alleen te gebruiken in Amsterdam en Amstelveen.
- Voor het woon-werkverkeer wordt de deelauto bijna nooit gebruikt. Wel voor de incidentele zakelijke rit.
- De deelauto wordt gebruikt voor een dagje uit of het bezoeken van familie en vrienden.
- De auto's die autodelers wegdeden, waren gemiddeld 9,6 jaar oud: twee jaar ouder dan het gemiddelde Nederlandse wagenpark.

Klassiek versus peer-to-peer (KiM, 2015):

- Klassieke autodelers zijn gemiddeld genomen wat ouder dan peer-to-peer autodelers.
- Peer-to-peer carsharing is vooral gewild onder jonge alleenstaanden.
- Klassieke autodelers zijn hoger opgeleid;

onder peer-to-peer autodelers zijn er meer lager opgeleiden.

- Bijna 60 procent van de klassieke autodelers heeft geen auto. Bij peer-to-peer carsharing is dit bijna 40 procent.

Onbekend maakt onbemind

De bekendheid van autodelen is hoog, maar de groep autodelers is nog klein. Zie de onderstaande grafiek.

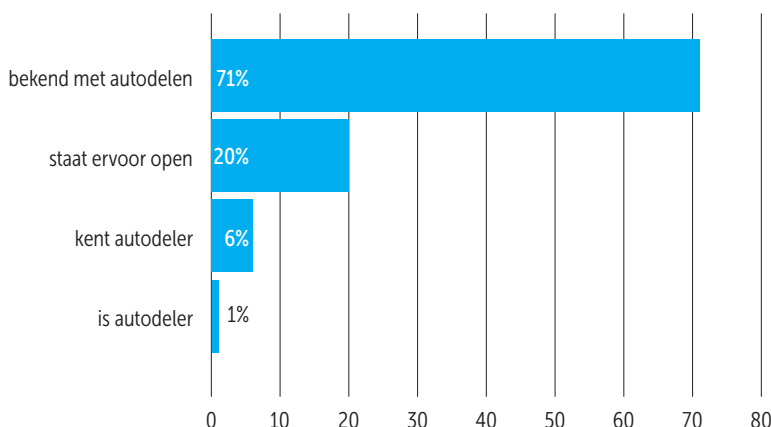
Greenwheels is de bekendste aanbieder: 51 procent van de Nederlanders kent deze organisatie. Greenwheels wordt gevolgd door Car2Go (11 procent), MyWheels (6 procent), ConnectCar (5 procent) en SnappCar (4 procent) (TNS-NIPO, 2014). Sommige aanbieders werken alleen lokaal. Zo zijn er elektrische deelautoconcepten in Lochem, Den Bosch en Maastricht.

Zo'n 20 tot 35 procent van de Nederlanders kent anderen die autodelen, heeft zich erop georiënteerd en/of vindt dat autodelen bij hem past.

Toekomst: nieuwe doelgroepen

Hoe zal autodelen zich ontwikkelen in de toekomst? Dat is moeilijk te zeggen, maar de verwachting is dat autodelen zal blijven groeien. De ontwikkelingen gaan snel en er ontstaan nieuwe vormen van autodelen. Daarmee komt autodelen binnen het bereik van een grotere groep mensen.

Autodelen is nog een niche. Maar de belangstelling is groot. 19 Procent van de Nederlanders staat open voor autodelen. Als 5 procent van deze groep daadwerkelijk gaat delen, leidt dat al tot een verdubbeling van het aantal gebruikers. De barrières voor potentiële autodelers zijn vooral praktisch van aard.



Bron: TNS-NIPO (2014)

Barrières om te gaan autodelen:

- Het bezit van een eigen auto is de meest genoemde reden (40 procent) om niet te delen.
- In hoeverre dit echt een argument is, is overigens de vraag: de helft van de autodelers heeft immers ook een eigen auto.
- 23 Procent zegt dat het er nog niet van is gekomen.
- 16 Procent weet nog onvoldoende over de mogelijkheden.

Barrières voor potentiële autodelers om de eigen auto te delen met anderen:

(een potentiële autodeler kan iemand zijn die een deelauto wil huren of verhuren):

- 1 privacy (iemand anders rijdt in mijn auto): 54 procent;
- 2 zorgen (in welke staat krijg ik mijn auto terug?): 50 procent;
- 3 twijfels (over bijvoorbeeld de dekking van de verzekering): 57 procent;

Slechts 42 procent van de verhuurders beveelt anderen het verhuren van de eigen auto aan.

52 Procent van de potentiële autodelers heeft een positieve grondhouding, maar er lijkt sprake te zijn van koudwatervrees. Volgens SnappCar zijn mensen die hun auto verhuren, hier juist erg enthousiast over. Ze delen omdat ze het een duurzame oplossing vinden en omdat ze graag anderen helpen.

Wat helpt mensen over de drempel heen?

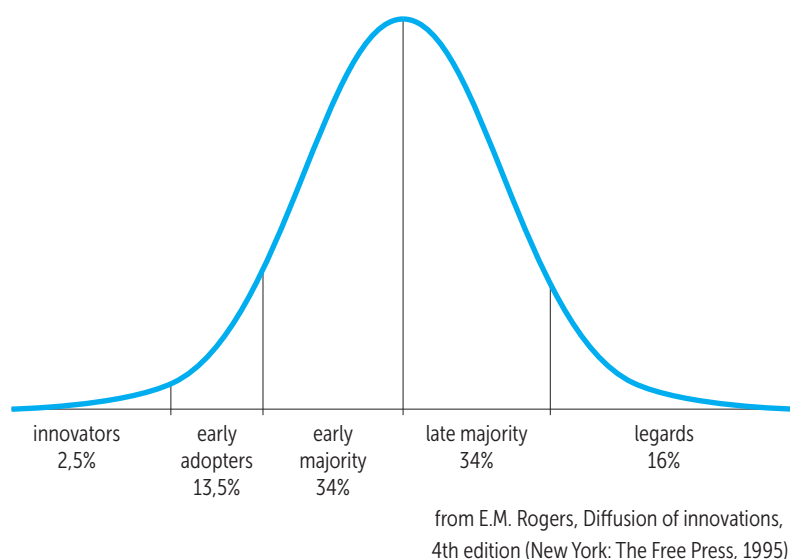
Autodelen wordt gezien als oplossing:

- als de eigen auto te duur wordt (46 procent);
- als de eigen auto moet worden vervangen (26 procent);
- als het bij je past;
- als je mensen kent die ook autodelen;
- bij combi-arrangementen, zoals het aanbod van NS en Greenwheels.

Wanneer breekt autodelen echt door?

De Bell Curve gaat over de mate waarin mensen nieuwe producten en diensten gebruiken en onderscheid vijf soorten mensen. De Bell Curve maakt duidelijk in welke ontwikkelingsfase een product of dienst zich bevindt:

- Innovators zijn pioniers die iets nieuws als eerste proberen.
- Early adopters zijn mensen die voorop lopen



Categories of innovativeness.

Bron: Wikipedia.

met het gebruik van nieuwe producten die bewezen zijn en waarschijnlijk de markt gaan halen.

- De early majority loopt voor op de grote meerderheid, maar richt zich uitsluitend op volwaardige consumentenproducten.
- De late majority is de tweede golf, die pas aanhaakt als iets echt groot geworden is.
- Laggards zullen het product of de dienst nooit omarmen.

De grote massa is nog niet toe aan autodelen. Wanneer de trend doorzet, bestaat de mogelijkheid dat op termijn de early majority ermee in aanraking komt. Autodelen wordt dan iets heel normaal, terwijl het nu vooral vanzelfsprekend is zelf een auto aan te schaffen. Dit hangt overigens samen met andere vormen van het delen van mobiliteit: naast het delen van auto's ook het delen van ritten.

Volgens Frenken (2013) heeft autodelen een aantal eigenschappen die gunstig zijn voor een snelle groei. Hoe meer gebruikers er zijn, hoe groter het aantal mensen dat dicht in de buurt van een deelauto woont en hoe groter de kans dat mensen anderen kennen die aan autodelen doen. Via sociale netwerken en mond-tot-mondreclame kan de interesse snel toenemen. Verder vergt autodelen geen grote investeringen voor gebruikers. Deskundigen op het gebied van de deeleconomie verwachten dat er een punt komt waarop toegang net zo gemakkelijk is als bezit, terwijl het goedkoper is, tegen een hogere kwaliteit.

Meer informatie

Mijn auto, jouw auto, onze auto. Deelautogebruik in Nederland: omvang, motieven en effecten, KiM, 2015.

Over CROW-KpVV

In opdracht van de gezamenlijke overheden voert CROW een KpVV-Meerjarenprogramma uit, met als doel een bijdrage leveren aan het competentier maken van de overheid op het gebied van mobiliteit. CROW-KpVV is actief op de volgende gebieden: Collectief Vervoer, Fiets (onder het merk CROW-Fietsberaad), Mobiliteit en Wegontwerp. In een breed netwerk met andere kennisinstellingen en maatschappelijke organisaties is CROW-KpVV betrokken bij actuele ontwikkelingen in het decentrale beleid en verspreidt en borgt relevante kennis. CROW-KpVV signaleert nieuwe ontwikkelingen, geeft aan wat hun betekenis is en wat de gevolgen kunnen zijn.

Colofon

Wie is de autodeler?

uitgave

CROW-KpVV, Ede
Deze uitgave is gefinancierd uit het KpVV-Meerjarenprogramma dat CROW uitvoert namens de gezamenlijke overheden. CROW-KpVV heeft als doel een bijdrage leveren aan het competentier maken van de overheid op het gebied van mobiliteit.

tekst

Advier Mobiliseert

eindredactie

Imago Mediabuilders, Amersfoort

vormgeving

Inpladi bv, Cuijk

productie

CROW Media

contact

CROW klantenservice:
klantenservice@crow.nl of (0318) 69 53 15

bestellen

Deze uitgave is gratis te downloaden/
bestellen via www.crow.nl/autodelen

**Praktische kennis
direct toepasbaar**

