

27 juni 2023
A23/07N

Audi integreert dé oplossing tegen verveling tijdens lange autoritten: holoride

53% van de ouders geeft aan dat hun kinderen zich vervelen in de auto, blijkt uit onderzoek bij 2000 Belgen

De zomervakantie staat voor de deur en dus ook de lange autoreizen richting de zuiderse zon. Wie met kinderen voor een lange rit de baan op moet, wordt daar niet altijd vrolijk van. Integendeel zelfs. Liefst 42% van de ouders ziet er zelfs tegenop, bewijst onderzoek dat werd uitgevoerd door Audi België. Het merk met de vier ringen brengt in de toekomst echter dé oplossing: holoride, een VR-bril waarbij de virtuele content zich in real time aanpast aan de rijbewegingen van de auto. Een rit op de achterbank van de wagen zal nooit meer zijn wat hij is geweest. En bijgevolg ook die van de ouders niet. “Door holoride in onze modellen te integreren herdefiniëren we entertainment in een auto”, zegt Sofie Luyckx, woordvoester Audi België.

Maar liefst 71% van de Belgen legt wel eens een verre afstand af met de auto. Dat blijkt uit een online bevraging door iVox bij 2000 Belgen. Bijna 1 op 4 (23%) plant zelfs ritten van 10 uur of meer. Tijd genoeg om zich behoorlijk te beginnen vervelen. 31% van de Belgische passagiers die meerijden op lange autoreizen geeft aan dat ze zich vaak vervelen, met alle gevolgen van dien. Vooral kinderen hebben er last van. “Is het nog ver? Zijn we er bijna?” Het zijn vragen waar ouders van gruwelen. Meer dan de helft van de ouders (53%) geeft aan dat hun kinderen zich vervelen in de auto. 42% zegt dan ook dat ze er tegenop zien om lange autoritten te maken met hun kinderen.

Dit zijn de vier grootste irritaties bij Belgische ouders tijdens lange autoritten:

1. Kinderen vervelen zich (bij 46% in top 3)
2. Gezeur over de lengte van de rit (bij 43% in top 3)
3. Ruzies (bij 26% in top 3)
4. De kinderen stellen veel vragen (bij 17% in top 3)

Een virtuele wereld in de auto

Om de beleving van de passagier naar een ander niveau te tillen integreert Audi een heel nieuwe vorm van entertainment in de auto. Holoride neemt de passagier mee in een virtuele wereld waarin games, video's en andere virtuele content kan worden ontdekt.

Achter holoride zit een nieuwe technologie die de virtuele inhoud realtime aanpast aan de rijbewegingen van de auto. Als het voertuig bijvoorbeeld een bocht naar rechts maakt, vliegt het ruimteschip in de virtuele wereld ook naar rechts. Als de auto versnelt, versnelt het ruimteschip, wat betekent dat een ritje in de auto een multimodaal spelevenement wordt.

Risico op wagenziekte vermindert

Een extra bonus is dat holoride, door synchronisatie van de visuele en voelbare ervaringen van de gebruiker, het risico op wagenziekte vermindert. Bij het kijken naar films in een rijdende auto bijvoorbeeld hebben velen daar immers last van.

Niet minder dan 4 op de 10 passagiers geven aan dat ze wel eens wagenziek worden bij lange autoritten. Dat toont hetzelfde onderzoek aan. Het vaakst gebeurt dit bij passagiers onder de 34 jaar (30%). Ook kinderen hebben hier last van. Bijna de helft van de bevraagde ouders geeft aan dat hun kinderen tijdens lange ritten wagenziek worden.

Als eerste autofabrikant ter wereld

Audi is de eerste autofabrikant ter wereld die virtual reality-entertainment door middel van holoride in serieproductie brengt. “Door holoride in onze modellen te integreren herdefiniëren we in-car entertainment”, zegt Sofie Luyckx, woordvoester Audi België. “Door realtime voertuigdata te combineren met virtuele content ontstaat een compleet nieuwe ervaring. De digitalisering van voertuigen is een essentiële bouwsteen in de voortdurende transformatie van het interieur naar een tweede leefruimte. Het voegt woon- en werkruimtes samen tot één.”

Holoride werd door TIME Magazine erkend als een van de “100 beste uitvindingen van 2019” en door Forbes als een van de “100 meest consumentgerichte bedrijven van 2022”. Helaas voor al wie komende zomer naar het zuiden wil rijden: holoride is in België pas beschikbaar vanaf begin 2024. Nog even geduld dus.

Methodologie

Het online onderzoek werd uitgevoerd door onderzoeksbureau iVOX in opdracht van Audi België tussen 24 november en 4 december 2022 bij 2000 Belgen. Het onderzoek is representatief op taal, geslacht, leeftijd en diploma. De maximale foutenmarge bij 2000 Belgen bedraagt 2,08%.



Over Audi

De Audi-groep is aanwezig in meer dan 100 markten en produceert op 16 locaties in 11 verschillende landen. Wereldwijd werken er 85.000 personen voor Audi, waaronder meer dan 3.000 in België. In 2022 verkocht het merk met de vier ringen wereldwijd ca. 1.61 miljoen nieuwe wagens, waarvan er 26.253 ingeschreven werden op de Belgische markt. In ons land bereikte Audi in 2022 een marktaandeel van 7,17%. Audi focust op de ontwikkeling van nieuwe producten en duurzame technologieën voor de mobiliteit van de toekomst. Tegen 2025 wil Audi meer dan 30 geëlektrificeerde modellen op de markt brengen, waarvan 20 volledig elektrisch aangedreven. Met haar duurzaamheidsroadmap streeft Audi haar ambitieuze doel na om tegen 2050 volledig CO₂ neutraal te zijn over de volledige levenscyclus van een wagen: van de productie tot het gebruik en de recyclage.