



Ministerie van Infrastructuur  
en Waterstaat

# Peer-to-peer autodelen in Nederland

Nieuwe inzichten en vergelijking met andere deelconcepten.

Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid | KiM

Jan-Jelle Witte, Lukas Kolkowski | december 2023



# Samenvatting

**Peer-to-peer (P2P) car sharing is een vorm van autodelen waarbij particulieren hun eigen auto verhuren via een platform. In Nederland zijn zo'n 7.000 P2P-deelauto's te huur. In 2022 gebruikten huurders 5.615 van deze 7.000 auto's actief. Van de P2P-deelauto's wordt 18% minstens 1 keer per 2 weken verhuurd en 50% minstens 1 keer per 2 maanden. 12,9% van de P2P-voertuigen zijn bestelwagens, en iets meer dan 10% is keyless (zonder sleutel te openen). Beide voertuigtypen worden het frequentst verhuurd. Het aandeel elektrische en hybride voertuigen ligt met 8,7% in lijn met het aandeel dat dit voertuigtype heeft in de totale Nederlandse autovloot. Gemiddeld zijn P2P-deelauto's iets ouder dan de gemiddelde auto in Nederland.**

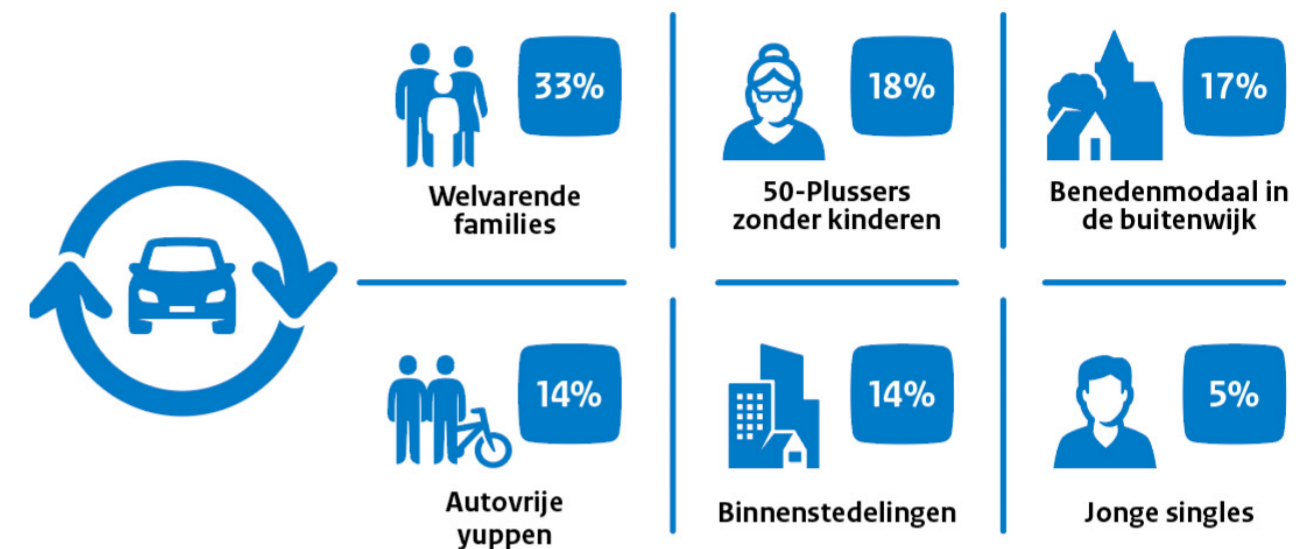
P2P-autodelen is vooral voordelig bij incidenteel gebruik, zoals een dagtrip of een vakantie. Bij frequenter gebruik is in de regel een abonnement bij een business-to-consumer (B2C) aanbieder voordeliger. Naarmate er meer keyless P2P-deelauto's komen, vervalt het nadeel van P2P dat fysieke sleuteloverdracht nodig is. Een voordeel van P2P is de grote diversiteit aan voertuigtypen.

P2P-gebruikers zijn beduidend vaker theoretisch opgeleid, hebben minder vaak een laag inkomen en bezitten minder auto's dan de gemiddelde Nederlander. In vergelijking met B2C-deelautogebruikers zijn P2P-gebruikers jonger, en concentreren zij zich relatief iets minder in hoogstedelijk gebied. Bijna de helft van alle P2P-gebruikers (47%) is tussen 26 en 35 jaar oud en minder dan 5% is 60 jaar of ouder.

Ondanks dat P2P-autodelers zich minder concentreren in stedelijk gebied dan mensen die een andere vorm van autodelen gebruiken, woont nog altijd 53% van de P2P-gebruikers in de 4 grote steden (G4), tegenover 14% van de Nederlandse bevolking.

P2P-autodelers maken per persoon substantieel minder frequent ritten met de deelauto dan B2C-autodelers. Twee derde van de klanten gebruikt de deelauto 1 keer per jaar, en slechts 1% gebruikt de deelauto maandelijks. Bij twee derde van de boekingen gaat het om autohuur voor een dag, terwijl 10% van de boekingen een uurperiode van een halve week of meer betreft.

Op basis van sociaal-demografische kenmerken identificeren we 6 groepen van deelautogebruikers. Het aantal groepen en hun profiel hebben we niet vooraf vastgesteld, maar hebben we door middel van een latente clusteranalyse (een statistische techniek) afgeleid uit een uitgebreide dataset. De groepen (met hun aandeel van alle autodelers) staan in *figuur 1*.



Figuur 1: Doelgroepen van autodelers, en hun aandeel in Nederland (Bron: data Stofberg, 2018)



P2P- en B2C-gebruikers komen in alle 6 groepen voor. Maar P2P-autodelers zijn sterker dan de B2C-autodelers vertegenwoordigd in de iets lager opgeleide doelgroep benedenmodaal in de buitenwijk, en in de 2 jongste doelgroepen autovrije yuppen en jonge singles. De 6 groepen verschillen nauwelijks in hun motivatie om te gaan autodelen. Alle doelgroepen doen dit overwegend vanuit duurzaamheidsargumenten, gevolgd door kostenbesparing, en nauwelijks vanwege sociale motieven zoals de burens leren kennen of iets doen voor de buurt.

Beginnen P2P-gebruikers met autodelen, dan gaat hun autobezit met gemiddeld 30% omlaag. Bij B2C-autodelers is deze reductie gemiddeld 61% en bij mensen die zowel P2P- als B2C-autodelers zijn, zo'n 63%. Het grootste deel van die reductie vindt plaats in het eerste jaar.

Bij 50-plussers zonder kinderen neemt het aantal auto's af met 0,63 auto's per huishouden, ofwel bijna 2 auto's per 3 huishoudens. Ook bij 3 andere doelgroepen is een sterk effect van autodelen te zien, namelijk van ruim een derde tot bijna een halve auto per huishouden. Hierbij gaat het om de welvarende gezinnen (de grootste doelgroep), de doelgroep benedenmodaal in de buitenwijk, en de binnenstedelingen. Meer dan de helft van zowel de P2P- als de B2C-autodelers gebruikt de deelauto wel eens in plaats van het openbaar vervoer (ov), en meer dan een derde doet dit wel eens in plaats van een privéauto, lopen of fietsen. Ook vervangen zij een van familie of vrienden geleende auto en een huurauto wel eens door een deelauto. De groepen die het vaakst een auto wegdoen, zijn ook de groepen die het minst vaak een deelauto gebruiken als alternatief voor het ov. De autovrije yuppen en jonge singles gebruiken de deelauto het vaakst als alternatief voor het ov.







# Inhoud

1 Aanbod P2P-auto's in Nederland

2 Gebruikers P2P en vergelijking met B2C-gebruikers

3 Doelgroepen van autodelers en hun motivaties

4 Veranderingen in autobezit en modaliteitskeuze

5 Conclusies



# Aanbod P2P-auto's in Nederland



Snapp  
huur mij via

## P2P-autodelen vooral door SnappCar

Begin 2023 lijkt SnappCar de enige grootschalige aanbieder van peer-to-peer (P2P) autodelen in Nederland. We definiëren P2P-autodelen als het onderling verhuren van (bestel)auto's door particulieren via een platform dat zelf geen auto's in bezit of beheer heeft. Ook Lynk&Co (een aanbieder van autoabonnementen) biedt zo'n platform aan voor zijn klanten, maar begin 2023 was nog onduidelijk in hoeverre dit deelplatform daadwerkelijk in gebruik is.

Het platform zorgt er niet alleen voor dat auto's vindbaar zijn, maar verzorgt ook aanvullende diensten zoals een veilige betaalomgeving en verzekering van het voertuig tijdens de verhuurperiode. Het platform kan daarnaast nog andere diensten bieden, zoals het faciliteren van de technische middelen voor keyless toegang, ofwel de auto openen zonder fysieke sleuteloverdracht. Wanneer een deelautoplatform een eigen vloot auto's in bezit of beheer heeft, spreken we van business-to-consumer (B2C) autodelen.

## P2P voordelig voor incidenteel gebruik, en divers aanbod aan voertuigtypen

P2P-deelauto's zijn het voordeligst bij incidenteel gebruik, zoals een dagje uit of vakantie. Voor frequenter gebruik zijn abonnementen bij een B2C-aanbieder al snel voordeliger. Dit blijkt uit een vergelijking van de huurkosten bij P2P-aanbieder SnappCar en de B2C-aanbieder Greenwheels. Een drempel bij het huren van een P2P-deelauto is dat vaak fysieke sleuteloverdracht nodig is, terwijl B2C-deelauto's zelfstandig met een app te openen zijn. Dit verschil vervaagt echter naarmate er meer P2P-deelauto's met keyless toegang aangeboden worden. Een voordeel van P2P-autodelen is de grote diversiteit aan beschikbare voertuigtypen.

## 5.615 actieve SnappCar-deelauto's in 2022

Autobezitters kunnen hun auto eenvoudig aanmelden als P2P-deelauto. Voordat het mogelijk is deze deelauto daadwerkelijk te huren, moet de aanbieder aangeven of het voertuig beschikbaar is, en reageren op huurverzoeken. Tot nu toe was onbekend hoeveel P2P-deelauto's daadwerkelijk beschikbaar zijn voor verhuur, en hoe vaak ze



verhuurd worden. SnappCar geeft aan eind 2022 ongeveer 7.000 auto's en bestelwagens in het bestand te hebben staan die op dat moment beschikbaar waren voor verhuur. Uit data-analyse blijkt dat in 2022 in totaal 5.615 auto's via SnappCar minstens 1 maal verhuurd zijn. Daarnaast staan er nog enkele tienduizenden auto's geregistreerd als P2P-deelauto, maar deze waren in 2022 niet (meer) daadwerkelijk beschikbaar voor huurders. We tellen ze hier dan ook niet mee.

Met 5.615 actief gebruikte P2P-deelauto's vertegenwoordigt P2P een belangrijk deel van de Nederlandse deelautovloot. Het aantal B2C-deelauto's, waarvan we aannemen dat deze (vrijwel) allemaal actief ingezet worden, bedroeg 6.531 auto's in 2022.

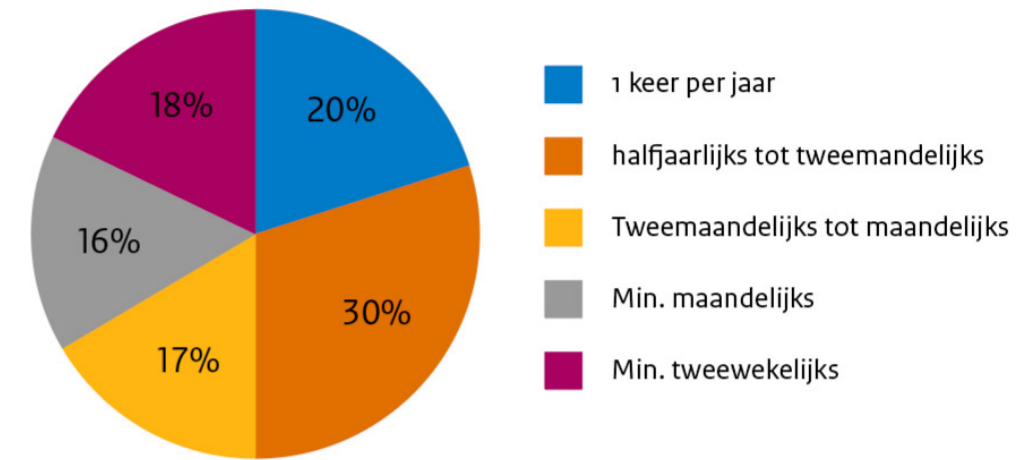
### Een derde van P2P-auto's wordt minimaal maandelijks verhuurd, 20% slechts 1 keer per jaar

In 2022 werd een vijfde van de P2P-deelauto's 1 keer verhuurd en bijna een derde tussen de 2 en 6 keer per jaar (zie figuur 2). De helft van de auto's wordt vaker dan 6 keer per jaar verhuurd, waarvan 18% 1 keer per 2 weken of vaker.

P2P-deelauto's worden gemiddeld 18 keer per jaar door een huurder gebruikt (daarnaast kan de particuliere bezitter van de auto deze nog gebruiken). Dit is relatief beperkt in vergelijking met de aan een standplaats gebonden B2C-deelauto's. In Amsterdam worden dergelijke deelauto's 0,7 keer per dag, en dus honderden keren per jaar gebruikt.

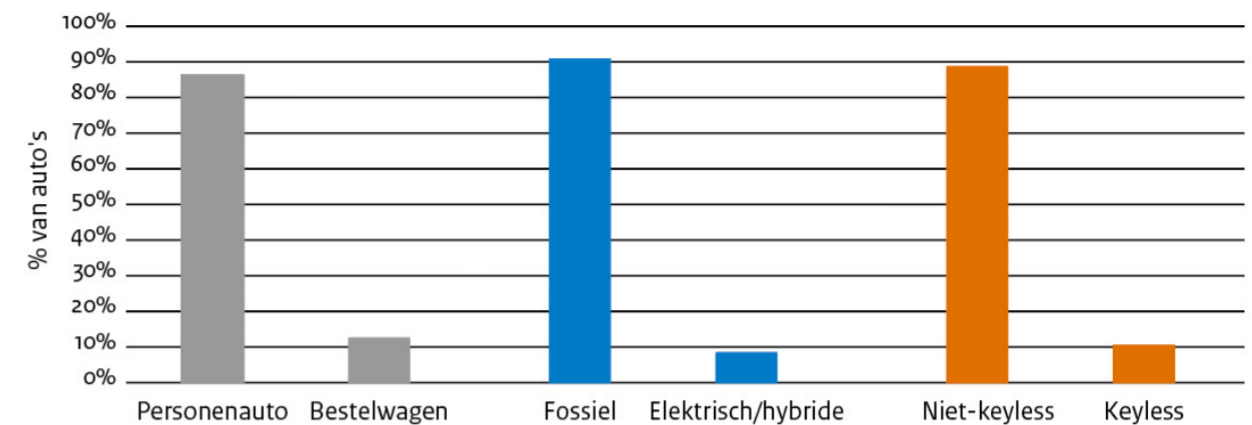
### Keyless auto's populair

P2P-deelauto's zijn gemiddeld iets ouder dan de totale Nederlandse vloot, en tellen vooral minder nieuwe auto's (die nog niet ouder zijn dan 3 jaar). Het aandeel elektrische of hybride auto's ligt juist iets boven het Nederlandse gemiddelde. 13% van de deelauto's is een bestelwagen, en zo'n 11% is keyless (te openen zonder fysieke sleuteloverdracht).



Figuur 2: Actieve P2P-deelauto's naar verhuurfrequentie (Bron: SnappCar, 2022)

Keyless deelauto's worden verreweg het vaakst verhuurd: bijna 7 keer zo vaak als niet-keyless deelauto's. Daar staat tegenover dat niet-keyless deelauto's gemiddeld langer verhuurd worden (2,1 huurdagen per huurtransactie in plaats van 1,5 dag bij keyless). Ook gaat het vaker dan gemiddeld om relatief jonge auto's (minder dan 10 jaar oud) en fossiel aangedreven voertuigen. Zie figuur 3.



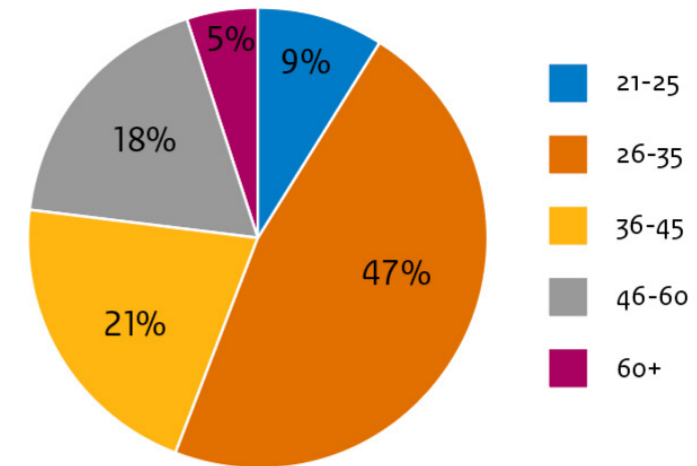
Figuur 3: Aandeel van P2P-deelauto's naar type, toegangstype en brandstofsoort (Bron: SnappCar, 2022).



# 2 Gebruikers P2P en vergelijking met B2C-gebruikers

## P2P-gebruikers zijn vaak jong en wonen stedelijk

Bijna de helft (47%) van de P2P-gebruikers is tussen de 26 en 35 jaar oud, terwijl deze leeftijdsgroep slechts 16,6% van de Nederlandse 18-plussers met rijbewijs uitmaakt (zie figuur 4). Dat blijkt uit analyse van gebruikersdata van SnappCar uit 2022. Er is een duidelijk beeld van volwassen maar nog relatief jonge gebruikers. Meer dan de helft van alle P2P-gebruikers (53%) woont in de vier grote steden (G4). Ter vergelijking, in 2022 woonde zo'n 14% van de Nederlandse bevolking daar. Vooral de grote groep 26-35-jarige SnappCar-gebruikers woont vaak in 1 van de G4 (62%).



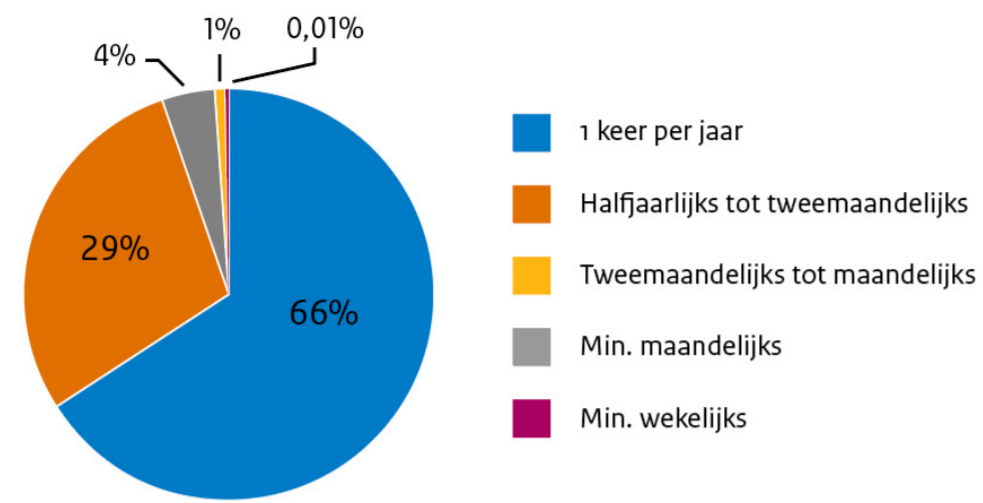
Figuur 4: Actieve P2P-gebruikers naar leeftijd (Bron: SnappCar, 2022)





### P2P-gebruik vooral incidenteel

P2P-gebruikers die in 2022 actief waren, maakten gemiddeld bijna 2 huurtransacties per jaar. Twee derde van de klanten gebruikt de P2P-deelauto 1 keer per jaar, 5% van de klanten doet dat meer dan 5 keer per jaar, en 1% meer dan eens per maand (zie figuur 5). Dit aandeel is aanmerkelijk lager dan bij B2C-autodelen. In een eerdere publicatie vond het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM) dat van de B2C-autodelers ongeveer de helft de deelauto 5 keer per jaar of meer gebruikt, en 10% vaker dan 30 keer per jaar.



Figuur 5: Aandeel gebruikers naar mate van activiteit (Bron: SnappCar, 2022)

### P2P met deels lange huurperioden

Zo'n twee derde van de P2P-gebruikers huurt de auto voor een halve dag tot 1 dag, 22% doet dit voor 2 of 3 dagen en 10% voor een halve week of langer. Ter vergelijking: standplaatsgebonden B2C-deelauto's in Amsterdam worden gemiddeld voor zo'n 3,5 à 6 uur verhuurd.

### P2P-gebruikers jonger en minder stedelijk dan B2C-gebruikers

In 2018 waren bij P2P-autodelen de 35-minners oververtegenwoordigd ten opzichte van de Nederlandse bevolking met rijbewijs, en 55-plussers sterk ondervertegenwoordigd. Bij B2C-autodelen zijn 35-minners juist ondervertegenwoordigd, en is het aandeel 55-plussers in lijn met hun aandeel in de Nederlandse bevolking met rijbewijs. Mensen die zowel P2P- als B2C-autodelers zijn, lijken qua leeftijdsverdeling het meest op P2P-autodelers.

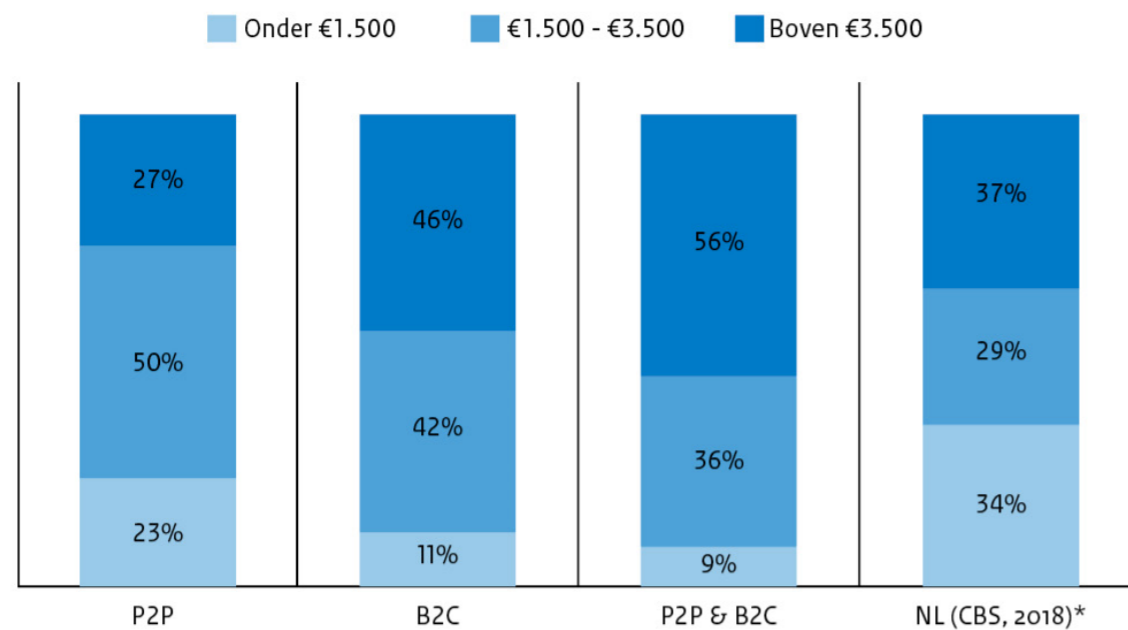
Terwijl maar rond 20% van de totale bevolking in zeer stedelijke gebieden is gevestigd, woont meer dan 60% van de deelautogebruikers in deze gebieden. Bij gebruikers van zowel P2P als B2C gaat het zelfs om meer dan 75%. Van de verschillende autodeeldiensten heeft P2P relatief het grootste aandeel weinig of niet-stedelijke gebruikers, maar dit blijft een minderheid van 7%, terwijl een derde van de Nederlandse bevolking in deze niet-stedelijke gebieden woont. Autodelers kennen een duidelijke oververtegenwoordiging van alleenstaanden zonder kinderen. Zowel P2P-autodelers als B2C-gebruikers zijn 2 keer zo vaak alleenstaand als de gemiddelde Nederlander met rijbewijs. Huishoudens met kinderen zijn iets ondervertegenwoordigd, maar vormen nog steeds ongeveer een derde van de autodelers. De diverse groepen autodelers verschillen onderling weinig in huishoudenssamenstelling.





### P2P-gebruikers verdienen bovengemiddeld, maar minder dan B2C-gebruikers

Figuur 6 laat zien dat P2P-gebruikers vaker een inkomen onder de 1.500 €/maand hebben dan B2C-gebruikers en minder vaak een inkomen boven de 3.500 €/maand. Zij vallen relatief het vaakst in de middelste inkomenscategorie. Mensen die zowel P2P- als B2C-gebruikers zijn, hebben de hoogste inkomensprofielen. Verder blijkt uit de figuur zie dat alle onderzochte categorieën gebruikers van autodelen significant minder lage inkomens hebben dan het Nederlandse gemiddelde.\*

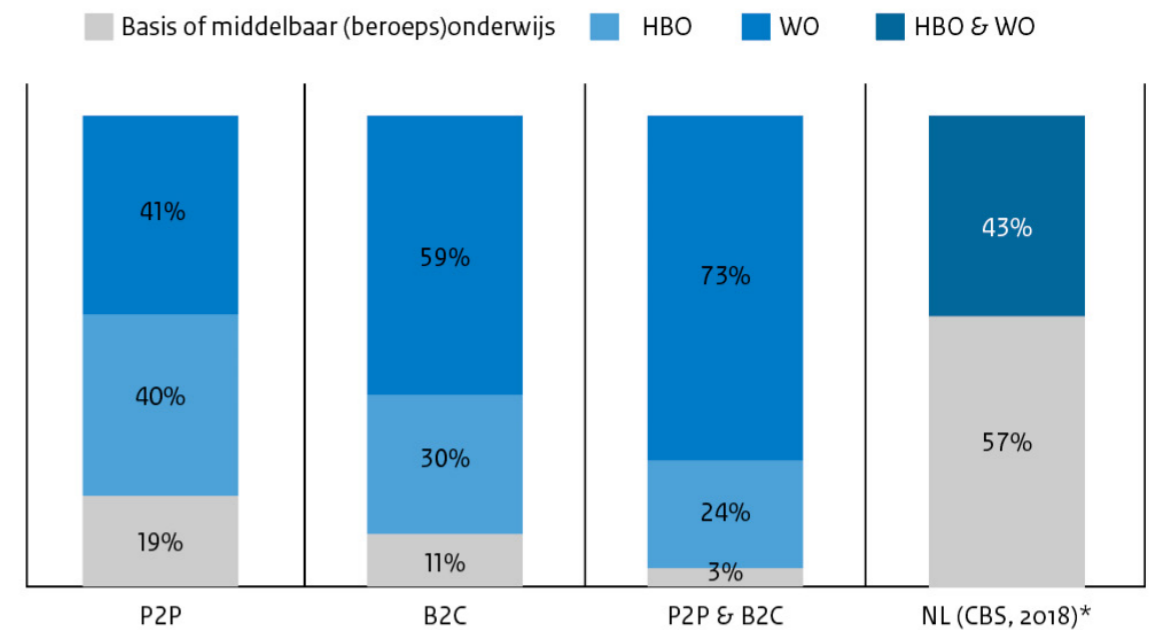


Figuur 6: Maandelijks persoonlijk inkomen van P2P-, B2C- en P2P+B2C-gebruikers, vergeleken met de Nederlandse bevolking (Bron: data Stofberg, 2018 en CBS, 2018)

\* De CBS-categorieën voor bruto maandinkomen komen niet precies overeen met de categorieën voor autodelers.

### Deelautogebruikers zijn vaak academisch opgeleid

P2P-gebruikers hebben in grote meerderheid een opleiding in het hoger beroepsonderwijs (hbo) of wetenschappelijk onderwijs (wo). Bij B2C-autodelers is het aandeel theoretisch opgeleiden echter nog groter (figuur 7). Vergeleken met het Nederlandse gemiddelde (volwassenen met rijbewijs) is duidelijk te herkennen dat autodelers veel vaker hbo- of wo- opgeleid zijn. Met andere woorden, mensen met een praktische opleiding zijn zeer sterk ondervertegenwoordigd onder de autodelers, en relatief het minst ondervertegenwoordigd bij de P2P-autodelers.

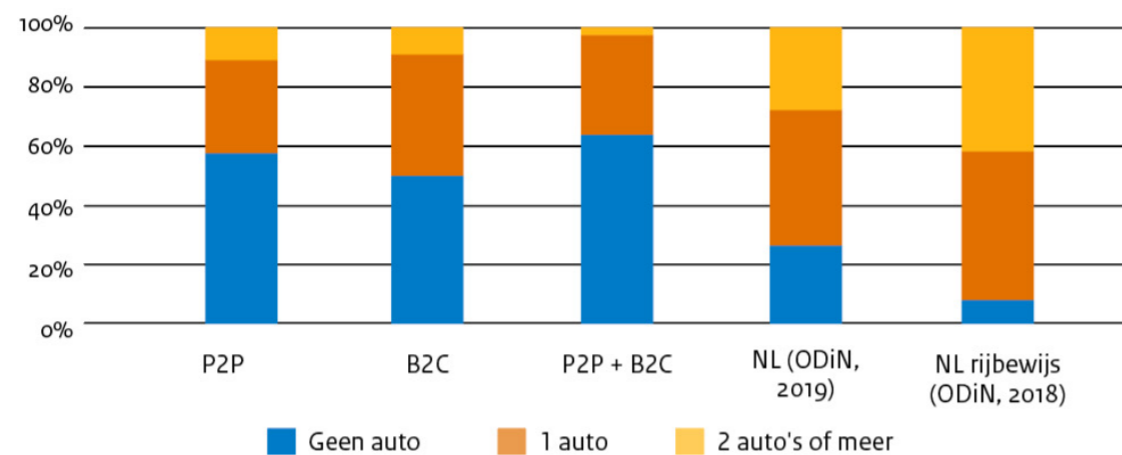


Figuur 7: Opleidingsniveau van P2P- & B2C-gebruikers en het Nederlandse gemiddelde (18+ met rijbewijs; Bron: data Stofberg, 2018 en CBS, 2018)



### Autobezit bij aanvang met autodelen het laagst bij P2P-gebruikers

Op het moment dat zij beginnen met autodelen, hebben B2C-autodelers relatief vaak 1 eigen auto in bezit, terwijl P2P-gebruikers en de gemengde groep P2P&B2C allebei iets vaker geen eigen auto bezitten wanneer zij gaan autodelen (zie figuur 8). In vergelijking met het gemiddelde Nederlandse huishouden (data uit 2018) bezitten alle groepen autodelers veel minder auto's. Ruim de helft van de autodelers begint zonder eigen auto, terwijl ruim een kwart van de Nederlandse huishoudens geen auto bezit. Ook iets meer dan een kwart van de Nederlandse huishoudens bezit 2 auto's of meer, een aantal dat relatief zeldzaam is bij mensen die beginnen met autodelen (minder dan een tiende in alle categorieën). Vergelijken we dit met Nederlanders die een rijbewijs bezitten, dan wordt het verschil nog extremer. Onder deze groep komt autoloosheid nog minder vaak voor en bezit zo'n 40% van de huishoudens 2 of meer auto's.



Figuur 8: Autobezit per huishouden bij aanvang van autodelen, naar type deelauto  
Bron: data Stofberg, 2018, ODiN 2019, CBS, 2018)





# 3 Doelgroepen van deelautogebruikers en hun motivaties

**Op basis van sociaal-demografische kenmerken identificeren we 6 groepen van deelautogebruikers (zie figuur 9). Vervolgens kijken we hoe P2P- en B2C-gebruikers over deze groepen verdeeld zijn. Het aantal groepen en hun profilering hebben we door middel van een statistische techniek (latente clusteranalyse) afgeleid uit een uitgebreide dataset van deelautogebruikers die verzameld is in 2018, en dus niet door ons vooraf is vastgesteld.**

## 6 groepen autodelers in Nederland

De grootste groep deelautogebruikers zijn de welvarende gezinnen; deze groep omvat een derde van alle autodelers. Daarnaast zijn er 4 groepen die elk 14-18% van de respondenten uitmaken en één kleinere groep met 5% van de autodelers. Deze groepen variëren in leeftijd, inkomen, samenstelling van het huishouden en, in mindere mate, stedelijkheid en autobezit. 2 groepen bestaan uit relatief jonge, stedelijke mensen die veelal geen auto bezitten, namelijk de autovrije yuppen en de jonge singles.

De doelgroep 50-plussers zonder kinderen betreft mensen in een latere levensfase. De gemiddelde leeftijd is 63 jaar, en deze huishoudens hebben vrijwel geen thuiswonende kinderen (meer). Voordat ze met autodelen begonnen, bezaten ze in vergelijking met de andere groepen de meeste auto's.

De doelgroep benedenmodaal in de buitenwijk is ook relatief oud en heeft relatief het vaakst een praktische opleiding en een laag inkomensniveau. Vergeleken met het algemene opleidingsniveau is dat van deze groep echter nog steeds duidelijk boven het Nederlandse gemiddelde. Van alle andere groepen woont deze groep het minst stedelijk; hun aandeel is bijna gelijk aan het Nederlandse gemiddelde.

De binnenstedelingen worden zo genoemd omdat ze in de centra van de grote steden wonen. Dit zijn academisch opgeleide veelverdieners die met afstand het meest stedelijk van alle respondenten wonen.

## P2P vooral bij doelgroepen benedenmodaal in de buitenwijk en jongvolwassen

De doelgroepen van P2P- en B2C-autodelen vormen geen gescheiden werelden, maar hun kenmerken overlappen met elkaar. In elk van de 6 groepen die we identificeren, komen zowel P2P- als B2C-gebruikers in substantiële aantallen voor. We zien wel een duidelijke concentratie van P2P-autodelers in 3 doelgroepen: de groepen benedenmodaal in de buitenwijk en de twee jongste groepen jonge singles en autovrije yuppen. P2P-autodelers komen het minst voor in de groepen 50-plussers zonder kinderen en binnenstedelingen.

## Deelautogebruikers verschillen in kenmerken maar niet in motivaties

De 6 groepen blijken nauwelijks van elkaar te verschillen als het gaat om hun motivatie om te gaan autodelen. Alle doelgroepen motiveren het autodelen vooral vanuit duurzaamheid, gevolgd door kostenbesparing. Sociale motieven (zoals buurtgenoten helpen of nieuwe mensen leren kennen) herkent geen van de doelgroepen echt als reden om te gaan autodelen.





Figuur 9: Kenmerkengroepen autodelers in Nederland (Bron: Data Stofberg, 2018)



# 4 Veranderingen in autobezit en modaliteitskeuze

## P2P leidt tot geringere reductie autobezit dan B2C

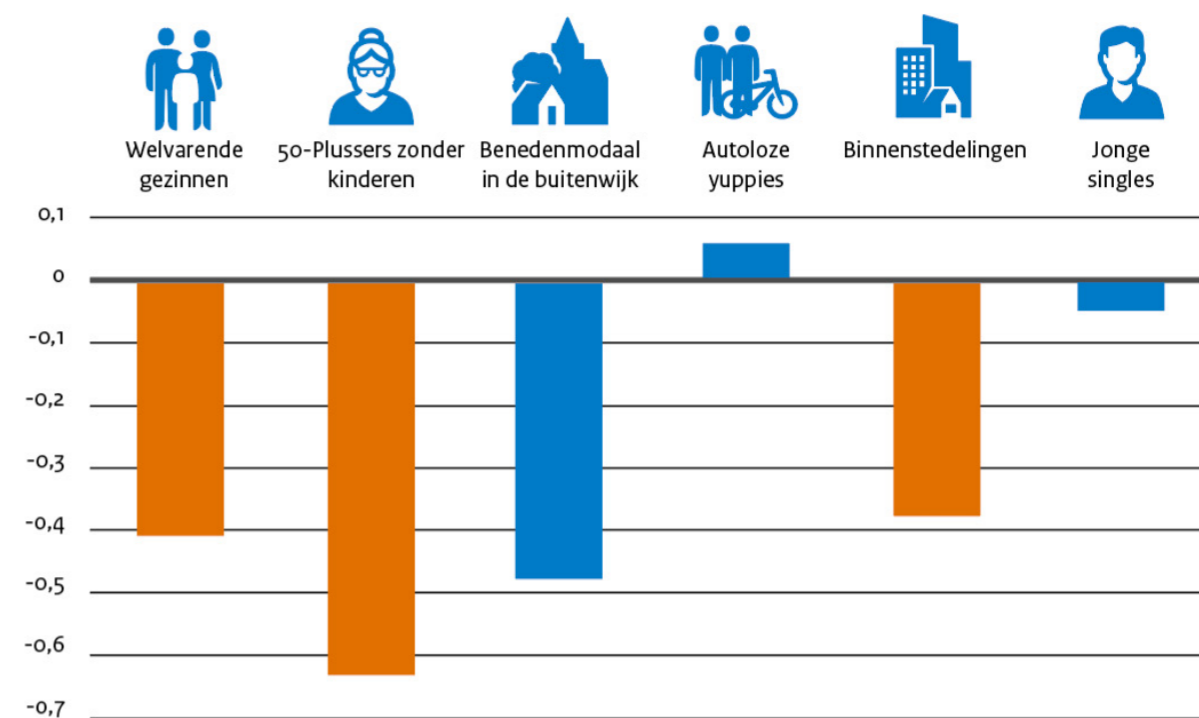
Bij huurders van P2P-deelauto's gaat het autobezit met gemiddeld 30% omlaag vanaf het moment dat ze beginnen met autodelen. Bij B2C-autodelers is de reductie gemiddeld 61% en bij mensen die zowel P2P- als B2C-autodelen zo'n 63%. De grootste afname van het autobezit vindt plaats in het eerste jaar. Gebruikers van B2C-autodelen doen ook na 3 jaar autodelen soms nog weleens een auto weg, terwijl dit bij P2P-autodelen juist eerder afvlakt. De geschatte afname van het autobezit kent echter onzekerheid, en vormt eerder een ondergrens dan een bovengrens. Dit komt doordat we wel weten of iemand een auto weg doet of aanschaf, maar niet of iemand ervan afziet een auto weg te doen.

## 50-plussers reduceren autobezit het sterkst, jonge doelgroepen het minst

De afname van het autobezit verschilt sterk per groep (groepen met veel P2P-gebruikers zijn blauw gekleurd in figuur 10). De sterkste reductie doet zich voor bij de groep 50-plussers zonder kinderen. Zij beginnen met relatief veel auto's, en doen vervolgens het grootste aantal weg wanneer zij gaan autodelen. P2P-autodelen komt onder deze doelgroep relatief weinig voor. Bij 3 andere doelgroepen is eveneens een sterke reductie van het autobezit te zien: de welvarende gezinnen, de groep benedenmodaal in de buitenwijk, en de binnenstedelingen. Elk van deze doelgroepen

begint met autodelen bij een relatief hoog autobezit.

P2P-autodelers zijn relatief sterk vertegenwoordigd in de doelgroep benedenmodaal in de buitenwijk. Een belangrijk deel van de autoreductie door P2P-autodelen komt daarmee voor rekening van deze doelgroep. Bij de 2 jonge doelgroepen, namelijk de autovrije yuppen en de jonge singles, is gemiddeld geen afname of zelfs een toename in autobezit waar te nemen. Ze beginnen met weinig auto's en de auto's die ze hebben, doen ze niet vaak van de hand. In beide groepen zijn P2P-autodelers relatief het sterkst vertegenwoordigd.



Figuur 10: Mate van afname autobezit naar doelgroep (Bron: data Stofberg, 2018)









## Deelauto is alternatief voor privéauto, maar ook voor ov

Ruim een derde van alle autodelers gebruikt de deelauto in plaats van een privéauto, en meer dan de helft maakt wel eens een rit met de deelauto die ze voorheen met het ov hadden gemaakt. Dit is het geval voor zowel P2P- als B2C-autodelers. We weten niet hoeveel mensen de trip überhaupt niet gemaakt hadden voordat zij toegang kregen tot een deelauto.

We hebben in kaart gebracht voor welke vervoersmodaliteiten mensen de deelauto zijn gaan gebruiken (zie tabel 1). Maar we weten niet hoe vaak de respondenten deze alternatieve modaliteiten gebruikt hadden als zij geen deelauto hadden gebruikt. Dit betekent dat we niet kunnen schatten in welke mate het gebruik van de deelauto leidt tot een afname van het gebruik van de andere vervoersmodaliteiten.

De relatief jonge autovrije yuppen en jonge singles gebruiken de deelauto het vaakst als vervanging voor het ov, en zelden als vervanging voor de eigen auto. Bij de andere groepen is de deelauto wel vaker een alternatief voor een privéauto.

	 Welvarende gezinnen	 50-Plusers zonder kinderen	 Benedenmodaal in de buitenwijk	 Autovrije yuppen	 Binnenstedelingen	 Jonge singles
Aandeel dat eigen auto vervangt	49%	57%	49%	2%	39%	18%
Aandeel dat ov vervangt	59%	53%	50%	90%	58%	80%

Tabel 1: Substitutie van eigen auto en ov naar doelgroep van autodelers (Bron: data Stofberg, 2018)





# 5 Conclusies

## Actieve P2P-autovloot bijna net zo groot als B2C-vloot

In dit onderzoek hebben we de kenmerken van P2P-autodelen in Nederland in kaart gebracht, met B2C-autodelen als vergelijkingsgroep. We concluderen dat er in 2022 in Nederland 5.615 actief gebruikte P2P-auto's waren. Daarmee is de vloot actieve P2P-deelauto's bijna net zo groot als de B2C-vloot. Daarnaast zijn er nog enkele tienduizenden auto's aangemeld bij een P2P-platform, maar niet (meer) daadwerkelijk beschikbaar om te huren.

De vloot P2P-deelauto's is zeer divers als het gaat om voertuigkenmerken. Voor gebruikers kan dit een aantrekkelijk aspect zijn van het P2P-autodelen. Gemiddeld zijn P2P-deelauto's iets ouder dan de totale Nederlandse autovloot. Het aandeel elektrische of hybride voertuigen ligt met 8,7% in lijn met het Nederlandse gemiddelde.

## P2P vooral voor incidentele ritten en vakanties, maar keyless auto's lijken meer op B2C

P2P-deelauto's zijn een voordelige optie voor incidentele ritten en vakanties. De kostenstructuur en fysieke sleuteloverdracht maken ze echter minder aantrekkelijk voor frequente korte ritten. Gemiddeld worden ze minder frequent verhuurd dan B2C-deelauto's. 11% van de P2P-auto's is zonder fysieke sleutel (keyless) te openen, en lijkt daardoor meer op B2C-deelauto's. Deze auto's worden dan ook het frequentst verhuurd. Ook bestelwagens (13% van de vloot) worden relatief vaak verhuurd. Twee derde van de P2P-gebruikers huurt de deelauto 1 keer per jaar, en 1% gebruikt deze maandelijks. Bij zo'n twee derde van de boekingen huurt iemand de auto voor een dag. Dit suggereert dat de P2P-deelauto vooral wordt gebruikt voor eenmalige acties zoals verhuizen, uitjes of speciale boodschappen. Daarnaast komen ook boekingen van een halve week of meer, bijvoorbeeld voor vakanties en zakelijke reizen, redelijk vaak voor (10%) bij P2P-autodelen.



### P2P-autodelers wonen stedelijk, zijn theoretisch opgeleid en hebben vaak een hoger inkomen

P2P-autodelers zijn gemiddeld vaker theoretisch opgeleid, wonen stedelijker en hebben minder vaak een laag inkomen dan de gemiddelde Nederlander. Vergeleken met B2C-gebruikers gebruiken mensen met een laag inkomen en woonachtig in de minder stedelijke gebieden de P2P-deelauto relatief vaker.

### Persoonskenmerken van autodelers verschillen, motivaties om te gaan autodelen niet

We kunnen 6 groepen autodelers onderscheiden op basis van sociaal-demografische kenmerken. P2P- en B2C-gebruikers zijn daarbij geen gescheiden werelden; zij komen voor in alle 6 de groepen. Wel zijn P2P-autodelers oververtegenwoordigd in de iets lager opgeleide groep benedenmodaal in de buitenwijk, en in de twee jongste doelgroepen autovrije yuppen en jonge singles. De 6 groepen verschillen nauwelijks in hun motivaties om te gaan autodelen. Alle doelgroepen doen dit overwegend vanuit duurzaamheidsargumenten, gevolgd door kostenbesparing, en nauwelijks vanwege inclusiviteit.

### P2P-gebruikers doen auto's weg, en B2C-gebruikers doen dat nog vaker

Huurders van P2P-deelauto's verlagen hun autobezit met gemiddeld 30% vanaf het moment dat ze beginnen met autodelen. Bij B2C-autodelers en mensen die zowel P2P- als B2C-autodelen gebruiken, is de afname van het autobezit echter 2 keer zo hoog. De 2 jongste groepen, waarbij P2P-autodelen het populairst is, zijn ook de groepen die relatief minder auto's wegdoen. Onder hen zijn relatief veel gebruikers die autodelen gebruiken als alternatief voor het ov. De andere groep met veel P2P-autodelers, benedenmodaal in de buitenwijk, doet wel relatief veel auto's weg, en telt meer mensen die de deelauto gebruiken als alternatief voor een privéauto dan als alternatief voor het ov. 50-plussers zonder kinderen, die vaker B2C-deelauto's gebruiken, verminderen hun autobezit het sterkst, namelijk met bijna 2 auto's per 3 huishoudens.

### Handvatten voor beleid

P2P-autodelen vertegenwoordigt een aanzienlijk deel van de vloot actieve deelauto's in Nederland. De gebruikers van P2P-deelauto's verminderen hun autobezit substantieel. De gebruiksfrequentie van de deelauto en de verandering in het autobezit liggen wel op een lager niveau dan bij B2C-autodelen. Voor beleid gericht op autodelen is het dus goed oog te hebben voor de potentie van P2P en van de unieke kenmerken van deze vorm van autodelen ten opzichte van andere autodeelconcepten.

Autodelers zijn op basis van hun persoonskenmerken in te delen in 6 duidelijk onderscheidbare groepen. Deze groepen verschillen nauwelijks in hun motivaties om te gaan autodelen. Voor alle doelgroepen geldt dat vooral duurzaamheid en daarnaast kostenbesparing relevante overwegingen zijn bij de keuze om te gaan autodelen.

De veranderingen in autobezit en modaliteitskeuze die optreden wanneer mensen beginnen met autodelen, verschillen per doelgroep. Aangenomen dat ten minste een deel van de potentiële autodelers vergelijkbare kenmerken heeft als de onderzochte huidige gebruikers, kan dit aanleiding geven om deze groepen gericht aan te spreken. Daarbij kunnen de persoonskenmerken (zoals inkomen of het hebben van kinderen) van de 6 groepen, en van de P2P- en B2C-gebruikers in het algemeen, relevante handvatten bieden om een communicatiestrategie of ander beleidsinstrument op specifieke groepen te focussen. Gedifferentieerde boodschappen gerelateerd aan de motivaties om te gaan autodelen liggen minder voor de hand, omdat de doelgroepen op dit punt niet van elkaar verschillen. In hoeverre potentiële gebruikers op de huidige gebruikers lijken, konden we met de beschikbare data echter niet onderzoeken. De aard en effectiviteit van beleidsinstrumenten valt bovendien buiten de scope van deze studie.



# Verantwoording

## Werkwijze

In dit onderzoek hebben wij gebruik gemaakt van verschillende databronnen. SnappCar heeft data gedeeld met betrekking tot de omvang en kenmerken van de voertuigen die deze organisatie via hun platform deelt, evenals de kenmerken van hun gebruikers en huurtransacties. Deze data hebben we met beschrijvende statistieken geanalyseerd. Op basis van publiek beschikbare informatie hebben we een kostenvergelijking gemaakt tussen SnappCar en Greenwheels. Hierbij hebben we voor 4 hypothetische gebruikspatronen de gebruikerskosten geschat.

We hebben de kenmerken van P2P-gebruikers en standplaatsgebonden B2C-gebruikers vergeleken door middel van een beschrijvende analyse van een dataset die Nicole Stofberg eind 2018 heeft verzameld. Vervolgens hebben we deze deelautogebruikers ingedeeld in groepen, door middel van een latente clusteranalyse. Met een factoranalyse hebben wij 3 variabelen samengesteld die verschillende motieven vertegenwoordigen om te gaan autodelen. Per doelgroep vergelijken we de scores op deze motivaatievariabelen.

Voor alle respondenten samen, en afzonderlijk per doelgroep, hebben we ook veranderingen in het autobezit en de vervoerwijzekeuze berekend sinds zij zijn gaan autodelen. Daarbij merken we op dat wij niet vast hebben kunnen stellen in welke mate deze veranderingen veroorzaakt worden door de toegang tot en het gebruik van deelauto's. Het is mogelijk dat naast autodelen ook andere factoren een rol speelden bij de keuze om een auto weg te doen.

Verwijzingen naar de literatuur, de beschrijving van onze toegepaste methodes en de beperkingen bij de analyses staan beschreven in het achtergrondrapport dat bij deze brochure hoort.

## Achtergrondrapport

Voor meer informatie over de methode en resultaten verwijzen wij naar het achtergrondrapport, dat via de website [www.kimnet.nl](http://www.kimnet.nl) te downloaden is.

Witte, J.J., en Kolkowski, L. (2023). *Peer to peer autodelen in Nederland: nieuwe inzichten en vergelijking met andere deelconcepten*. Achtergrondrapport. Den Haag: Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM).



# Colofon

Dit is een uitgave van het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM), Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat

[www.kimnet.nl](http://www.kimnet.nl)  
[info@kimnet.nl](mailto:info@kimnet.nl)

Postbus 20901 | 2500 EX Den Haag  
[www.rijksoverheid.nl/ienw](http://www.rijksoverheid.nl/ienw)

ISBN: 978-90-8902-303-2  
December 2023  
Publicatienummer: KiM-23-A023

**Auteurs:**

Witte, J.J.  
Kolkowski, L.

**Vormgeving en opmaak:**

Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM), TAPPAN

Publicaties van het KiM zijn als PDF te downloaden van onze website [www.kimnet.nl](http://www.kimnet.nl) of aan te vragen bij het KiM (via [info@kimnet.nl](mailto:info@kimnet.nl)). U kunt natuurlijk ook altijd contact opnemen met één van onze medewerkers.

Delen uit deze brochure mogen worden overgenomen op voorwaarde van bronvermelding: Witte, J.J., en Kolkowski, L. (2023), *Peer-to-peer autodelen in Nederland, nieuwe inzichten en vergelijking met andere deelconcepten*. Brochure. Den Haag: Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid.