

2016

ICT - monitor e - commerce



**Vlaamse
overheid**

**STUDIEDIENST
VLAAMSE REGERING**

ICT-monitor e-commerce

Studiedienst van de Vlaamse Regering

Departement Kanselarij en Bestuur

maart 2016

Samenstelling

Studiedienst van de Vlaamse Regering
Departement Kanselarij en Bestuur

Marie-Anne Moreas

Verantwoordelijke uitgever

Martin Ruebens
Secretaris-generaal
Boudewijnlaan 30 bus 23
1000 Brussel

Depotnummer

D/2016/3241/127

<http://www.vlaanderen.be/svr>

ICT-monitor e-commerce

Blikvangers

BURGERS

- Het aandeel burgers dat 'ooit' een onlineaankoop deed, is van 2006 tot 2014 gestegen van 23% naar 65%. Het aandeel onlinekopers 'in het voorbije kwartaal' steeg van 13% naar 44%, het aandeel meer sporadische kopers (aankoop langer dan 3 maanden geleden) steeg van 9% naar 22%. Ondanks deze sterke stijging is het aandeel personen dat onlineaankopen deed hoger in al onze buurlanden. Het aandeel onlinekopers dat een specifiek (e-)product aankocht, ligt in het Vlaamse Gewest over het algemeen lager dan het EU28- of EU15-gemiddelde. Als de andere landen een beeld kunnen geven van de mogelijke evolutie voor het Vlaamse Gewest kunnen we nog een sterke evolutie van de onlinemarkt verwachten.
- Het aandeel onlinekopers dat aankopen deed bij leveranciers in eigen land is lager in het Vlaamse Gewest dan in de EU15 of de EU28. Het aandeel onlinekopers dat aankopen deed bij leveranciers in een ander EU-land is zeer hoog in het Vlaamse Gewest en in België over het algemeen. Dit houdt in dat het Vlaamse Gewest mogelijk een deel van zijn omzet over de grens ziet verdwijnen.
- Meer dan een derde van de internetgebruikers is niet op de hoogte van de consumentenrechten dat de bescherming van de privacy en van andere persoonlijke gegevens gegarandeerd moet zijn bij internetaankopen; dat je voor de meeste goederen de aankoop kan annuleren en dat je bij annulering recht hebt op een snelle terugbetaling; dat de levering van goederen binnen de 30 dagen na het plaatsen van de bestelling dient te gebeuren en dat het recht bestaat om geïnformeerd te worden over de contractuele voorwaarden.
- Niet elke bevolkingsgroep is even goed thuis in de wereld van e-commerce. Het aandeel personen dat ooit of in het voorbije kwartaal onlineaankopen deed, daalt over de leeftijd en stijgt met de opleiding en met het gezinsinkomen. Het internetgebruik is slechts een gedeeltelijke verklaring want het aandeel personen dat wel internet gebruikte, maar geen onlineaankopen deed, stijgt met de leeftijd en daalt met de opleiding en met het gezinsinkomen. Terwijl dit kan te maken hebben met een goed doordachte keuze, zijn er enkele indicatoren die aangeven dat niet elke bevolkingsgroep even gewapend naar de onlinemarkt trekt. Bij onlinekopers stijgt de kans op het gebruik van de krediet- of debetkaart met de opleiding en het gezinsinkomen; en stijgt de kans op het gebruik van een elektronische overschrijving met het gezinsinkomen. De ouderen, de minder hoogopgeleiden en de personen uit de laagste inkomenscategorieën betalen vaker offline. Volgende vaststelling is waarschijnlijk van groter belang. Hoe ouder de internetgebruiker, hoe lager opgeleid of hoe lager het gezinsinkomen, hoe kleiner de kans dat de persoon op de hoogte is van minstens een van de consumentenrechten. Elk van de consumentenrechten is minder goed gekend als men ouder is, als men lager opgeleid is en als men een lager gezinsinkomen heeft.

BEDRIJVEN

· De Vlaamse onderneming is goed voorzien van de basisinfrastructuur voor e-commerce. Bijna al de ondernemingen met minstens 10 werknemers hebben in 2014 internettoegang en 83% geeft aan te beschikken over een website. Wat de inhoud van de website betreft, heeft in 2014 68% van deze ondernemingen een website met een productcatalogus of een prijslijst; 34% een website die het elektronisch indienen van klachten mogelijk maakt en in 2013 heeft 29% een website met een verklaring inzake het privacybeleid, een privacyzegel of een certificering van websitebeveiliging. Bij een onderneming op vijf kan je in 2014 via de website online bestellen, reserveren of boeken. Het aanbieden van gepersonaliseerde inhoud is minder populair: 11% biedt gepersonaliseerde inhoud aan voor regelmatige of terugkerende bezoekers en 5% maakt het mogelijk om de eigen producten te personaliseren of te ontwerpen. De penetratie van websitebezoek en van websites met de verschillende functies is groter dan gemiddeld in de EU, uitzondering hierbij betreft de website met een verklaring inzake het privacybeleid, een privacyzegel of een certificering van websitebeveiliging.

· Het aandeel Vlaamse ondernemingen met minstens 10 werknemers dat elektronische bestellingen ontving, ligt hoger dan gemiddeld in de EU28. Het aandeel ondernemingen met minstens 10 werknemers dat in 2013 (survey 2014) bestellingen voor goederen of diensten ontving via een website en/of via EDI-berichten ligt rond een kwart; voor bestellingen via een website is dat ongeveer een onderneming op de vijf en voor bestellingen via EDI-berichten ongeveer een onderneming op de tien.

· Het aandeel ondernemingen dat bestellingen deed 'via websites of EDI-berichten' daalde van 54% in 2010 tot 20% in 2013 om in 2014 terug sterk toe te nemen tot 35%. Het aandeel ondernemingen met minstens 10 werknemers dat elektronische aankopen deed, ligt iets lager in het Vlaamse Gewest dan in de EU28. Voor de verkopen 'via een website' heeft een groter aandeel van al de Vlaamse ondernemingen met minstens 10 werknemers dan van de vergelijkbare EU28-ondernemingen webverkopen gedaan aan ondernemingen en aan overheden (15% versus 10%); alsook aan burgers (12% versus 10%).

· Van 2011 naar 2013 is het aandeel ondernemingen met elektronische verkopen in eigen land (van 24% tot 21%) en in een ander EU-land (van 12% naar 9%) gedaald. De daling in eigen land is vooral sterk in de kleinste ondernemingen van 5 tot 9 werknemers. De daling in een ander EU-land situeert zich eerder bij de ondernemingen met 10 tot 249 werknemers. Toch blijft het Vlaamse Gewest hoger dan de EU28 scoren voor het aandeel ondernemingen met elektronische verkopen in eigen land (4e plaats in de EU28) en in een ander EU28-land (9e plaats).

· In de ondernemingen met webverkopen worden al de drempels door een groter aandeel Belgische ondernemingen aangeduid dan in de EU28. In de ondernemingen zonder webverkopen worden alleen de drempels betreffende de logistieke problemen en de problemen gerelateerd aan de betaling iets meer gemeld in de Belgische ondernemingen dan in de EU28 (verschil in percentage meer dan 2%).

· Vlaamse ondernemingen met minstens 10 werknemers en met onlineverkopen zijn in het Vlaamse Gewest vergeleken met de EU28 niet geneigd om onlinebetalingen toe te laten: slechts 39% van deze Vlaamse ondernemingen tegen 57% in de vergelijkbare ondernemingen in de EU28 accepteert deze betalingen.

· Kleinere ondernemingen hebben meestal een achterstand met betrekking tot e-commerce tegenover grotere ondernemingen.

Managementsamenvatting ICT-monitor

Contactpersoon

Marie-Anne Moreas, marianne.moreas@kb.vlaanderen.be; 02 553 51 37

Situering van de monitor

In het Vlaamse Regeerakkoord 2014-2019 wordt veel belang gehecht aan de opportuniteiten van de digitalisering op verschillende vlakken. De Studiedienst van de Vlaamse Regering wil via een reeks ICT-monitoren de digitale omgeving, relevant voor het Vlaamse beleid, in kaart brengen. Voorliggende monitor zoemt in op een van de pijlers van deze 'omgevingsfactoren': e-commerce. Zo wil men vanuit het domein 'Economie en innovatie' de handelaars voorbereiden op de uitdagingen van de onlinehandel (Vlaams Regeerakkoord, p. 28). In de Beleidsnota 2014-2019 Werk, Economie, Wetenschap en Innovatie vinden we de bekommernis dat de detailhandel onder andere omwille van de opkomst van e-commerce een ingrijpende transformatie ondergaat. Men wil in dit kader het Vlaams detailhandelsbeleid verder ontwikkelen, waarbij het bevorderen van e-commerce een van de maatregelen is. In dit kader werd in november 2015 de e-commercecampagne 'Het Internet. Ook uw zaak' gelanceerd door Vlaams minister van Economie Philippe Muyters en Karel Van Eetvelt van Unizo. Ook op andere overheidsniveaus is e-commerce een belangrijke pijler. In de Digitale Agenda voor België is 'het aanwakken van de digitale economie' een van de bestanddelen van de tweede pijler. Binnen de Digitale Agenda van de Europese Commissie hoort e-commerce tot pijler I 'Een digitale eengemaakte markt voor Europa'.

Indicatoren

De indicatoren zijn opgedeeld in 2 grote delen. Het eerste deel betreft de burgers, het tweede de ondernemingen. Bij de burgers wordt het onlineaankoopgedrag bestudeerd; bij de ondernemingen het onlineaankoopgedrag en -verkoopgedrag. De indicatoren werden geselecteerd op basis van de betreffende indicatoren van de Europese Digitale Agenda en andere beschikbare informatie vanuit de vragenlijsten van Eurostat (zie bron). De voorgestelde indicatoren werden gevalideerd door de stakeholders (zie verder).

Elke indicator start met een werkblad met de doelstelling of de streefwaarde vanuit het Vlaamse beleid; de verantwoording van het thema vanuit Europees en vanuit Vlaams standpunt, de concrete vragen uit de enquête, de definities en bijkomende opmerkingen. Hierna volgt een samenvattende tabel met de statistieken en de belangrijkste vaststellingen voor de indicator. Vervolgens is er bij de indicatoren voor de burgers een meer diepgaande uitwerking met een beschrijving van de evolutie over de totale bevolking en over verschillende demografische groepen. Bij de ondernemingen is er een meer diepgaande uitwerking met een beschrijving van de evolutie over al de ondernemingen met minstens 10 werknemers en over de verschillende groottecategorieën voor de ondernemingen. Tenslotte wordt zowel bij de indicatoren van de burgers als voor die bij de bedrijven het Vlaamse Gewest gepositioneerd binnen de rest van de EU28.

Stakeholders

Via een conceptnota werd onderzocht welke administraties en Vlaamse organisaties interesse hadden om samen deze monitor omtrent e-commerce op te stellen. De stakeholders bij deze studie zijn: Pascal Dengis, afdelingshoofd 'Afdeling Kennisbeheer' van het departement EWI; Liesbet Schruers, verantwoordelijk voor de digitale en de creatieve economie binnen het departement EWI en Gert Verdonck Onderzoeker SERV/Stichting Innovatie & Arbeid.

Zij selecteerden de relevante indicatoren. Zij bepaalden voor de Eurostat-indicatoren voor welke groep het percentage berekend zou worden (totale bevolking / totaal van de ondernemingen, internetgebruikers, onlineaankopers voorbije jaar, ...), alsook voor welke kenmerken van de individuen of van de bedrijven er een verdere opdeling van de statistieken zou gebeuren. Verder bepaalden ze ook de concrete analyses en het format mee.

Bron

De cijfers voor de burgers zijn afkomstig van de Eurostat-enquête voor ICT- en internetgebruik bij huishoudens van 16- tot 74-jarigen. In 2014 namen na validatie voor België 6.012 huishoudens deel, waaronder 3.312 huishoudens uit het Vlaamse Gewest, 2.062 huishoudens uit het Waalse Gewest en 638 huishoudens uit het Brusselse Hoofdstedelijke Gewest. Dat is voor België 43,4% en voor het Vlaamse Gewest 50,5% van de initiële brutosteekproef van de enquête naar de arbeidskrachten 2014.

De cijfers voor de ondernemingen zijn afkomstig van de Eurostat-enquête voor ICT-gebruik en e-commerce in bedrijven. De responsgraad voor België ligt rond 56%; voor Vlaanderen rond 60%.

De Belgische data worden verzameld en verkregen via de Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium (ADS-SB).

BURGERS

Internetgebruik

Het aandeel burgers dat nooit het internet gebruikt heeft, is sterk afgenomen van 31% in 2006 naar 10% in 2014. In 2014 heeft bijgevolg 90% van de Vlamingen van 16 tot 74 jaar het internet gebruikt, waarmee het Vlaamse Gewest de 7e plaats binnen de 31 opgenomen regio's (EU28 plus 3 Belgische gewesten) inneemt. Het internetgebruik verschilt wel sterk over de demografische groepen. Van de 16- tot 54-jarigen, de hoog- en mediumopgeleiden en de mensen met hogere gezinsinkomens (minstens 1.900,00 euro) heeft in 2014 meer dan 90% ooit het internet gebruikt. Bij de Vlamingen tussen 55 en 74 jaar, bij de laagopgeleiden en bij de personen uit gezinnen van de lagere inkomensklassen ligt dat percentage tussen 70% en 80%.

Online aankopen

Het aandeel burgers dat ooit een onlineaankoop deed, is van 2006 tot 2014 gestegen van 23% naar 65%. Het aandeel onlinekopers in het voorbije kwartaal steeg van 13% naar 44%, het aandeel meer sporadische kopers (aankoop langer dan 3 maanden geleden) steeg van 9% naar 22%. Het aandeel mensen dat internet gebruikte maar nooit een onlineaankoop deed, is sterk gedaald van 46% tot 24%. Het aandeel Vlamingen dat onlineaankopen deed in het voorbije kwartaal ligt met 44% op het niveau van het EU-gemiddelde (EU28= 41%; EU15= 46%). Wanneer we de meer sporadische onlinekopers mee in rekening brengen, heeft 65% van de Vlamingen tegen 57% van de EU28-burgers ooit een onlineaankoop gedaan. In al onze buurlanden is het aandeel personen dat onlineaankopen deed hoger.

Het aandeel personen dat ooit of in het voorbije kwartaal onlineaankopen deed, daalt over de leeftijd (16- tot 54-jarigen versus 55- tot 74-jarigen) en stijgt met de opleiding en met het gezinsinkomen. Het internetgebruik is slechts een gedeeltelijke verklaring want het aandeel personen dat wel internet gebruikte, maar geen onlineaankopen deed, stijgt met de leeftijd en daalt met de opleiding en met het gezinsinkomen.

Vestigingsplaats verkopers

Onlinekopers kopen hun producten bij voorkeur bij leveranciers in eigen land. Van 2008 tot 2014 steeg het aandeel kopers bij leveranciers uit eigen land van 63% tot 83%; en het aandeel kopers in een ander EU-land van 37% tot 61%. Het aandeel onlinekopers bij een leverancier in een niet-EU land is van 2008 (14%) tot 2014 (15%) vrij constant gebleven, al fluctueert dat percentage wat over de tijd. Het aandeel onlinekopers dat aankopen deed bij leveranciers in eigen land is lager in het Vlaamse Gewest dan in de EU15 of de EU28. Het aandeel onlinekopers dat aankopen deed bij leveranciers in een ander EU-land is zeer hoog in het Vlaamse Gewest en in België over het algemeen.

Bij alle demografische groepen is er bij de onlinekopers een voorkeur voor leveranciers in eigen land, gevolgd door de leveranciers uit andere EU-landen. Het aandeel onlinekopers bij leveranciers buiten de EU ligt een heel stuk lager. De voorkeur voor de leveranciers in eigen land is nog iets meer uitgesproken bij de ouderen van 55 tot 74 jaar tegenover de overige leeftijdsgroepen. De kans op aankopen bij een leverancier in eigen land, in een ander EU-land en in een land buiten de EU nemen allen toe met de opleiding en het gezinsinkomen. Dit zou kunnen betekenen dat het aantal leveranciers en/of de spreiding van de leveranciers toeneemt met de opleiding en het gezinsinkomen. Het aandeel kopers dat niet weet waar de leverancier van de aankoop gevestigd is, is in 2014 iets hoger bij de jongeren, de laagopgeleiden en bij de mensen met het laagste gezinsinkomen maar de verschillen zijn eerder klein en de percentages laag.

Aangekochte goederen

De meest populaire onlineproducten 'kleding of sportgerief', 'met toerisme gelieerde producten' en 'tickets voor evenementen' werden door bijna de helft van de onlinekopers gekocht in het voorbije jaar. Van 2006 tot 2014 is er een toename in het aandeel onlinekopers van 'voeding of kruidenierswaren', 'huishoudproducten', 'medicijnen', 'kleding of sportgerief', 'elektronische toestellen', 'toeristische producten' of 'tickets voor evenementen'. Het aandeel kopers dat 'films of muziek', 'tijdschriften, e-learningmateriaal e.d.m.', 'computersoftware', 'computerhardware', 'telecommunicatiediensten', of 'aandelen e.d.m.' kocht, bleef vrij stabiel. Ook voor de e-producten, uitgezonderd de tickets voor evenementen, is er geen betekenisvolle stijging van het aandeel kopers. De relatief kleine stijging bij de onlinekopers betekent geenszins dat er geen stijging was in het aantal kopers voor deze producten. Het aandeel onlinekopers in het voorbije jaar is namelijk gestegen van 20% in 2006 tot 59% in 2014. Een constant percentage bij de onlinekopers houdt in die zin bijna een verdrievoudiging van de verkoop van 2006 tot 2014 in.

Het aandeel onlinekopers dat een specifiek (e-)product aankocht, ligt over het algemeen lager dan het EU28- of EU15-gemiddelde. De enige uitzondering op deze regel betreft de aankoop van tickets voor evenementen. Als de andere landen een beeld kunnen geven van de mogelijke evolutie voor het Vlaamse Gewest kunnen we nog een sterke evolutie van de onlinemarkt verwachten.

Meer onlinekopers van de twee jongste leeftijdsgroepen dan van de ouderen schaffen zich 'films of muziek', 'kleding of sportgerief', 'computersoftware', 'elektronische toestellen', 'tickets voor evenementen' en de meeste e-producten (uitgezonderd 'tijdschriften, kranten en e-learningmateriaal') aan. De twee oudste leeftijdsgroepen zijn meer geïnteresseerd in 'huishoudgoederen', 'medicijnen', 'aandelen' en 'in met toerisme gerelateerde producten' dan de jongeren. De overige producten zijn het populairst bij de onlinekopers van de 25 tot 54 jaar. Verder is de kans op een aankoop van een (e-)product over het algemeen groter wanneer men meer opgeleid is en als men een hoger gezinsinkomen heeft. 'Film en muziek' en 'elektronische toestellen' zijn daarentegen wat populairder bij de onlinekopers uit de groep met het laagste inkomen dan bij de andere groepen.

Betaalwijze

84% van de Vlaamse onlinekopers betalen hun aankopen online via de kredietkaart (bv. Visa) of de debetkaart (bv. Bancontact/Mister Cash); 44% via een elektronische overschrijving via internetbankieren. 10% van de onlinekopers betaalden niet via het internet en 6% betaalde met een prepaidkaart of -rekening via het internet.

Voor alle demografische groepen blijft de kredietkaart of de debetkaart de meest voorkomende vorm van betaling en de elektronische overschrijving via internetbankieren de tweede meest gebruikte vorm van betaling. De kans op het gebruik van de krediet- of debetkaart stijgt met de opleiding en het gezinsinkomen; de kans op het gebruik van een elektronische overschrijving met het gezinsinkomen. De ouderen, de minder hoog opgeleiden en de personen uit de laagste inkomenscategorieën betalen vaker offline. Tenslotte wordt de prepaidkaart of -rekening ietwat vaker gebruikt naarmate men jonger is of als men een lager gezinsinkomen heeft, al zijn deze verschillen klein.

Consumentenrechten

Meer dan 50% van de internetgebruikers geeft aan dat hij/zij weet dat de bescherming van de privacy en van andere persoonlijke gegevens gegarandeerd moet zijn bij internetaankopen. 42% kent het recht dat je voor de meeste goederen de aankoop kan annuleren en dat je bij annulering recht hebt op een snelle terugbetaling. Iets meer dan een kwart van de internetgebruikers weet dat de levering van goederen binnen de 30 dagen na het plaatsen van de bestelling dient te gebeuren; en dat het recht bestaat om geïnformeerd te worden over de contractuele voorwaarden. Meer dan een derde van de internetgebruikers is niet op de hoogte van deze consumentenrechten.

Er bestaan grote verschillen over de demografische groepen van het aandeel internetgebruikers dat niet op de hoogte is van deze consumentenrechten. Hoe ouder de internetgebruiker, hoe lager opgeleid of hoe lager het gezinsinkomen, hoe kleiner de kans dat de persoon op de hoogte is van minstens een van de consumentenrechten. Elk van de consumentenrechten is minder goed gekend als men ouder is, als men lager opgeleid is en als men een lager gezinsinkomen heeft.

BEDRIJVEN

Internettoegang

De kans op een internetaansluiting neemt toe in functie van de grootte van de onderneming. Bij de kleinere ondernemingen met 5 tot 9 werknemers geeft in 2014 94% aan een internetaansluiting te hebben en 3% geeft aan dit niet te hebben. Bij de groottecategorieën voor de ondernemingen met minstens 10 werknemers geeft niemand aan geen internetaansluiting te hebben en 98% tot 100% geeft aan wel een internetaansluiting te hebben.

De website en zijn functies

Van 2006 tot 2010 steeg het aandeel Vlaamse ondernemingen met minstens 10 werknemers die een website hebben van 70% tot 82%, waarna dat aandeel ietwat stagneerde. In 2014 heeft 83% van deze ondernemingen een website; 15% heeft geen website en bijna 2% geeft geen antwoord op deze vraag. Wat de inhoud van de website betreft, heeft in 2014 68% van deze ondernemingen een website met een productcatalogus of een prijslijst; 34% een website die het elektronisch indienen van klachten mogelijk maakt en in 2013 heeft 29% een website met een verklaring inzake het privacybeleid, een privacyzegel of een certificering van websitebeveiliging. Bij een onderneming op de vijf kan je in 2014 via de website online bestellen, reserveren of boeken. Het aanbieden van gepersonaliseerde inhoud is minder populair: 11% biedt gepersonaliseerde inhoud aan voor regelmatige of terugkerende bezoekers en 5% maakt het mogelijk om de eigen producten te personaliseren of te ontwerpen. De penetratie van websitebezoek en van websites met de verschillende functies is groter in het Vlaamse Gewest dan gemiddeld in de EU, uitzondering hierbij betreft de website met een verklaring inzake het privacybeleid, een privacyzegel of een certificering van websitebeveiliging (29% tegen 37% in de EU15 of 33% in de EU28).

De kans dat de onderneming een website heeft of dat de website een bepaalde functie heeft, stijgt zoals verwacht met de ondernemingsgrootte. De kleinste ondernemingen met 5 tot 9 werknemers hebben in 2014 in 72% van de gevallen een website, de grootste ondernemingen met minstens 250 werknemers in 98% van de gevallen.

Bestellingen ontvangen

Het aandeel ondernemingen met minstens 10 werknemers dat in 2013 (survey 2014) bestellingen voor goederen of diensten ontving via een website en/of via EDI-berichten, ligt rond een kwart; voor bestellingen via een website is dat ongeveer een onderneming op de vijf en voor bestellingen via EDI-berichten ongeveer een onderneming op de tien. Het aandeel ondernemingen met elektronische bestellingen is in 2013 zeer hoog in het Vlaamse Gewest: een gedeelde vijfde plaats met Zweden binnen de EU28. Het Vlaamse Gewest heeft zowel voor de bestellingen via een website als voor die via EDI-berichten een hoger aandeel dan de EU15 of de EU28.

De kans dat men een elektronische bestelling heeft ontvangen via een website, via EDI-berichten of via een van beide neemt toe met de bedrijfs grootte. De verschillen in functie van de bedrijfs grootte zijn groter voor de bestellingen via EDI-berichten dan voor de bestellingen via een website.

Bestemming verkopen

Elektronische verkopen worden door meer ondernemingen gerealiseerd in eigen land dan in een ander EU-land en een groter aandeel van de ondernemingen verkoopt in een ander EU-land dan in een land buiten de EU. Van 2011 naar 2013 is het aandeel ondernemingen met elektronische verkopen in eigen land (van 24% tot 21%) en in een ander EU-land (van 12% naar 9%) gedaald. De daling in eigen land is vooral sterk in de kleinste ondernemingen van 5 tot 9 werknemers. De daling in een ander EU-land situeert zich eerder bij de ondernemingen met 10 tot 249 werknemers. Het Vlaamse Gewest scoort hoger dan de EU28 voor het aandeel ondernemingen met elektronische verkopen in eigen land (4e plaats in de EU28) en in een ander EU28-land (9e plaats). Het aandeel ondernemingen met elektronische verkopen in een land buiten de EU is in het Vlaamse Gewest en binnen de EU28 gelijk (4%).

De kans op een verkoop neemt voor elke regio (eigen land, ander EU-land, buiten de EU) toe met de ondernemingsgrootte.

Betaling e-verkopen

De Vlaamse ondernemingen met minstens 10 werknemers en met webverkopen zijn vergeleken met de overeenkomstige ondernemingen binnen de EU28 niet geneigd om onlinebetalingen toe te laten: slechts 39% van deze Vlaamse ondernemingen tegen 57% van de EU28-ondernemingen accepteert deze betalingen. Offlinebetalingen worden door deze Vlaamse bedrijven dan weer vaker geaccepteerd dan gemiddeld over de EU28 het geval is (80% tegen 71%).

Het aandeel ondernemingen dat online- of offlinebetalingen accepteert, vertoont vreemde sprongen over de categorieën voor bedrijfsgrootte.

Afnemers e-verkopen

Het aandeel ondernemingen met webverkopen aan ondernemingen of aan overheden is sterk gestegen van 11% in 2012 tot 15% in 2013 (bevraging 2013 en 2014). Het aandeel ondernemingen met webverkopen aan burgers steeg over dezelfde periode van 10% tot 12%. Een groter aandeel van al de Vlaamse ondernemingen met minstens 10 werknemers dan van de vergelijkbare EU28-ondernemingen heeft webverkopen aan ondernemingen en aan overheden (15% versus 10%); alsook aan burgers (12% versus 10%). Binnen de ondernemingen met webverkopen blijft het aandeel ondernemingen met webverkopen aan ondernemingen en aan overheden hoger in het Vlaamse Gewest dan in de EU28 (76% versus 71%), wat niet het geval is voor de webverkopen aan burgers (Vlaams Gewest 61% versus EU28 71%).

De kans op webverkopen aan ondernemingen en overheden stijgt sterk over de categorieën voor de ondernemingsgrootte. Bij de webverkopen aan burgers is deze samenhang met bedrijfsgrootte minder sterk.

Elektronische aankopen

Het aandeel ondernemingen dat bestellingen deed via websites of EDI-berichten daalde van 54% in 2010 tot 20% in 2013 om in 2014 terug sterk toe te nemen tot 35%. Het aandeel ondernemingen met minstens 10 werknemers dat elektronische aankopen deed, ligt iets lager in het Vlaamse Gewest dan in de EU28.

De kans dat de onderneming een elektronische aankoop deed, stijgt sterk met de ondernemingsgrootte.

Beperkingen voor e-commerce

De enige drempel die sterk verschilt tussen de ondernemingen met minstens 10 werknemers die via websites verkopen versus deze die dat niet doen is 'de goederen of diensten van de onderneming waren niet geschikt voor webverkoop' (60% versus 36%). In de ondernemingen met webverkopen worden al de drempels door een groter aandeel Belgische ondernemingen aangeduid dan in de EU28. In de ondernemingen zonder webverkopen worden alleen de drempels betreffende de logistieke problemen en de problemen gerelateerd aan de betaling iets meer gemeld in de Belgische ondernemingen dan in de EU28 (verschil in percentage meer dan 2%).

De meeste drempels spelen met een kleiner aandeel van de ondernemingen een rol naargelang de onderneming groter is.

Inhoudstafel

DIMENSIES	Ruimte	EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest
	Tijd	2006-2014 tenzij anders vermeld
	Meeteenheid	(Huishoudens van) burgers van 16 tot 74 jaar
BRON		Eurostat (epp.eurostat.ec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium
MEER INFORMATIE		http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/digital-agenda-scoreboard

	Pagina	Deelindicatoren
BLIKVANGERS		
MANAGEMENTSAMENVATTING	1	
INHOUDSTAFEL	6	
VERANTWOORDING	10	
KEUZE VAN DE INDICATOREN	11	

Eurostat-enquête 'ICT- en internetgebruik bij huishoudens en individuen'

DATABRON	13	
A	14 Algemeen internetgebruik	2014.20. Wanneer gebruikte u voor het laatst het internet? 1. Tijdens de laatste drie maanden, 2. Tussen drie maanden en een jaar geleden, 3. Meer dan een jaar geleden.
B	21 Onlineaankopen naar periode van aankoop	2014.41. Wanneer kocht of bestelde u voor het laatst goederen of diensten voor privégebruik via het internet? 1. Tijdens de laatste drie maanden; 2. Tussen drie maanden en een jaar geleden; 3. Meer dan een jaar geleden; 4. Nog nooit iets via internet gekocht of besteld.
C	29 Vestigingsplaats verkopers	2014.44. U hebt de afgelopen 12 maanden voor privégebruik goederen of diensten gekocht of besteld via het internet. In welke landen zijn de betreffende verkopers gevestigd? U mag meerdere antwoorden omcirkelen. 1. België; 2. Een ander EU-land; 3. Een niet-EU-land; 4. Land van herkomst van de verkoper onbekend.

2014.42. Welke goederen of diensten kocht of bestelde u tijdens de laatste twaalf maanden via het internet voor privégebruik? 1. Voeding of kruidenierswaren; 2. Huishoudgoederen die geen computerhardware en geen elektronische toestellen zijn; 3. Geneesmiddelen of medicijnen waarvoor een voorschrift noodzakelijk is; 4. Geneesmiddelen of medicijnen waarvoor geen voorschrift noodzakelijk is; 5. Films; 6. Muziek; 7. Boeken, tijdschriften of kranten (digitale boeken inbegrepen); 8. E-learningmateriaal; 9. Kleding of sportgerief; 10. Computer- en videospelletjes en/of bijbehorende upgrades; 11. Computerprogramma's en/of bijbehorende upgrades met uitzondering van spelletjes; 12. Computerhardware; 13. Elektronische toestellen; 14. Telecommunicatiediensten; 15. Aandelen, verzekeringen en/of andere financiële diensten; 16. Toeristische verblijfsaccommodatie; 17. Andere reisbestedingen (vliegtickets, wagenverhuur); 18. Tickets voor evenementen; 19. Andere.

D

36 Aangekochte goederen

2014.42. Welke goederen of diensten kocht of bestelde u tijdens de laatste twaalf maanden via het internet voor privégebruik? 2014.43. Welke van de omcirkelde goederen van vraag 42 hebt u niet via de post verkregen, maar wel via een rechtstreekse webtoegang of door ze zelf te downloaden? 5. Films; 6. Muziek; 7. Boeken, tijdschriften of kranten (digitale boeken inbegrepen); 8. E-learningmateriaal (onlinecursussen); 10. Computer- en videospelletjes en/of bijbehorende upgrades; 11. Computerprogramma's en/of bijbehorende upgrades met uitzondering van spelletjes; 18. Tickets voor evenementen; 19. Andere.

E

45 Aangekochte onlineproducten

2014.45. Op welke manier hebt u de goederen of diensten die u tijdens de laatste twaalf maanden via het internet voor privégebruik kocht of bestelde, betaald? U mag meerdere antwoorden omcirkelen. 1. Met een kredietkaart (bv. Visa) of debetkaart (bv. Bancontact/Mister Cash) via het internet; 2. Met een prepaidkaart of een prepaidrekening via het internet (dit is een kaart of rekening waarop vooraf het te besteden bedrag voorzien wordt); 3. Met een elektronische overschrijving via internetbankieren; 4. Ik heb niet betaald via internet maar bv. contant of via een klassieke (papieren) overschrijving.

F

52 Betaalwijze

2014.47. Welke van de volgende consumentenrechten van de Europese Unie in verband met internetaankopen kent u? U mag meerdere antwoorden omcirkelen. 1. Dat voor de meeste goederen het recht bestaat om de aankoop te annuleren en dat ik bij annulering recht heb op een snelle terugbetaling van de betaalde som; 2. Dat de levering van goederen binnen de 30 dagen na het plaatsen van de bestelling dient te gebeuren; 3. Dat de bescherming van de privacy en andere persoonlijke gegevens gegarandeerd moet zijn; 4. Dat het recht bestaat om geïnformeerd te worden over contractuele voorwaarden; 5. Ik ken geen van bovenvermelde consumentenrechten.

G
RESPONS
A

56 Kennis consumentenrechten
63
64 Aantal burgers in het totaal en per doelgroep

Eurostat-enquête ICT-gebruik en e-commerce in bedrijven
--

DATABRON

66

A

67 Internettoegang

2014.C1. Heeft uw onderneming toegang tot internet? Ja-nee.

B

75 De website en zijn functies

2014.C7. Heeft uw onderneming een website? Ja Nee; 2014.C8. Had uw website een van de volgende voorzieningen? a) Beschrijving van goederen of diensten, prijslijsten; b) Bestellingen, reserveringen of boekingen via internet; c) Mogelijkheid voor bezoekers om via internet goederen of diensten te personaliseren of te ontwerpen; d) Gepersonaliseerde inhoud op de website voor regelmatige/terugkerende bezoekers; e) Elektronische indiening van klachten. Bijkomend in 2013.B8. b) Verklaring inzake het privacybeleid, privacyzegel of certificering van websitebeveiliging.

C

**Bestellingen ontvangen via een website of EDI-
83 berichten**

2014.J1. Ontving uw onderneming in 2013 bestellingen voor goederen of diensten via een website? (uitgezonderd handgetypte e-mails) Ja, Nee. 2014.J5. Ontving uw onderneming in 2013 bestellingen voor goederen of diensten via EDI-berichten? Ja Nee.

D

91 Bestemming elektronische verkopen

2013.E3. Ontving uw onderneming in 2012 bestellingen via een website door klanten die in de volgende regio's gevestigd zijn? Ja Neen a) België; b) Andere EU-landen; c) Rest van de wereld. 2013.E8. Ontving uw onderneming in 2012 bestellingen via EDI-berichten door klanten die in de volgende regio's gevestigd zijn? Ja Neen a) België, b) Andere EU-landen, c) Rest van de wereld.

E

97 Betaling van elektronische verkopen

2014.I4. Welke betalingswijzen aanvaardt uw onderneming voor haar webverkopen? a) Onlinebetalingssystemen, betaling geïntegreerd in bestelproces; b) Offlinebetalingssystemen.

2014.I3. Op welk percentage van de totale omzet van uw onderneming schat u per type klant de verkopen die in 2013 het gevolg waren van een bestelling via een website? (schattingen in percentage van de monetaire waarde, excl. BTW) a) Business to Customer- B2C (verkoop aan particulieren) %; b) Business to Business - B2B (verkoop aan andere ondernemingen) en Business to Government - B2G (verkoop aan overheden) %.

2014.I7. Plaatste uw onderneming in 2013 bestellingen voor goederen of diensten via een website of EDI-berichten? Ja, Nee.

2013.E5. Beperkten of belemmerden de volgende problemen uw onderneming bij de verkoop via een website? ja-nee. a) De goederen of diensten van de onderneming waren niet geschikt voor webverkoop. b) Logistieke problemen bij webverkoop. c) Betalingsproblemen bij webverkoop. d) Problemen met ICT-veiligheid of databescherming bij webverkoop. e) Wettelijke problemen bij webverkoop. f) De kosten voor webverkoop waren te hoog of zouden te hoog zijn in vergelijking met de voordelen.

F

104 Afnemers verkopen via een website

G

111 Elektronische aankopen

H

**Beperkingen voor e-commerce bij bedrijven die al
117 dan niet via websites verkopen**

RESPONS

124

A

**Aantal ondernemingen in het totaal en per
125 ondernemingsgrootte**

AFKORTINGEN LANDEN

126

Verantwoording monitor e-commerce

DIMENSIES

Ruimte EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest

Tijd 2006-2014, tenzij anders vermeld

Meeteenheid Burgers van 16 tot 74 jaar; Ondernemingen met minstens 5 werknemers

BRON

Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

MEER INFORMATIE

<http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/digital-agenda-scoreboard>

Vlaamse beleidsdocumenten

De betreffende doelstelling uit het Vlaamse Regeerakkoord is vanuit het domein 'Economie en innovatie' de volgende: "We bereiden de handelaars voor op de uitdagingen van de online handel." (Vlaams Regeerakkoord, p. 28) In de Beleidsnota 2014-2019 Werk, Economie, Wetenschap en Innovatie vinden we onder punt 4.2. Detailhandels- en handelsvestigingenbeleid volgende bekommernis: "De detailhandel is een sector die onder andere omwille van de opkomst van e-commerce en veranderend consumentengedrag een ingrijpende transformatie ondergaat. Het zal in belangrijke mate aan de ondernemers van de sector zijn hierop een passend antwoord te vinden via innovatie en een verhoogde klantgerichtheid. Het Vlaams detailhandelsbeleid zal verder ontwikkeld worden op verschillende terreinen zoals de regierol van steden en gemeenten, de uitrol van het Integraal Handelsvestigingenbeleid, de aanpak van leegstand en het bevorderen van e-commerce." In dit kader werd in november 2015 de e-commercecampagne "Het Internet. Ook uw zaak" gelanceerd door Vlaams minister van Economie Philippe Muyters en Karel Van Eetvelt van Unizo. Onder punt 10 'Activeren van het innovatiepotentieel bij kmo's en grote ondernemingen' staat: "Deze legislatuur willen we kmo's veel meer in contact brengen met innovatie. Er bestaat immers nog een grote groep kmo's en niet O&O-intensieve grote ondernemingen in Vlaanderen, die nog een belangrijke stap voorwaarts kunnen zetten op vlak van innovatiematuriteit. We willen deze ondernemingen meer innovatiegericht maken, hen in contact brengen met innovatie binnen en buiten hun sector en hun innovatiecapaciteit vergroten."

Digitale Agenda

E-commerce hoort tot pijler I 'Een digitale eengemaakte markt voor Europa' van de Digitale Agenda. Een samenvatting van de belangrijkste acties die hierbij horen, zijn: "De Commissie verbindt zich er enerzijds toe om de wettelijke toegang tot inhoud te openen door de vereffening en het beheer van auteursrechten en de grensoverschrijdende licentieverlening te vereenvoudigen. Ze zal hiertoe een kaderrichtlijn inzake het collectieve beheer van rechten alsook een richtlijn over verweesde werken voorstellen. Anderzijds zal ze de richtlijn inzake het hergebruik van overheidsinformatie herzien.

Om elektronische betalingen en e-facturering te bevorderen, moet de Commissie de eengemaakte eurobetalingsruimte (Single Euro Payment Area – SEPA) voltooiën en de richtlijn inzake e-handtekeningen herzien om voor beveiligde e-authenticatiesystemen te zorgen.

De Europese onlinemarkt heeft te kampen met een gebrek aan vertrouwen bij de gebruikers met betrekking tot de veiligheid van betalingen of de bescherming van de persoonlijke levenssfeer. De Commissie overweegt een herziening van het reglementaire kader van de EU inzake gegevensbescherming. Verder is ze van plan een code bekend te maken, waarin de bestaande rechten van de digitale gebruiker duidelijk en vlot toegankelijk zijn opgenomen. Deze code zal eveneens betrekking hebben op het contractrecht en de online geschillenbeslechting op het niveau van de EU. De Commissie zal ook de invoering van een EU-wijd online betrouwbaarheidskeurmerk overwegen om de veiligheid van de consument te verzekeren.

De telecomdiensten moeten eengemaakt worden en er moet voor een harmonisatie van de diensten en frequentiebanden gezorgd worden." (http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/si0016_nl.htm)

Keuze van de indicatoren

DIMENSIES

Ruimte EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest

Tijd 2006-2014, tenzij anders vermeld

Meeteenheid Burgers van 16 tot 74 jaar; Ondernemingen met minstens 5 werknemers

BRON

Eurostat (epp.eurostat.ec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

MEER INFORMATIE

<http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/digital-agenda-scoreboard>

Vertrekpunt

Er werd vertrokken van de beschikbare indicatoren in de Eurostat-vragenlijsten betreffende e-commerce. Het betreft de 'Enquête ICT- en internetgebruik bij huishoudens en individuen/Survey on ICT usage in households and by individuals' en de Eurostat-survey 'ICT-gebruik en e-commerce in bedrijven/ICT usage and e-commerce in enterprises'. Vervolgens werden de beschikbare regionale cijfers opgezocht.

Stakeholders

De stakeholders bij deze studie zijn: Pascal Dengis, afdelingshoofd 'Afdeling Kennisbeheer' van het departement EWI; Liesbet Schruers, verantwoordelijk voor de digitale en de creatieve economie binnen het departement EWI; en Gert Verdonck Onderzoeker SERV/Stichting Innovatie & Arbeid.

Principes keuze indicatoren

De beschikbare indicatoren werden voorgelegd aan de stakeholders. Zij gingen bij de keuze van de indicatoren uit van volgende algemene principes: a. Vertrek van het standpunt van de beleidsondersteuner. Wat is voor hem belangrijk? Wat staat er in de beleidsnota?; b. Concentreer je op duidelijke, transparante cijfers die internationaal te vergelijken zijn. Dit is de sterkte van deze monitor volgens de stakeholders. Omdat e-commerce niet stopt aan de grens, moeten de regionale cijfers vergeleken kunnen worden met deze uit het buitenland; c. Bekijk wat er naast deze cijfers in de toekomst nodig is. Privacy werd aangehaald als een van deze tekortkomingen.

Keuze indicatoren

De stakeholders selecteerden vervolgens de relevante indicatoren. Ze bepaalden voor de Eurostat-indicatoren voor welke groep het percentage berekend zou worden (totale bevolking, internetgebruikers, onlineaankopers voorbij jaar, ...), alsook voor welke kenmerken van de individuen of van de bedrijven er een verdere opdeling van de statistieken zou gebeuren. De indicatoren waarbij de omzet relevant is, zijn de laatste jaren niet betrouwbaar voor België volgens Eurostat en worden niet opgenomen.

Verantwoording demografische groepen

Vanuit de beschikbare doelgroepen bij Eurostat werden de stakeholders bevraagd om de prioritaire kenmerken te identificeren waarvoor bijkomende analyses gebeurden. Bij de burgers betreft het de leeftijd, de scholing en het inkomen. Bij de ondernemingen de grootte van de onderneming.

Opdeling rapport

Na de statistieken uit de Eurostat-enquête bij huishoudens en burgers komen de statistieken uit de Eurostat-enquête bij ondernemingen aan bod.

Eurostat-enquête 'ICT- en internetgebruik bij huishoudens en individuen'

BURGERS 1**Bron data: enquête ICT- en internetgebruik bij huishoudens en individuen****DIMENSIES****Ruimte** EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest**Tijd** 2005-2014**Meeteenheid** Burgers van 16 tot 74 jaar**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.ec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

MEER INFORMATIEhttp://statbel.fgov.be/nl/statistieken/gegevensinzameling/enquetes/ICT_huishoudens/; <http://ec.europa.eu/eurostat/web/information-society/methodology>**Omschrijving**

De ICT-enquête bij huishoudens en individuen is een jaarlijks door Eurostat gecoördineerde bevraging in de lidstaten van de Europese Unie. Voor de organisatie van de bevraging en voor de verwerking van de Belgische cijfers is de Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium verantwoordelijk. De ICT-enquête bij huishoudens en individuen bestaat uit twee delen. Vooreerst zijn er de regelmatig terugkerende vragen, die veelal indicatoren zijn voor bestaande programma's van de Europese Commissies, waaronder de Digitale Agenda. Verder zijn er jaarlijks modules die een bepaald aspect van ICT-gebruik meer uitgebreid belichten zoals 'cloud computing' in 2014.

Frequentie

Jaarlijks, maar niet elke indicator wordt jaarlijks bevraged.

Dataverzameling

Sinds 2009 worden er twee methodes van dataverzameling gebruikt: CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) via een webapplicatie; SAPQ (Self Administered Paper Questionnaire) via een papieren formulier. Na het afnemen van de EAK-enquête bepaalt de enquêteur op basis van de verjaardagen welk gezinslid de vragen over het ICT-gebruik moet beantwoorden. Dit gezinslid krijgt een papieren formulier met retouromslag en een document met instructies en toegangscode voor de webapplicatie. Twee à drie weken na het bezoek van de enquêteur ontvangen de huishoudens die nog niet geantwoord hebben een herinneringsbrief. Voor 2009 gebeurde de enquête mondeling aansluitend op de EAK-enquête.

Statistische populatie

Leden van privéhuishoudens tussen 16 jaar en 74 jaar.

Basis van de steekproef

Arbeidskrachtenenquête. In België wordt de enquête gehouden bij personen van minstens 16 jaar en jonger dan 75 jaar die behoren tot privéhuishoudens die in het tweede trimester deelnemen aan de doorlopende enquête naar de arbeidskrachten. Een willekeurig aangeduide persoon in het huishouden beantwoordt alle huishoudvragen en alle vragen betreffende de eigen persoon.

Respons

In 2014 namen 63,6% van de huishoudens die aan de enquête naar de arbeidskrachten deelnamen ook deel aan de ICT-enquête bij huishoudens. Dat komt neer op 6.201 huishoudens. Voor 189 huishoudens werd de enquête niet gevalideerd; bijvoorbeeld doordat te veel vragen onbeantwoord bleven. Na validatie bleven voor België 6.012 huishoudens over, waaronder 3.312 huishoudens uit het Vlaamse Gewest, 2.062 huishoudens uit het Waalse Gewest en 638 huishoudens uit het Brusselse Hoofdstedelijke Gewest. Dat is voor België 61,6% van de huishoudens die aan de enquête naar de arbeidskrachten 2014 deelgenomen hebben en 43,4% van de initiële brutosteekproef van de enquête naar de arbeidskrachten 2014. Voor het Vlaamse Gewest ligt de responsgraad hoger; respectievelijk 70,9% en 50,5%.

BURGERS 2	Algemeen internetgebruik	
DIMENSIES	Ruimte	EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest
	Tijd	2006-2014
	Meeteenheid	Alle burgers van 16 tot 74 jaar
BRON	Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium	
FREQUENTIE	Jaarlijks	

Streefwaarde Een toename van het algemeen gebruik, een wegwerken van de digitale kloof van de eerste graad.

Verantwoording thema Vlaams Regeerakkoord De betreffende doelstelling uit het Vlaamse Regeerakkoord is 'aandacht voor de digitale kloof'. Bij Bestuurszaken: 'Er is bij dit alles voldoende aandacht voor mensen die nog niet mee zijn met nieuwe informatietechnologie.' (Vlaams Regeerakkoord, p. 11) Bij Armoedebeleid: 'We dicht de digitale kloof en werken de laaggeletterdheid en de drempels tot participatie voor mensen in armoede weg.' (Vlaams Regeerakkoord, p.124) Bij Inburgering – integratie: 'Doorheen de geïntegreerde trajecten is er aandacht voor e-inclusie waar nodig. Het is mogelijk binnen het inburgeringstraject ruimte te maken voor het wegwerken van de digitale kloof bij vooral zwakkere doelgroepen (analfabeten, laaggeletterden, ouderen,...)'. (Vlaams Regeerakkoord, p. 130) Bij Cultuur, jeugd, media – afdeling media: 'Mediawijsheid en digitale geletterdheid zijn essentieel. We werken de digitale kloof weg.' (Vlaams Regeerakkoord, p.138)

Verantwoording thema Europees Aangezien steeds meer dagelijkse taken online uitgevoerd worden, heeft de burger nood aan goede digitale vaardigheden om voluit in de maatschappij te kunnen participeren. Toch zijn er nog steeds mensen die nooit het internet gebruikten en de kans om hiertoe te behoren is niet voor elke bevolkingsgroep even groot. Internetgebruik is in die zin een noodzakelijke maar niet voldoende voorwaarde voor het gebruik van e-commerce.

Vragen Met internet bedoelen we in de volgende vragen zowel e-mailen, surfen als chatten.
2014.18. Hebt u het internet ooit al gebruikt? Waar en op welke manier (via een computer of een ander apparaat) maakt niet uit. 1. Ja; 2. Nee.
2014.20. Wanneer gebruikte u voor het laatst het internet? Waar en op welke manier maakt niet uit. 1. Tijdens de laatste drie maanden, 2. Tussen drie maanden en een jaar geleden, 3. Meer dan een jaar geleden.

Definitie Internetgebruik in een bepaalde periode betreft de burgers van 16 tot 74 jaar die het internet binnen deze periode (items 1, 2 of 3 van 2014.20) gebruikten. Ooit internet gebruikt, betreft al de personen die het internet hebben gebruikt (item 1 t.e.m. 3 van 2014.20). Nooit internetgebruik zijn de mensen die nog nooit het internet gebruikten (item 'nee' van 2014.18). Wanneer men het internet niet gebruikte, wordt vraag 2014.20 niet gesteld. Toch worden de percentages berekend voor gans de bevolking van 16 tot 74 jaar.

Opmerkingen Voor de indicator 'nooit internet gebruikt' wordt de rangorde omgekeerd, zodat 1 staat voor het land met het kleinste aandeel burgers dat nog nooit internet gebruikte. U zal merken dat de som over de verschillende categorieën voor internetgebruik niet steeds 100% is. Dit betreft missende gegevens.

	Eurostat code	2014									2006	
		Vlaams Gewest	Brussels Gewest	Waals Gewest	België	EU28	EU15	Max.	Min.	Rang	Vlaams Gewest	Rang
Internetgebruik												
Voorbije 3 maanden	i_lu3	88	82	80	85	78	81	96 (DEN)	54 (ROE)	7(31)	65	9(30)
Voorbije jaar	i_lit12	89	83	82	86	80	82	96 (DEN)	59 (BUL, ROE)	7(31)	67	9(30)
Ooit	i_luevr	90	85	83	87	82	84	97 (DEN)	61 (ROE)	7(31)	69	9(30)
Nooit	i_lux	10	15	17	13	18	15	39 (ROE)	3 (DEN)	25(31)	31	22(30)

Samenvatting. Het aandeel burgers dat nooit het internet gebruikt heeft, is sterk afgenomen van 31% in 2006 naar 10% in 2014. De burgers die ooit het internet hebben gebruikt, zijn in 2014 bijna allemaal dagelijkse gebruikers. Het internetgebruik verschilt sterk over de demografische groepen. Bijna alle burgers van 16 tot en met 54 jaar hebben in 2014 ooit het internet gebruikt. Bij de Vlamingen tussen 55 en 74 jaar is dat slechts 73%. Bijna alle hoogopgeleiden en 92% van de medium opgeleiden gebruikten ooit het internet. Voor de laagopgeleiden is dat 75%. De personen die wonen in een gezin met een gezinsinkomen van minstens 3.000,00 euro hebben bijna allen het internet gebruikt; die met een gezinsinkomen van 1.900,00 tot 2.999,00 euro in 92% van de gevallen. De personen uit huishoudens met lagere inkomens hebben heel wat minder het internet gebruikt (laagste inkomen 71% en laag inkomen 80%). 90% van de Vlamingen van 16 tot 74 jaar heeft in 2014 het internet gebruikt. Hiermee behaalt het Vlaamse Gewest de 7e plaats binnen de 31 opgenomen regio's binnen deze monitor (EU28 plus 3 Belgische gewesten).

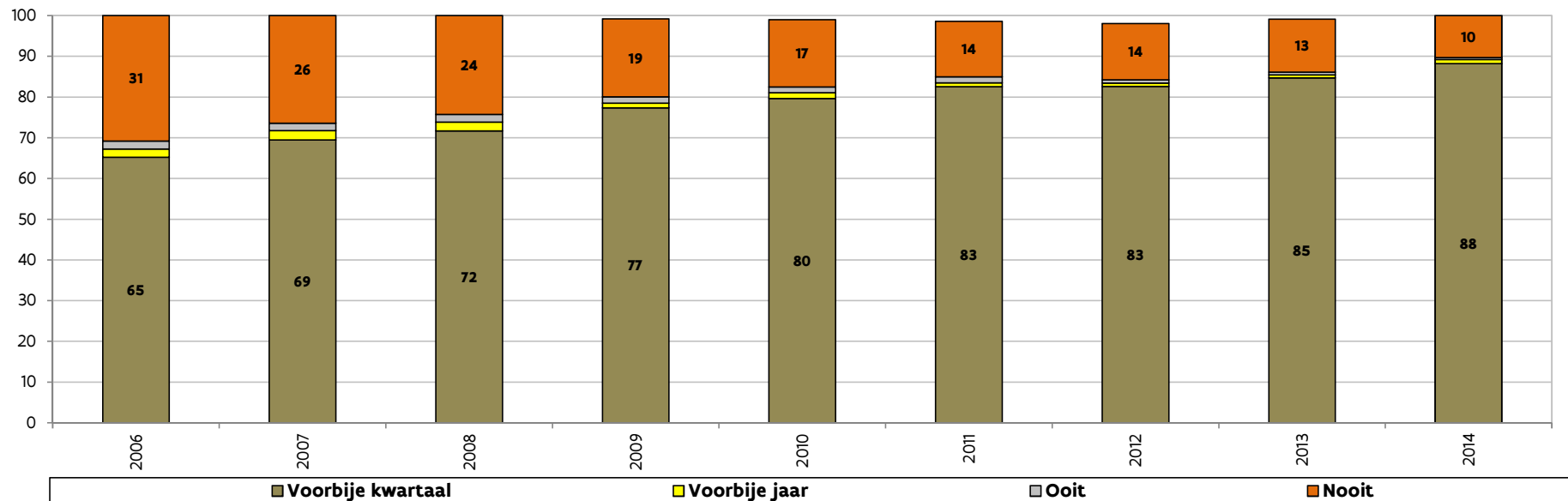
BURGERS 3

Evolutie internetgebruik

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Burgers van 16 tot 74 jaar
Percentage Totaal: alle burgers van 16 tot 74 jaar
Tijd 2006-2014

Internetgebruik naar periode van laatste gebruik, Vlaams Gewest, 2006-2014, in %



Internetgebruik	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Voorbije kwartaal	65	69	72	77	80	83	83	85	88
Voorbije jaar	67	72	74	78	81	84	83	85	89
Ooit	69	74	76	80	82	85	84	86	90
Nooit	31	26	24	19	17	14	14	13	10

Vaststellingen. Het aandeel burgers dat nooit het internet gebruikt heeft, is sterk afgenomen van 31% in 2006 naar 10% in 2014. De burgers die ooit het internet hebben gebruikt, zijn in 2014 bijna allemaal dagelijkse gebruikers.

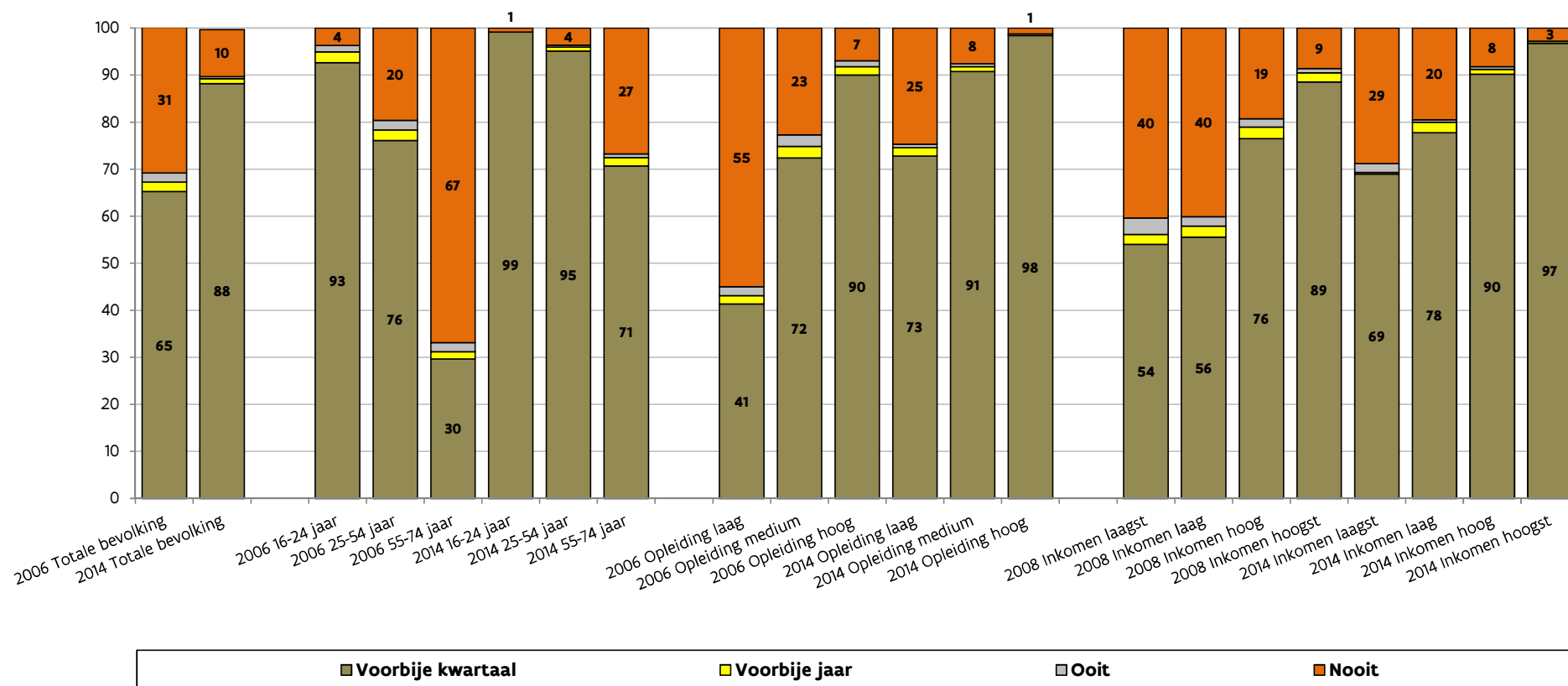
BURGERS 4

Evolutie internetgebruik naar periode en demografische groep

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep De bevolking wordt opgedeeld in functie van de leeftijd, de opleiding en het inkomen
Percentage Alle burgers van 16 tot 74 jaar uit de betreffende groep
Tijd 2006-2014, tenzij anders vermeld

Internetgebruik naar demografische groep, Vlaams Gewest, van 2006 tot 2014 tenzij anders vermeld, in %



	2006, voor inkomen 2008				2014			
	Internetgebruik				Internetgebruik			
	Ooit	Voorbije jaar	Voorbije kwartaal	Nooit	Ooit	Voorbije jaar	Voorbije kwartaal	Nooit
Totale bevolking	69	67	65	31	90	89	88	10
16-24 jaar	96	95	93	4	99	99	99	1
25-54 jaar	80	78	76	20	96	96	95	4
55-74 jaar	33	31	30	67	73	72	71	27
Opleiding laag	45	43	41	55	75	75	73	25
Opleiding medium	77	75	72	23	92	92	91	8
Opleiding hoog	93	92	90	7	99	99	98	1
Inkomen laagst	60	56	54	40	71	69	69	29
Inkomen laag	60	58	56	40	80	80	78	20
Inkomen hoog	81	79	76	19	92	91	90	8
Inkomen hoogst	91	90	89	9	97	97	97	3

Vaststellingen. Het internetgebruik verschilt sterk over de demografische groepen. Bijna alle burgers van 16 tot en met 54 jaar hebben in 2014 ooit het internet gebruikt. Bij de Vlamingen tussen 55 en 74 jaar is dat slechts 73%. Bijna alle hoogopgeleiden en 92% van de medium opgeleiden gebruikten ooit het internet. Voor de laagopgeleiden is dat 75%. De personen die wonen in een gezin met een gezinsinkomen van minstens 3.000,00 euro hebben bijna allen het internet gebruikt; die met een gezinsinkomen van 1.900,00 tot 2.999,00 euro in 92% van de gevallen. De personen uit huishoudens met lagere inkomens hebben heel wat minder het internet gebruikt (laagste inkomen 71% en laag inkomen 80%).

Opmerkingen. Voor de leeftijd worden 3 groepen opgenomen. De jongeren van 16 tot 24 jaar, de middengroep van 25 tot 54 jaar en de ouderen van 55 tot 74 jaar. Het onderwijsniveau is gebaseerd op de internationaal erkende ISCED-indeling (International Standard Classification of Education). Laaggeschoolden zijn diegenen die ofwel geen diploma hebben ofwel ten hoogste een diploma van lager secundair onderwijs (eerste graad)(ISCED 0-2). Middengeschoolden hebben als hoogste diploma een van hoger secundair of "postsecundair" (niet hoger) onderwijs (ISCED 3-4). Hooggeschoolden hebben een diploma hoger onderwijs (ISCED 5-6). Het inkomen is als variabele beschikbaar sinds 2008. De groep met het laagste inkomen betreft in 2008 en in 2014 de personen uit huishoudens met een inkomen van 1.199 euro per maand of minder; de tweede groep de personen uit huishoudens met een inkomen tussen 1.200 en 1.899 euro per maand; de derde groep de personen uit huishoudens met een inkomen tussen 1.900 en 2.999 euro per maand; en de groep met het hoogste inkomen de personen uit huishoudens met 3.000 euro per maand of meer.

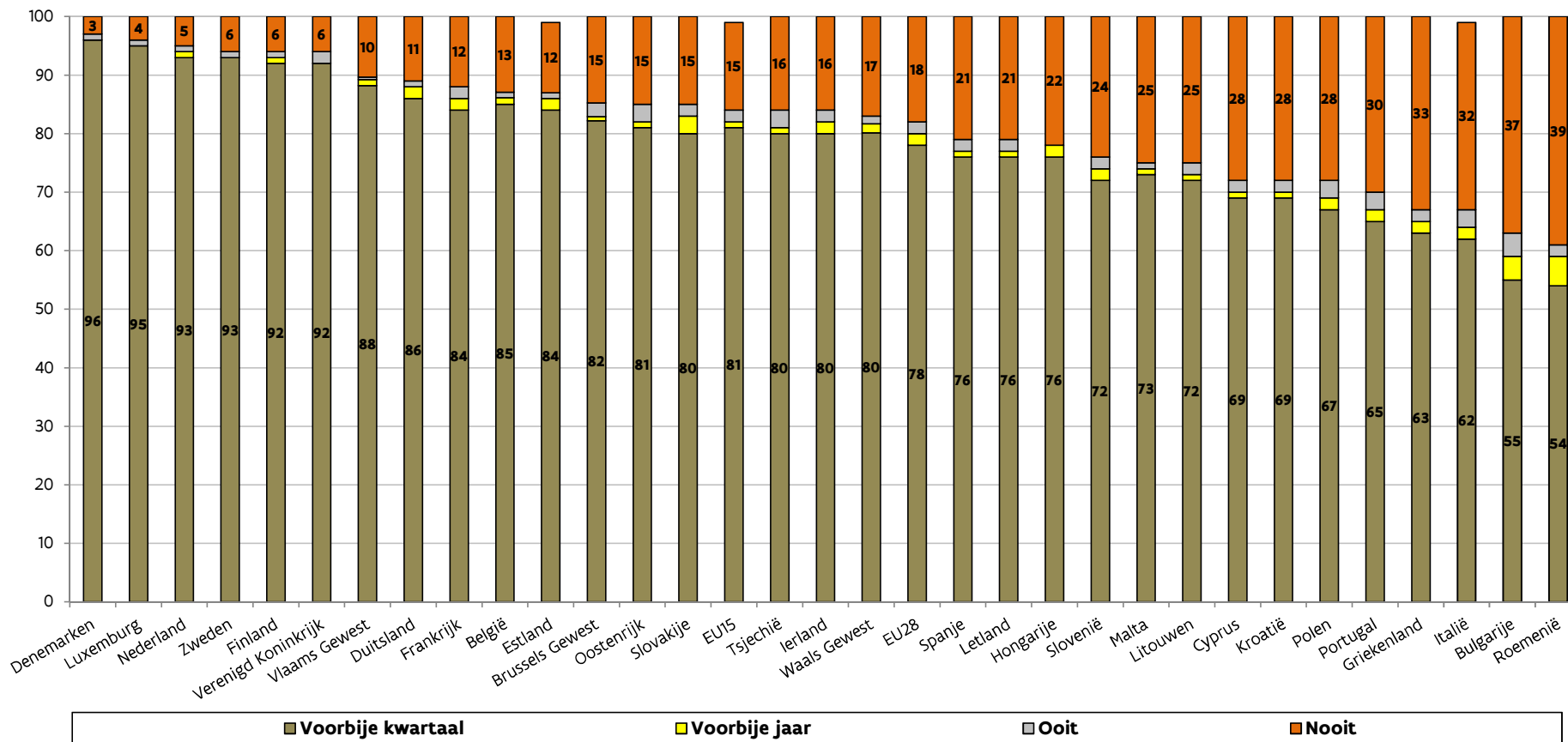
BURGERS 5

Internetgebruik, internationale vergelijking

DIMENSIES

Ruimte EU28, Belgische gewesten
Groep Burgers van 16 tot 74 jaar
Percentage Totaal: alle burgers van 16 tot 74 jaar
Tijd 2014

Internetgebruik naar periode, internationale vergelijking, in 2014, in %



	Internetgebruik					Internetgebruik			
	Ooit	Voorbije jaar	Voorbije kwartaal	Nooit		Ooit	Voorbije jaar	Voorbije kwartaal	Nooit
Denemarken	97	96	96	3	Waals Gewest	83	82	80	17
Luxemburg	96	95	95	4	EU28	82	80	78	18
Nederland	95	94	93	5	Spanje	79	77	76	21
Zweden	94	93	93	6	Letland	79	77	76	21
Finland	94	93	92	6	Hongarije	78	78	76	22
Verenigd Koninkrijk	94	92	92	6	Slovenië	76	74	72	24
Vlaams Gewest	90	89	88	10	Malta	75	74	73	25
Duitsland	89	88	86	11	Litouwen	75	73	72	25
Frankrijk	88	86	84	12	Cyprus	72	70	69	28
België	87	86	85	13	Kroatië	72	70	69	28
Estland	87	86	84	12	Polen	72	69	67	28
Brussels Gewest	85	83	82	15	Portugal	70	67	65	30
Oostenrijk	85	82	81	15	Griekenland	67	65	63	33
Slovakije	85	83	80	15	Italië	67	64	62	32
EU15	84	82	81	15	Bulgarije	63	59	55	37
Tsjechië	84	81	80	16	Roemenië	61	59	54	39
Ierland	84	82	80	16					

Vaststellingen. 90% van de Vlamingen van 16 tot 74 jaar heeft in 2014 'ooit' het internet gebruikt. Hiermee behaalt het Vlaamse Gewest de 7e plaats binnen de 31 opgenomen regio's binnen deze monitor (EU28 plus 3 Belgische gewesten).

BURGERS 6**Onlineaankopen naar periode van aankoop****DIMENSIES****Ruimte** EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest**Tijd** 2006-2014, tenzij anders vermeld**Meeteenheid** Alle burgers van 16 tot 74 jaar**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

FREQUENTIE

Niet jaarlijks maar wel regelmatig bevraagd

Streefwaarde**De Vlaamse Regering wil e-commerce stimuleren bij de ondernemingen, maar het is niet duidelijk of het Vlaamse beleid het online aankopen bij burgers wil stimuleren.****Verantwoording thema Vlaams Regeerakkoord**

De betreffende doelstelling uit het Vlaamse Regeerakkoord is vanuit het domein 'Economie en innovatie' de volgende: "We bereiden de handelaars voor op de uitdagingen van de online handel." (Vlaams Regeerakkoord, p. 28) In de Beleidsnota 2014-2019 Werk, Economie, Wetenschap en Innovatie vinden we onder punt 4.2. Detailhandels- en handelsvestigingenbeleid volgende bekommernis: "De detailhandel is een sector die onder andere omwille van de opkomst van e-commerce en veranderend consumentengedrag een ingrijpende transformatie ondergaat. Het zal in belangrijke mate aan de ondernemers van de sector zijn hierop een passend antwoord te vinden via innovatie en een verhoogde klantgerichtheid. Het Vlaams detailhandelsbeleid zal verder ontwikkeld worden op verschillende terreinen zoals de regierol van steden en gemeenten, de uitrol van het Integraal Handelsvestigingenbeleid, de aanpak van leegstand en het bevorderen van e-commerce." E-commerce wordt dus eerder gezien als een antwoord op een veranderend consumentengedrag.

Verantwoording thema Europees

De Digitale Agenda wil het gebruik van e-commerce binnen Europa bevorderen door een aantal acties te ondernemen die de bekommernissen omtrent het gebruik van e-commerce verminderen. Deze acties betreffen o.a. de consumentenbescherming, de pakketbezorging, bescherming van de persoonsgegevens en de privacy (Europese commissie, Digitale eengemaakte markt voor Europa: Commissie stelt zestien initiatieven voor, Persbericht 5/11/2015, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_nl.htm). In het vroegere Digitale Scoreboard werden ook een aantal doelstellingen voor 2015 ingeschreven omtrent e-commerce: 50% van de burgers koopt online en 20% koopt online in een ander EU-land.

Vragen

2014.41. Wanneer kocht of bestelde u voor het laatst goederen of diensten voor privégebruik via het internet? De besteldatum geldt als referentie. 1. Tijdens de laatste drie maanden; 2. Tussen drie maanden en een jaar geleden; 3. Meer dan een jaar geleden; 4. Nog nooit iets via internet gekocht of besteld.

Definitie

Aankopen via internet worden gedefinieerd als aankopen of bestellingen van goederen en diensten via internet (e-commerce), zoals bijvoorbeeld van films, muziek, boeken, software en hardware, huishoudgoederen, kleding, voeding en dergelijke. Ook de aankoop via internet van aandelen of obligaties en aankopen op internetveilingen zoals eBay komen in aanmerking. Een bestelling komt in aanmerking indien men zelf de bestelling heeft geplaatst, ook al deed men dit voor iemand anders. Het plaatsen van een bestelling of aankopen via sms of mms of via een met de hand getypte e-mail worden niet beschouwd als het kopen of bestellen via internet. Bestellingen of aankopen voor beroepsmatig gebruik tellen niet mee. Ook alles wat gratis is zoals gratis software (freeware), bestanden die u gratis downloadt, reserveringen in restaurants en dergelijke, komt niet in aanmerking voor de vragen betreffende e-commerce. Deze vragen betreffende de onlineaankopen worden maar gesteld als men in een voorgaande vraag heeft aangegeven dat men ooit het internet heeft gebruikt. We berekenen de percentages voor de totale populatie van 16 tot 74 jaar, waarbij we de categorie die nooit internet gebruikte apart houden.

Opmerkingen

U zal merken dat de som voor de verschillende categoriën voor internetgebruik niet steeds 100% is. Dit betreft missende gegevens.

	Eurostat code	2014									2006	
		Vlaams Gewest	Brussels Gewest	Waals Gewest	België	EU28	EU15	Max.	Min.	Rang	Vlaams Gewest	Rang
Onlineaankopen												
* Voorbije kwartaal	i_buy3	44	44	35	41	41	46	72(VK)	6(ROE)	9-10(31)	13	13-14(30)
* 3 tot 12 maanden geleden	i_b3_12	15	11	11	13	10	9	17 (TSJ, SLOVA)	4 (CYP, ROE)	4(31)	6	10-13(30)
* Meer dan een jaar geleden	i_bumt12	6	7	10	8	6	5	14 (TSJ)	3 (VK)	14-19(31)	3	6-15(30)
* Nooit aangekocht, wel internetgebruik	i_bux	24	24	27	25	25	23	43 (ROE)	12(DEN, VK)	22-23(31)	46	2(30)
Nooit internetgebruik	i_iux	10	15	17	13	18	15	39 (ROE)	3 (DEN)	25(31)	31	22(30)

Samenvatting. Het aandeel burgers dat ooit een onlineaankoop deed, is van 2006 tot 2014 gestegen van 23% naar 65%. Deze stijging is het sterkst voor de onlineaankopen in het voorbije kwartaal, die in deze periode stegen van 13% naar 44%, maar ook het aandeel meer sporadische kopers is gestegen. Het aandeel burgers dat langer dan 3 maanden geleden een onlineaankoop deed, steeg van 9% in 2006 naar 22% in 2014. Het aandeel mensen dat internet gebruikte maar nooit een onlineaankoop deed, is sterk gedaald van 46% in 2006 tot 24% in 2014. Het aandeel personen dat in het voorbije kwartaal onlineaankopen deed, verschilt over de bevolkingsgroepen. Bij de 16- tot 54-jarigen heeft meer dan de helft onlineaankopen gedaan in het voorbije kwartaal en bijna 4 op de 5 personen uit deze leeftijdsgroepen deed ooit onlineaankopen. Bij de 55- tot 74-jarigen liggen deze percentages beduidend lager: 38% kocht ooit iets aan via het internet, 21% deed dat in het voorbije kwartaal. Het lagere percentage bij de ouderen kan niet alleen verklaard worden door het internetgebruik, want bij de ouderen is het aandeel personen met internetgebruik, maar zonder onlineaankopen een stuk hoger dan bij de twee andere leeftijdsgroepen. Het aandeel personen dat ooit of in het voorbije kwartaal onlineaankopen deed, stijgt eveneens drastisch met de opleiding en met het gezinsinkomen. Ook hier is het internetgebruik slechts een gedeeltelijke verklaring want het aandeel personen dat wel internet gebruikte, maar geen onlineaankopen deed, daalt met de opleiding en met het gezinsinkomen. Het aandeel Vlamingen dat onlineaankopen deed in het voorbije kwartaal ligt met 44% op het niveau van het EU-gemiddelde (EU28= 41%; EU15= 46%). Wanneer we de meer sporadische onlineaankopers mee in rekening brengen, heeft 65% van de Vlamingen tegen 57% van de EU28-burgers ooit een onlineaankoop gedaan. In al onze buurlanden is het aandeel personen dat onlineaankopen deed hoger. Dit geldt zowel voor het aandeel burgers van 16 tot 74 jaar dat ooit onlineaankopen deed als voor dezen die in het voorbije kwartaal onlineaankopen deden.

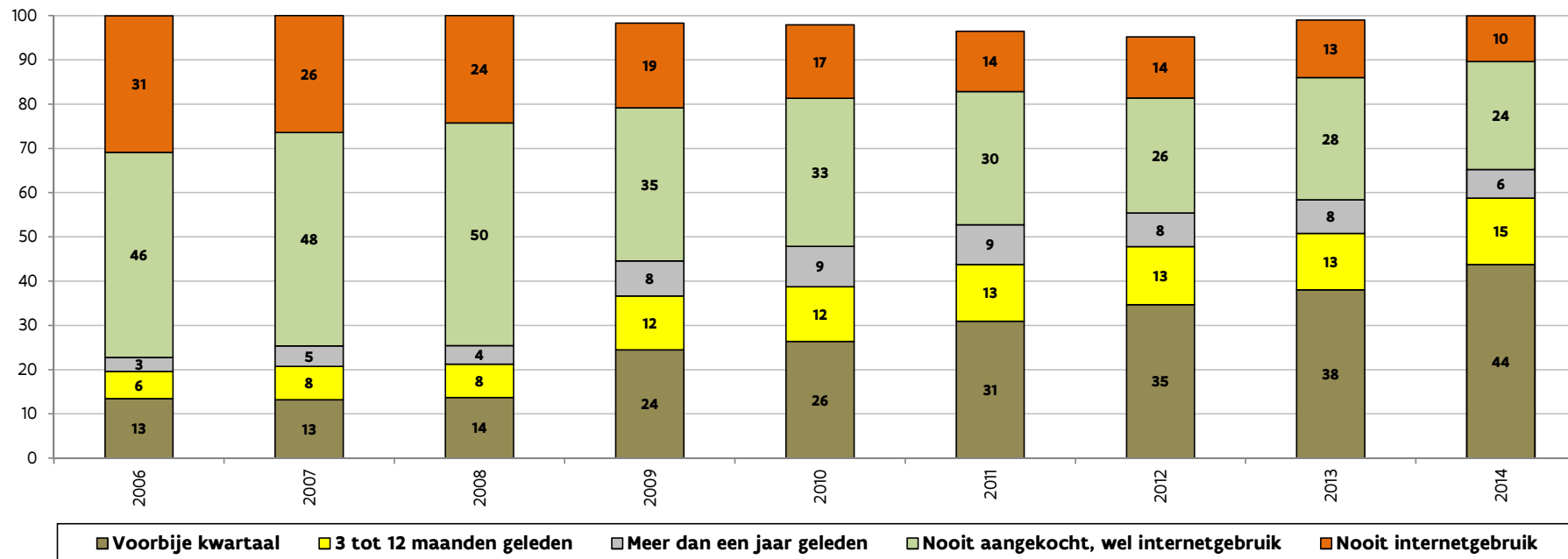
BURGERS 7

Evolutie van de onlineaankopen naar periode van aankoop

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Burgers van 16 tot 74 jaar
Percentage Alle burgers van 16 tot 74 jaar
Tijd 2006-2014

Onlineaankopen naar periode van aankoop, Vlaams Gewest, 2006-2014, in %



	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Onlineaankopen									
* Voorbije kwartaal	13	13	14	24	26	31	35	38	44
* 3 tot 12 maanden geleden	6	8	8	12	12	13	13	13	15
* Meer dan een jaar geleden	3	5	4	8	9	9	8	8	6
* Nooit aangekocht, wel internetgebruik	46	48	50	35	33	30	26	28	24
Nooit internetgebruik	31	26	24	19	17	14	14	13	10

Vaststellingen. Het aandeel burgers dat ooit een onlineaankoop deed, is van 2006 tot 2014 gestegen van 23% naar 65%. Deze stijging is het sterkst voor de onlineaankopen in het voorbije kwartaal, die in deze periode stegen van 13% naar 44%. Ook het aandeel meer sporadische kopers is gestegen: het aandeel burgers dat langer dan 3 maanden geleden een onlineaankoop deed, steeg van 9% in 2006 naar 22% in 2014. Het aandeel mensen dat internet gebruikte maar nooit een onlineaankoop deed, is sterk gedaald van 46% in 2006 tot 24% in 2014.

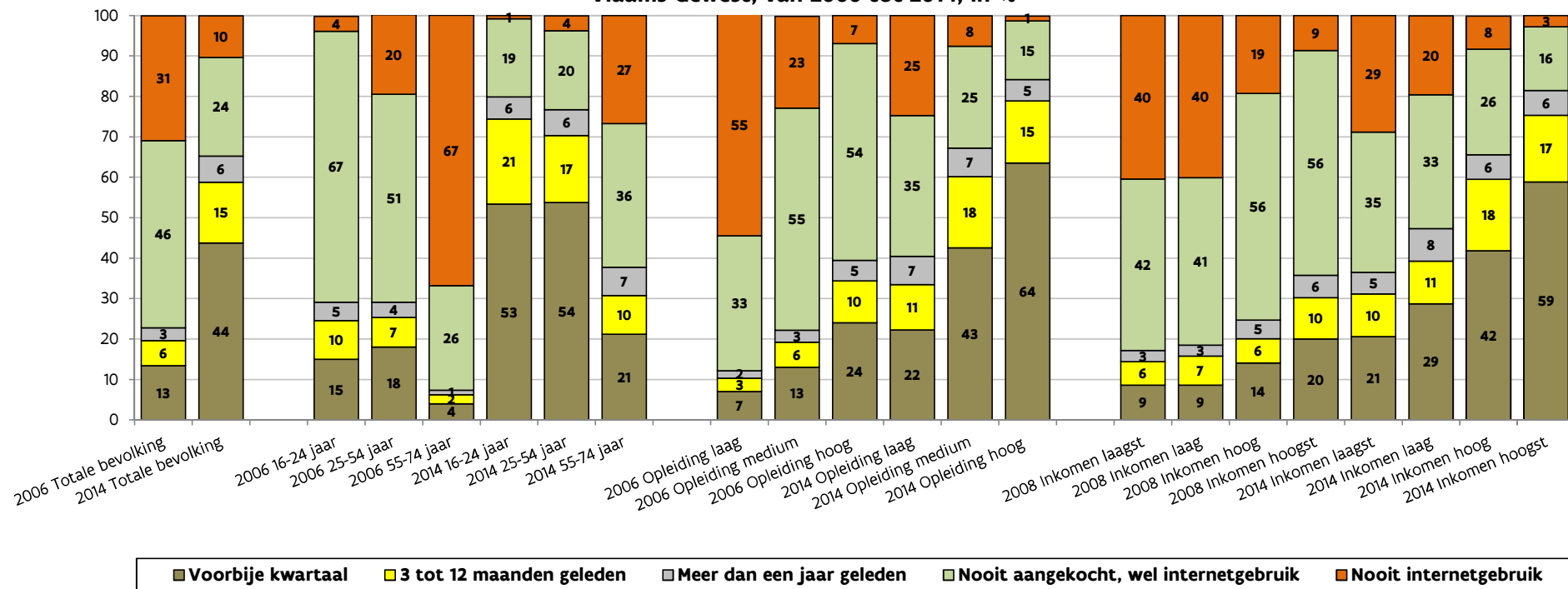
BURGERS 8

Onlineaankopen naar periode van aankoop, naar het jaar van de survey en naar demografische groep

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep De bevolking wordt opgedeeld in functie van de leeftijd, de opleiding en het inkomen
Percentage Alle burgers van 16 tot 74 jaar uit de betreffende groep
Tijd 2006-2014, tenzij anders vermeld

Aandeel burgers die onlineaankopen deden naar demografische groep, Vlaams Gewest, van 2006 tot 2014, in %



	2006, voor inkomen 2008 Onlineaankopen					2014 Onlineaankopen				
	Voorbije kwartaal	3 tot 12 maanden geleden	Meer dan een jaar geleden	Nooit aange- kocht, wel internet- gebruik	Nooit internet- gebruik	Voorbije kwartaal	3 tot 12 maanden geleden	Meer dan een jaar geleden	Nooit aange- kocht, wel internet- gebruik	Nooit internet- gebruik
Totale bevolking	13	6	3	46	31	44	15	6	24	10
16-24 jaar	15	10	5	67	4	53	21	6	19	1
25-54 jaar	18	7	4	51	20	54	17	6	20	4
55-74 jaar	4	2	1	26	67	21	10	7	36	27
Opleiding laag	7	3	2	33	55	22	11	7	35	25
Opleiding medium	13	6	3	55	23	43	18	7	25	8
Opleiding hoog	24	10	5	54	7	64	15	5	15	1
Inkomen laagst	9	6	3	42	40	21	10	5	35	29
Inkomen laag	9	7	3	41	40	29	11	8	33	20
Inkomen hoog	14	6	5	56	19	42	18	6	26	8
Inkomen hoogst	20	10	6	56	9	59	17	6	16	3

Vaststellingen. Het aandeel personen dat in het voorbije kwartaal onlineaankopen deed, verschilt over de bevolkingsgroepen. Bij de 16- tot 54-jarigen heeft meer dan de helft onlineaankopen gedaan in het voorbije kwartaal en bijna 4 op 5 personen uit deze leeftijdsgroepen deed ooit onlineaankopen. Bij de 55- tot 74-jarigen liggen deze percentages beduidend lager: 38% kocht ooit iets aan via het internet en 21% deed dat in het voorbije kwartaal. Het lagere percentage bij de ouderen kan niet alleen verklaard worden door het internetgebruik, want bij de ouderen is het aandeel personen met internetgebruik, maar zonder onlineaankopen een stuk hoger dan bij de twee andere leeftijdsgroepen. Het aandeel personen dat ooit of in het voorbije kwartaal onlineaankopen deed, stijgt eveneens drastisch met de opleiding en met het gezinsinkomen. Ook hier is het internetgebruik slechts een gedeeltelijke verklaring want het aandeel personen dat wel internet gebruikte, maar geen onlineaankopen deed, daalt met de opleiding en met het gezinsinkomen.

Opmerkingen. Voor de leeftijd worden 3 groepen opgenomen. De jongeren van 16 tot 24 jaar, de middengroep van 25 tot 54 jaar en de ouderen van 55 tot 74 jaar. Het onderwijsniveau is gebaseerd op de internationaal erkende ISCED-indeling (International Standard Classification of Education). Laaggeschoolden zijn diegenen die ofwel geen diploma hebben ofwel ten hoogste een diploma van lager secundair onderwijs (eerste graad)(ISCED 0-2). Middengeschoolden hebben als hoogste diploma een van hoger secundair of "postsecundair" (niet hoger) onderwijs (ISCED 3-4). Hooggeschoolden hebben een diploma hoger onderwijs (ISCED 5-6). Het inkomen is als variabele beschikbaar sinds 2008. De groep met het laagste inkomen betreft in 2008 en in 2014 de personen uit huishoudens met een inkomen van 1.199 euro per maand of minder; de tweede groep de personen uit huishoudens met een inkomen tussen 1.200 en 1.899 euro per maand; de derde groep de personen uit huishoudens met een inkomen tussen 1.900 en 2.999 euro per maand; en de groep met het hoogste inkomen de personen uit huishoudens met 3.000 euro per maand of meer.

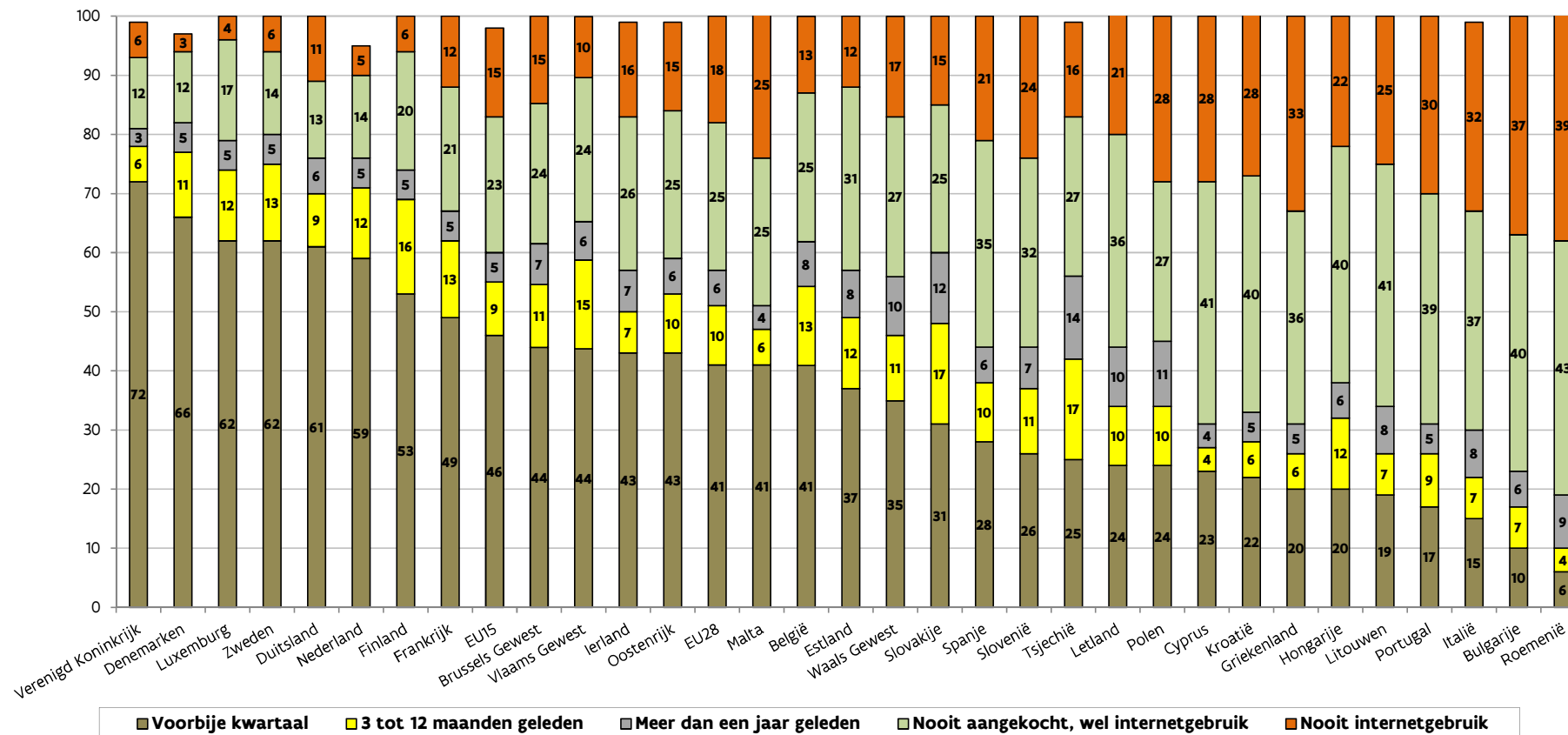
BURGERS 9

Onlineaankopen naar periode van aankoop, internationale vergelijking

DIMENSIES

Ruimte EU28, Belgische gewesten
Groep Burgers van 16 tot 74 jaar
Percentage Alle burgers van 16 tot 74 jaar
Tijd 2014

Aandeel burgers met onlineaankopen per periode, internationale vergelijking, in 2014, in %



	Onlineaankopen						Onlineaankopen				
	Voorbije kwartaal	3 tot 12 maanden geleden	Meer dan een jaar geleden	Nooit aangekocht, wel internetgebruik	Nooit internetgebruik		Voorbije kwartaal	3 tot 12 maanden geleden	Meer dan een jaar geleden	Nooit aangekocht, wel internetgebruik	Nooit internetgebruik
Verenigd Koninkrijk	72	6	3	12	6	Waals Gewest	35	11	10	27	17
Denemarken	66	11	5	12	3	Slovakije	31	17	12	25	15
Luxemburg	62	12	5	17	4	Spanje	28	10	6	35	21
Zweden	62	13	5	14	6	Slovenië	26	11	7	32	24
Duitsland	61	9	6	13	11	Tsjechië	25	17	14	27	16
Nederland	59	12	5	14	5	Letland	24	10	10	36	21
Finland	53	16	5	20	6	Polen	24	10	11	27	28
Frankrijk	49	13	5	21	12	Cyprus	23	4	4	41	28
EU15	46	9	5	23	15	Kroatië	22	6	5	40	28
Brussels Gewest	44	11	7	24	15	Griekenland	20	6	5	36	33
Vlaams Gewest	44	15	6	24	10	Hongarije	20	12	6	40	22
Ierland	43	7	7	26	16	Litouwen	19	7	8	41	25
Oostenrijk	43	10	6	25	15	Portugal	17	9	5	39	30
EU28	41	10	6	25	18	Italië	15	7	8	37	32
Malta	41	6	4	25	25	Bulgarije	10	7	6	40	37
België	41	13	8	25	13	Roemenië	6	4	9	43	39
Estland	37	12	8	31	12						

Vaststellingen. Het aandeel Vlamingen dat onlineaankopen deed in het voorbije kwartaal ligt met 44% op het niveau van het EU-gemiddelde (EU28= 41%; EU15= 46%). Wanneer we de meer sporadische onlineaankopers mee in rekening brengen, heeft 65% van de Vlamingen tegen 57% van de EU28-burgers ooit een onlineaankoop gedaan. In al onze buurlanden is het aandeel personen dat onlineaankopen deed hoger. Dit geldt zowel voor het aandeel burgers van 16 tot 74 jaar dat ooit onlineaankopen deed als voor dezen die in het voorbije kwartaal onlineaankopen deden.

BURGERS 10	Vestigingsplaats verkopers	
DIMENSIES	Ruimte	EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest
	Tijd	2008-2014
	Meeteenheid	Alle burgers van 16 tot 74 jaar, die in het voorbije jaar onlineaankopen deden
BRON	Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium	
FREQUENTIE	Jaarlijks	

Streefwaarde	De Vlaamse Regering wil dat een groter aandeel van de e-commerceverkopten gerealiseerd worden in de eigen regio.
Verantwoording thema Vlaams Regeerakkoord	In de Beleidsnota 2014-2019 Werk, Economie, Wetenschap en Innovatie staat onder punt 4.2. 'Detailhandels- en handelsvestigingenbeleid' volgende bekommernis: "De detailhandel is een sector die onder andere omwille van de opkomst van e-commerce en veranderend consumentengedrag een ingrijpende transformatie ondergaat." Via initiatieven zoals de e-commercecampagne "Het Internet. Ook uw zaak" van november 2015 wil men deze trend ombuigen door de kmo's meer in contact te brengen met innovatie. Hierdoor kunnen ze zelf een deel van de winst binnen de e-commercebusiness verdienen. Het persbericht van deze e-commercecampagne vermeldt volgende uitspraak van Thierry Geerts, directeur van Google in België: "Belgische kmo's moeten te vaak marktaandeel afgeven aan buitenlandse bedrijven. We willen helpen dit te veranderen en lokale bedrijven en zelfstandige ondernemers aansporen om hun producten en diensten ook online aan te bieden."
Verantwoording thema Europees	De Europese Commissie wil een eengemaakte Europese markt, waarbij de drempels om in andere EU-landen aan te kopen of te verkopen geminimaliseerd worden door een aantal acties die men in 2016 wil verwezenlijkt hebben (Europese commissie, Digitale eengemaakte markt voor Europa: Commissie stelt zestien initiatieven voor, Persbericht 5/11/2015, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_nl.htm). Hierbij kan men verwachten dat de aankopen in een ander EU-land zullen toenemen. In het vroegere Digitale Scoreboard werden ook een aantal doelstellingen voor 2015 ingeschreven omtrent e-commerce: 50% van de burgers koopt online en 20% koopt online in een ander EU-land.
Vragen	2014.44. U hebt de afgelopen 12 maanden voor privégebruik goederen of diensten gekocht of besteld via het internet. In welke landen zijn de betreffende verkopers gevestigd? Het gaat om het postadres van de verkoper die de goederen of diensten levert. Voor digitale goederen of diensten geldt het adres van de firma die de goederen of diensten online aanbiedt. U mag meerdere antwoorden omcirkelen. 1. België; 2. Een ander EU-land; 3. Een niet-EU-land; 4. Land van herkomst van de verkoper onbekend.
Definitie	De mensen die aankopen deden bij leveranciers in een bepaalde regio zijn dezen die dat aangeduid hebben. Deze vraag betreffende de herkomst van de onlineaankopen wordt maar gesteld als men in een voorgaande vraag heeft aangegeven dat men onlineaankopen heeft gedaan in het voorbije jaar.
Opmerkingen	'Onbekend' betreft het aandeel personen dat aangegeven heeft dat het land van herkomst van de verkoper onbekend is.

Herkomst	Eurostat code	2014					2008					
		Vlaams Gewest	Brussels Gewest	Waals Gewest	België	EU28	EU15	Max.	Min.	Rang	Vlaams Gewest	Rang
België/eigen land voor EU28/15	i_bfdom	83	73	79	81	88	87	96 (POL)	23 (MAL)	14-15(31)	63	22(31)
Ander EU-land	i_bfeu	61	73	62	62	29	30	88 (CYP, LUX)	11 (POL)	8(31)	37	11(30)
Niet-EU-land	i_bfworld	15	23	13	15	17	18	56 (CYP)	2 (ROE)	21-23(31)	14	15-17(30)
Onbekend	i_bfunk	4	6	5	5	8	9	20 (FR)	0 (POR, LIT)	15-17(31)	8	4-5(27)

Samenvatting. Onlinekopers kopen hun producten bij voorkeur bij leveranciers in eigen land: het aandeel kopers bij leveranciers in eigen land is groter dan het aandeel kopers bij leveranciers in het buitenland. Het aandeel aankopers bij leveranciers uit eigen land steeg van 63% in 2008 tot 83% in 2014. Het aandeel aankopers in een ander EU-land steeg over deze periode van 37% tot 61%. In 2014 deed 15% van de onlinekopers een aankoop bij een leverancier in een niet-EU land. Dat is ongeveer hetzelfde percentage gebleven als in 2008, al fluctueert dat percentage wat over de tijd. Bij alle demografische groepen is er bij de onlinekopers een voorkeur voor leveranciers in eigen land, gevolgd door de leveranciers uit andere EU-landen. Het aandeel onlineaankopers die aankopen doen buiten de EU ligt een heel stuk lager. Bij de oudere aankopers van 55 tot 74 jaar is er een groter aandeel dat aankopen doet in eigen land dan bij de aankopers in de andere leeftijdsgroepen, al verschillen de percentages niet zo sterk. Het aandeel aankopers dat niet weet waar de leverancier van de aankoop gevestigd is, is in 2014 iets hoger bij de laagopgeleiden en bij de mensen met het laagste gezinsinkomen. Een kleiner aandeel van de aankopers in deze demografische groepen geeft aan bij Belgische leveranciers en bij leveranciers in het buitenland te hebben aangekocht. Buitenlandse aankopen - vooral die in een ander EU-land - blijken samen te hangen met de opleiding en het gezinsinkomen. Het aandeel onlinekopers dat aankopen deed bij leveranciers in eigen land is lager in het Vlaamse Gewest dan in de EU15 of de EU28. Het aandeel onlinekopers dat aankopen deed bij leveranciers in een ander EU-land is zeer hoog in het Vlaamse Gewest en in België over het algemeen.

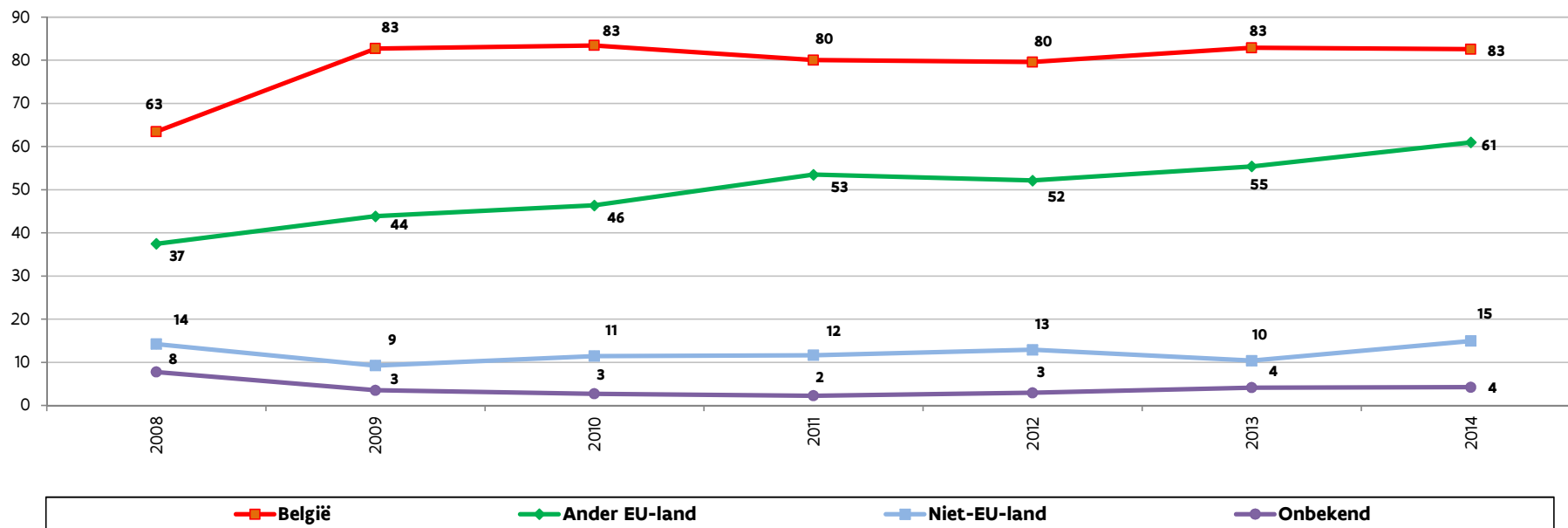
BURGERS 11

Evolutie vestigingsplaats verkopers

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Burgers van 16 tot 74 jaar
Percentage Alle burgers van 16 tot 74 jaar, die in het voorbije jaar onlineaankopen deden
Tijd 2008-2014

Herkomst leverancier aankopen, aankopers uit het Vlaamse Gewest, 2008-2014, in %



Herkomst	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
België	63	83	83	80	80	83	83
Ander EU-land	37	44	46	53	52	55	61
Niet-EU-land	14	9	11	12	13	10	15
Onbekend	8	3	3	2	3	4	4

Vaststellingen. Onlinekopers kopen hun producten bij voorkeur bij leveranciers in eigen land: het aandeel kopers bij leveranciers in eigen land is groter dan het aandeel kopers bij leveranciers in het buitenland. Het aandeel aankopers bij leveranciers uit eigen land steeg van 63% in 2008 tot 83% in 2009 om vervolgens vrij constant te blijven tot 2014. Het aandeel aankopers in een ander EU-land steeg over deze periode van 37% tot 61%. In 2014 deed 15% van de onlinekopers een aankoop bij een leverancier in een niet-EU land. Dat is ongeveer hetzelfde percentage gebleven als in 2008, al fluctueert dat percentage wat over de tijd.

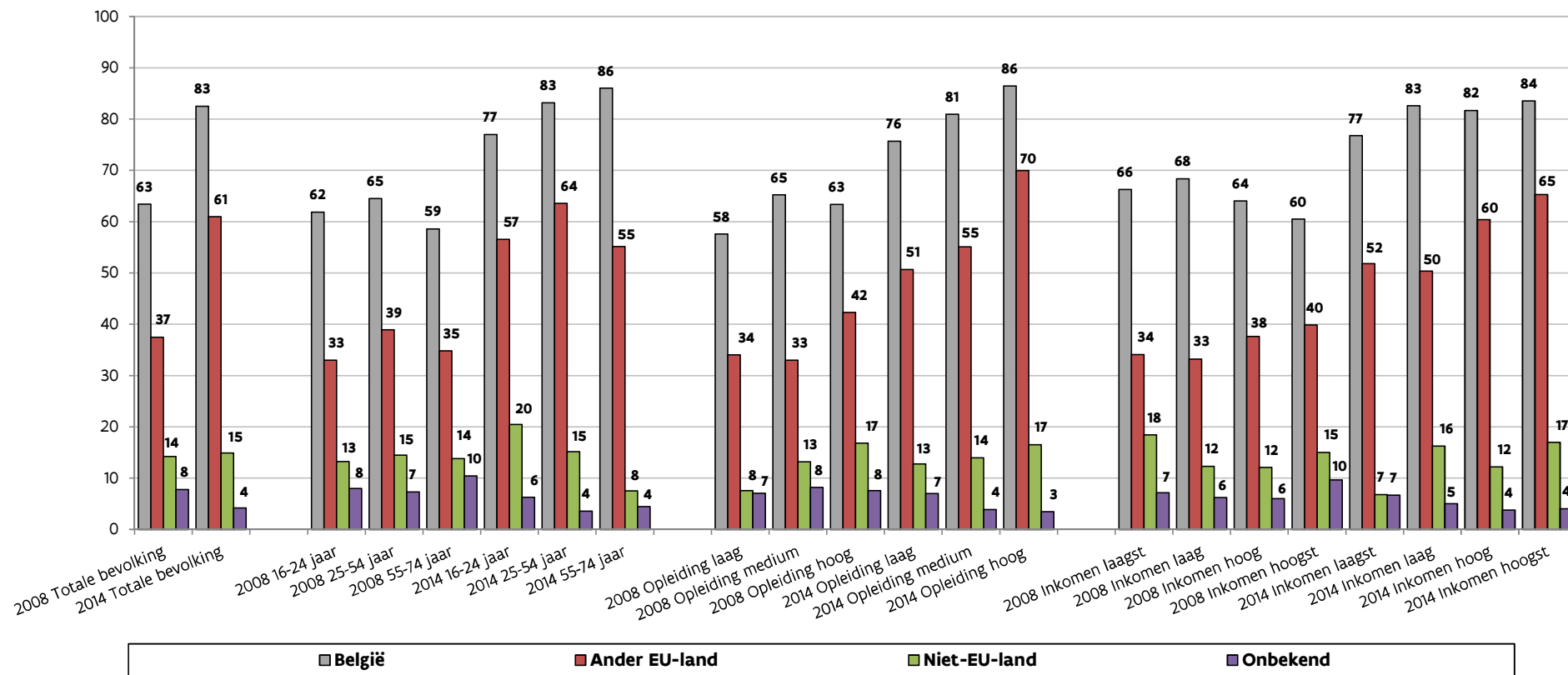
BURGERS 12

Evolutie vestigingsplaats verkopers naar periode en naar demografische groep

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep De bevolking wordt opgedeeld in functie van de leeftijd, de opleiding en het inkomen
Percentage Alle burgers van 16 tot 74 jaar uit de demografische groep, die in het voorbije jaar online aankopen deden
Tijd 2008-2014

Evolutie vestigingsplaats verkopers naar demografische groep, Vlaams Gewest, van 2008 tot 2014, in %



	Herkomst 2008				Herkomst 2014			
	België	Ander EU-land	Niet-EU-land	Onbekend	België	Ander EU-land	Niet-EU-land	Onbekend
Totale bevolking	63	37	14	8	83	61	15	4
16-24 jaar	62	33	13	8	77	57	20	6
25-54 jaar	65	39	15	7	83	64	15	4
55-74 jaar	59	35	14	10	86	55	8	4
Opleiding laag	58	34	8	7	76	51	13	7
Opleiding medium	65	33	13	8	81	55	14	4
Opleiding hoog	63	42	17	8	86	70	17	3
Inkomen laagst	66	34	18	7	77	52	7	7
Inkomen laag	68	33	12	6	83	50	16	5
Inkomen hoog	64	38	12	6	82	60	12	4
Inkomen hoogst	60	40	15	10	84	65	17	4

Vaststellingen. Bij alle demografische groepen is er bij de onlinekopers een voorkeur voor leveranciers in eigen land, gevolgd door de leveranciers uit andere EU-landen. Het aandeel onlineaankopers bij leveranciers buiten de EU ligt een heel stuk lager. De voorkeur voor de leveranciers in eigen land is nog iets meer uitgesproken bij de ouderen van 55 tot 74 jaar tegenover de overige leeftijdsgroepen. De kans op aankopen bij een leverancier in eigen land, in een ander EU-land en in een land buiten de EU nemen allen toe met de opleiding en het gezinsinkomen. Dit zou kunnen betekenen dat het aantal leveranciers en/of de spreiding van de leveranciers toeneemt met de opleiding en het gezinsinkomen. Het aandeel aankopers dat niet weet waar de leverancier van de aankoop gevestigd is, is in 2014 iets hoger bij de jongeren, de laagopgeleiden en bij de mensen met het laagste gezinsinkomen maar de verschillen zijn eerder klein en de percentages laag.

Opmerkingen. Voor de leeftijd worden 3 groepen opgenomen. De jongeren van 16 tot 24 jaar, de middengroep van 25 tot 54 jaar en de ouderen van 55 tot 74 jaar. Het onderwijsniveau is gebaseerd op de internationaal erkende ISCED-indeling (International Standard Classification of Education). Laaggeschoolden zijn diegenen die ofwel geen diploma hebben ofwel ten hoogste een diploma van lager secundair onderwijs (eerste graad)(ISCED 0-2). Middengeschoolden hebben als hoogste diploma een van hoger secundair of "postsecundair" (niet hoger) onderwijs (ISCED 3-4). Hooggeschoolden hebben een diploma hoger onderwijs (ISCED 5-6). Het inkomen is als variabele beschikbaar sinds 2008. De groep met het laagste inkomen betreft in 2008 en in 2014 de personen uit huishoudens met een inkomen van 1.199 euro per maand of minder; de tweede groep de personen uit huishoudens met een inkomen tussen 1.200 en 1.899 euro per maand; de derde groep de personen uit huishoudens met een inkomen tussen 1.900 en 2.999 euro per maand; en de groep met het hoogste inkomen de personen uit huishoudens met 3.000 euro per maand of meer.

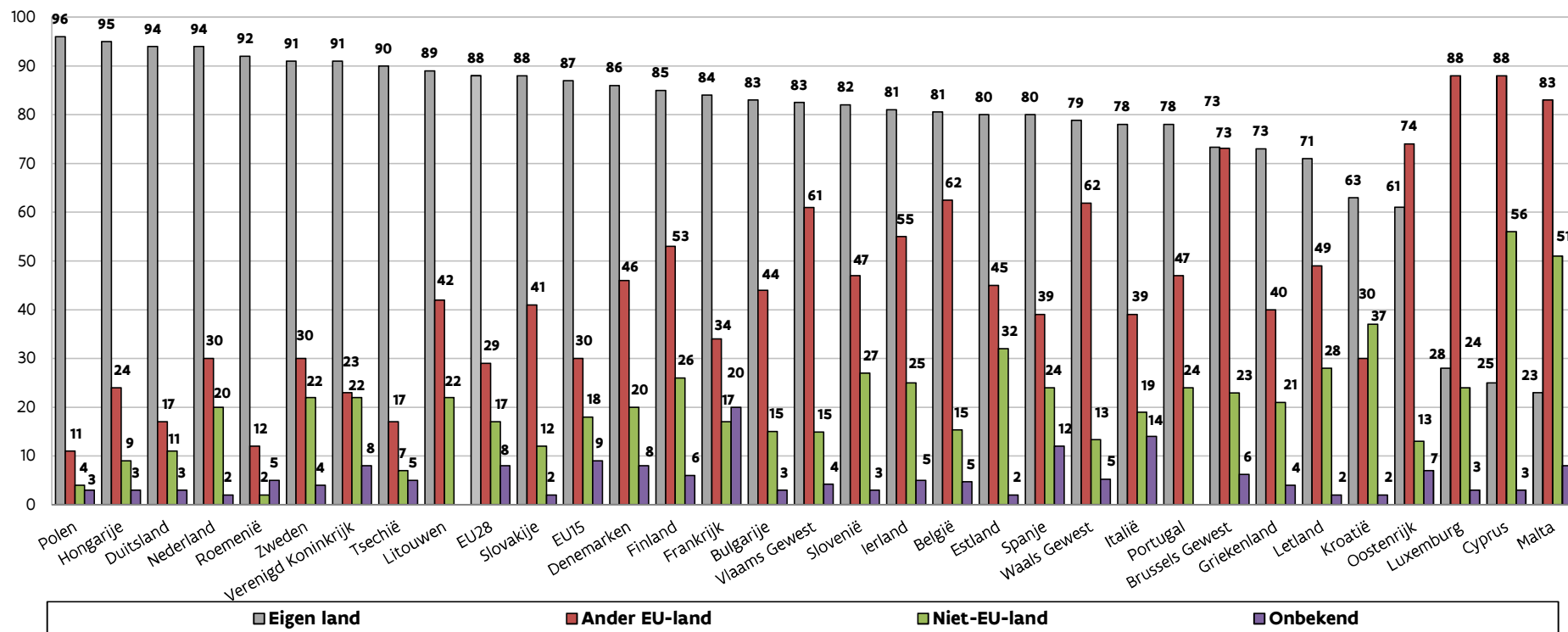
BURGERS 13

Vestigingsplaats leveranciers, internationale vergelijking

DIMENSIES

Ruimte EU28, Belgische gewesten
Groep Burgers van 16 tot 74 jaar
Percentage Alle burgers van 16 tot 74 jaar, die in het voorbije jaar onlineaankopen deden
Tijd 2014

Vestigingsplaats leveranciers, internationale vergelijking, in 2014, in %



	Herkomst					Herkomst			
	Eigen land	Ander EU-land	Niet-EU-land	Onbekend		Eigen land	Ander EU-land	Niet-EU-land	Onbekend
Polen	96	11	4	3	Slovenië	82	47	27	3
Hongarije	95	24	9	3	Ierland	81	55	25	5
Duitsland	94	17	11	3	België	81	62	15	5
Nederland	94	30	20	2	Estland	80	45	32	2
Roemenië	92	12	2	5	Spanje	80	39	24	12
Zweden	91	30	22	4	Waals Gewest	79	62	13	5
Verenigd Koninkrijk	91	23	22	8	Italië	78	39	19	14
Tsechië	90	17	7	5	Portugal	78	47	24	0
Litouwen	89	42	22	0	Brussels Gewest	73	73	23	6
EU28	88	29	17	8	Griekenland	73	40	21	4
Slovakije	88	41	12	2	Letland	71	49	28	2
EU15	87	30	18	9	Kroatië	63	30	37	2
Denemarken	86	46	20	8	Oostenrijk	61	74	13	7
Finland	85	53	26	6	Luxemburg	28	88	24	3
Frankrijk	84	34	17	20	Cyprus	25	88	56	3
Bulgarije	83	44	15	3	Malta	23	83	51	8
Vlaams Gewest	83	61	15	4					

Vaststellingen. Het aandeel onlinekopers dat aankopen deed bij leveranciers in eigen land is lager in het Vlaamse Gewest dan in de EU15 of de EU28. Het aandeel onlinekopers dat aankopen deed bij leveranciers in een ander EU-land is zeer hoog in het Vlaamse Gewest en in België over het algemeen.

BURGERS 14**Aangekochte goederen****DIMENSIES****Ruimte** EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest**Tijd** 2006-2014, tenzij anders vermeld**Meeteenheid** Alle burgers van 16 tot 74 jaar, die in het voorbije jaar onlineaankopen deden**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

FREQUENTIE

Jaarlijks

Streefwaarde**Er worden binnen de Vlaamse beleidsdocumenten geen streefwaarden per productsoort gegeven.****Verantwoording thema**

Er zijn op enkele uitzonderingen na geen doelstellingen per productsoort. Voor enkele producten waarbij de verkoop over de Europese landen drempels inhoudt, worden er binnen de Europese Commissie wel acties voorzien. Het betreft onder andere een sterker geharmoniseerd auteursrechtenstelsel of een grensoverschrijdende licentieverlening, waardoor audiovisuele programma's makkelijker over de verschillende Europese landen aangeboden kunnen worden. Deze producten worden hier opgenomen om de markt beter te exploreren. Verkopen sommige producten beter online dan andere? Wat is de evolutie van de verkoop en zijn alle onlineproducten even populair bij alle demografische groepen? Zijn er producten die bij ons meer of minder online verkocht worden dan het geval is over de EU28?

Vragen**2014.42.** Welke goederen of diensten kocht of bestelde u tijdens de laatste twaalf maanden via het internet voor privégebruik?

1. Voeding of kruidenierswaren; 2. Huishoudgoederen die geen computerhardware (antwoord 12) en geen elektronische toestellen (antwoord 13) zijn (bv. meubelen, speelgoed, keukengerei en -toestellen, wasmachines, badkamerartikelen, voertuigen, planten, tuingereedschap, werkgereedschap, antiek, kunst, verzamelobjecten, ...); 3. Geneesmiddelen of medicijnen waarvoor een voorschrift noodzakelijk is; 4. Geneesmiddelen of medicijnen waarvoor geen voorschrift noodzakelijk is; 5. Films; 6. Muziek; 7. Boeken, tijdschriften of kranten (digitale boeken (e-books) inbegrepen); 8. E-learningmateriaal (onlinecursussen); 9. Kleding of sportgerief; 10. Computer- en videospelletjes en/of bijbehorende upgrades; 11. Computerprogramma's en/of bijbehorende upgrades met uitzondering van spelletjes; 12. Computerhardware (computer zelf, computeronderdelen en toebehoren, zoals bv. scanner, printer, externe harde schijf, modem, maar geen computerprogramma's); 13. Elektronische toestellen zoals bv. gsm's, videocamera's, fototoestellen, radio's, televisies, stereo-installaties, dvd-spelers, videorecorders, ...; 14. Telecommunicatiediensten zoals bv. een abonnement voor televisie, internet, telefoon of gsm, het opladen van belwaarde, ...; 15. Aandelen, verzekeringen en/of andere financiële diensten; 16. Toeristische verblijfsaccommodatie zoals bv. hotelkamers en vakantiehuizen; 17. Andere reisbestedingen zoals bv. het aankopen van vliegtickets of het huren van wagens; 18. Tickets voor evenementen; 19. Andere.

Definitie

De mensen die bepaalde producten aankochten zijn dezen die dat aangeduid hebben. Deze vraag betreffende de aangekochte producten wordt maar gesteld als men in een voorgaande vraag heeft aangegeven dat men onlineaankopen heeft gedaan in het voorbije jaar. Het percentage voor 'medicijnen' betreft de personen die item 3 ('Geneesmiddelen of medicijnen waarvoor een voorschrift noodzakelijk is') of 4 ('Geneesmiddelen of medicijnen waarvoor geen voorschrift noodzakelijk is') hebben aangeduid. Het percentage voor 'films' betreft de personen die item 5 ('Films') of 6 ('Muziek') hebben aangeduid. 'Boeken, tijdschriften, kranten, e-books of e-learningmateriaal' betreft de personen die item 7 ('Boeken, tijdschriften of kranten (digitale boeken (e-books) inbegrepen') of 8 ('E-learningmateriaal onlinecursussen') hebben aangeduid. 'Computersoftware' betreft de personen die item 10 ('Computer- en videospelletjes en/of bijbehorende upgrades') of 11 ('Computerprogramma's en/of bijbehorende upgrades met uitzondering van spelletjes') hebben aangeduid. 'Toerisme' betreft de personen die item 16 ('Toeristische verblijfsaccommodatie zoals bv. hotelkamers en vakantiehuizen') of 17 ('Andere reisbestedingen zoals bv. het aankopen van vliegtickets of het huren van wagens') hebben aangeduid.

Producten	Eurostat code	2014					2006					
		Vlaams Gewest	Brussels Gewest	Waals Gewest	België	EU28	EU15	Max.	Min.	Rang	Vlaams Gewest	Rang
1. Voeding of kruidenierswaren	i_bfood	10	12	7	9	18	18	32(VK)	4(LET, MAL)	19-21(31)	5	12-18(26)
2. Huishoudgoederen (zie item 2)	i_bfurn	28	24	22	26	41	42	57(VK)	11(CYP)	18(31)	11	18-19(28)
3. Medicijnen (2014-2009)	i_bmed	4	4	4	4	11	12	29(DUI)	2 (5 regio's)	27-31(31)	1	23-28(28)
4. Films of muziek	i_bfilm	23	25	17	21	28	31	43(VK)	4(CYP)	11(31)	20	20(30)
5. Boeken, tijdschriften, kranten, e-books of e-learningmateriaal	i_bbook	26	34	27	27	39	42	62(LUX)	10(LETV)	22-23(31)	25	24-26(30)
6. Kleding of sportgerief	i_clot	48	40	47	47	59	60	73(BUL)	35(IT)	23-25(31)	18	23(30)
7. Computersoftware	i_bsoft	18	21	16	18	24	26	33(LUX)	4(GRI, LET)	12-13(30)	13	26-27(30)
8. Computerhardware (item 12)	i_bhard	10	16	12	11	21	22	31(DUI)	4(TSJ)	25(31)	9	24-27(30)
9. Elektronische toestellen (item 13)	i_beequ	19	14	14	17	27	28	37(DUI)	13(FR)	22-24(31)	13	22-23(30)
10. Telecommunicatiediensten (item 14, 2014-2009)	i_bts	13	16	10	13	20	22	41(POR)	4(GRI)	18-20(31)	8	23-24(30)
11. Aandelen e.d.m. (item 15)	i_bfin	5	8	6	6	13	14	29(VK)	2(3 regio's)	19-21(31)	3	21-26(28)
12. Toerisme	i_bhols	50	63	47	50	54	59	77(ZWE)	19(POL)	16-17(31)	34	12(30)
13. Tickets voor evenementen	i_btick	47	26	26	39	40	42	66(DEN, ZWE)	13(CYP)	9(31)	31	8-10(30)

Samenvatting. Het aandeel onlineaankopers dat 'voeding of kruidenierswaren', 'huishoudproducten', 'medicijnen', 'kleding of sportgerief', 'elektronische toestellen', 'toeristische producten' of 'tickets voor evenementen' kocht via het internet, is toegenomen van 2006 tot 2014. Het aandeel aankopers dat 'films of muziek', 'tijdschriften, e-learningmateriaal e.d.m.', 'computersoftware', 'computerhardware', 'telecommunicatiediensten' of 'aandelen e.d.m.' kocht via het internet is vrij stabiel gebleven van 2006 tot en met 2014. Dit betekent niet dat deze producten niet meer online aangekocht worden. Door de stijging van het aandeel onlinekopers binnen de bevolking binnen deze periode, houdt eenzelfde aandeel onlinekopers voor een product in feite een stijging van het aantal burgers in die deze producten hebben aangekocht. Bijna de helft van de onlinekopers kocht in het voorbije jaar 'kleding of sportgerief', 'met toerisme gelieerde producten' en 'tickets voor evenementen'. Dit zijn veruit de meest populaire onlineproducten. Voor de leeftijdsgroepen zie je in 2014 verschillende patronen voor het aankoopgedrag. Meer onlinekopers van de twee jongste leeftijdsgroepen dan van de ouderen schafften zich 'films of muziek', 'kleding of sportgerief', 'computersoftware', 'elektronische toestellen' of 'tickets voor evenementen' aan. De twee oudste leeftijdsgroepen zijn meer geïnteresseerd in 'huishoudgoederen', 'medicijnen', 'aandelen' en 'in met toerisme gerelateerde producten' dan de jongeren. De overige producten zijn het populairst bij de onlineaankopers van de 25- tot 54-jarigen. Wat de opleiding betreft, is de kans op een aankoop van een product groter wanneer men meer opgeleid is, al verschilt niet elke groep van elke andere. Voor de meeste producten is er ook een positieve relatie tussen het aandeel aankopers van een product en het gezinsinkomen. 'Film en muziek' en 'elektronische toestellen' zijn daarentegen wat populairder bij de onlineaankopers uit de groep met het laagste inkomen dan bij de andere groepen. Het aandeel onlineaankopers dat een specifiek product heeft aangekocht in het Vlaamse Gewest, is over het algemeen lager dan het overeenkomstig aandeel binnen de EU28 of de EU15. De enige uitzondering op deze regel betreft de aankoop van tickets voor evenementen. Als de andere landen een beeld kunnen geven van de mogelijke evolutie voor het Vlaamse Gewest kunnen we nog een sterke evolutie van de onlinemarkt verwachten.

BURGERS 15**Evolutie onlineaankoop producten****DIMENSIES****Ruimte**

Vlaams Gewest

Groep

Burgers van 16 tot 74 jaar

Percentage

Alle burgers van 16 tot 74 jaar, die in het voorbije jaar onlineaankopen deden

Tijd

2006-2014

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Producten									
Voeding of kruidenierswaren	5	4	4	5	8	8	9	10	10
Huishoudgoederen	11	12	13	18	19	16	20	24	28
Medicijnen	NB	NB	NB	1	1	3	3	5	4
Films of muziek	20	17	17	20	21	21	22	22	23
Tijdschriften, e-learningmateriaal e.d.m.	25	21	22	23	25	25	26	27	26
Kleding of sportgerief	18	18	22	26	27	29	33	43	48
Computersoftware	13	17	13	20	18	19	16	15	18
Computerhardware	9	10	10	10	10	10	9	9	10
Elektronische toestellen	13	13	12	11	12	12	14	17	19
Telecommunicatiediensten	NB	NB	NB	8	11	9	11	10	13
Aandelen e.d.m.	3	5	4	9	7	7	7	5	5
Toerisme	34	37	37	45	45	45	49	45	50
Tickets voor evenementen	31	33	33	44	46	45	48	39	47

Vaststellingen. Het aandeel onlineaankopers dat 'voeding of kruidenierswaren', 'huishoudproducten', 'medicijnen', 'kleding of sportgerief', 'elektronische toestellen', 'toeristische producten' of 'tickets voor evenementen' kocht via het internet, is toegenomen sinds de eerste meting. Het aandeel aankopers dat 'films of muziek', 'tijdschriften, e-learningmateriaal e.d.m.', 'computersoftware', 'computerhardware', 'telecommunicatiediensten' of 'aandelen e.d.m.' kocht via het internet is vrij stabiel gebleven over de tijd. Dit betekent niet dat deze producten niet meer online aangekocht worden. Door de stijging van het aandeel onlinekopers binnen de bevolking binnen deze periode, houdt eenzelfde aandeel onlinekopers voor een product in feite een stijging van het aantal burgers in die deze producten hebben aangekocht. Bijna de helft van de onlinekopers kocht in het voorbije jaar 'kleding of sportgerief', 'met toerisme gelieerde producten' en 'tickets voor evenementen'. Dit zijn veruit de meest populaire onlineproducten.

BURGERS 16
Evolutie online aangekochte producten naar periode en demografische groep
DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep De bevolking wordt opgedeeld in functie van de leeftijd, de opleiding en het inkomen
Percentage Alle burgers van 16 tot 74 jaar uit de demografische groep, die in het voorbije jaar online aankopen deden
Tijd 2006-2014, tenzij anders vermeld

	Voeding of kruiden- nieren- waren	Huishoud- goederen	Medicij- nen (2014- 2009)	Films of muziek	Tijd- schrift, e- learning- materiaal e.d.m.	Kleding of sport- gerief	Compu- tersoft- ware	Compu- terhard- ware	Elektroni- sche toestellen	Telecom- munica- tiedien- sten (2014- 2009)	Aandelen e.d.m.	Toerisme	Tickets evene- menten
2006 Totale bevolking	5	11	1	20	25	18	13	9	13	8	3	34	31
2014 Totale bevolking	10	28	4	23	26	48	18	10	19	13	5	50	47
2006 16-24 jaar	1	5	0	21	21	20	12	11	14	7	0	21	39
2006 25-54 jaar	6	13	1	20	25	19	13	7	13	7	3	36	30
2006 55-74 jaar	7	5	0	12	27	3	15	14	13	12	9	38	25
2014 16-24 jaar	8	17	0	29	22	52	26	6	21	12	2	39	53
2014 25-54 jaar	11	31	5	24	28	51	17	11	20	15	6	52	49
2014 55-74 jaar	6	29	5	9	23	30	11	9	14	11	9	52	31
2006 Opleiding laag	4	8	1	16	17	24	13	6	11	6	3	18	24
2006 Opleiding medium	4	10	1	23	22	17	12	10	15	6	1	25	27
2006 Opleiding hoog	7	13	1	19	30	16	14	9	13	9	4	47	37
2014 Opleiding laag	7	20	4	19	16	42	15	4	17	7	3	31	30
2014 Opleiding medium	8	27	3	20	22	45	18	8	17	13	4	43	46
2014 Opleiding hoog	13	31	6	26	33	52	19	14	22	16	7	63	54
2008 Inkomen laagst	3	8	4	12	23	19	10	10	6	5	1	34	30
2008 Inkomen laag	2	11	0	15	22	21	12	10	10	8	1	31	25
2008 Inkomen hoog	4	14	1	20	22	27	12	9	11	6	4	28	32
2008 Inkomen hoogst	4	15	1	18	22	20	14	9	15	9	5	45	37
2014 Inkomen laagst	4	18	2	28	16	37	12	5	23	7	6	34	30
2014 Inkomen laag	10	25	5	21	26	47	19	7	17	10	4	40	43
2014 Inkomen hoog	8	31	3	23	26	43	17	8	17	13	4	42	40
2014 Inkomen hoogst	12	28	5	22	27	52	19	13	21	16	6	59	53

Vaststellingen. Voor de leeftijdsgroepen zie je in 2014 verschillende patronen voor het aankoopgedrag. Meer onlinekopers van de twee jongste leeftijdsgroepen dan van de ouderen schaffen zich 'films of muziek', 'kleding of sportgerief', 'computersoftware', 'elektronische toestellen' of 'tickets voor evenementen' aan. De twee oudste leeftijdsgroepen zijn meer geïnteresseerd in 'huishoudgoederen', 'medicijnen', 'aandelen' en 'in met toerisme gerelateerde producten' dan de jongeren. De overige producten zijn het populairst bij de onlineaankopers van de 25- tot 54-jarigen. Wat de opleiding betreft, is de kans op een aankoop van een product groter wanneer men meer opgeleid is, al verschilt niet elke groep van elke andere. Voor de meeste producten is er ook een positieve relatie tussen het aandeel aankopers van een product en het gezinsinkomen. 'Film en muziek' en 'elektronische toestellen' zijn daarentegen wat populairder bij de onlineaankopers uit de groep met het laagste inkomen dan bij de andere groepen.

Opmerking 1. De aandelen betreffen het aandeel onlineaankopers dat een bepaald product aankocht in het voorbije jaar en slaan dus niet op de populariteit van een onlineproduct over de totale bevolkingsgroep. Om dit aandeel te berekenen, moet je rekening houden met het aandeel burgers dat onlineaankopen deed in het voorbije jaar voor deze bevolkingsgroep.

Opmerking 2. Voor de leeftijd worden 3 groepen opgenomen. De jongeren van 16 tot 24 jaar, de middengroep van 25 tot 54 jaar en de ouderen van 55 tot 74 jaar. Het onderwijsniveau is gebaseerd op de internationaal erkende ISCED-indeling (International Standard Classification of Education). Laaggeschoolden zijn diegenen die ofwel geen diploma hebben ofwel ten hoogste een diploma van lager secundair onderwijs (eerste graad)(ISCED 0-2). Middengeschoolden hebben als hoogste diploma een van hoger secundair of "postsecundair" (niet hoger) onderwijs (ISCED 3-4). Hooggeschoolden hebben een diploma hoger onderwijs (ISCED 5-6). Het inkomen is als variabele beschikbaar sinds 2008. De groep met het laagste inkomen betreft in 2008 en in 2014 de personen uit huishoudens met een inkomen van 1.199 euro per maand of minder; de tweede groep de personen uit huishoudens met een inkomen tussen 1.200 en 1.899 euro per maand; de derde groep de personen uit huishoudens met een inkomen tussen 1.900 en 2.999 euro per maand; en de groep met het hoogste inkomen de personen uit huishoudens met 3.000 euro per maand of meer.

BURGERS 17

Online aangekochte producten, internationale vergelijking

DIMENSIES

Ruimte	EU28, Belgische gewesten
Groep	Burgers van 16 tot 74 jaar
Percentage	Alle burgers van 16 tot 74 jaar uit de demografische groep, die in het voorbije jaar online aankopen deden
Tijd	2014

Voeding of kruidenierswaren		Huishoudgoederen		Medicijnen		Films of muziek		Tijdschriften, e-learningmateriaal e.d.m.	
Verenigd Koninkrijk (VK)	32	VK	57	Duitsland	29	VK	43	Luxemburg	62
Polen	24	Duitsland	52	EU15	12	Denemarken	38	Duitsland	52
Slovenië	24	EU15	42	VK	12	Duitsland	38	Nederland	50
Nederland	21	Polen	42	EU28	11	Luxemburg	37	Oostenrijk	49
Bulgarije	20	EU28	41	Denemarken	10	Zweden	34	VK	46
EU28	18	Denemarken	40	Griekenland	10	Ierland	32	Zweden	45
EU15	18	Slovakije	40	Roemenië	10	EU15	31	EU15	42
Frankrijk	18	Frankrijk	37	Litouwen	9	Finland	31	EU28	39
Portugal	16	Nederland	37	Bulgarije	8	EU28	28	Ierland	38
Denemarken	15	Slovenië	37	Hongarije	8	Nederland	28	Malta	36
Duitsland	15	Litouwen	33	Nederland	7	Oostenrijk	28	Finland	36
Luxemburg	15	Luxemburg	32	Oostenrijk	7	Brussels Gewest	25	Frankrijk	34
Spanje	14	Bulgarije	31	Zweden	7	Vlaams Gewest	23	Brussels Gewest	34
Estland	13	Oostenrijk	31	Polen	6	Malta	22	Portugal	32
Litouwen	13	Estland	30	Slovenië	6	België	21	Denemarken	31
Oostenrijk	13	Zweden	30	Malta	5	Portugal	21	Italië	31
Zweden	12	Letland	29	Slovakije	5	Frankrijk	20	Slovakije	30
Brussels Gewest	12	Hongarije	29	Vlaams Gewest	4	Waals Gewest	17	Spanje	29
Cyprus	11	Finland	29	België	4	Roemenië	15	Hongarije	29
Hongarije	11	Vlaams Gewest	28	Waals Gewest	4	Spanje	14	Roemenië	29
Ierland	10	Ierland	26	Brussels Gewest	4	Italië	13	Waals Gewest	27
Slovakije	10	Spanje	26	Tsjechië	4	Estland	12	België	27
Vlaams Gewest	10	Italië	26	Kroatië	4	Polen	12	Slovenië	27
België	9	België	26	Cyprus	4	Litouwen	11	Vlaams Gewest	26
Waals Gewest	7	Kroatië	24	Luxemburg	4	Hongarije	11	Polen	26
Tsjechië	6	Malta	24	Portugal	4	Slovenië	10	Kroatië	23
Griekenland	6	Brussels Gewest	24	Estland	3	Slovakije	10	Estland	20
Italië	6	Waals Gewest	22	Ierland	3	Bulgarije	8	Tsjechië	16
Roemenië	6	Portugal	21	Spanje	2	Kroatië	7	Litouwen	15
Kroatië	5	Griekenland	18	Frankrijk	2	Letland	7	Cyprus	14
Finland	5	Roemenië	16	Italië	2	Griekenland	6	Bulgarije	13
Letland	4	Tsjechië	12	Letland	2	Tsjechië	5	Griekenland	13
Malta	4	Cyprus	11	Finland	2	Cyprus	4	Letland	10

Kleding of sportgerief		Computersoftware		Computerhardware		Elektronische toestellen		Telecommunicatiediensten	
Bulgarije	73	Zweden	NB	Duitsland	31	Duitsland	37	Portugal	41
Duitsland	67	Luxemburg	33	Malta	29	Verenigd Koninkrijk	34	Denemarken	39
Verenigd Koninkrijk	67	Nederland	32	Denemarken	28	Oostenrijk	33	Zweden	34
Malta	66	Verenigd Koninkrijk	32	Slovenië	28	Nederland	32	Nederland	31
Finland	65	Duitsland	30	Zweden	26	Griekenland	31	Duitsland	25
Nederland	63	Portugal	30	Kroatië	24	Letland	30	Litouwen	24
Oostenrijk	62	Finland	27	Cyprus	23	Malta	30	Verenigd Koninkrijk	24
Cyprus	61	EU15	26	Finland	23	Denemarken	29	EU15	22
Polen	61	Malta	25	EU15	22	Ierland	29	EU28	20
Slovakije	61	Oostenrijk	25	Spanje	22	Hongarije	29	Ierland	20
EU15	60	EU28	24	Frankrijk	22	EU15	28	Malta	19
Zweden	60	Brussels Gewest	21	EU28	21	Luxemburg	28	Slovakije	18
EU28	59	Denemarken	21	Oostenrijk	21	EU28	27	Frankrijk	17
Litouwen	59	Frankrijk	20	Luxemburg	20	Tsjechië	27	Kroatië	16
Denemarken	58	Vlaams Gewest	18	Verenigd Koninkrijk	19	Finland	27	Finland	16
Roemenië	58	België	18	Griekenland	18	Cyprus	24	Brussels Gewest	16
Frankrijk	57	Spanje	17	Letland	18	Zweden	23	Spanje	15
Ierland	55	Waals Gewest	16	Brussels Gewest	16	Spanje	22	Hongarije	15
Estland	53	Ierland	15	Nederland	15	Kroatië	22	Letland	14
Slovenië	53	Italië	15	Polen	14	Slovenië	22	Vlaams Gewest	13
Tsjechië	52	Polen	14	Estland	13	Italië	21	Italië	13
Griekenland	51	Estland	11	Litouwen	13	Roemenië	21	België	13
Luxemburg	50	Slovenië	11	Waals Gewest	12	Estland	20	Estland	11
Hongarije	49	Cyprus	10	België	11	Vlaams Gewest	19	Waals Gewest	10
Kroatië	48	Kroatië	9	Hongarije	11	Bulgarije	19	Cyprus	10
Letland	48	Roemenië	9	Roemenië	11	Polen	19	Oostenrijk	10
Vlaams Gewest	48	Litouwen	8	Vlaams Gewest	10	Portugal	18	Polen	10
Waals Gewest	47	Hongarije	8	Bulgarije	9	Slovakije	18	Roemenië	10
België	47	Slovakije	8	Italië	9	België	17	Slovenië	10
Spanje	43	Bulgarije	7	Ierland	8	Litouwen	17	Luxemburg	9
Portugal	42	Tsjechië	6	Portugal	7	Brussels Gewest	14	Tsjechië	7
Brussels Gewest	40	Griekenland	4	Slovakije	6	Waals Gewest	14	Bulgarije	5
Italië	35	Letland	4	Tsjechië	4	Frankrijk	13	Griekenland	4

Aandelen e.d.m.		Toerisme		Tickets evenementen	
Verenigd Koninkrijk	29	Zweden	77	Denemarken	66
Letland	28	Denemarken	71	Zweden	66
Finland	27	Luxemburg	71	Ierland	59
Zweden	26	Ierland	70	Finland	56
Estland	21	Finland	69	Nederland	55
Denemarken	17	Nederland	66	Luxemburg	52
Ierland	16	Spanje	64	Estland	50
EU15	14	Verenigd Koninkrijk	63	Verenigd Koninkrijk	48
Litouwen	14	Brussels Gewest	63	Vlaams Gewest	47
EU28	13	Cyprus	61	Duitsland	44
Portugal	11	EU15	59	EU15	42
Duitsland	10	Frankrijk	58	Spanje	42
Nederland	10	EU28	54	Litouwen	42
Brussels Gewest	8	Duitsland	54	EU28	40
Spanje	8	Estland	52	België	39
Luxemburg	8	Oostenrijk	52	Oostenrijk	38
Malta	7	Portugal	51	Tsjechië	35
Waals Gewest	6	België	50	Slovenië	34
Italië	6	Vlaams Gewest	50	Letland	32
België	6	Italië	48	Frankrijk	29
Vlaams Gewest	5	Waals Gewest	47	Malta	29
Frankrijk	5	Malta	46	Hongarije	27
Slovenië	5	Slovenië	43	Brussels Gewest	26
Tsjechië	4	Hongarije	33	Waals Gewest	26
Kroatië	4	Griekenland	31	Portugal	23
Oostenrijk	4	Letland	29	Italië	21
Polen	4	Bulgarije	28	Kroatië	18
Hongarije	3	Tsjechië	25	Roemenië	18
Roemenië	3	Litouwen	23	Griekenland	17
Slovakije	3	Slovakije	23	Polen	16
Bulgarije	2	Roemenië	21	Slovakije	16
Griekenland	2	Kroatië	20	Bulgarije	15
Cyprus	2	Polen	19	Cyprus	13

Vaststellingen. Het aandeel onlineaankopers dat een specifiek product heeft aangekocht, ligt over het algemeen lager in het Vlaamse Gewest dan in de EU28 of in de EU15. De enige uitzondering op deze regel betreft de aankoop van tickets voor evenementen. Als de andere landen een beeld kunnen geven van de mogelijke evolutie voor het Vlaamse Gewest kunnen we nog een sterke evolutie van de onlinemarkt verwachten.

BURGERS 18**Aangekochte onlineproducten****DIMENSIES****Ruimte**

EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest

Tijd

2006-2014, tenzij anders vermeld

Meeteenheid

Alle burgers van 16 tot 74 jaar, die in het voorbije jaar onlineaankopen deden

BRON

Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

FREQUENTIE

Jaarlijks

Streefwaarde**Er worden binnen de Vlaamse beleidsdocumenten geen streefwaarden per productsoort gegeven.****Verantwoording thema**

Er zijn op enkele uitzonderingen na geen doelstellingen per productsoort. Voor enkele producten waarbij de verkoop over de Europese landen drempels inhoudt, worden er binnen de Europese Commissie wel acties voorzien. Het betreft onder andere een sterker geharmoniseerd auteursrechtenstelsel of een grensoverschrijdende licentieverlening, waardoor audiovisuele programma's makkelijker over de verschillende Europese landen aangeboden kunnen worden. Deze producten worden hier opgenomen om de markt beter te exploreren. Verkopen sommige onlineproducten beter dan andere? Wat is de evolutie van de verkoop en zijn alle onlineproducten even populair bij alle demografische groepen? Zijn er producten die bij ons meer of minder online verkocht worden dan het geval is over de EU28?

Vragen

2014.42. Welke goederen of diensten kocht of bestelde u tijdens de laatste twaalf maanden via het internet voor privégebruik? **2014.43.** Welke van de omcirkelde goederen van vraag 42 hebt u niet via de post verkregen, maar wel via een rechtstreekse webtoegang of door ze zelf te downloaden?

5. Films; 6. Muziek; 7. Boeken, tijdschriften of kranten (digitale boeken (e-books) inbegrepen); 8. E-learningmateriaal (onlinecursussen); 10. Computer- en videospelletjes en/of bijbehorende upgrades; 11. Computerprogramma's en/of bijbehorende upgrades met uitzondering van spelletjes; 18. Tickets voor evenementen; 19. Andere.

Definitie

De mensen die bepaalde elektronische producten aankochten, zijn deze die dat aangeduid hebben. Deze vraag betreffende de aangekochte producten wordt maar gesteld als men in een voorgaande vraag heeft aangegeven dat men onlineaankopen heeft gedaan in het voorbije jaar. Het percentage voor 'films' betreft de personen die item 5 ('Films') of 6 ('Muziek') hebben aangeduid. 'Boeken, tijdschriften, kranten, e-books of e-learningmateriaal' betreft de personen die item 7 ('Boeken, tijdschriften of kranten (digitale boeken (e-books) inbegrepen)') of 8 ('E-learningmateriaal onlinecursussen') hebben aangeduid. 'Computersoftware' betreft de personen die item 10 ('Computer- en videospelletjes en/of bijbehorende upgrades') of 11 ('Computerprogramma's en/of bijbehorende upgrades met uitzondering van spelletjes') hebben aangeduid.

Opmerkingen

Er is een sterke opkomst van streamingdiensten voor muziek (o.a. Deezer, Spotify) en televisiecontent (o.a. Netflix, Stevie). De vraag is of de respondent deze abonnementsformules heeft gezien als het online aankopen van films en muziek.

	Eurostat code	2014									2006	
		Vlaams Gewest	Brussels Gewest	Waals Gewest	België	EU28	EU15	Max.	Min.	Rang	Vlaams Gewest	Rang
e-producten												
Films en muziek	i_bfilmo	14	16	10	13	17	19	32(VK)	2(GRI, CYP)	11-12(31)	9	20(28)
Boeken, tijdschriften, kranten en e-learningmateriaal	i_bbooko	11	17	7	11	16	17	29(LUX)	1(TSJ)	19-22(31)	9	15-18(28)
Computersoftware	i_bsofto	14	15	14	14	16	18	24(LUX, VK)	2(GRI, TSJ)	10-13(30)	9	19-21(28)
Tickets voor evenementen (2014-2009)	i_bticko	45	43	32	41	NB	NB	NB	NB	NB	30	NB

Samenvatting. Er is bij de onlinekopers geen sterke stijging van het aandeel dat e-producten aankoopt, uitgezonderd voor de onlineaankoop van tickets voor evenementen. De relatief kleine stijging bij de onlineaankopers betekent geenszins dat er geen sterke stijging is geweest in het aantal kopers voor deze producten. Het aandeel onlineaankopers in het voorbije jaar is namelijk gestegen van 20% in 2006 tot 59% in 2014. Een constant percentage bij de onlinekopers houdt in die zin bijna een verdrievoudiging van de verkoop van 2006 tot 2014 in. Het aandeel onlineaankopers is bij de verschillende e-producten over het algemeen hoger naarmate men jonger is, als men een hogere opleiding heeft of als men een hoger gezinsinkomen heeft. Hierbij zijn er enkele uitzonderingen. Een kleiner aandeel van de jongere onlinekopers dan van de 25-plussers koopt online 'Boeken, tijdschriften, kranten en e-learningmateriaal' aan. Een groter aandeel bij de kopers met het laagste gezinsinkomen dan van de kopers van andere inkomenscategorieën is geïnteresseerd in 'Films en muziek'. Dat wil natuurlijk niet zeggen dat zij de belangrijkste aankopers van films en muziek zijn. We hebben het namelijk over het aandeel aankopers binnen de demografische groep die een onlineaankoop deden en dit aandeel van burgers dat onlineaankopen deed, is lager bij de groep met het laagste inkomen. Het aandeel onlineaankopers dat een specifiek product heeft aangekocht, ligt ook bij deze e-producten lager in het Vlaamse Gewest dan in de EU28 of in de EU15. Als de andere landen een beeld kunnen geven van de mogelijke evolutie voor het Vlaamse Gewest kunnen we nog een sterke evolutie van deze onlinemarkt verwachten. Of de Europese acties hier een sterke impuls kunnen betekenen, zal de toekomst uitwijzen.

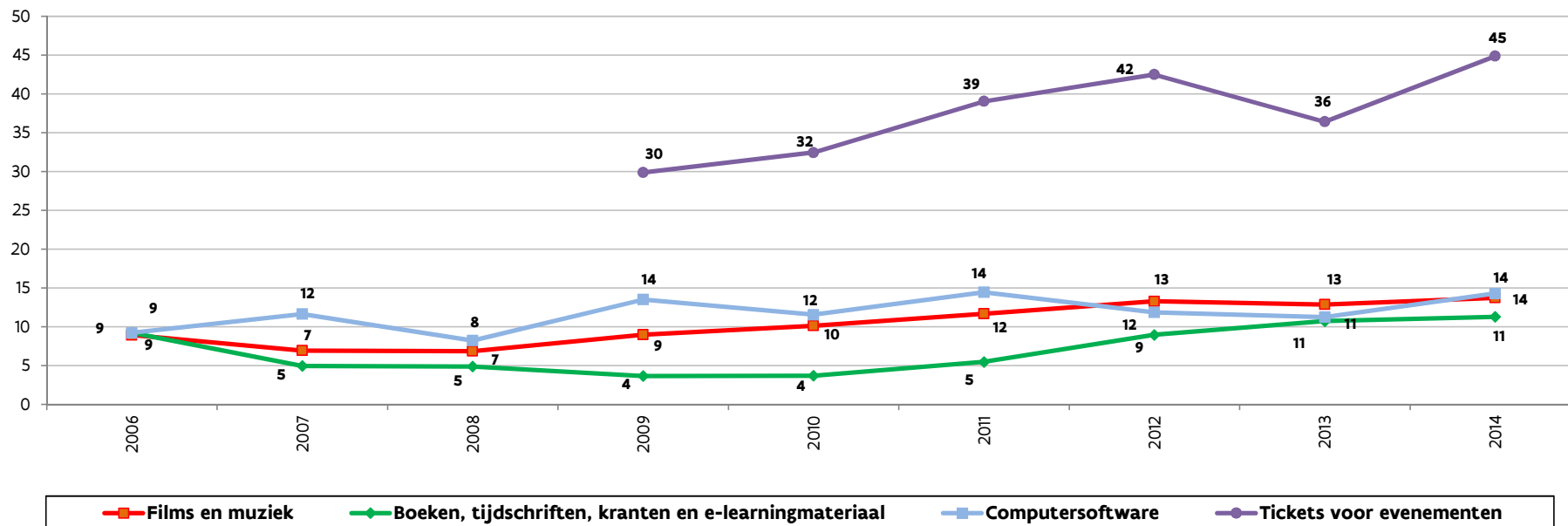
BURGERS 19

Evolutie aankoop onlineproducten

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Burgers van 16 tot 74 jaar
Percentage Alle burgers van 16 tot 74 jaar, die in het voorbije jaar onlineaankopen deden
Tijd 2006-2014

Aankoop e-producten, Vlaams Gewest, 2006-2014, in %



e-producten	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Films en muziek	9	7	7	9	10	12	13	13	14
Boeken, tijdschriften, kranten en e-learningmateriaal	9	5	5	4	4	5	9	11	11
Computersoftware	9	12	8	14	12	14	12	11	14
Tickets voor evenementen	NB	NB	NB	30	32	39	42	36	45

Vaststellingen. Er is bij de onlinekopers geen sterke stijging van het aandeel dat e-producten aankoopt, uitgezonderd voor de onlineaankoop van tickets voor evenementen. De relatief kleine stijging bij de onlineaankopers betekent geenszins dat er geen sterke stijging is geweest in het aantal kopers voor deze producten. Het aantal onlineaankopers in het voorbije jaar is namelijk gestegen van 20% in 2006 tot 59% in 2014. Een constant percentage bij de onlinekopers houdt in die zin bijna een verdrievoudiging van de verkoop van 2006 tot 2014 in.

BURGERS 20**Evolutie aankoop onlineproducten naar periode en demografische groep****DIMENSIES**

Ruimte Vlaams Gewest
Groep De bevolking wordt opgedeeld in functie van de leeftijd, de opleiding en het inkomen
Percentage Alle burgers uit de betreffende groep, die in het voorbije jaar onlineaankopen deden
Tijd 2006-2014, tenzij anders vermeld

	2006, voor inkomen 2008				2014			
	Films en muziek	Boeken, tijdschriften, kranten en e-learning-materiaal	Computersoftware	Tickets voor evenementen (2009)	Films en muziek	Boeken, tijdschriften, kranten en e-learning-materiaal	Computersoftware	Tickets voor evenementen
Totale bevolking	9	9	9	30	14	11	14	45
16-24 jaar	10	6	11	28	17	7	18	49
25-54 jaar	9	9	9	31	15	13	14	47
55-74 jaar	6	14	10	29	5	11	10	34
Opleiding laag	8	6	8	18	11	5	9	29
Opleiding medium	11	8	9	24	10	10	13	40
Opleiding hoog	8	12	10	40	18	15	17	55
Inkomen laagst	5	8	6	9	23	7	4	30
Inkomen laag	5	3	5	25	14	12	15	39
Inkomen hoog	6	4	9	25	12	11	13	40
Inkomen hoogst	8	5	10	38	14	12	16	51

Vaststellingen. Het aandeel onlineaankopers is bij de verschillende e-producten over het algemeen hoger naarmate men jonger is, als men een hogere opleiding heeft of als men een hoger gezinsinkomen heeft. Hierbij zijn er enkele uitzonderingen. Een kleiner aandeel van de jongere onlinekopers dan van de 25-plussers koopt online 'Boeken, tijdschriften, kranten en e-learningmateriaal' aan. Een groter aandeel bij de kopers met het laagste gezinsinkomen dan van de kopers van andere inkomenscategorieën is geïnteresseerd in 'Films en muziek'. Dat wil natuurlijk niet zeggen dat zij de belangrijkste aankopers van films en muziek zijn. We hebben het namelijk over het aandeel aankopers binnen de demografische groep die een onlineaankoop deden en dit aandeel van burgers dat onlineaankopen deed, is lager bij de groep met het laagste inkomen.

Opmerking 1. De aandelen betreffen het aandeel onlineaankopers dat een bepaald product aankocht in het voorbije jaar en slaat dus niet op de populariteit van een onlineproduct over de totale bevolkingsgroep. Om dit aandeel te berekenen, moet je rekening houden met het aandeel burgers dat onlineaankopen deed in het voorbije jaar voor deze bevolkingsgroep.

Opmerking 2. Voor de leeftijd worden 3 groepen opgenomen. De jongeren van 16 tot 24 jaar, de middengroep van 25 tot 54 jaar en de ouderen van 55 tot 74 jaar. Het onderwijsniveau is gebaseerd op de internationaal erkende ISCED-indeling (International Standard Classification of Education). Laaggeschoolden zijn diegenen die ofwel geen diploma hebben ofwel ten hoogste een diploma van lager secundair onderwijs (eerste graad)(ISCED 0-2). Middengeschoolden hebben als hoogste diploma een van hoger secundair of "postsecundair" (niet hoger) onderwijs (ISCED 3-4). Hooggeschoolden hebben een diploma hoger onderwijs (ISCED 5-6). Het inkomen is als variabele beschikbaar sinds 2008. De groep met het laagste inkomen betreft in 2008 en in 2014 de personen uit huishoudens met een inkomen van 1.199 euro per maand of minder; de tweede groep de personen uit huishoudens met een inkomen tussen 1.200 en 1.899 euro per maand; de derde groep de personen uit huishoudens met een inkomen tussen 1.900 en 2.999 euro per maand; en de groep met het hoogste inkomen de personen uit huishoudens met 3.000 euro per maand of meer.

BURGERS 21
Aankoop onlineproducten, internationale vergelijking
DIMENSIES

Ruimte	EU28, Belgische gewesten
Groep	Burgers van 16 tot 74 jaar
Percentage	Alle burgers van 16 tot 74 jaar, die in het voorbije jaar onlineaankopen deden
Tijd	2014, tenzij anders vermeld

Films en muziek		Boeken, tijdschriften, kranten en e-learningmateriaal		Computersoftware		Tickets voor evenementen	
Verenigd Koninkrijk	32	Luxemburg	29	Zweden	NB	Vlaams Gewest	45
Ierland	23	Verenigd Koninkrijk	26	Luxemburg	24	Brussels Gewest	43
Luxemburg	23	Roemenië	25	Verenigd Koninkrijk	24	België	41
Finland	20	Oostenrijk	21	Portugal	23	Waals Gewest	32
Zweden	20	Malta	20	Duitsland	21		
EU15	19	Ierland	19	Oostenrijk	20		
Duitsland	19	Slovakije	19	EU15	18		
Denemarken	18	Portugal	18	Finland	18		
EU28	17	EU15	17	EU28	16		
Brussels Gewest	16	Duitsland	17	Malta	16		
Nederland	15	Brussels Gewest	17	Brussels Gewest	15		
Oostenrijk	15	EU28	16	Nederland	15		
Malta	14	Nederland	15	België	14		
Vlaams Gewest	14	Zweden	15	Vlaams Gewest	14		
Frankrijk	13	Spanje	14	Frankrijk	14		
Roemenië	13	Finland	14	Waals Gewest	14		
België	13	Italië	13	Spanje	12		
Portugal	12	Denemarken	12	Denemarken	11		
Waals Gewest	10	Estland	12	Italië	11		
Estland	9	Slovenië	12	Ierland	9		
Litouwen	9	Vlaams Gewest	11	Polen	9		
Spanje	8	Frankrijk	11	Estland	8		
Italië	8	Kroatië	11	Roemenië	8		
Slovakije	7	België	11	Kroatië	7		
Letland	6	Litouwen	10	Litouwen	7		
Hongarije	6	Hongarije	8	Slovenië	7		
Polen	6	Polen	8	Cyprus	6		
Bulgarije	4	Waals Gewest	7	Slovakije	6		
Kroatië	4	Bulgarije	7	Hongarije	4		
Slovenië	4	Cyprus	7	Bulgarije	3		
Tsjechië	3	Letland	6	Letland	3		
Griekenland	2	Griekenland	3	Tsjechië	2		
Cyprus	2	Tsjechië	1	Griekenland	2		

Vaststellingen. Het aandeel onlineaankopers dat een specifiek product heeft aangekocht, ligt ook bij deze e-producten lager dan het EU28- of EU15-gemiddelde. Als de andere landen een beeld kunnen geven van de mogelijke evolutie voor het Vlaamse Gewest kunnen we nog een sterke evolutie van deze onlinemarkt verwachten. Of de Europese acties hier een sterke impuls kunnen betekenen, zal de toekomst uitwijzen.

Opmerkingen. Voor onlinetickets voor evenementen zijn er geen Europese cijfers beschikbaar.

BURGERS 22	Betaalwijze	
DIMENSIES	Ruimte	EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest
	Tijd	2014
BRON	Meeteenheid	Alle burgers van 16 tot 74 jaar, die in het voorbije jaar onlineaankopen deden
FREQUENTIE		Eurostat (epp.eurostat.ec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium Alleen in 2014 bevraagd.

Streefwaarde	Er zijn ons geen streefcijfers bekend voor Vlaanderen.
Verantwoording thema	De Digitale Agenda van de Europese Commissie ziet het gebrek aan vertrouwen met betrekking tot de veiligheid van betalingen als een van de belangrijke werkpunten in de pijler DA1 'Een digitale eengemaakte markt voor Europa'. Deze betalingswijze wordt in dit rapport opgenomen als achtergrondinformatie voor het beleid. Hoe worden onlineaankopen betaald? Verschilt dat over de doelgroepen?
Vragen	2014.45. Op welke manier hebt u de goederen of diensten die u tijdens de laatste twaalf maanden via het internet voor privégebruik kocht of bestelde, betaald? U mag meerdere antwoorden omcirkelen. 1. Met een kredietkaart (bv. Visa) of debetkaart (bv. Bancontact/Mister Cash) via het internet; 2. Met een prepaidkaart of een prepaidrekening via het internet (dit is een kaart of rekening waarop vooraf het te besteden bedrag voorzien wordt); 3. Met een elektronische overschrijving via internetbankieren; 4. Ik heb niet betaald via internet maar bv. contant of via een klassieke (papieren) overschrijving.
Definitie	De indicatoren betreffen het percentage onlineaankopers van 16 tot 74 jaar die hebben aangegeven dat ze deze betaalwijze hebben gebruikt. Deze vraag betreffende de betalingswijze wordt maar gesteld als men in een voorgaande vraag heeft aangegeven dat men onlineaankopen heeft gedaan in het voorbije jaar.
Opmerkingen	Geen Europese cijfers beschikbaar.

Eurostat code	2014			België	
	Vlaams Gewest	Brussels Gewest	Waals Gewest		
Betalwijze Met een kredietkaart (bv. Visa) of debetkaart (bv. Bancontact/Mister Cash) via het internet	i_ipcc	84	83	79	83
Met een prepaidkaart of een prepaidrekening via het internet	i_ipppc	6	15	8	8
Met een elektronische overschrijving via internetbankieren	i_ipebt	44	32	30	39
Ik heb niet betaald via internet maar bv. contant of via een klassieke (papieren) overschrijving	i_ipix	10	9	12	10

Samenvatting. De meest voorkomende vorm van betaling van onlineaankopen is die met de kredietkaart (bv. Visa) of met de debetkaart (bv. Bancontact/Mister Cash) via het internet. Deze vorm van betaling werd door 84% van de Vlaamse onlineaankopers gebruikt. Hierop volgt met 44% de elektronische overschrijving via internetbankieren. 10% van de onlineaankopers hebben niet betaald via het internet en 6% betaalde met een prepaidkaart of -rekening via het internet. De meest voorkomende vorm van betaling van onlineaankopen is voor alle groepen de kredietkaart (bv. Visa) of de debetkaart (bv. Bancontact/Mister Cash) via het internet, al is de kans dat een onlineaankoper deze kaart gebruikt groter naarmate hij hoger opgeleid is of als hij een hoger inkomen heeft. De elektronische overschrijving via internetbankieren is de tweede meest gebruikte vorm van betaling voor alle groepen en wordt wat minder gebruikt door ouderen (55-74 jaar) en door de onlineaankopers uit de laagste inkomenscategorieën. De ouderen, de minder hoog opgeleiden en de personen uit de laagste inkomenscategorieën betalen vaker offline. Tenslotte wordt de prepaidkaart of -rekening ietwat vaker gebruikt naarmate men jonger is of als men een lager gezinsinkomen heeft, al zijn deze verschillen klein.

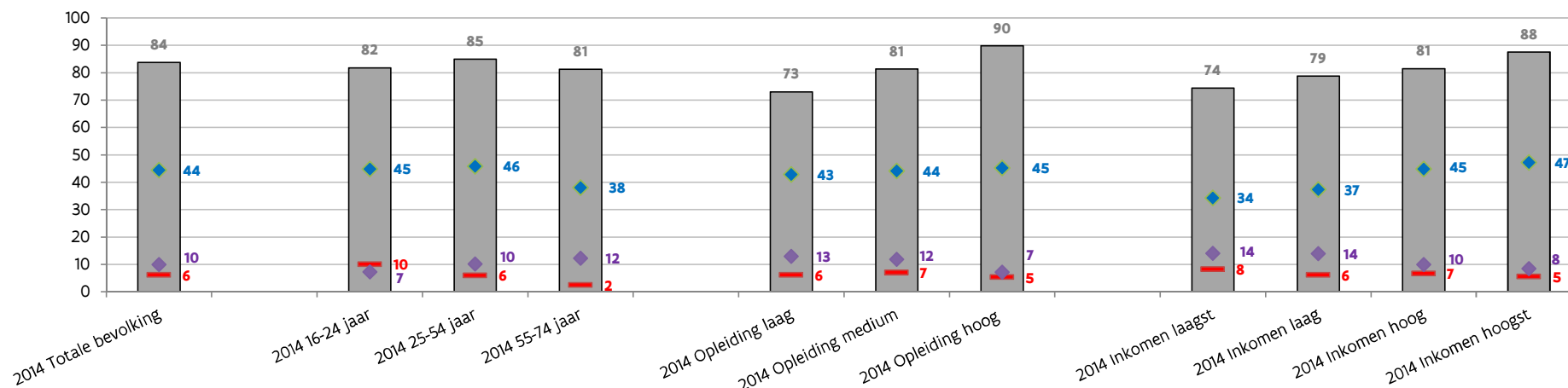
BURGERS 23

Betaalwijze naar demografische groep

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep De bevolking wordt opgedeeld in functie van de leeftijd, de opleiding en het inkomen
Percentage Alle burgers uit de betreffende groep, die in het voorbije jaar online aankopen deden
Tijd 2014

Betaalwijze naar demografische groep, Vlaams Gewest, 2014, in %



- Met een kredietkaart (bv. Visa) of debetkaart (bv. Bancontact/Mister Cash) via het internet
- Met een prepaidkaart of een prepaidrekening via het internet
- ◆ Met een elektronische overschrijving via internetbankieren
- ◆ Ik heb niet betaald via internet maar bv. contant of via een klassieke (papieren) overschrijving

	Kredietkaart (bv. Visa) of debetkaart (bv. Bancontact / Mister Cash) via het internet	Prepaidkaart of rekening via het internet	Elektronische overschrijving via internetbankieren	Ik heb niet betaald via internet maar bv. contant of via een klassieke (papieren) overschrijving
Totale bevolking	84	6	44	10
16-24 jaar	82	10	45	7
25-54 jaar	85	6	46	10
55-74 jaar	81	2	38	12
Opleiding laag	73	6	43	13
Opleiding medium	81	7	44	12
Opleiding hoog	90	5	45	7
Inkomen laagst	74	8	34	14
Inkomen laag	79	6	37	14
Inkomen hoog	81	7	45	10
Inkomen hoogst	88	5	47	8

Vaststellingen. De meest voorkomende vorm van betaling van onlineaankopen is voor alle groepen de kredietkaart (bv. Visa) of de debetkaart (bv. Bancontact/Mister Cash) via het internet, al is de kans dat een onlineaankoper deze kaart gebruikt groter naarmate hij hoger opgeleid is of als hij een hoger inkomen heeft. De elektronische overschrijving via internetbankieren is de tweede meest gebruikte vorm van betaling voor alle groepen en wordt wat minder gebruikt door ouderen (55-74 jaar) en door de onlineaankopers uit de laagste inkomenscategorieën. De ouderen, de minder hoog opgeleiden en de personen uit de laagste inkomenscategorieën betalen vaker offline. Tenslotte wordt de prepaidkaart of -rekening ietwat vaker gebruikt naarmate men jonger is of als men een lager gezinsinkomen heeft, al zijn deze verschillen klein.

Opmerking. Voor de leeftijd worden 3 groepen opgenomen. De jongeren van 16 tot 24 jaar, de middengroep van 25 tot 54 jaar en de ouderen van 55 tot 74 jaar. Het onderwijsniveau is gebaseerd op de internationaal erkende ISCED-indeling (International Standard Classification of Education). Laaggeschoolden zijn diegenen die ofwel geen diploma hebben ofwel ten hoogste een diploma van lager secundair onderwijs (eerste graad)(ISCED 0-2). Middengeschoolden hebben als hoogste diploma een van hoger secundair of "postsecundair" (niet hoger) onderwijs (ISCED 3-4). Hooggeschoolden hebben een diploma hoger onderwijs (ISCED 5-6). Het inkomen is als variabele beschikbaar sinds 2008. De groep met het laagste inkomen betreft in 2008 en in 2014 de personen uit huishoudens met een inkomen van 1.199 euro per maand of minder; de tweede groep de personen uit huishoudens met een inkomen tussen 1.200 en 1.899 euro per maand; de derde groep de personen uit huishoudens met een inkomen tussen 1.900 en 2.999 euro per maand; en de groep met het hoogste inkomen de personen uit huishoudens met 3.000 euro per maand of meer.

BURGERS 24**Kennis consumentenrechten****DIMENSIES****Ruimte** EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest**Tijd** 2010-2014**Meeteenheid** Alle burgers van 16 tot 74 jaar die ooit internet gebruikten**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

FREQUENTIE

Jaarlijks

Streefwaarde**Er zijn ons geen streefcijfers bekend voor Vlaanderen.****Verantwoording thema**

De Digitale Agenda van de Europese Commissie ziet het gebrek aan vertrouwen met betrekking tot de bescherming van de persoonlijke levenssfeer als een van de belangrijke werkpunten in de pijler DA1 'Een digitale eengemaakte markt voor Europa'. De Commissie overweegt een herziening van het reglementaire kader van de EU inzake gegevensbescherming. Verder is ze van plan een code bekend te maken, waarin de bestaande rechten van de digitale gebruiker duidelijk en vlot toegankelijk zijn opgenomen. Deze code zal eveneens betrekking hebben op het contractrecht en de onlinegeschillenbeslechting op het niveau van de EU. De Commissie zal ook de invoering van een EU-wijd onlinebetrouwbaarheidskeurmerk overwegen om de veiligheid van de consument te verzekeren. De kennis van de consumentenrechten wordt in dit rapport opgenomen als achtergrondinformatie voor het beleid. Wie kent deze rechten? Is er een evolutie in deze kennis?

Vragen**2014.47.** Welke van de volgende consumentenrechten van de Europese Unie in verband met internetaankopen kent u?

U mag meerdere antwoorden omcirkelen. 1. Dat voor de meeste goederen het recht bestaat om de aankoop te annuleren en dat ik bij annulering recht heb op een snelle terugbetaling van de betaalde som; 2. Dat de levering van goederen binnen de 30 dagen na het plaatsen van de bestelling dient te gebeuren; 3. Dat de bescherming van de privacy en andere persoonlijke gegevens gegarandeerd moet zijn; 4. Dat het recht bestaat om geïnformeerd te worden over contractuele voorwaarden; 5. Ik ken geen van bovenvermelde consumentenrechten

Definitie

De indicatoren betreffen het percentage internetters van 16 tot 74 jaar die hebben aangegeven dat ze ooit het internet hebben gebruikt. Deze vraag betreffende de consumentenrechten wordt maar gesteld als men in een voorgaande vraag heeft aangegeven dat men ooit het internet gebruikte.

Opmerkingen

Geen Europese cijfers beschikbaar.

	Eurostat code	2014				2010
		Vlaams Gewest	Brussels Gewest	Waals Gewest	België	Vlaams Gewest
Gekende consumentenrechten						
Dat voor de meeste goederen het recht bestaat om de aankoop te annuleren en dat ik bij annulering recht heb op een snelle terugbetaling van de betaalde som	i_creuannul	42	40	35	40	30
Dat de levering van goederen binnen de 30 dagen na het plaatsen van de bestelling dient te gebeuren	i_creulev30d	26	24	18	23	21
Dat de bescherming van de privacy en andere persoonlijke gegevens gegarandeerd moet zijn	i_creupriv	51	55	53	52	49
Dat het recht bestaat om geïnformeerd te worden over contractuele voorwaarden	i_creustrvwn	29	45	36	33	27
Ik ken geen van bovenvermelde consumentenrechten	i_creugeen	37	32	36	36	38

Samenvatting. Meer dan 50% van de internetgebruikers geeft aan dat hij/zij weet dat de bescherming van de privacy en van andere persoonlijke gegevens gegarandeerd moet zijn bij internetaankopen. 42% kent het recht dat je voor de meeste goederen de aankoop kan annuleren en dat je bij annulering recht hebt op een snelle terugbetaling. Het aandeel internetgebruikers dat op de hoogte is van dat recht is sterk gestegen van 2010 tot 2014. Iets meer dan een kwart van de internetgebruikers weet dat de levering van goederen binnen de 30 dagen na het plaatsen van de bestelling dient te gebeuren; en dat het recht bestaat om geïnformeerd te worden over de contractuele voorwaarden. Meer dan een derde van de internetgebruikers is niet op de hoogte van deze consumentenrechten. Er bestaan grote verschillen over de demografische groepen van het aandeel internetgebruikers dat niet op de hoogte is van deze consumentenrechten. Hoe ouder de internetgebruiker, hoe lager opgeleid of hoe lager het gezinsinkomen, hoe kleiner de kans dat de persoon op de hoogte is van minstens een van deze consumentenrechten. Elk van de consumentenrechten is minder goed gekend als men ouder is, als men lager opgeleid is en als men een lager gezinsinkomen heeft.

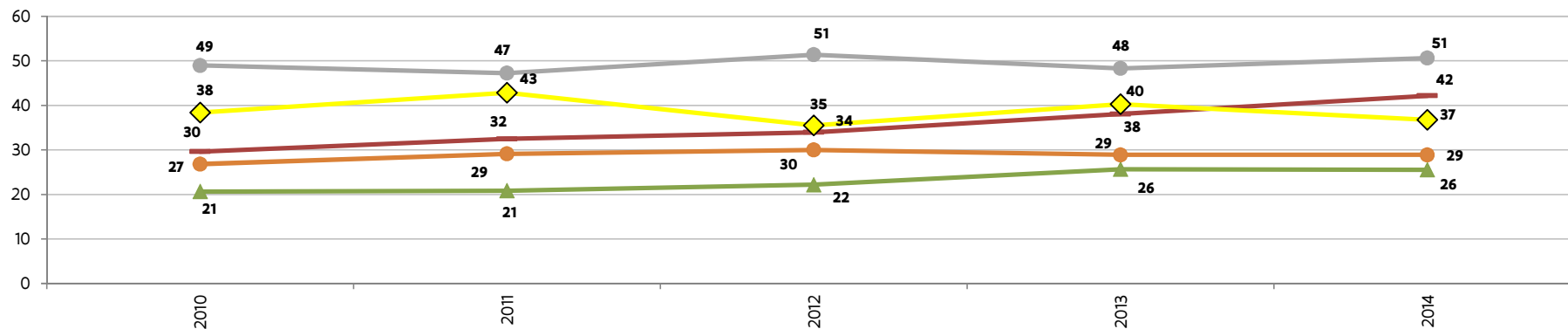
BURGERS 25

Evolutie kennis consumentenrechten

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Burgers van 16 tot 74 jaar
Percentage Alle burgers van 16 tot 74 jaar die ooit internet gebruikten
Tijd 2010-2014

Kennis consumentenrechten, Vlaams Gewest, 2010-2014, in %



— Recht om de aankoop te annuleren en op snelle terugbetaling	— Levering goederen < 30 dagen na bestelling
— Bescherming privacy en andere persoonlijke gegevens gegarandeerd	— Recht op info over contractuele voorwaarden
— Geen van vermelde consumentenrechten	

Gekende consumentenrechten	2010	2011	2012	2013	2014
Recht om de aankoop te annuleren en op snelle terugbetaling	30	32	34	38	42
Levering goederen binnen 30 dagen na bestelling	21	21	22	26	26
Bescherming privacy en andere persoonlijke gegevens gegarandeerd	49	47	51	48	51
Recht op info over contractuele voorwaarden	27	29	30	29	29
Geen van vermelde consumentenrechten	38	43	35	40	37

Vaststellingen. Meer dan 50% van de internetgebruikers geeft aan dat hij/zij weet dat de bescherming van de privacy en van andere persoonlijke gegevens gegarandeerd moet zijn bij internetaankopen. 42% kent het recht dat je voor de meeste goederen de aankoop kan annuleren en dat je bij annulering recht hebt op een snelle terugbetaling. Het aandeel internetgebruikers dat op de hoogte is van dat recht is sterk gestegen van 2010 tot 2014. Iets meer dan een kwart van de internetgebruikers weet dat de levering van goederen binnen de 30 dagen na het plaatsen van de bestelling dient te gebeuren; en dat het recht bestaat om geïnformeerd te worden over de contractuele voorwaarden. Meer dan een derde van de internetgebruikers is niet op de hoogte van deze consumentenrechten.

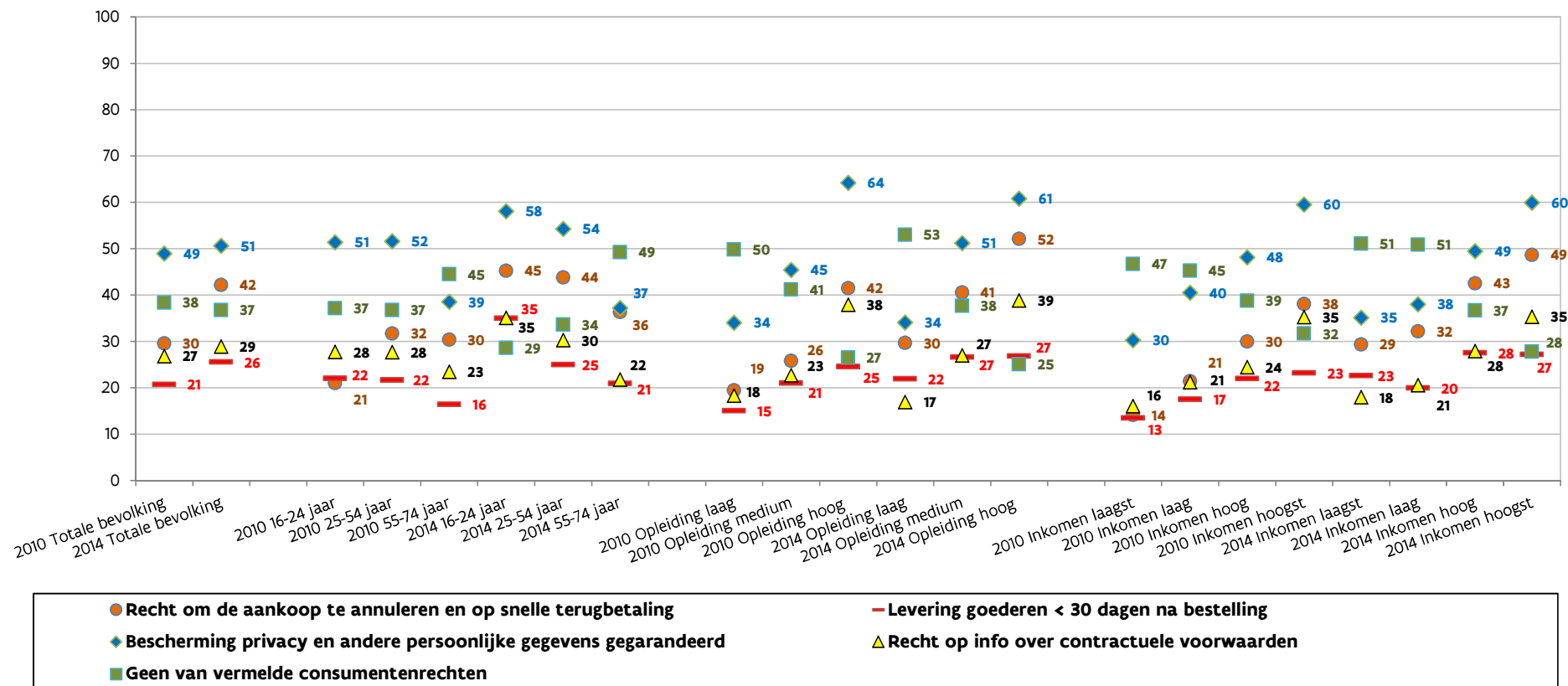
BURGERS 26

Evolutie kennis consumentenrechten naar periode en naar demografische groep

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep De bevolking wordt opgedeeld in functie van de leeftijd, de opleiding en het inkomen
Percentage Alle burgers van 16 tot 74 jaar die ooit internet gebruikten
Tijd 2010-2014

Kennis consumentenrechten naar demografische groep, Vlaams Gewest, van 2010 tot 2014, in %



	Gekende consumentenrechten 2010					Gekende consumentenrechten 2014				
	Recht om de aankoop te annuleren en op snelle terugbetaling	Levering goederen < 30 dagen na bestelling	Bescherming privacy en andere persoonlijke gegevens gegarandeerd	Recht op info over contractuele voorwaarden	Geen van vermeldde consumentenrechten	Recht om de aankoop te annuleren en op snelle terugbetaling	Levering goederen < 30 dagen na bestelling	Bescherming privacy en andere persoonlijke gegevens gegarandeerd	Recht op info over contractuele voorwaarden	Geen van vermeldde consumentenrechten
Totale bevolking	30	21	49	27	38	42	26	51	29	37
16-24 jaar	21	22	51	28	37	45	35	58	35	29
25-54 jaar	32	22	52	28	37	44	25	54	30	34
55-74 jaar	30	16	39	23	45	36	21	37	22	49
Opleiding laag	19	15	34	18	50	30	22	34	17	53
Opleiding medium	26	21	45	23	41	41	27	51	27	38
Opleiding hoog	42	25	64	38	27	52	27	61	39	25
Inkomen laagst	14	13	30	16	47	29	23	35	18	51
Inkomen laag	21	17	40	21	45	32	20	38	21	51
Inkomen hoog	30	22	48	24	39	43	28	49	28	37
Inkomen hoogst	38	23	60	35	32	49	27	60	35	28

Vaststellingen. Er bestaan grote verschillen tussen de demografische groepen van internetgebruikers wat het niet op de hoogte zijn van deze consumentenrechten betreft. Hoe ouder de internetgebruiker, hoe lager opgeleid of lager het gezinsinkomen, hoe kleiner de kans dat de persoon op de hoogte is van minstens een van deze consumentenrechten. Elk van de consumentenrechten is minder goed gekend als men ouder is, als men lager opgeleid is en als men een lager gezinsinkomen heeft.

Opmerking. Voor de leeftijd worden 3 groepen opgenomen. De jongeren van 16 tot 24 jaar, de middengroep van 25 tot 54 jaar en de ouderen van 55 tot 74 jaar. Het onderwijsniveau is gebaseerd op de internationaal erkende ISCED-indeling (International Standard Classification of Education). Laaggeschoolden zijn diegenen die ofwel geen diploma hebben ofwel ten hoogste een diploma van lager secundair onderwijs (eerste graad)(ISCED 0-2). Middengeschoolden hebben als hoogste diploma een van hoger secundair of "postsecundair" (niet hoger) onderwijs (ISCED 3-4). Hooggeschoolden hebben een diploma hoger onderwijs (ISCED 5-6). Het inkomen is als variabele beschikbaar sinds 2008. De groep met het laagste inkomen betreft in 2008 en in 2014 de personen uit huishoudens met een inkomen van 1.199 euro per maand of minder; de tweede groep de personen uit huishoudens met een inkomen tussen 1.200 en 1.899 euro per maand; de derde groep de personen uit huishoudens met een inkomen tussen 1.900 en 2.999 euro per maand; en de groep met het hoogste inkomen de personen uit huishoudens met 3.000 euro per maand of meer.

BURGERS 27**Respons voor burgers in het totaal en per doelgroep****DIMENSIES****Ruimte** België, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest**Tijd** 2006-2014**Meeteenheid** Burgers van 16 tot 74 jaar**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

MEER INFORMATIEhttp://statbel.fgov.be/nl/statistieken/gegevensinzameling/enquetes/ICT_huishoudens/; <http://ec.europa.eu/eurostat/web/information-society/methodology>**Streefwaarde****Vanuit ADS - SB wordt voorgesteld uit te gaan van een (referentie)steekproefaantal van 150.****Verantwoording**

Bij statistiekinstellingen zoals ADS - SB of Eurostat worden meestal statistieken gepubliceerd zonder dat er statistische significantietoetsen gebeuren of zonder dat er betrouwbaarheidsintervallen gepubliceerd worden. Hierbij is geweten dat hoe groter de steekproefgrootte is, hoe betrouwbaarder over het algemeen de statistiek zal zijn. Opdat de cijfers niet te sterk onderhevig zouden zijn aan het willekeurige van de steekproef, gaat men uit van een voldoende grote steekproef om de kans op toevallige afwijkende resultaten te verkleinen. ADS - SB stelt hierom voor geen cijfers te publiceren waarvoor de onderliggende (referentie)steekproefaantallen kleiner zijn dan 150.

BURGERS 28**Aantal burgers in het totaal en per doelgroep****DIMENSIES****Ruimte
Groep
Aantal
Tijd**België, Belgische gewesten
Burgers van 16 tot 74 jaar
Totaal en per doelgroep
2006 - 2014**Totaal van de burgers**

	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Aantal burgers België	6 012	6 350	6 065	5 989	6 160	6 431	9 992	10 404	10 659
Aantal burgers Brussel	638	634	518	673	626	597	1 269	1 552	1 499
Aantal burgers Vlaanderen	3 312	3 514	3 313	3 501	3 682	3 533	4 909	5 047	4 892
Aantal burgers Wallonië	2 062	2 202	2 234	1 815	1 852	2 301	3 814	3 805	4 268

Doelgroepen Vlaams Gewest

	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006
16-24 jaar	246	247	267	287	291	288	432	420	416
25-54 jaar	1 717	1 855	1 757	1 871	1 998	1 944	2 744	2 863	2 863
55-74 jaar	1 349	1 412	1 289	1 343	1 393	1 301	1 733	1 764	1 613
Opleiding laag	937	1 076	1 106	1 091	1 230	1 256	1 672	1 881	1 918
Opleiding medium	1 226	1 323	1 186	1 344	1 343	1 267	1 866	1 829	1 680
Opleiding hoog	1 149	1 115	1 021	1 066	1 095	1 010	1 371	1 337	1 294
Inkomen laagst	360	404	431	471	559	511	1 113		
Inkomen laag	881	944	867	958	1 043	966	1 244		
Inkomen hoog	1 013	1 102	1 049	1 081	1 120	971	1 382		
Inkomen hoogst	1 058	1 064	966	991	960	801	1 170		

Vaststellingen. De betrouwbaarheid over het totaal van de burgers is zowel voor de gewesten als voor België in zijn geheel in orde. Binnen deze monitor gebruiken we voor de demografische groepen alleen de cijfers voor het Vlaamse Gewest, uitgezonderd voor de herkomst waar de cijfers van België gebruikt worden. Het aantal burgers in de referentiesteekproef is voor al de demografische groepen voldoende groot.

Eurostat-enquête ICT- gebruik en e-commerce in bedrijven

ONDERNEMINGEN 1**Bron data: enquête ICT-gebruik en e-commerce in bedrijven****DIMENSIES****Ruimte** EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest**Tijd** 2006-2014**Meeteenheid** Bedrijven met minstens 10 werknemers, voor de Belgische cijfers ook deze met 5 tot 9 werknemers**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.ec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

MEER INFORMATIEstatbel.fgov.be/nl/statistieken/gegevensinzameling/enquetes/ict_ondernemingen/; statbel.fgov.be/nl/binaries/MetadataSheet_SVY_281_NL_D1_tcm325-69026.pdf; ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/DE/isoc_bde15d_esms.htm; <http://ec.europa.eu/eurostat/web/information-society/methodology>**Omschrijving**

Het betreft een jaarlijkse Eurostat-enquête. De data worden verzameld door de nationale instituten voor de statistiek of door ministeries op basis van een jaarlijks opgestelde modelvragenlijst van Eurostat. Voor België organiseert de Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium (ADS-SB) deze enquête. De enquête bestaat uit twee duidelijk onderscheiden delen. Vooreerst zijn er de regelmatig terugkerende vragen, die veelal indicatoren zijn voor bestaande programma's van de Europese Commissie, waaronder de Digitale Agenda. Verder zijn er jaarlijks modules die een bepaald aspect van ICT-gebruik meer uitgebreid belichten zoals het gebruik van 'cloud computing' in 2014 of het gebruik van sociale media in 2013.

Frequentie

Jaarlijks, maar niet elke indicator wordt jaarlijks bevraagd.

Dataverzameling

Er worden twee methodes van dataverzameling gebruikt: SAPQ ('Self Administered Paper Questionnaire') via een papieren formulier; SAWQ ('Self Administered Web Questionnaire') via een webapplicatie.

Statistische populatie

De statistische populatie betreft de ondernemingen met minstens 10 werknemers. In België worden ook de ondernemingen met 5 tot 9 werknemers bevraagd, al is dat niet verplicht volgens de Europese verordening. Het betreft evenmin alle activiteiten, maar een aantal geselecteerde NACE-codes (zie bovenaan voor de link naar 'MEER INFORMATIE').

Basis van de steekproef

Het steekproefkader voor de ICT-enquête in België is samengesteld op basis van het statistische bedrijvenregister van ADS. De steekproef is gestratificeerd op basis van het gewest, de ondernemingsgrootte en de activiteitssector. De kans om opgenomen te worden in de steekproef, verschilt naargelang van de combinatie van de ondernemingsgrootte en het gewest. In het totaal worden 2.500 ondernemingen per gewest of 7.500 ondernemingen voor België aangeschreven. De grootteklassen voor de bedrijven zijn: 5 tot 9 werknemers, 10 tot 49 werknemers, 50 tot 249 werknemers en meer dan 250 werknemers. De ondernemingen met meer dan 250 werknemers worden exhaustief bevraagd. Het aandeel van de bedrijven in de steekproef is kleiner naargelang er meer bedrijven in de grootteklassen zijn.

Respons

De responsgraad voor België ligt rond 56%; voor Vlaanderen rond 60%.

ONDERNEMINGEN 2**Internettoegang****DIMENSIES****Ruimte** EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest**Tijd** 2006-2014**Meeteenheid** Bedrijven met minstens 10 werknemers**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

FREQUENTIE

Jaarlijks

Streefwaarde**Een toename van de toegang, een wegwerken van de digitale achterstand bij kleine ondernemingen.****Verantwoording thema Vlaams Regeerakkoord**

Onder punt 10 'Activeren van het innovatiepotentieel bij kmo's en grote ondernemingen' staat: "Deze legislatuur willen we kmo's veel meer in contact brengen met innovatie. Er bestaat immers nog een grote groep kmo's en niet O&O-intensieve grote ondernemingen in Vlaanderen, die nog een belangrijke stap voorwaarts kunnen zetten op vlak van innovatiematuriteit. We willen deze ondernemingen meer innovatiegericht maken, hen in contact brengen met innovatie binnen en buiten hun sector en hun innovatiecapaciteit vergroten." Een internetaansluiting is een eerste vereiste voor heel wat innovatieve projecten, waaronder e-commerce.

Verantwoording thema Europees

Bij de zesde pijler van de digitale agenda 'Stimuleren van digitale geletterdheid, vaardigheden en inclusie' werd in actie 66 tot vorig jaar expliciet aandacht gevraagd voor de digitale competentie van de kmo: "Member States should implement by 2011 long-term e-skills and digital literacy policies and promote relevant incentives for SMEs and disadvantaged groups." De kmo wordt niet langer vermeld in deze actie, maar het is duidelijk dat internettoegang een voorwaarde is voor e-commerce via een website.

Vragen**2014.C1.** Heeft uw onderneming toegang tot internet? Ja-nee.**Definitie**

De indicator betreft het percentage ondernemingen dat heeft aangegeven dat ze een internettoegang hebben. Dit wil niet zeggen dat de andere ondernemingen geen internet hebben. Die kunnen of geen internet hebben, of niet weten of ze internet hebben of deze vraag niet ingevuld hebben. We geven het aandeel bedrijven die hebben aangegeven dat ze een internetaansluiting hebben op het totaal van de bedrijven (inclusief deze met een missend gegeven). Dit is de werkwijze binnen Eurostat, die we hier opvolgen in het kader van de Europese vergelijking.

	Eurostat code	2014					2006					
		Vlaams Gewest	Brussels Gewest	Waals Gewest	België	EU28	EU15	Max.	Min.	Rang	Vlaams Gewest	Rang
% bedrijven met internettoegang	e_iacc	98	96	96	97	97	98	100 (4 regio's)	85 (ROE)	7-16(31)	95	7-10(30)

Samenvatting. Bij de ondernemingen met minstens 10 werknemers geeft in 2014 98% aan dat ze een internetaansluiting hebben. Dit aandeel is reeds enkele jaren stabiel. De kans op een internetaansluiting neemt toe in functie van de grootte van de onderneming. Het Vlaamse Gewest hoort internationaal bij de grote groep die volgt op de kopgroep. 1,2% van de ondernemingen met minstens 10 werknemers gaf geen antwoord op deze vraag. Een nadeel voor de interpretatie is dat we niet weten wat het missend gegeven inhoudt. Zijn het alleen ondernemingen zonder internettoegang of ook deze met een internettoegang?

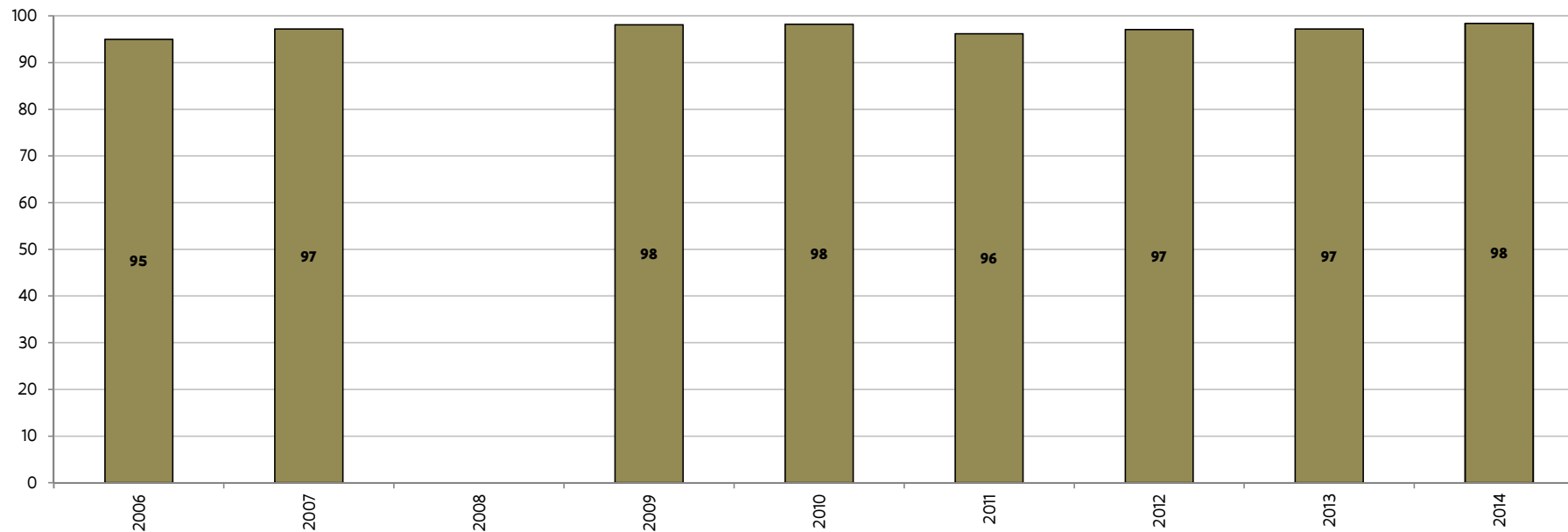
ONDERNEMINGEN 3

Evolutie internettoegang

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Bedrijven met minstens 10 werknemers
Percentage Totaal: bedrijven met minstens 10 werknemers
Tijd 2006-2014

Internettoegang, Vlaams Gewest, 2006-2014, in %



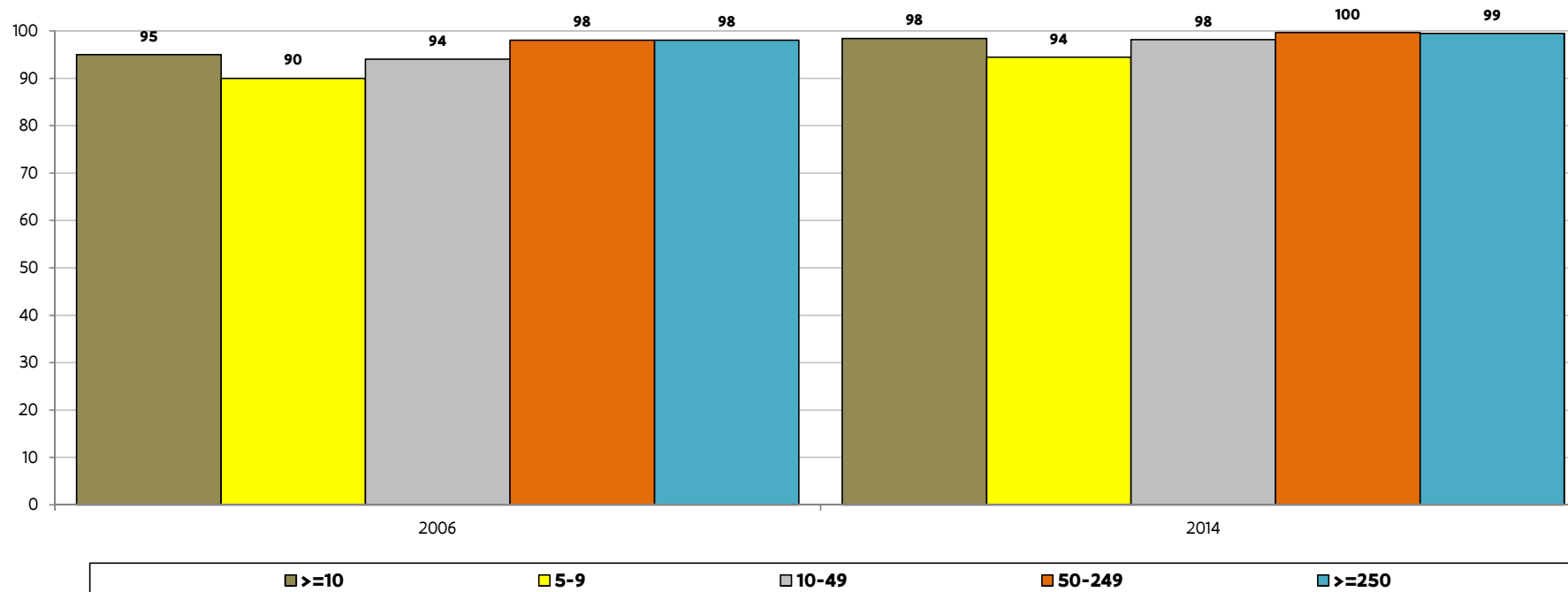
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Internettoegang	95	97	NB	98	98	96	97	97	98

Vaststellingen. Bij de ondernemingen met minstens 10 werknemers geeft in 2014 98% aan dat ze een internetaansluiting hebben. Dit aandeel is reeds enkele jaren stabiel. Dit wil niet zeggen dat 2 bedrijven op de 100 geen internetaansluiting zouden hebben. Slechts 0,4% geeft aan dat ze geen internetaansluiting hebben. De rest betreft missende gegevens.

Opmerking. Vanaf 2010 wordt Rev 2.0. gebruikt in plaats van Rev 1.1.. Dit kan een verschil geven, waardoor de cijfers voor 2010 niet helemaal te vergelijken zijn met die van 2010 en later. De respons was in 2008 onvoldoende hoog om betrouwbare cijfers per gewest te verkrijgen.

ONDERNEMINGEN 4**Evolutie internettoegang in functie van de grootte van de onderneming****DIMENSIES**

Ruimte	Vlaams Gewest
Groep	De bedrijven met minstens 10 werknemers worden opgedeeld naar grootte, die van 5 tot 9 werknemers worden eraan toegevoegd.
Percentage	Bedrijven met 5 tot 9, met 10 tot 49, met 50 tot 249 en met minstens 250 werknemers
Tijd	2006-2014

Internettoegang naar grootte van de onderneming, Vlaams Gewest, van 2006 tot 2014, in %

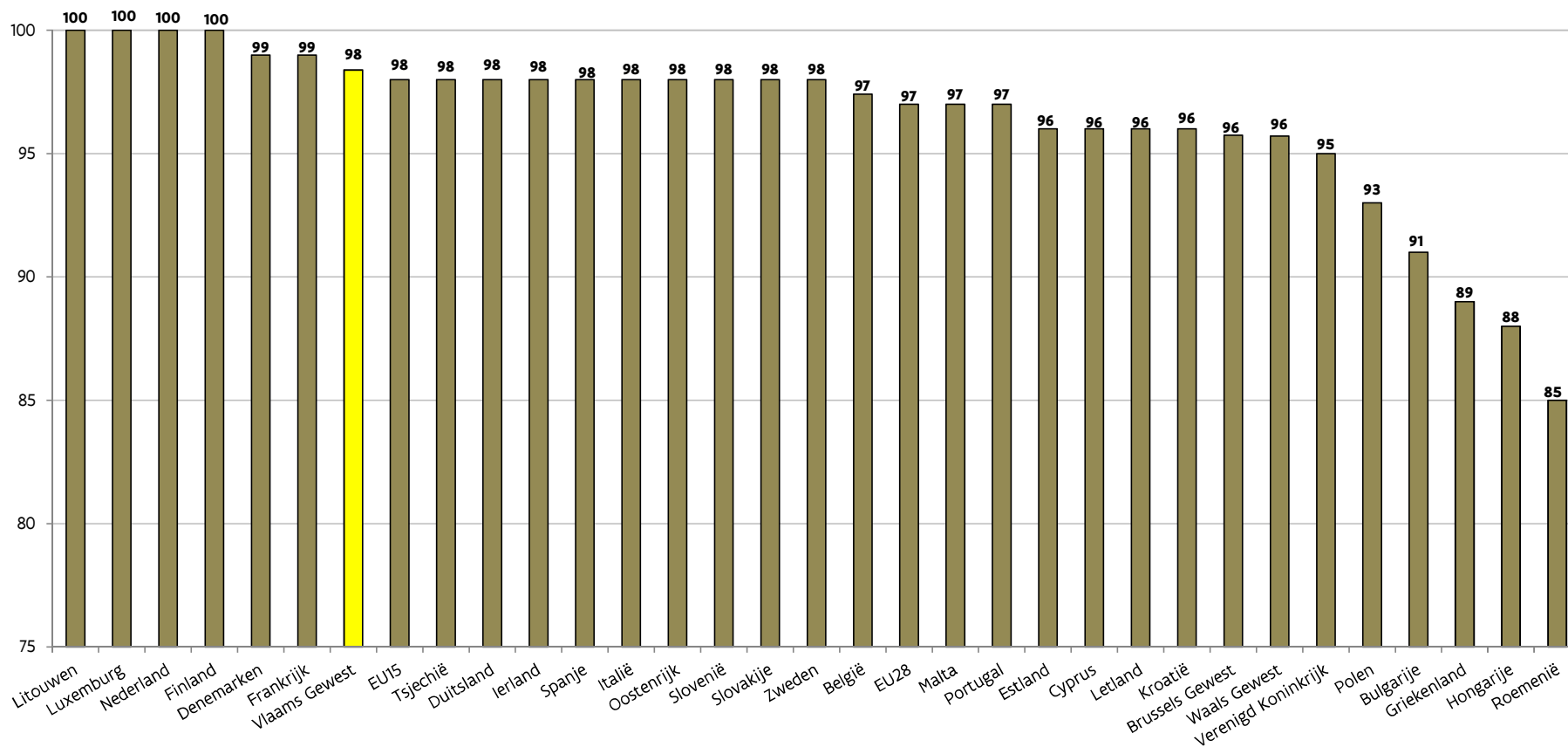
	2006	2014
>=10	95	98
5-9	90	94
10-49	94	98
50-249	98	100
>=250	98	99

Vaststellingen. De kans op een internetaansluiting neemt toe in functie van de grootte van de onderneming. Bij de kleinere ondernemingen met 5 tot 9 werknemers geeft in 2014 94% aan een internetaansluiting te hebben en 3% geeft aan dit niet te hebben. Bij de grotere ondernemingen met minstens 10 werknemers geeft bijna niemand (0,4%) aan geen internetaansluiting te hebben en 98% geeft aan wel een internetaansluiting te hebben. Bij de ondernemingen met minstens 50 werknemers geeft bijna 100% van de ondernemingen aan een internetaansluiting te hebben.

Opmerking. De ondernemingsgrootte betreft het aantal werknemers en niet het aantal voltijds equivalenten.

ONDERNEMINGEN 5**Internettoegang, internationale vergelijking****DIMENSIES**

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Bedrijven met minstens 10 werknemers
Percentage Totaal: bedrijven met minstens 10 werknemers
Tijd 2014

Internettoegang, internationale vergelijking, in 2014, in %

	2014		2014
Litouwen	100	België	97
Luxemburg	100	EU28	97
Nederland	100	Malta	97
Finland	100	Portugal	97
Denemarken	99	Estland	96
Frankrijk	99	Cyprus	96
Vlaams Gewest	98	Letland	96
EU15	98	Kroatië	96
Tsjechië	98	Brussels Gewest	96
Duitsland	98	Waals Gewest	96
Ierland	98	Verenigd Koninkrijk	95
Spanje	98	Polen	93
Italië	98	Bulgarije	91
Oostenrijk	98	Griekenland	89
Slovenië	98	Hongarije	88
Slovakije	98	Roemenië	85
Zweden	98		

Vaststellingen. In 4 landen geeft 100% van de ondernemingen met minstens 10 werknemers aan een internetaansluiting te hebben. In het Vlaamse Gewest is dat 98%, waardoor we horen bij de grote groep die volgt op de kopgroep. Een nadeel voor de interpretatie is wel dat we voor 1,2% van de ondernemingen niet weten wat het missend gegeven inhoudt. Zijn het alleen ondernemingen zonder internettoegang of ook die met een internettoegang?

ONDERNEMINGEN 6**De website en zijn functies****DIMENSIES****Ruimte** EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest**Tijd** 2006-2014 website of 2013-2014 voor de meeste functies**Meeteenheid** Bedrijven met minstens 10 werknemers**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

FREQUENTIE

Jaarlijks voor de meeste indicatoren, maar niet voor allemaal. De inhoud van de website pas recent bevraagd in de enquête.

Streefwaarde**Een toename van de ondernemingen met een goed uitgewerkte website.****Verantwoording thema Vlaams Regeerakkoord**

De betreffende doelstelling uit het Vlaamse Regeerakkoord is vanuit het domein 'Economie en innovatie' de volgende: "We bereiden de handelaars voor op de uitdagingen van de onlinehandel." (Vlaams Regeerakkoord, p. 28) In de Beleidsnota 2014-2019 Werk, Economie, Wetenschap en Innovatie vinden we onder punt 4.2. 'Detailhandels- en handelsvestigingenbeleid' volgende bekommernis: "De detailhandel is een sector die onder andere omwille van de opkomst van e-commerce en veranderend consumentengedrag een ingrijpende transformatie ondergaat. Het zal in belangrijke mate aan de ondernemers van de sector zijn hierop een passend antwoord te vinden via innovatie en een verhoogde klantgerichtheid. Het Vlaamse detailhandelsbeleid zal verder ontwikkeld worden op verschillende terreinen zoals de regierol van steden en gemeenten, de uitrol van het Integraal Handelsvestigingenbeleid, de aanpak van leegstand en het bevorderen van e-commerce." In dit kader werd in november 2015 de e-commercecampagne "Het Internet. Ook uw zaak" gelanceerd door Vlaams minister van Economie Philippe Muyters en Karel Van Eetvelt van Unizo. Wij denken dat een goed uitgebouwde website een sterkte kan zijn in dat kader.

Verantwoording thema Europees

E-commerce hoort tot pijler I 'Een digitale eengemaakte markt voor Europa' van de Digitale Agenda. Een digitale eengemaakte markt veronderstelt voor de gewone consument bijna steeds aankopen via een website.

Vragen

Gebruik van een website **2014.C7**. Heeft uw onderneming een website? Ja Nee. **2014.C8**. Had uw website een van de volgende voorzieningen? a) Beschrijving van goederen of diensten, prijslijsten; b) Bestellingen, reserveringen of boekingen via internet (bv. een winkelmandje); c) Mogelijkheid voor bezoekers om via internet goederen of diensten te personaliseren of te ontwerpen; d) Gepersonaliseerde inhoud op de website voor regelmatige/terugkerende bezoekers; e) Elektronische indiening van klachten (bv. via e-mail, webformulier,...). 2013.B8. Had de website of homepage in januari 2013 een van de volgende voorzieningen? Ja Neen a) Onlinebestellingen, -reserveringen of -boekingen, bv. winkelwagentje; b) Verklaring inzake het privacybeleid, privacyzegel of certificering van websitebeveiliging; c) Productencatalogi of prijslijsten; d) Bestellingen online opvolgen; e) Mogelijkheid voor bezoekers om producten op maat te maken of te ontwerpen; f) Specifieke inhoud voor regelmatige/frequente bezoekers.

Definitie

De eerste indicator betreft het percentage ondernemingen dat aangeeft een website te hebben. De betreffende vraag wordt alleen ingevuld door de ondernemingen met een internettoegang. De vragen betreffende de inhoud van de website moeten alleen ingevuld worden door de ondernemingen met een website. De percentages voor al deze indicatoren worden weliswaar berekend voor het geheel van de ondernemingen en dus niet alleen binnen de groep van ondernemingen met een internetaansluiting (eerste indicator) of een website (overige indicatoren). Niet voor elke vorm van webinhoud zijn er Europese cijfers beschikbaar (NB).

	Eurostat code	2014, tenzij anders vermeld									2006 of 2013	
		Vlaams Gewest	Brussels Gewest	Waals Gewest	België	EU28	EU15	Max.	Min.	Rang	Vlaams Gewest	Rang
% bedrijven met: Website (2014-2006)	e_web	83	81	68	79	74	76	95 (FIN)	44 (ROE)	8-9(31)	70	9-10(30)
Website met: Productcatalogus of prijslijst (2014-2013)	e_webacc	68	62	49	63	55	55	84(FIN)	28(POR)	8(25)	30	26-27(31)
Mogelijkheid om online te bestellen, reserveren of boeken (2014-2013)	e_webord	20	25	12	19	17	16	37(TS))	7(POR)	10-13(31)	16	14-17(31)
Mogelijkheid om goederen of diensten te personaliseren of te ontwerpen (2014-2013)	e_webctm	5	11	5	6	NB	NB	NB	NB	NB	4	NB
Gepersonaliseerde inhoud op de website voor regelmatige of terugkerende bezoekers (2014-2013)	e_webper	11	17	8	11	NB	NB	NB	NB	NB	20	NB
Elektronische indiening van klachten. (bv. via e-mail, webformulier,...) (2014)	e_webcmp	34	37	27	32	30	31	60(ZWE)	14(ROE, BUL)	12(31)	NB	NB
Verklaring inzake het privacybeleid, privacyzegel of certificering van websitebeveiliging (2013)	e_webprv	29	34	24	28	33	37	56(DUI)	5(EST)	11(30)	NB	NB

Samenvatting. Van 2006 tot 2010 steeg het aandeel bedrijven met minstens 10 werknemers die een website hebben van 70% tot 82%, waarna dat aandeel ietwat stagneerde. In 2014 zegt 83% van de Vlaamse ondernemingen met minstens 10 werknemers dat ze een website hebben. 15% van deze ondernemingen zegt geen website te hebben en bijna 2% geeft geen antwoord op deze vraag. Al de ondernemingen die aangeven een website te hebben in 2013 (81,2%) en in 2014 (83,3%), beantwoorden ook de vragen betreffende de inhoud van de website. In 2014 heeft 68% van de ondernemingen met 10 werknemers een website met een productcatalogus of een prijslijst. 34% van de ondernemingen heeft een website die het elektronisch indienen van klachten mogelijk maakt en in 2013 heeft 29% een website met een verklaring inzake het privacybeleid, een privacyzegel of een certificering van websitebeveiliging. Bij een onderneming op de vijf kan je in 2014 via de website online bestellen, reserveren of boeken. Het aanbieden van gepersonaliseerde inhoud is minder populair: 11% biedt gepersonaliseerde inhoud aan voor regelmatige of terugkerende bezoekers en 5% maakt het mogelijk om de eigen producten te personaliseren of te ontwerpen. De kans dat de onderneming een website heeft of dat de website een bepaalde functie heeft, stijgt zoals verwacht met de ondernemingsgrootte. De kleinste ondernemingen met 5 tot 9 werknemers hebben in 2014 in 72% van de gevallen een website, de grootste ondernemingen met minstens 250 werknemers in 98% van de gevallen. De penetratie van websitebezoek en van websites met de verschillende functies is groter dan gemiddeld in de EU, maar is toch nog sterk verwijderd van de Europese toppers. Uitzondering hierop is het aandeel ondernemingen met een website met een verklaring inzake het privacybeleid, een privacyzegel of een certificering van websitebeveiliging. Voor deze functie is het aandeel Vlaamse ondernemingen kleiner dan het Europese gemiddelde (29% tegen 37% in de EU15 of 33% in de EU28).

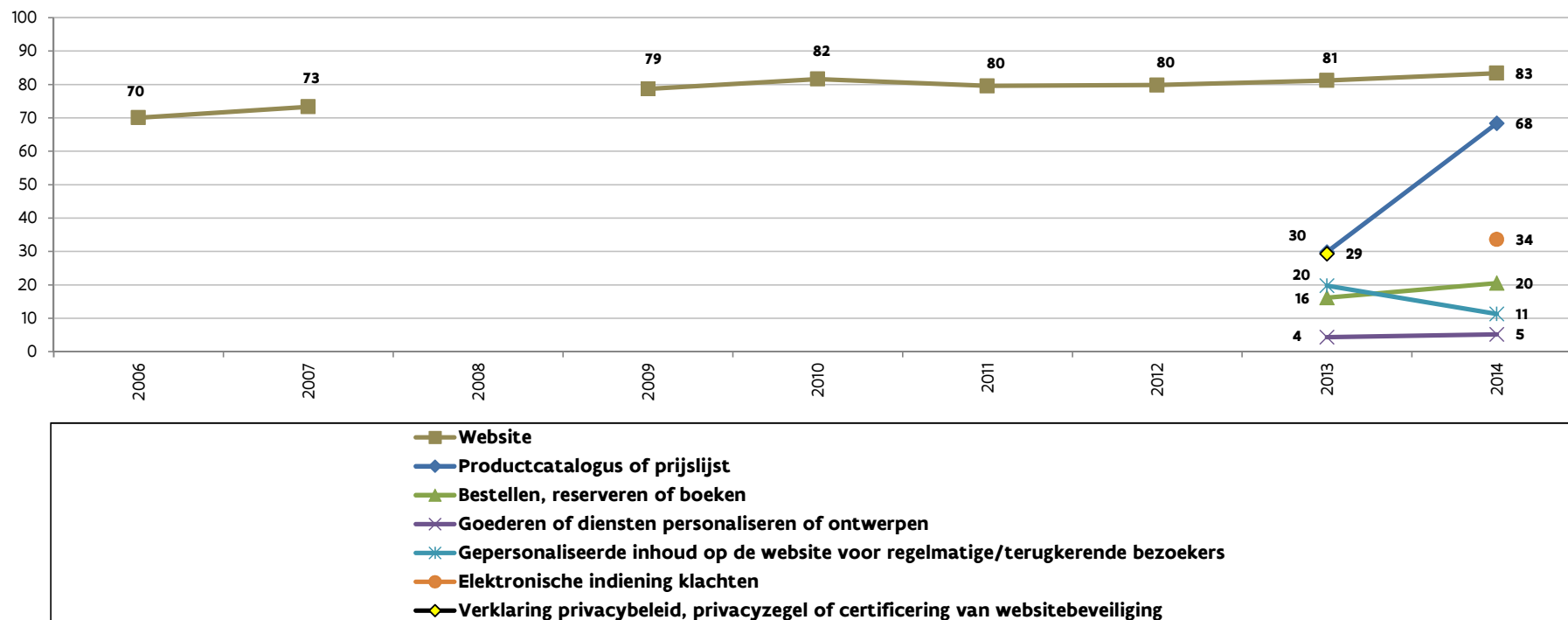
ONDERNEMINGEN 7

Evolutie van de website en zijn functies

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Bedrijven met minstens 10 werknemers
Percentage Totaal: bedrijven met minstens 10 werknemers
Tijd 2006-2014

Website(funcities), Vlaams Gewest, 2006-2014, in %



	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Website	70	73	NB	79	82	80	80	81	83
Productcatalogus of prijslijst	NB	NB	NB	NB	NB	NB	NB	30	68
Elektronische indiening klachten	NB	NB	NB	NB	NB	NB	NB	NB	34
Verklaring privacybeleid, privacyzegel of certificering van websitebeveiliging	NB	NB	NB	NB	NB	NB	NB	29	NB
Bestellen, reserveren of boeken	NB	NB	NB	NB	NB	NB	NB	16	20
Gepersonaliseerde inhoud op de website voor regelmatige/terugkerende bezoekers	NB	NB	NB	NB	NB	NB	NB	20	11
Goederen of diensten personaliseren of ontwerpen	NB	NB	NB	NB	NB	NB	NB	4	5

Vaststellingen. Van 2006 tot 2010 stijgt het aandeel bedrijven met minstens 10 werknemers die een website hebben van 70% tot 82%, waarna dat aandeel stagneerde. In 2014 zegt 83% van de Vlaamse ondernemingen met minstens 10 werknemers dat ze een website hebben. 15% van deze ondernemingen zegt geen website te hebben en bijna 2% geeft geen antwoord op deze vraag. Al de ondernemingen die aangeven een website te hebben in 2013 (81,2%) en in 2014 (83,3%), beantwoorden ook de vragen betreffende de inhoud van de website. Zo is de som van het aandeel ondernemingen met en zonder een specifieke webinhoud (bijvoorbeeld 'bestellen, reserveren of boeken') gelijk aan 81,2% in 2013 en aan 83,3% in 2014. In 2014 heeft 68% van de ondernemingen met 10 werknemers een website met een productcatalogus of een prijslijst. 34% van de ondernemingen heeft een website die het elektronisch indienen van klachten mogelijk maakt en in 2013 heeft 29% een website met een verklaring inzake het privacybeleid, een privacyzegel of een certificering van websitebeveiliging. Bij een onderneming op de vijf kan je in 2014 via de website online bestellen, reserveren of boeken. Het aanbieden van gepersonaliseerde inhoud is minder populair: 11% biedt gepersonaliseerde inhoud aan voor regelmatige of terugkerende bezoekers en 5% maakt het mogelijk om de eigen producten te personaliseren of te ontwerpen.

Opmerking. Vanaf 2010 wordt Rev 2.0. gebruikt in plaats van Rev 1.1.. Dit kan een verschil geven, waardoor de cijfers voor 2010 niet helemaal te vergelijken zijn met die van 2010 en later. De respons was in 2008 onvoldoende hoog om betrouwbare cijfers per gewest te verkrijgen.

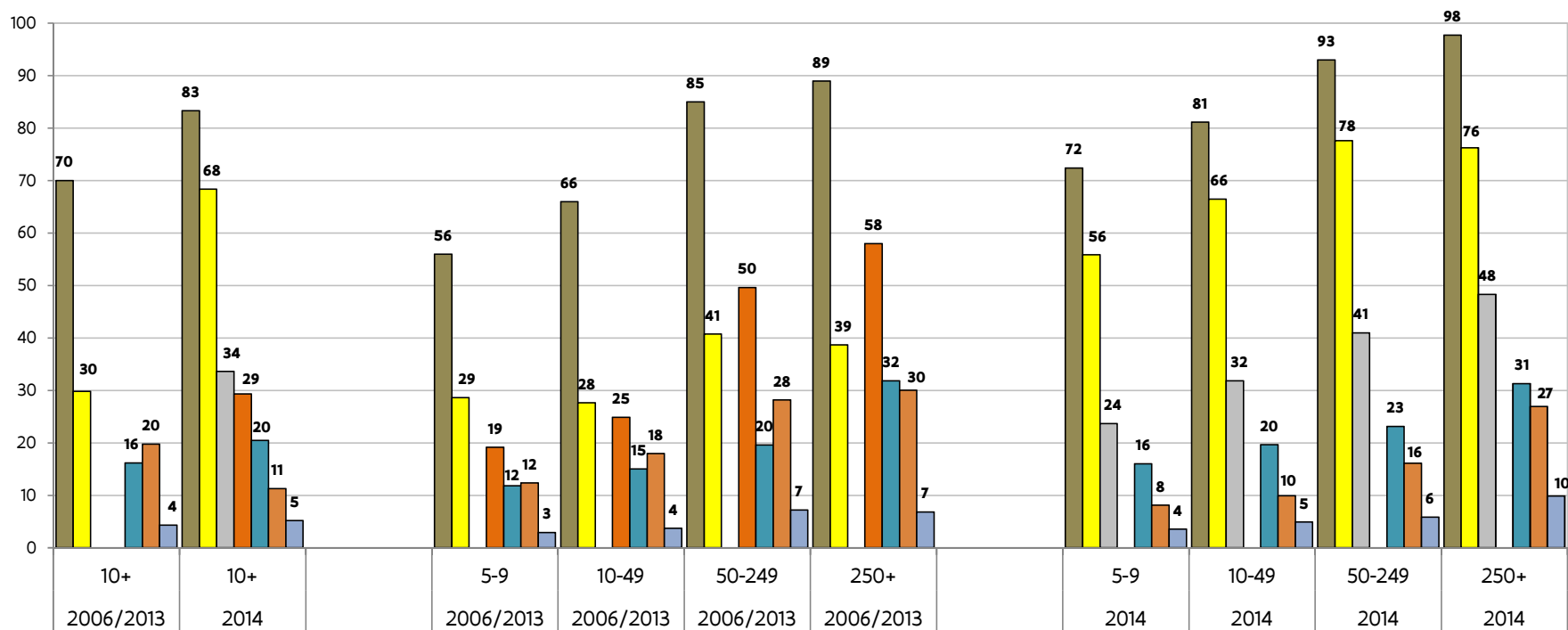
ONDERNEMINGEN 8

Evolutie van de website en zijn functies naar de grootte van de onderneming

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep De bedrijven met minstens 10 werknemers worden opgedeeld naar grootte, die van 5 tot 9 werknemers worden eraan toegevoegd.
Percentage Bedrijven met 5 tot 9, met 10 tot 49, met 50 tot 249 en met minstens 250 werknemers
Tijd 2006-2014 website, 2013-2014 meeste functies tenzij anders vermeld

Website(funcies) naar grootte van de onderneming, Vlaams Gewest, van 2006/2013 tot 2014, in %



- Website (2014-2006)
- Productcatalogus of prijslijst (2014-2013)
- Elektronische indiening klachten (2014)
- Verklaring privacybeleid, privacyzegel of certificering van websitebeveiliging (2013)
- Bestellen, reserveren of boeken (2014-2013)
- Gepersonaliseerde inhoud op de website voor regelmatige/terugkerende bezoekers (2014-2013)
- Goederen of diensten personaliseren of ontwerpen (2014-2013)

	2006 (website) -2013 (inhoud website)					2014				
	10+	5 tot 9	10 tot 49	50 tot 249	250+	10+	5 tot 9	10 tot 49	50 tot 249	250+
Website (2014-2006)	70	56	66	85	89	83	72	81	93	98
Productcatalogus of prijslijst (2014-2013)	30	29	28	41	39	68	56	66	78	76
Bestellen, reserveren of boeken (2014-2013)	16	12	15	20	32	20	16	20	23	31
Goederen of diensten personaliseren of ontwerpen (2014-2013)	4	3	4	7	7	5	4	5	6	10
Gepersonaliseerde inhoud op de website voor regelmatige of terugkerende bezoekers (2014-2013)	20	12	18	28	30	11	8	10	16	27
Elektronische indiening klachten (2014)	NB	NB	NB	NB	NB	34	24	32	41	48
Verklaring privacybeleid, privacyzegel of certificering van websitebeveiliging (2013)	29	19	25	50	58	NB	NB	NB	NB	NB

Vaststellingen. De kans dat de onderneming een website heeft, stijgt zoals verwacht met de ondernemingsgrootte. De kleinste ondernemingen met 5 tot 9 werknemers hebben in 2014 in 72% van de gevallen een website, de ondernemingen met 10 tot 49 werknemers in 81% van de gevallen, de ondernemingen met 50 tot 249 werknemers in 93% van de gevallen en de grootste ondernemingen met minstens 250 werknemers in 98% van de gevallen. De kans dat de website van de onderneming een bepaalde inhoud/functie heeft, stijgt voor elk van de functies met de ondernemingsgrootte.

Opmerkingen. De ondernemingsgrootte betreft het aantal werknemers en niet het aantal voltijds equivalenten.

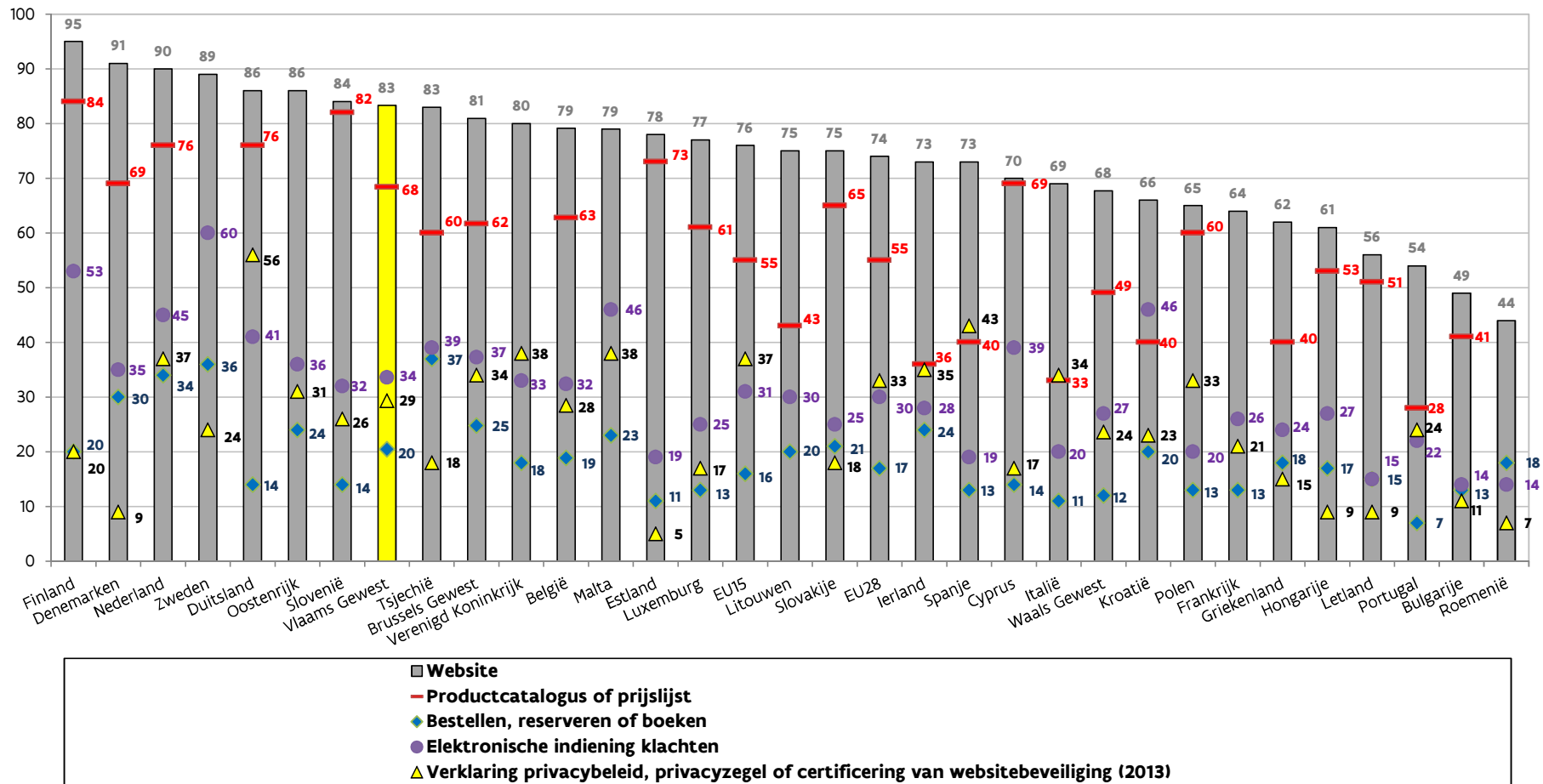
ONDERNEMINGEN 9

De website en zijn functies, internationale vergelijking

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Bedrijven met minstens 10 werknemers
Percentage Totaal: bedrijven met minstens 10 werknemers
Tijd 2014, tenzij anders vermeld

Website(functies), Europese vergelijking, 2014, in %



	Website	Product-catalogus of prijslijst	Bestellen, reserveren of boeken	Elektronische indiening klachten	Verklaring privacy-beleid of -zegel, certificering website-beveiliging (2013)		Website	Product-catalogus of prijslijst	Bestellen, reserveren of boeken	Elektronische indiening klachten	Verklaring privacy-beleid of -zegel, certificering website-beveiliging (2013)
Finland	95	84	20	53	20	Slovakije	75	65	21	25	18
Denemarken	91	69	30	35	9	EU28	74	55	17	30	33
Nederland	90	76	34	45	37	Ierland	73	36	24	28	35
Zweden	89	NB	36	60	24	Spanje	73	40	13	19	43
Duitsland	86	76	14	41	56	Cyprus	70	69	14	39	17
Oostenrijk	86	NB	24	36	31	Italië	69	33	11	20	34
Slovenië	84	82	14	32	26	Waals Gewest	68	49	12	27	24
Vlaams Gewest	83	68	20	34	29	Kroatië	66	40	20	46	23
Tsjechië	83	60	37	39	18	Polen	65	60	13	20	33
Brussels Gewest	81	62	25	37	34	Frankrijk	64	NB	13	26	21
Verenigd Koninkrijk	80	NB	18	33	38	Griekenland	62	40	18	24	15
België	79	63	19	32	28	Hongarije	61	53	17	27	9
Malta	79	NB	23	46	38	Letland	56	51	15	15	9
Estland	78	73	11	19	5	Portugal	54	28	7	22	24
Luxemburg	77	61	13	25	17	Bulgarije	49	41	13	14	11
EU15	76	55	16	31	37	Roemenië	44	NB	18	14	7
Litouwen	75	43	20	30	NB						

Vaststellingen. Het Vlaamse Gewest bekleedt voor al deze indicatoren de 8e tot de 12e plaats. De penetratie van websitebezoek en van websites met de verschillende functies is groter dan gemiddeld in de EU, maar is toch nog sterk verwijderd van de Europese toppers. Uitzondering hierop is het aandeel ondernemingen met een website met een verklaring inzake het privacybeleid, een privacyzegel of een certificering van websitebeveiliging. Voor deze functie is het aandeel Vlaamse ondernemingen kleiner dan het Europese gemiddelde (29% tegen 37% in de EU15 of 33% in de EU28).

ONDERNEMINGEN 10**Bestellingen ontvangen via een website of EDI-berichten****DIMENSIES****Ruimte** EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest**Tijd** 2009-2014, tenzij anders vermeld**Meeteenheid** Bedrijven met minstens 10 werknemers**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

FREQUENTIE

Jaarlijks

Streefwaarde**Er zijn ons geen duidelijke streefcijfers bekend voor Vlaanderen, al wil men gegeven de omgeving de handelaars klaar maken voor e-commerce en in die zin de elektronische verkopen stimuleren.****Verantwoording thema Vlaams Regeerakkoord**

De betreffende doelstelling uit het Vlaamse Regeerakkoord is vanuit het domein 'Economie en innovatie' de volgende: "We bereiden de handelaars voor op de uitdagingen van de onlinehandel." (Vlaams Regeerakkoord, p. 28) In de Beleidsnota 2014-2019 Werk, Economie, Wetenschap en Innovatie vinden we onder punt 4.2. Detailhandels- en handelsvestigingenbeleid volgende bekommernis: "De detailhandel is een sector die onder andere omwille van de opkomst van e-commerce en veranderend consumentengedrag een ingrijpende transformatie ondergaat. Het zal in belangrijke mate aan de ondernemers van de sector zijn hierop een passend antwoord te vinden via innovatie en een verhoogde klantgerichtheid. Het Vlaamse detailhandelsbeleid zal verder ontwikkeld worden op verschillende terreinen zoals de regierol van steden en gemeenten, de uitrol van het Integraal Handelsvestigingenbeleid, de aanpak van leegstand en het bevorderen van e-commerce." In dit kader werd in november 2015 de e-commercecampagne "Het Internet. Ook uw zaak" gelanceerd door Vlaams minister van Economie Philippe Muyters en Karel Van Eetvelt van Unizo. Maar huidige statistieken betreffen ondernemingen met minstens 10 werknemers en voor België ook ondernemingen met 5 tot 9 werknemers. Voor deze ondernemingen sluit e-commerce waarschijnlijk eerder aan bij punt 10 'Activeren van het innovatiepotentieel bij kmo's en grote ondernemingen': "Deze legislatuur willen we kmo's veel meer in contact brengen met innovatie. Er bestaat immers nog een grote groep kmo's en niet O&O-intensieve grote ondernemingen in Vlaanderen, die nog een belangrijke stap voorwaarts kunnen zetten op vlak van innovatiematuriteit. We willen deze ondernemingen meer innovatiegericht maken, hen in contact brengen met innovatie binnen en buiten hun sector en hun innovatiecapaciteit vergroten." Het is mij niet zo duidelijk of men e-commerce op zich wil stimuleren binnen Vlaanderen of dat men ervoor wil zorgen dat het geld uit e-commerce niet naar het buitenland gaat en zo de omzet van de eigen ondernemingen afroemt.

Verantwoording thema Europees

E-commerce hoort tot pijler I 'Een digitale eengemaakte markt voor Europa' van de Digitale Agenda. Een van de drie subpijlers binnen dit thema is het maximaliseren van het groeipotentieel van de digitale economie.

Vragen

Webverkoop = verkoop via een onlinewinkel (webshop) of via webformulieren op een website of een extranet. **2014.J1.** Ontving uw onderneming in 2013 bestellingen voor goederen of diensten via een website? (uitgezonderd handgetypte e-mails) Ja, Nee. EDI-verkoop = verkoop via EDI-berichten (Electronic Data Interchange) in een standaardformaat geschikt voor automatische verwerking (bv. EDIFACT, UBL, XML,...). Uitgezonderd handgetypte afzonderlijke berichten. **2014.J5.** Ontving uw onderneming in 2013 bestellingen voor goederen of diensten via EDI-berichten? Ja Nee.

Definitie

E-commerce is de verkoop of aankoop van goederen of diensten via een computernetwerk, via methodes die specifiek ontworpen werden voor het ontvangen of plaatsen van bestellingen. De betaling en uiteindelijke levering van de goederen of diensten hoeven niet online te gebeuren. Uitgezonderd bestellingen via handgetypte e-mails. Webverkoop is de verkoop via een onlinewinkel (webshop) of via webformulieren op een website of een extranet. EDI-verkoop betreft de verkoop via EDI-berichten (Electronic Data Interchange) in een standaardformaat geschikt voor automatische verwerking (bv. EDIFACT, UBL, XML,...). Uitgezonderd handgetypte afzonderlijke berichten. De indicatoren betreffen het percentage ondernemingen die hebben aangegeven dat ze in 2013 bestellingen via een website (e_awsell) dan wel via EDI-berichten (e_axsell) ontvingen. De eerste indicator (e_aesell) betreft het aandeel ondernemingen dat bestellingen ontving via een website en/of via EDI-berichten. Terwijl deze vraag alleen gesteld wordt als de onderneming computers gebruikt, betreffen de vermelde percentages al de ondernemingen (met en zonder computergebruik).

Voorgaand kalenderjaar bestellingen voor producten / goederen ontvangen via:	Eurostat code	2014					2009					
		Vlaams Gewest	Brussels Gewest	Waals Gewest	België	EU28	EU15	Max.	Min.	Rang	Vlaams Gewest	Rang
Website en/of EDI-berichten	e_aesell	26	28	19	24	18	19	28 (3 regio's)	8(IT, ROE)	5-6(31)	22	5-7(30)
Website (2014-2011)	e_awsell	20	24	15	19	14	14	24(BR)	6(IT, ROE)	5-8(31)	21	5-6(31)
EDI-berichten	e_axsell	9	9	7	8	7	7	17(IER)	2(GRI, CYP)	7-8(31)	10	2-3(31)

Samenvatting. Het aandeel ondernemingen met minstens 10 werknemers dat bestellingen voor goederen of diensten via een website en/of via EDI-berichten ontving, schommelt over de jaren en ligt in 2014 rond een kwart. Van 2010 tot 2013 (bevraging 2011 tot 2014) ontving ongeveer een onderneming op de vijf bestellingen via een website en ongeveer een onderneming op de tien bestellingen via EDI-berichten. De kans dat men een elektronische bestelling heeft ontvangen via een website, via EDI-berichten of via een van beide neemt toe met de bedrijfsgrootte. De verschillen in functie van de bedrijfsgrootte zijn groter voor de bestellingen via EDI-berichten dan voor de bestellingen via een website. Het aandeel ondernemingen dat in 2013 elektronische bestellingen heeft ontvangen, is zeer hoog in het Vlaamse Gewest (een gedeelde vijfde plaats met Zweden binnen de EU28). Het Vlaamse Gewest heeft zowel voor de bestellingen via een website als voor de bestellingen via EDI-berichten een hoger aandeel dan de EU15 of de EU28.

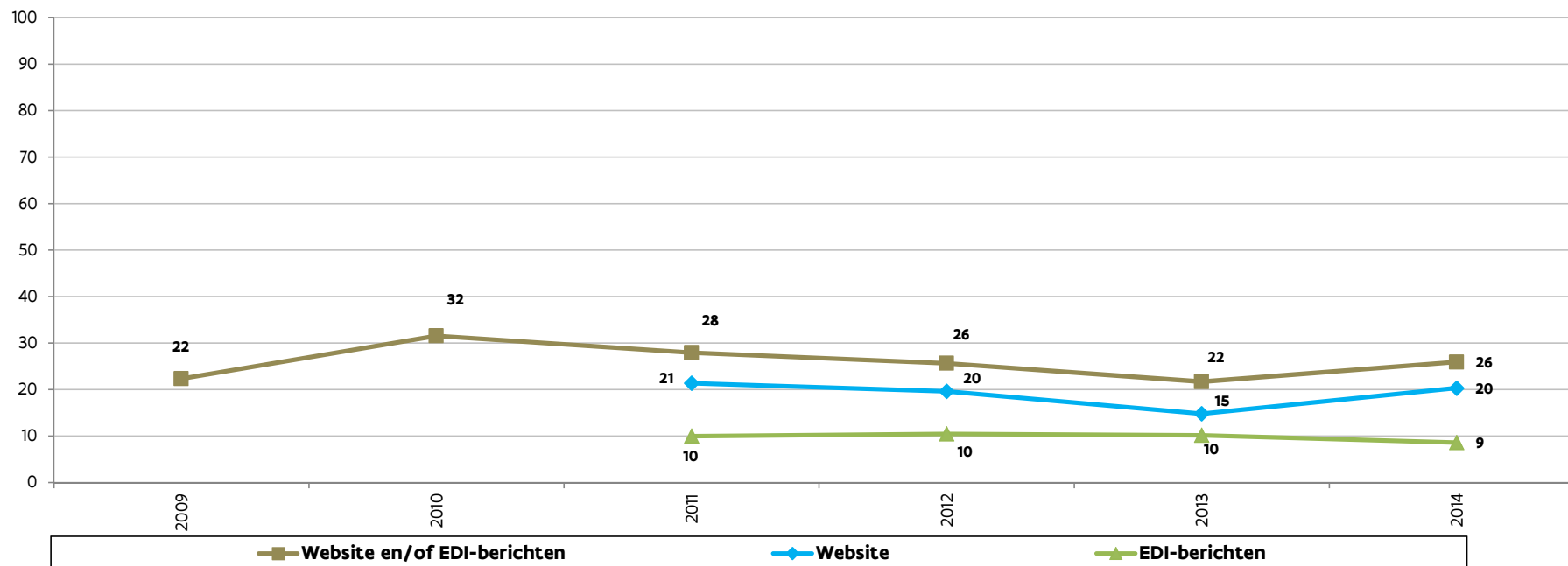
ONDERNEMINGEN 11

Evolutie bestellingen ontvangen via een website of via EDI-berichten

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Bedrijven met minstens 10 werknemers
Percentage Totaal: bedrijven met minstens 10 werknemers
Tijd 2009-2014

Bestellingen ontvangen via website of EDI-berichten, Vlaams Gewest, 2009-2014, in %



	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Website en/of EDI-berichten	22	32	28	26	22	26
Website	NB	NB	21	20	15	20
EDI-berichten	NB	NB	10	10	10	9

Vaststellingen. Het aandeel ondernemingen dat bestellingen voor goederen of diensten via een website en/of via EDI-berichten ontving, schommelt over de jaren en ligt in 2014 rond een kwart van de bedrijven met minstens 10 werknemers. In 2013 (bevraging 2014) ontving ongeveer een onderneming op de vijf bestellingen via een website en ongeveer een onderneming op de tien bestellingen via EDI-berichten. 79% van de ondernemingen geeft aan dat ze geen bestellingen via een website ontvingen en 90% van de ondernemingen ontving geen bestellingen via EDI-berichten.

Opmerking. Vanaf 2010 wordt Rev 2.0. gebruikt in plaats van Rev 1.1.. Dit kan een verschil geven, waardoor de cijfers voor 2010 niet helemaal te vergelijken zijn met die van 2010 en later.

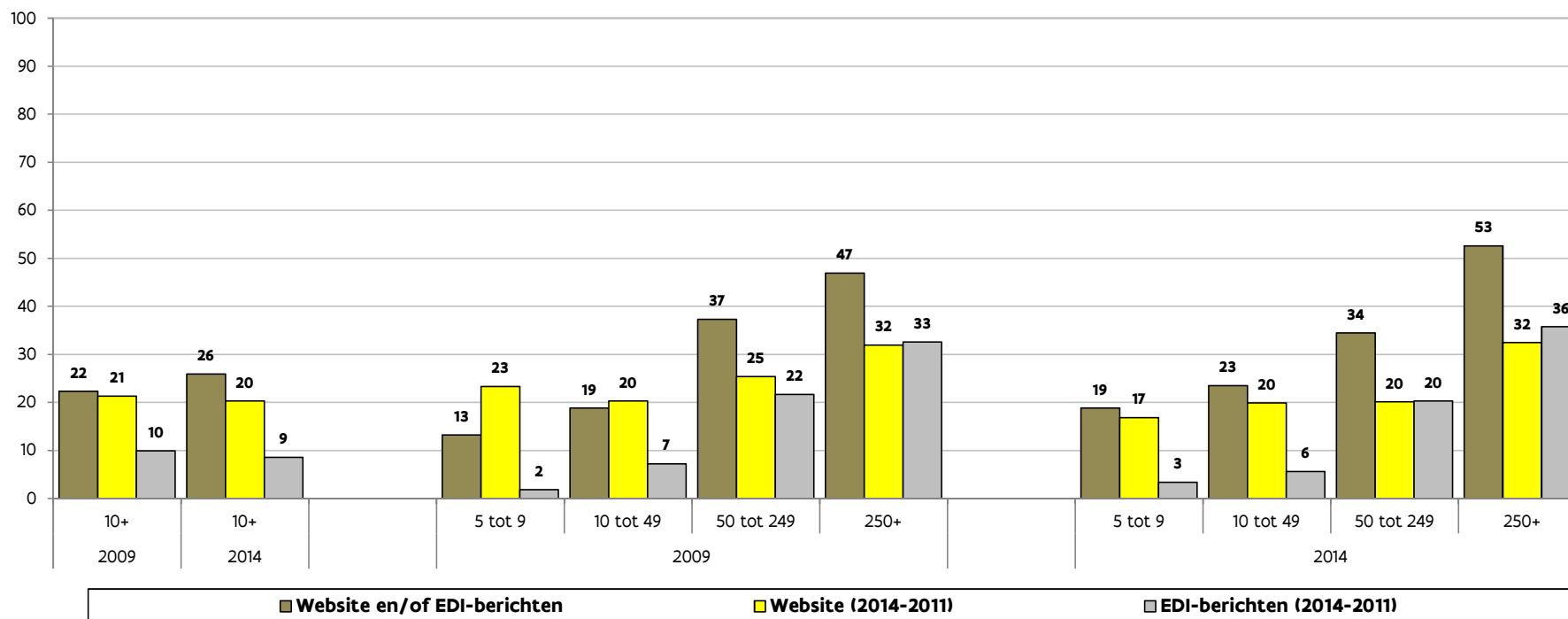
ONDERNEMINGEN 12

Bestellingen ontvangen via een website of EDI-berichten in functie van de grootte van de onderneming

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep De bedrijven met minstens 10 werknemers worden opgedeeld naar grootte, die van 5 tot 9 werknemers worden eraan toegevoegd.
Percentage Bedrijven met 5 tot 9, met 10 tot 49, met 50 tot 249 en met minstens 250 werknemers
Tijd 2009-2014

Bestellingen ontvangen via een website of EDI-berichten naar grootte van de onderneming, Vlaams Gewest, van 2009 tot 2014, tenzij anders vermeld, in %



	2009/2011					2014				
	10+	5-9	10-49	50-249	250+	10+	5-9	10-49	50-249	250+
Website en/of EDI-berichten (2014-2009)	22	13	19	37	47	26	19	23	34	53
Website (2014-2011)	21	23	20	25	32	20	17	20	20	32
EDI-berichten (2014-2011)	10	2	7	22	33	9	3	6	20	36

Vaststellingen. De kans dat men een elektronische bestelling heeft ontvangen via een website, via EDI-berichten of via een van beide neemt toe met de bedrijfsgrootte. De verschillen in functie van de bedrijfsgrootte zijn groter voor de bestellingen via EDI-berichten dan voor de bestellingen via een website.

Opmerkingen. De ondernemingsgrootte betreft het aantal werknemers en niet het aantal voltijds equivalenten.

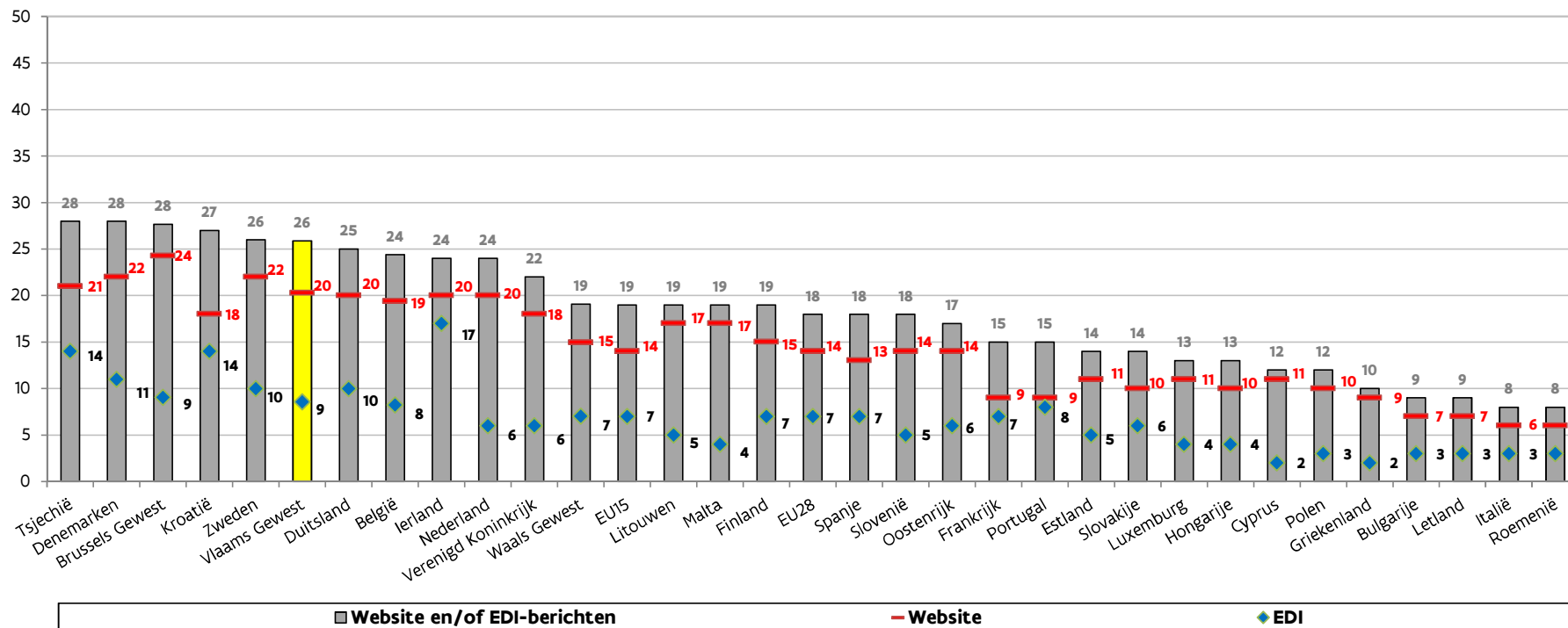
ONDERNEMINGEN 13

Bestellingen ontvangen via website of EDI-berichten, internationale vergelijking

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Bedrijven met minstens 10 werknemers
Percentage Totaal: bedrijven met minstens 10 werknemers
Tijd 2014

Bestellingen ontvangen via website of EDI-berichten, internationale vergelijking, 2014, in %



	Website en/of EDI-				Website en/of EDI-		
	bericht	Website	EDI		bericht	Website	EDI
Tsjechië	28	21	14	Spanje	18	13	7
Denemarken	28	22	11	Slovenië	18	14	5
Brussels Gewest	28	24	9	Oostenrijk	17	14	6
Kroatië	27	18	14	Frankrijk	15	9	7
Zweden	26	22	10	Portugal	15	9	8
Vlaams Gewest	26	20	9	Estland	14	11	5
Duitsland	25	20	10	Slovakije	14	10	6
België	24	19	8	Luxemburg	13	11	4
Ierland	24	20	17	Hongarije	13	10	4
Nederland	24	20	6	Cyprus	12	11	2
Verenigd Koninkrijk	22	18	6	Polen	12	10	3
Waals Gewest	19	15	7	Griekenland	10	9	2
EU15	19	14	7	Bulgarije	9	7	3
Litouwen	19	17	5	Letland	9	7	3
Malta	19	17	4	Italië	8	6	3
Finland	19	15	7	Roemenië	8	6	3
EU28	18	14	7				

Vaststellingen. Het aandeel ondernemingen dat in 2013 (survey 2014) elektronische bestellingen heeft ontvangen, is zeer hoog in het Vlaamse Gewest (een gedeelde vijfde plaats met Zweden binnen de EU28). Het Vlaamse Gewest heeft zowel voor de bestellingen via een website als voor de bestellingen via EDI-berichten een hoger aandeel dan de EU15 of de EU28.

ONDERNEMINGEN 14**Bestemming elektronische verkopen****DIMENSIES****Ruimte** EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest**Tijd** 2011-2013**Meeteenheid** Bedrijven met minstens 10 werknemers**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.ec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

FREQUENTIE

Tweejaarlijks, momenteel alleen cijfers 2011 en 2013

Streefwaarde**Het Vlaamse beleid wil meer omzet in de eigen regio behouden. De Europese Commissie wil meer aankopen over de landen binnen de EU.****Verantwoording thema Vlaams Regeerakkoord**

In de Beleidsnota 2014-2019 Werk, Economie, Wetenschap en Innovatie staat onder punt 4.2. 'Detailhandels- en handelsvestigingenbeleid' volgende bekommernis: "De detailhandel is een sector die onder andere omwille van de opkomst van e-commerce en veranderend consumentengedrag een ingrijpende transformatie ondergaat." Via initiatieven zoals de e-commercecampagne "Het Internet. Ook uw zaak" van november 2015 wil men deze trend ombuigen door de kmo's meer in contact te brengen met innovatie. Hierdoor kunnen ze zelf een deel van de winst binnen de e-commercebusiness verdienen. Het persbericht van deze e-commercecampagne vermeldt volgende uitspraak van Thierry Geerts, directeur van Google in België: "Belgische kmo's moeten te vaak marktaandeel afgeven aan buitenlandse bedrijven. We willen helpen dit te veranderen en lokale bedrijven en zelfstandige ondernemers aansporen om hun producten en diensten ook online aan te bieden."

Verantwoording thema Europees

De Digitale 'Single Market strategy' wil komen tot een betere toegang tot onlinegoederen en -diensten over Europa voor consumenten en bedrijven. Men wil hiermee de drempels voor onlineactiviteiten over grenzen verkleinen. Wanneer deze eengemaakte markt binnen de EU28 een feit is, kan dat leiden tot een hogere omzet over de EU en tot 1000-den nieuwe jobs. Dergelijke eengemaakte markt zal tevens zorgen voor meer aankopen in andere EU-landen dan nu het geval is.

Vragen

2013.E3. Ontving uw onderneming in 2012 bestellingen via een website door klanten die in de volgende regio's gevestigd zijn? Ja Neen a) België; b) Andere EU-landen; c) Rest van de wereld. **2013.E8.** Ontving uw onderneming in 2012 bestellingen via EDI-berichten door klanten die in de volgende regio's gevestigd zijn? Ja Neen a) België, b) Andere EU-landen, c) Rest van de wereld.

Definitie

De vraag wordt alleen gesteld aan de bedrijven die elektronische bestellingen ontvingen. De indicatoren betreffen het percentage ondernemingen die hebben aangegeven dat ze elektronische verkopen via websites of via EDI-berichten realiseerden in eigen land, in een ander EU-land of in een land buiten de EU. De percentages worden berekend over alle ondernemingen, ook diegene die geen elektronische verkopen realiseerden.

% bedrijven dat voorgaand kalenderjaar elektronische verkopen realiseerde in:	Eurostat code	2013					2011					
		Vlaams Gewest	Brussels Gewest	Waals Gewest	België	EU28	EU15	Max.	Min.	Rang	Vlaams Gewest	Rang
Eigen land	e_aeshm	21	21	15	19	16	17	29(DEN)	7(3 regio's)	4-8(30)	24	2-5(31)
Ander EU-land	e_aeseu	9	14	8	9	7	7	15(LUX)	2(BUL)	9-14(30)	12	3-8(31)
Buiten de EU	e_aesww	4	7	2	4	4	5	12(LUX)	1(BUL, ROE)	12-18(30)	4	10-18(31)

Samenvatting. Een eerste onverwachte vaststelling is dat het aandeel ondernemingen met elektronische verkopen in eigen land en in een ander EU-land gedaald is van 2011 naar 2013 (respectievelijk van 24% en 12% naar 21% en 9%). De daling in eigen land is vooral sterk in de kleinste ondernemingen van 5 tot 9 werknemers (21% in 2011 tot 13% in 2013), minder sterk in de bedrijven met 10 tot 249 werknemers en onbestaande in de grootste ondernemingen met minstens 250 werknemers. De daling in een ander EU-land situeert zich eerder bij de middencategorie met 10 tot 249 werknemers en is zeer klein bij de grootste ondernemingen. Deze dalingen doen niets aan de bestaande trends: de elektronische verkopen worden door meer ondernemingen gerealiseerd in eigen land dan in een ander EU-land en een groter aandeel van de ondernemingen verkoopt in een ander EU-land dan in een land buiten de EU. De kans op een verkoop neemt voor elke regio (eigen land, ander EU-land, buiten de EU) toe met de ondernemingsgrootte. Het aandeel ondernemingen met elektronische verkopen in eigen land is zeer hoog in het Vlaamse Gewest (4e plaats in de EU28) vergeleken met het aandeel ondernemingen met elektronische verkopen in eigen land binnen de EU28-landen. Het aandeel Vlaamse ondernemingen met elektronische verkopen in een ander EU28-land is minder hoog gerangschikt binnen de EU28 (9e plaats), al blijft het Vlaamse aandeel van ondernemingen met verkopen in een ander EU28-land nog wat hoger dan het vergelijkbare aandeel van ondernemingen over al de EU28-landen (9% versus 7%). Het aandeel ondernemingen met elektronische verkopen in een land buiten de EU is in het Vlaamse Gewest en binnen de EU28 gelijk (4%).

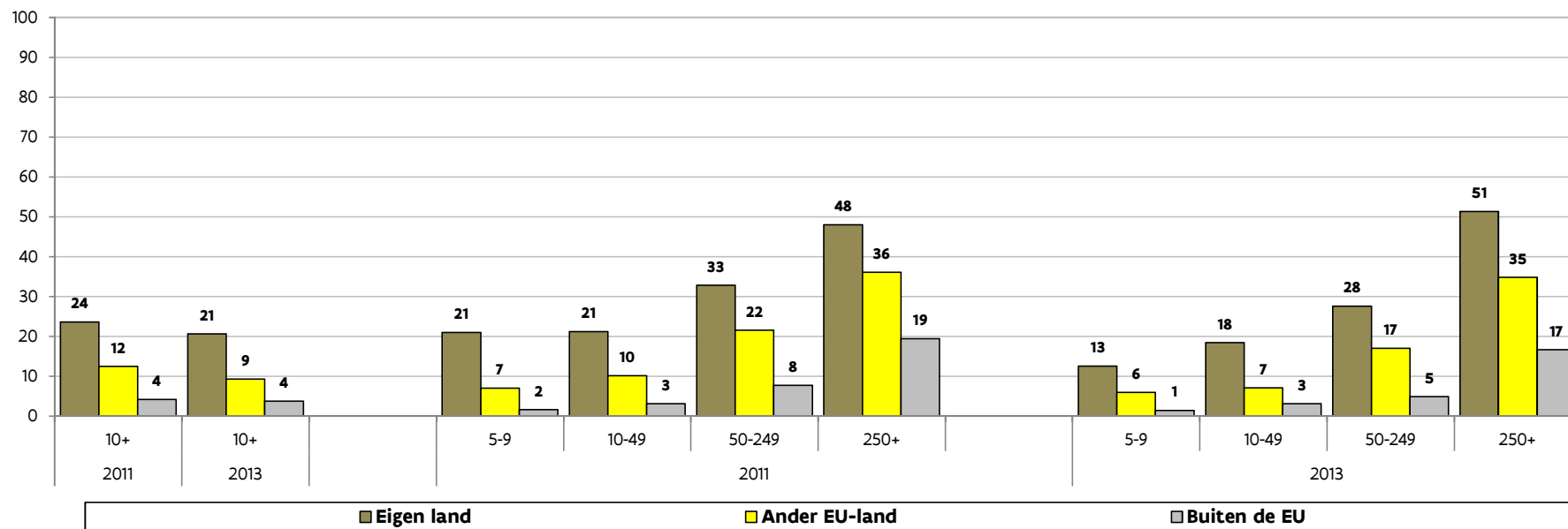
ONDERNEMINGEN 15

Bestemming elektronische verkopen in functie van de grootte van de onderneming

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep De bedrijven met minstens 10 werknemers worden opgedeeld naar grootte, die van 5 tot 9 werknemers worden eraan toegevoegd.
Percentage Bedrijven met 5 tot 9, met 10 tot 49, met 50 tot 249 en met minstens 250 werknemers
Tijd 2011-2013

Bestemming elektronische verkopen naar grootte van de onderneming, Vlaams Gewest, van 2011 tot 2013, in %



	2011					2013				
	10+	5-9	10-49	50-249	250+	10+	5-9	10-49	50-249	250+
Eigen land	24	21	21	33	48	21	13	18	28	51
Ander EU-land	12	7	10	22	36	9	6	7	17	35
Buiten de EU	4	2	3	8	19	4	1	3	5	17

Vaststellingen. Een eerste onverwachte vaststelling is dat het aandeel ondernemingen met elektronische verkopen in eigen land en in een ander EU-land gedaald is van 2011 naar 2013 (respectievelijk van 24% en 12% naar 21% en 9%). De daling in eigen land is vooral sterk in de kleinste ondernemingen van 5 tot 9 werknemers (21% in 2011 tot 13% in 2013), minder sterk in de bedrijven met 10 tot 249 werknemers en onbestaande in de grootste ondernemingen met minstens 250 werknemers. De daling in een ander EU-land situeert zich eerder bij de middencategorie met 10 tot 249 werknemers en is zeer klein bij de grootste ondernemingen. Deze daling doet niets af aan de reeds bestaande trends. De elektronische verkopen worden door meer ondernemingen gerealiseerd in eigen land dan in een ander EU-land en een groter aandeel van de ondernemingen verkoopt in een ander EU-land dan in een land buiten de EU. De kans op een verkoop neemt voor elke regio (eigen land, ander EU-land, buiten de EU) toe met de ondernemingsgrootte.

Opmerkingen. De ondernemingsgrootte betreft het aantal werknemers en niet het aantal voltijds equivalenten.

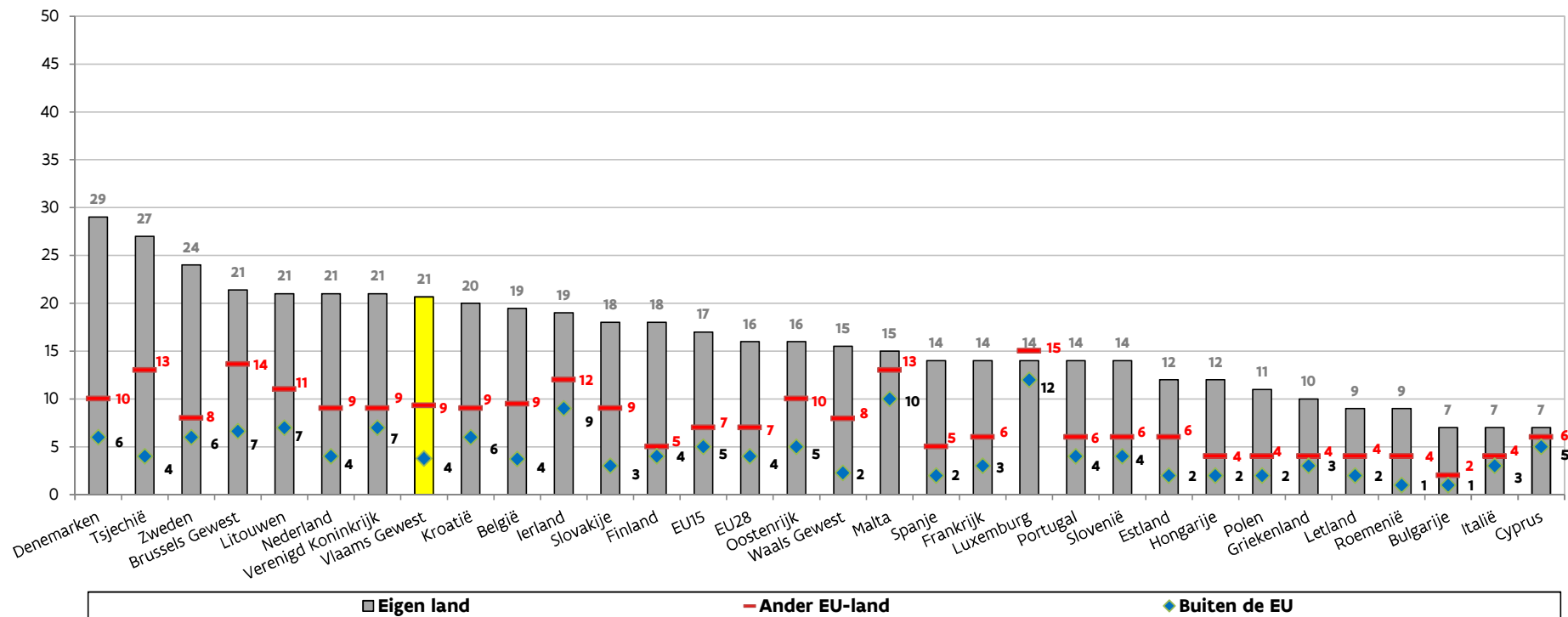
ONDERNEMINGEN 16

Bestemming elektronische verkopen, internationale vergelijking

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Bedrijven met minstens 10 werknemers
Percentage Totaal: bedrijven met minstens 10 werknemers
Tijd 2013

Bestemming elektronische verkopen, internationale vergelijking, 2013, in %



	Eigen land	Ander EU-land	Buiten de EU		Eigen land	Ander EU-land	Buiten de EU
Duitsland	NB	NB	NB	Waals Gewest	15	8	2
Denemarken	29	10	6	Malta	15	13	10
Tsjechië	27	13	4	Spanje	14	5	2
Zweden	24	8	6	Frankrijk	14	6	3
Brussels Gewest	21	14	7	Luxemburg	14	15	12
Litouwen	21	11	7	Portugal	14	6	4
Nederland	21	9	4	Slovenië	14	6	4
Verenigd Koninkrijk	21	9	7	Estland	12	6	2
Vlaams Gewest	21	9	4	Hongarije	12	4	2
Kroatië	20	9	6	Polen	11	4	2
België	19	9	4	Griekenland	10	4	3
Ierland	19	12	9	Letland	9	4	2
Slovakije	18	9	3	Roemenië	9	4	1
Finland	18	5	4	Bulgarije	7	2	1
EU15	17	7	5	Italië	7	4	3
EU28	16	7	4	Cyprus	7	6	5
Oostenrijk	16	10	5				

Vaststellingen. Het aandeel ondernemingen met elektronische verkopen in eigen land is zeer hoog in het Vlaamse Gewest (4e plaats in de EU28) vergeleken met het aandeel ondernemingen met elektronische verkopen in eigen land binnen de EU28-landen. Het aandeel Vlaamse ondernemingen met elektronische verkopen in een ander EU28-land is minder hoog gerangschikt binnen de EU28 (9e plaats), al blijft het Vlaamse aandeel van ondernemingen met verkopen in een ander EU28-land nog wat hoger dan het vergelijkbare aandeel van ondernemingen over al de EU28-landen (9% versus 7%). Het aandeel ondernemingen met elektronische verkopen in een land buiten de EU is in het Vlaamse Gewest en binnen de EU28 gelijk (4%).

ONDERNEMINGEN 17**Betaling van elektronische verkopen****DIMENSIES****Ruimte** EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest**Tijd** 2014**Meeteenheid** Bedrijven met minstens 10 werknemers**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

FREQUENTIE

Alleen bevestigd in 2014

Streefwaarde**Er zijn ons geen streefcijfers bekend voor Vlaanderen.****Verantwoording thema**

E-commerce hoort tot pijler I 'Een digitale eengemaakte markt voor Europa' van de Digitale Agenda. Twee van de belangrijkste acties die hierbij horen, hebben betrekking op elektronische betalingen:

"Om elektronische betalingen en e-facturering te bevorderen, moet de Commissie de eengemaakte eurobetalingsruimte (Single Euro Payment Area – SEPA) voltooiën en de richtlijn inzake e-handtekeningen herzien om voor beveiligde e-authenticatiesystemen te zorgen. De Europese onlinemarkt heeft te kampen met een gebrek aan vertrouwen bij de gebruikers met betrekking tot de veiligheid van betalingen of de bescherming van de persoonlijke levenssfeer."

(http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/si0016_nl.htm)

Vragen

2014.J4. Welke betalingswijzen aanvaardt uw onderneming voor haar webverkopen? a) Onlinebetalingssystemen, betaling geïntegreerd in bestelproces (bv. bankkaart, kredietkaart, PayPal, Moneybookers, ...); b) Offlinebetalingssystemen (bv. alle betalingsmogelijkheden bij levering, overschrijving, cheque, ...).

Definitie

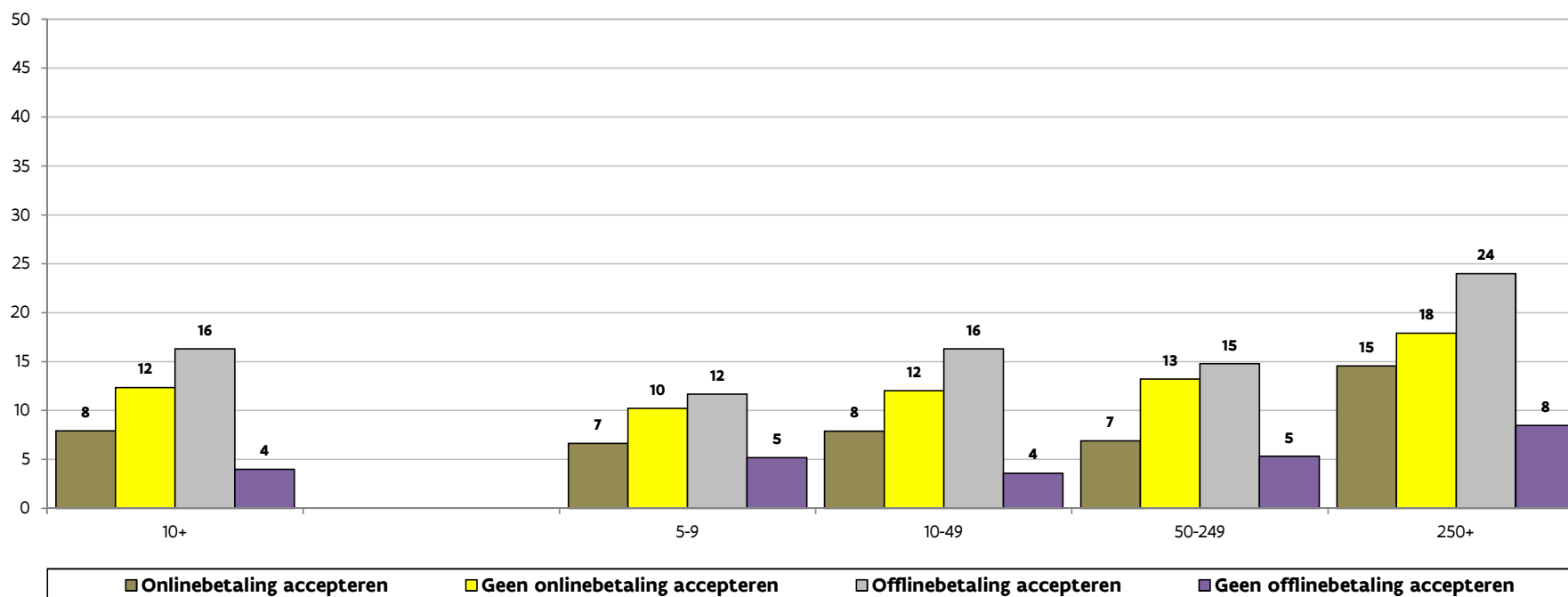
De vraag wordt alleen gesteld aan de bedrijven die webverkopen realiseren. Het gaat dan ook alleen over de betaling van webverkopen. De indicatoren betreffen het percentage ondernemingen die hebben aangegeven dat ze een online- of offlinebetaling al dan niet accepteren. De percentages worden berekend over alle ondernemingen, ook die zonder webverkopen.

	Eurostat code	2014								
		Vlaams Gewest	Brussels Gewest	Waals Gewest	België	EU28	EU15	Max.	Min.	Rang
Betaling bij onlineverkoop										
% bedrijven die onlinebetaling accepteren	e_aespayon	8	12	6	8	8	8	14(IER)	3 (5 regio's)	11-14(31)
% bedrijven die geen onlinebetaling accepteren	e_aespayonx	12	13	9	12	NB	NB	NB	NB	NB
% bedrijven die offlinebetaling accepteren	e_aespayoff	16	19	11	15	10	10	20(TJS)	5(IT, ROE)	3-4(31)
% bedrijven die geen offlinebetaling accepteren	e_aespayoffx	4	6	3	4	NB	NB	NB	NB	NB

Samenvatting. 8% van al de ondernemingen met minstens 10 werknemers (met en zonder webverkoop) accepteert onlinebetalingen geïntegreerd in het bestelproces voor zijn webverkoop. Voor de ondernemingen met webverkoop is dat 39%. 16% van al de ondernemingen met minstens 10 werknemers accepteert offlinebetalingen voor de webverkoop. Voor de ondernemingen met webverkoop is dat 80%. Het aandeel ondernemingen dat online- of offlinebetalingen accepteert, vertoont vreemde sprongen over de categorieën voor bedrijfsgrootte. Het aandeel ondernemingen dat in 2013 (survey 2014) elektronische bestellingen via een website heeft ontvangen, is zeer hoog in het Vlaamse Gewest. Deze ondernemingen met onlineverkoop zijn in het Vlaamse Gewest niet geneigd om onlinebetalingen toe te laten: slechts 39% van deze Vlaamse ondernemingen met minstens 10 werknemers accepteert deze betalingen tegen 57% in de EU28. Offlinebetalingen worden door deze bedrijven dan weer vaker geaccepteerd dan gemiddeld over de EU28 het geval is (80% tegen 71%).

ONDERNEMINGEN 18**Betaling elektronische verkopen naar grootte van de onderneming****DIMENSIES**

Ruimte	Vlaams Gewest
Groep	De bedrijven met minstens 10 werknemers worden opgedeeld naar grootte, die van 5 tot 9 werknemers worden eraan toegevoegd.
Percentage	Bedrijven met 5 tot 9, met 10 tot 49, met 50 tot 249 en met minstens 250 werknemers
Tijd	2014

Betaling elektronische verkopen naar grootte van de onderneming, Vlaams Gewest, 2014, in %

	% voor al de ondernemingen					% voor de ondernemingen met webverkopen				
	10+	5-9	10-49	50-249	250+	10+	5-9	10-49	50-249	250+
% bedrijven die:										
Onlinebetaling accepteren	8	7	8	7	15	39	39	40	34	45
Geen onlinebetaling accepteren	12	10	12	13	18	61	61	60	66	55
Offlinebetaling accepteren	16	12	16	15	24	80	69	82	74	74
Geen offlinebetaling accepteren	4	5	4	5	8	20	31	18	26	26
Websiteverkopen	20	17	20	20	32	100	100	100	100	100

Vaststellingen. 39% van de ondernemingen met minstens 10 werknemers en met webverkopen aanvaardt onlinebetalingen geïntegreerd in het bestelproces en 80% van deze ondernemingen aanvaardt offlinebetalingen waaronder alle betalingsmogelijkheden bij levering, overschrijving, cheque, enzoverder. Het aandeel ondernemingen met webverkopen dat online- of offlinebetalingen accepteert, vertoont vreemde sprongen over de categorieën voor bedrijfsgrootte. Bij de ondernemingen van 5 tot 49 werknemers aanvaardt ongeveer 40% onlinebetalingen, bij de ondernemingen van 50 tot 249 werknemers is dat 34% en bij de ondernemingen met minstens 250 werknemers 45%. Bij de kleinste ondernemingen aanvaardt 69% offlinebetalingen, bij de ondernemingen van 10 tot 49 werknemers is dat 82% en bij de grotere ondernemingen 74%. Wij hebben hier geen verklaring voor.

Opmerkingen. De ondernemingsgrootte betreft het aantal werknemers en niet het aantal voltijds equivalenten.

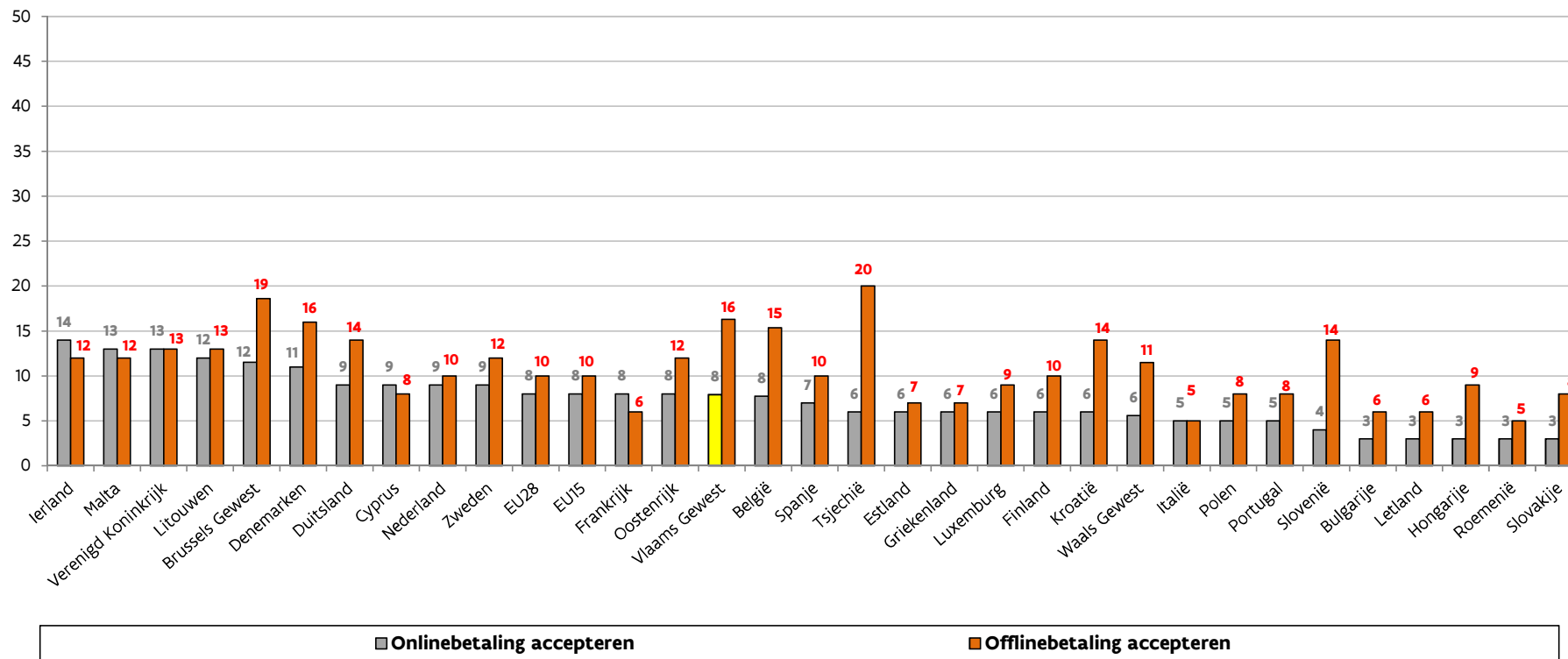
ONDERNEMINGEN 19

Betaling elektronische verkopen, internationale vergelijking

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Bedrijven met minstens 10 werknemers
Percentage Totaal: bedrijven met minstens 10 werknemers
Tijd 2014

Betaling elektronische verkopen, Europese vergelijking, 2014, in %



	Alle ondernemingen					Website		Ondernemingen met webverkopen	
	Online betaling accepteren		Offline betaling accepteren		Betaling accepteren				
	Ja	Nee	Ja	Nee	Online			Offline	
Ierland	14	NB	12	NB	20		Frankrijk	89	67
Malta	13	NB	12	NB	17		Italië	83	83
Verenigd Koninkrijk	13	NB	13	NB	18		Cyprus	82	73
Litouwen	12	NB	13	NB	17		Malta	76	71
Brussels Gewest	12	13	19	6	24		Verenigd Koninkrijk	72	72
Denemarken	11	NB	16	NB	22		Litouwen	71	76
Duitsland	9	NB	14	NB	20		Ierland	70	60
Cyprus	9	NB	8	NB	11		Griekenland	67	78
Nederland	9	NB	10	NB	20		EU28	57	71
Zweden	9	NB	12	NB	22		EU15	57	71
EU28	8	NB	10	NB	14		Oostenrijk	57	86
EU15	8	NB	10	NB	14		Portugal	56	89
Frankrijk	8	NB	6	NB	9		Estland	55	64
Oostenrijk	8	NB	12	NB	14		Luxemburg	55	82
Vlaams Gewest	8	12	16	4	20		Spanje	54	77
België	8	12	15	4	19		Denemarken	50	73
Spanje	7	NB	10	NB	13		Polen	50	80
Tsjechië	6	NB	20	NB	21		Roemenië	50	83
Estland	6	NB	7	NB	11		Brussels Gewest	47	77
Griekenland	6	NB	7	NB	9		Duitsland	45	70
Luxemburg	6	NB	9	NB	11		Nederland	45	50
Finland	6	NB	10	NB	15		Bulgarije	43	86
Kroatië	6	NB	14	NB	18		Letland	43	86
Waals Gewest	6	9	11	3	15		Zweden	41	55
Italië	5	NB	5	NB	6		Finland	40	67
Polen	5	NB	8	NB	10		België	40	79
Portugal	5	NB	8	NB	9		Vlaams Gewest	39	80
Slovenië	4	NB	14	NB	14		Waals Gewest	37	77
Bulgarije	3	NB	6	NB	7		Kroatië	33	78
Letland	3	NB	6	NB	7		Hongarije	30	90
Hongarije	3	NB	9	NB	10		Slovakije	30	80
Roemenië	3	NB	5	NB	6		Tsjechië	29	95
Slovakije	3	NB	8	NB	10		Slovenië	29	100

Vaststellingen. Het aandeel ondernemingen dat in 2013 (survey 2014) elektronische bestellingen via een website heeft ontvangen, is zeer hoog in het Vlaamse Gewest. Deze ondernemingen met onlineverkopen via het internet zijn in het Vlaamse Gewest niet geneigd om onlinebetalingen toe te laten: slechts 39% accepteert deze betalingen tegen 57% in de EU28. Offlinebetalingen worden door deze bedrijven dan weer vaker geaccepteerd dan gemiddeld over de EU28 het geval is (80% tegen 71%). Omdat het aandeel ondernemingen met websiteverkopen hoog is in het Vlaamse Gewest, haalt het Vlaamse Gewest over alle ondernemingen (met en zonder elektronische webverkopen) nog een middenpositie.

Opmerking. Geen Europese cijfers voor 'geen' online- of offlinebetaling accepteren.

ONDERNEMINGEN 20**Afnemers verkopen via een website****DIMENSIES****Ruimte** EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest**Tijd** 2013-2014**Meeteenheid** Bedrijven met minstens 10 werknemers**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

FREQUENTIE

Jaarlijks

Streefwaarde**Er zijn ons geen streefcijfers bekend voor Vlaanderen.****Verantwoording thema**

De digitale eengemaakte markt voor Europa heeft het doel de digitale opportuniteiten voor burgers en bedrijven te optimaliseren: "A Digital Single Market (DSM) is one in which the free movement of persons, services and capital is ensured and where the individuals and businesses can seamlessly access and exercise online activities under conditions of fair competition, and a high level of consumer and personal data protection, irrespective of their nationality or place of residence." (<https://ec.europa.eu/digital-agenda/digital-single-market>) Hieruit kunnen we de veronderstelling afleiden dat de Europese Commissie zowel digitale verkopen bij burgers (B2C) als bij ondernemingen (B2C) en overheden (B2G) wil stimuleren.

Vragen

2014.J3. Op welk percentage van de totale omzet van uw onderneming schat u per type klant de verkopen die in 2013 het gevolg waren van een bestelling via een website? (schattingen in percentage van de monetaire waarde, excl. BTW) a) Business to Customer- B2C (verkoop aan particulieren) %; b) Business to Business - B2B (verkoop aan andere ondernemingen) en Business to Government - B2G (verkoop aan overheden) %.

Definitie

De vraag wordt alleen gesteld aan de bedrijven die webverkopen realiseerden. Het gaat dan ook alleen over de klanten van de webverkopen. De indicatoren betreffen het percentage ondernemingen die hebben aangegeven dat ze webverkopen realiseerden bij B2B- of B2G-klanten en bij B2C-klanten. De percentages worden berekend over alle ondernemingen, ook die zonder webverkopen.

Segment van verkopen:	Eurostat code	2014									2013	
		Vlaams Gewest	Brussels Gewest	Waals Gewest	België	EU28	EU15	Max.	Min.	Rang	Vlaams Gewest	Rang
B2B en B2G	e_aws_b2bg	15	19	12	15	10	10	19(BR)	3(ROE)	6-8(31)	11	8-11(29)
B2C	e_aws_b2c	12	15	9	12	10	11	18 (TSJ, IER)	5(3 regio's)	11-13(31)	10	13-14(29)
% bedrijven waar B2C websales minstens 10% van de webverkopen uitmaken	e_awsval_b2c_ge10ws	11	13	9	11	8	8	17(IER)	2(CYP)	10-12(31)	9	11-15(30)

Samenvatting. Het aandeel ondernemingen met webverkopen aan ondernemingen en/of aan overheden is sterk gestegen van 11% in 2012 tot 15% in 2013 (bevraging 2013 en 2014). Het aandeel ondernemingen met webverkopen aan burgers steeg over dezelfde periode van 10% tot 12%. De kans op webverkopen aan ondernemingen en/of overheden stijgt sterk over de categorieën voor de ondernemingsgrootte. Bij de webverkopen aan burgers is deze samenhang met bedrijfsgrootte minder sterk: het aandeel ondernemingen met webverkopen aan burgers is alleen groter bij de ondernemingen met minstens 250 werknemers. Ongeveer een tiende van de ondernemingen met minstens 10 werknemers en van de ondernemingen met 5 tot 9 werknemers realiseert minstens 10% van zijn webverkopen bij burgers. De percentages over al de ondernemingen geven aan dat het aandeel ondernemingen met webverkopen aan ondernemingen en/of overheden, alsook aan burgers groter is in het Vlaamse Gewest dan in de EU28 (B2B en B2G: 15% versus 10%; B2C: 12% versus 10%). Wanneer we alleen de ondernemingen met webverkopen in beschouwing nemen, dan blijft het aandeel ondernemingen met webverkopen aan ondernemingen en/of aan overheden hoger in het Vlaamse Gewest dan in de EU28 (76% versus 71%), wat niet het geval is voor het aandeel ondernemingen met webverkopen aan burgers (Vlaams Gewest 61% versus EU28 71%).

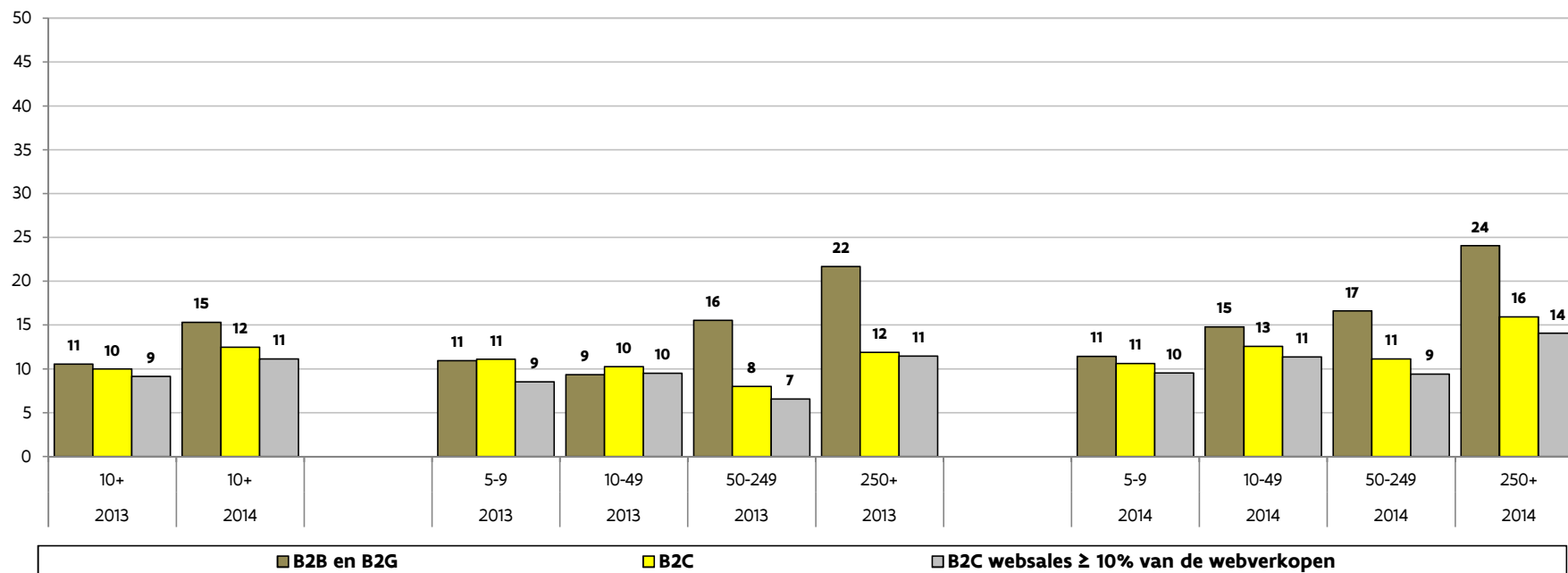
ONDERNEMINGEN 21

Afnemers verkopen via een website naar grootte van de onderneming

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep De bedrijven met minstens 10 werknemers worden opgedeeld naar grootte, die van 5 tot 9 werknemers worden eraan toegevoegd.
Percentage Bedrijven met 5 tot 9, met 10 tot 49, met 50 tot 249 en met minstens 250 werknemers
Tijd 2013-2014

Afnemers verkopen via een website naar grootte van de onderneming, Vlaams Gewest, 2013- 2014, in %



	2013					2014				
	10+	5-9	10-49	50-249	250+	10+	5-9	10-49	50-249	250+
B2B en B2G	11	11	9	16	22	15	11	15	17	24
B2C	10	11	10	8	12	12	11	13	11	16
B2C websales ≥ 10% van de webverkopen	9	9	10	7	11	11	10	11	9	14

Vaststellingen. Het aandeel ondernemingen met webverkopen aan ondernemingen of aan overheden is sterk gestegen van 11% in 2012 tot 15% in 2013 (bevraging 2013 en 2014). De stijging voor het aandeel ondernemingen met webverkopen aan burgers is minder sterk over dezelfde periode: van 10% tot 12%. De kans op webverkopen aan ondernemingen of aan overheden stijgt sterk over de categorieën voor de ondernemingsgrootte. Bij de webverkopen aan burgers is deze samenhang met bedrijfsgrootte minder sterk: het aandeel ondernemingen met webverkopen aan burgers is alleen groter bij de ondernemingen met minstens 250 werknemers. Ongeveer een tiende van de ondernemingen met minstens 10 werknemers en van de ondernemingen met 5 tot 9 werknemers realiseert minstens 10% van hun webverkopen bij burgers.

Opmerkingen. De ondernemingsgrootte betreft het aantal werknemers en niet het aantal voltijds equivalenten.

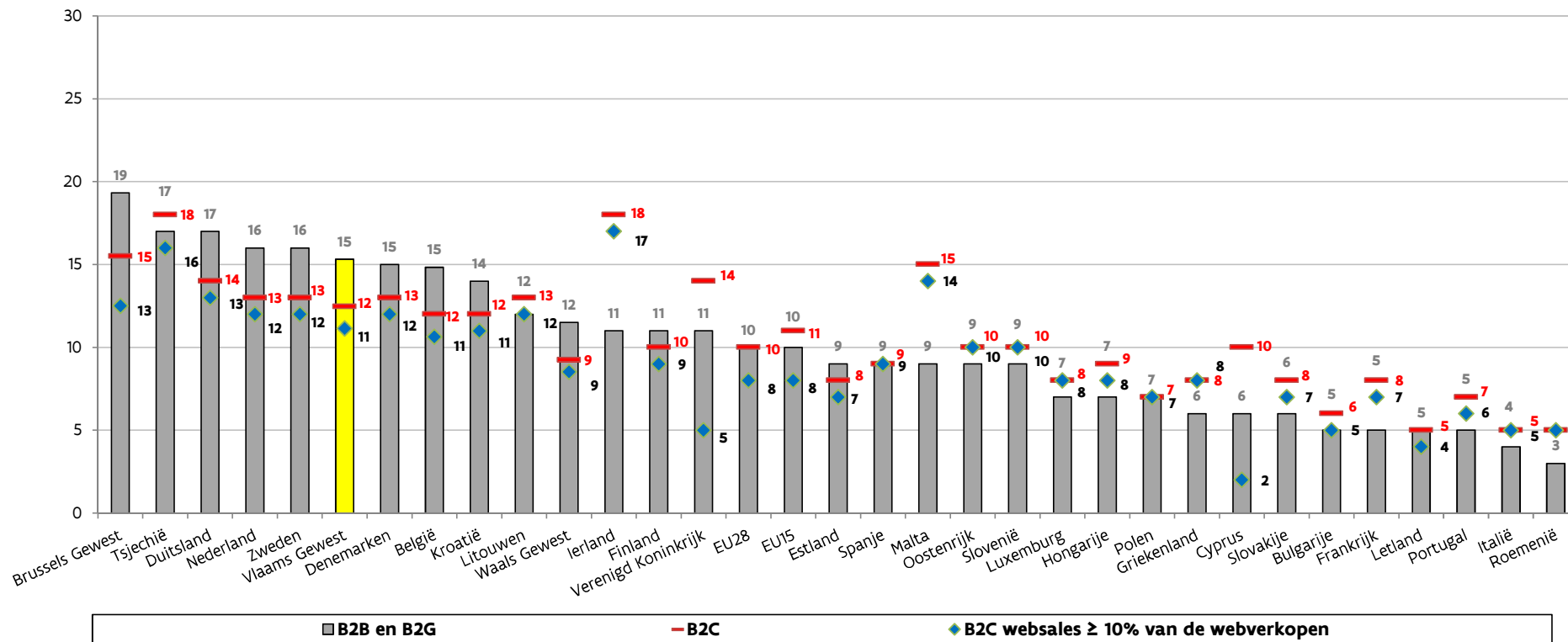
ONDERNEMINGEN 22

Afnemers verkopen via een website, internationale vergelijking

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Bedrijven met minstens 10 werknemers
Percentage Totaal: bedrijven met minstens 10 werknemers
Tijd 2014

Afnemers verkopen via een website, internationale vergelijking, 2014, in %



	Alle ondernemingen			
	B2B en B2G	B2C	B2C websales $\geq 10\%$ van de webverkopen	Website
Brussels Gewest	19	15	13	24
Tsjechië	17	18	16	21
Duitsland	17	14	13	20
Nederland	16	13	12	20
Zweden	16	13	12	22
Vlaams Gewest	15	12	11	20
Denemarken	15	13	12	22
België	15	12	11	19
Kroatië	14	12	11	18
Litouwen	12	13	12	17
Waals Gewest	12	9	9	15
Ierland	11	18	17	20
Verenigd Koninkrijk	11	14	5	18
Finland	11	10	9	15
EU15	10	11	8	14
EU28	10	10	8	14
Malta	9	15	14	17
Oostenrijk	9	10	10	14
Slovenië	9	10	10	14
Spanje	9	9	9	13
Estland	9	8	7	11
Hongarije	7	9	8	10
Luxemburg	7	8	8	11
Polen	7	7	7	10
Cyprus	6	10	2	11
Griekenland	6	8	8	9
Slovakije	6	8	7	10
Frankrijk	5	8	7	9
Portugal	5	7	6	9
Bulgarije	5	6	5	7
Letland	5	5	4	7
Italië	4	5	5	6
Roemenië	3	5	5	6

	Ondernemingen met webverkopen	
	B2B en B2G	B2C
Duitsland	85	70
Estland	82	73
Tsjechië	81	86
Nederland	80	65
Brussels Gewest	80	64
Kroatië	78	67
Waals Gewest	77	62
België	76	62
Vlaams Gewest	76	61
Finland	73	67
Zweden	73	59
Bulgarije	71	86
EU15	71	79
EU28	71	71
Letland	71	71
Litouwen	71	76
Hongarije	70	90
Polen	70	70
Spanje	69	69
Denemarken	68	59
Griekenland	67	89
Italië	67	83
Luxemburg	64	73
Oostenrijk	64	71
Slovenië	64	71
Verenigd Koninkrijk	61	78
Slovakije	60	80
Frankrijk	56	89
Portugal	56	78
Cyprus	55	91
Ierland	55	90
Malta	53	88
Roemenië	50	83

Vaststellingen. De percentages over al de ondernemingen geven aan dat het aandeel ondernemingen met webverkopen aan ondernemingen of aan overheden, alsook aan burgers groter is in het Vlaamse Gewest dan in de EU28 (B2B en/of B2G: 15% versus 10%; B2C: 12% versus 10%). Wanneer we alleen de ondernemingen met webverkopen in beschouwing nemen, dan blijft het aandeel ondernemingen met webverkopen aan ondernemingen en/of aan overheden hoger in het Vlaamse Gewest dan in de EU28 (76% versus 71%), wat niet het geval is voor het aandeel ondernemingen met webverkopen aan burgers (Vlaams Gewest 61% versus EU28 71%).

ONDERNEMINGEN 23**Elektronische aankopen****DIMENSIES****Ruimte** EU28, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest**Tijd** 2008-2014**Meeteenheid** Bedrijven met minstens 10 werknemers**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

FREQUENTIE

Jaarlijks

Streefwaarde**Er zijn ons geen duidelijke streefcijfers bekend voor Vlaanderen.****Verantwoording thema Vlaams Regeerakkoord**

De betreffende doelstelling uit het Vlaamse Regeerakkoord is vanuit het domein 'Economie en innovatie' mogelijks de volgende: "We bereiden de handelaars voor op de uitdagingen van de onlinehandel." (Vlaams Regeerakkoord, p. 28) De bekommernis omtrent de detailhandel is hier waarschijnlijk minder toepasselijk aangezien het gaat over de verkoop aan bedrijven. Deze indicator sluit waarschijnlijk beter aan bij punt 10 'Activeren van het innovatiepotentieel bij kmo's en grote ondernemingen': "Deze legislatuur willen we kmo's veel meer in contact brengen met innovatie. Er bestaat immers nog een grote groep kmo's en niet O&O-intensieve grote ondernemingen in Vlaanderen, die nog een belangrijke stap voorwaarts kunnen zetten op vlak van innovatiematuriteit. We willen deze ondernemingen meer innovatiegericht maken, hen in contact brengen met innovatie binnen en buiten hun sector en hun innovatiecapaciteit vergroten."

Verantwoording thema Europees

De strategie van de digitale eengemaakte markt is gebouwd op drie pijlers, waarvan er m.i. twee relevant zijn voor deze indicator: 1. Toegang: een betere toegang voor consumenten en ondernemingen tot digitale goederen en diensten over Europa; en 3. Economie en maatschappij: het maximaliseren van het groeipotentieel van de digitale economie (<https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/digital-single-market>). Deze acties moeten de elektronische verkopen, en dus ook de aankopen stimuleren.

Vragen

2014.J7. Plaatste uw onderneming in 2013 bestellingen voor goederen of diensten via een website of EDI-berichten? (uitgezonderd handgetypte e-mails) Ja, Nee.

Definitie

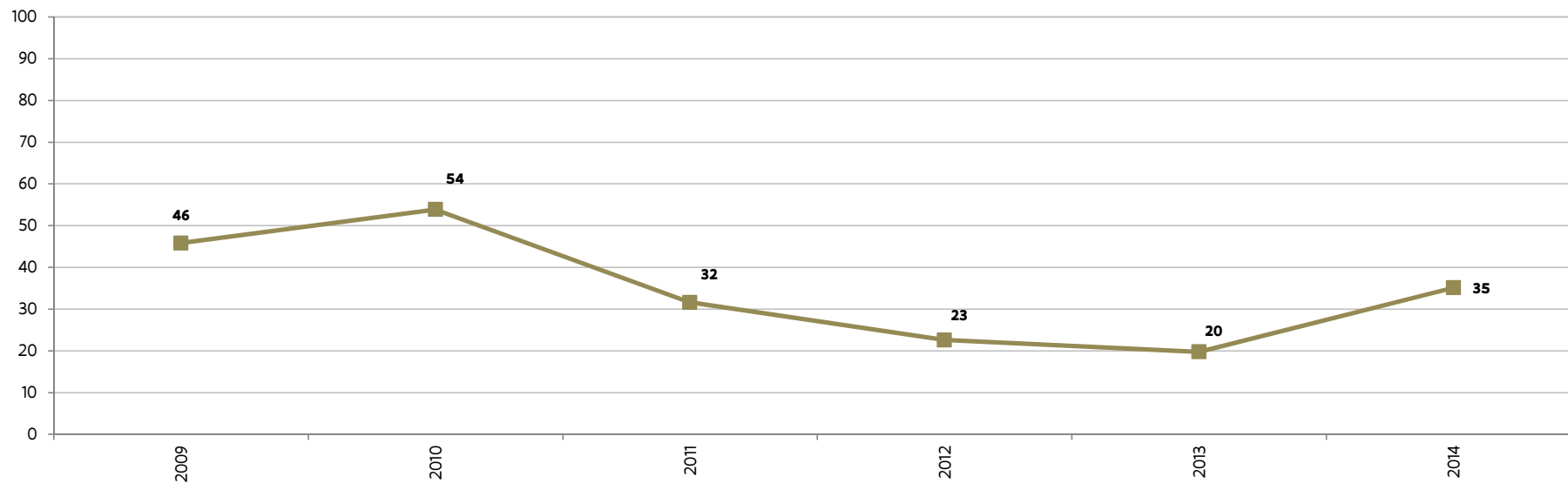
E-commerce-aankopen zijn aankopen via een onlinewinkel (webwinkel) of via webformulieren op een website of een extranet van een andere onderneming of via EDI-berichten (EDI: Electronic Data Interchange). EDI-berichten zijn berichten in een standaardformaat geschikt voor automatische verwerking (bv. EDIFACT, UBL, XML enzovoort). Uitgezonderd handgetypte afzonderlijke berichten. Aankopen van goederen of diensten bevatten de waarde van alle goederen en diensten die tijdens de waarnemingsperiode voor herverkoop of consumptie in het productieproces werden aangekocht, behalve investeringsgoederen waarvan de consumptie wordt beschouwd als consumptie van vaste activa. De indicatoren betreffen het aandeel ondernemingen die hebben aangegeven dat ze in 2013 bestellingen voor goederen of diensten via een website of via EDI-berichten plaatsten. Deze vraag betreffende de elektronische aankopen wordt maar gesteld als men in een voorgaande vraag heeft aangegeven dat de onderneming computers gebruikt. De percentages worden berekend over alle ondernemingen, ook die zonder computergebruik.

	Eurostat code	2014									2006	
		Vlaams Gewest	Brussels Gewest	Waals Gewest	België	EU28	EU15	Max.	Min.	Rang	Vlaams Gewest	Rang
% bedrijven dat bestellingen voor producten of goederen verzond via een website of EDI-berichten	e_aebuy	35	31	25	32	38	41	72(DEN)	11(BUL)	12(30)	46	6(31)

Samenvatting. Het aandeel ondernemingen dat bestellingen deed via websites of EDI-berichten daalde van 54% in 2010 tot 20% in 2013 om terug sterk toe te nemen tot 35% in 2014. De kans dat de onderneming een elektronische aankoop deed, stijgt sterk met de ondernemingsgrootte. Terwijl de kans op een elektronische aankoop van 2009 tot 2014 achteruitging voor elke categorie van ondernemingsgrootte, was deze achteruitgang het sterkst bij de ondernemingen met 10 tot 249 werknemers. Het aandeel ondernemingen met minstens 10 werknemers dat elektronische aankopen deed, ligt iets lager in het Vlaamse Gewest dan in de EU28. In Denemarken is het aandeel ondernemingen met elektronische aankopen twee keer zo groot als in het Vlaamse Gewest (72% tegen 35%).

ONDERNEMINGEN 24**Evolutie elektronische aankopen****DIMENSIES**

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Bedrijven met minstens 10 werknemers
Percentage Totaal: bedrijven met minstens 10 werknemers
Tijd 2009-2014

Elektronische aankopen, Vlaams Gewest, 2009-2014, in %

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Elektronische aankopen	46	54	32	23	20	35

Vaststellingen. Het aandeel ondernemingen dat bestellingen deed via websites of EDI-berichten daalde van 54% in 2010 tot 20% in 2013 om terug sterk toe te nemen tot 35% in 2014.

Opmerking. Vanaf 2010 wordt Rev 2.0. gebruikt in plaats van Rev 1.1.. Dit kan een verschil geven, waardoor de cijfers voor 2010 niet helemaal te vergelijken zijn met die van 2010 en later.

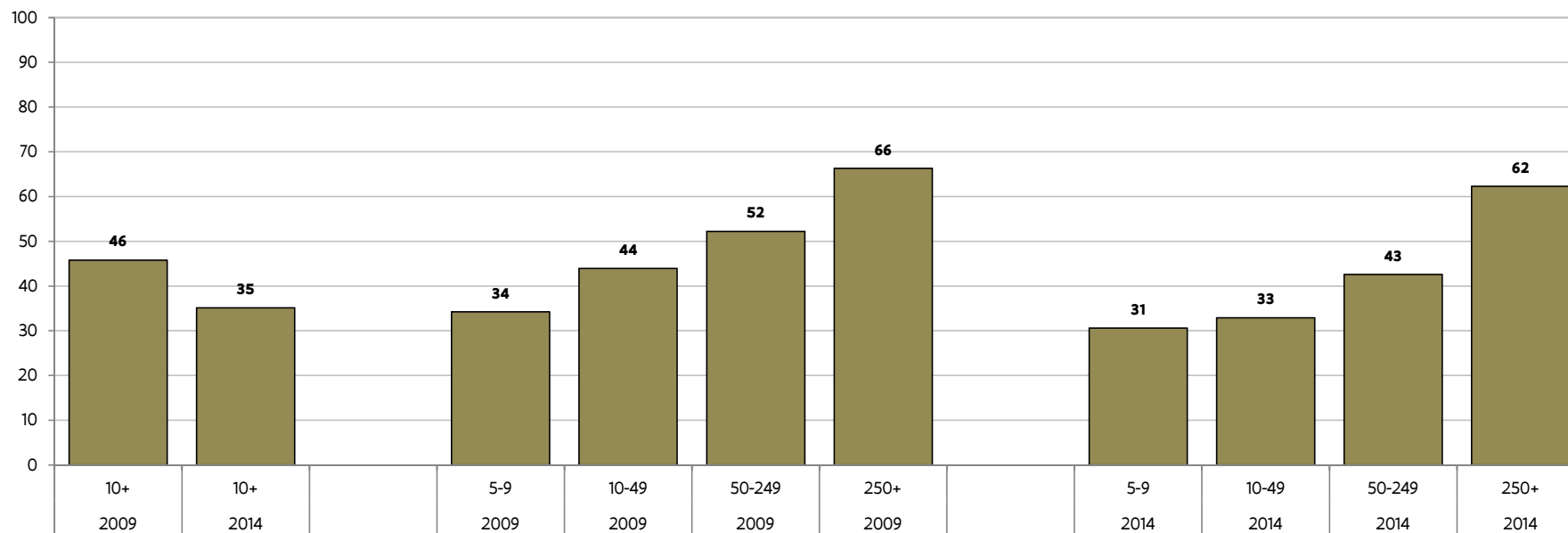
ONDERNEMINGEN 25

Evolutie elektronische aankopen naar grootte van de onderneming

DIMENSIES

Ruimte Vlaams Gewest
Groep De bedrijven met minstens 10 werknemers worden opgedeeld naar grootte, die van 5 tot 9 werknemers worden eraan toegevoegd.
Percentage Bedrijven met 5 tot 9, met 10 tot 49, met 50 tot 249 en met minstens 250 werknemers
Tijd 2009-2014

Elektronische aankopen naar grootte van de onderneming, Vlaams Gewest, 2009- 2014, in %



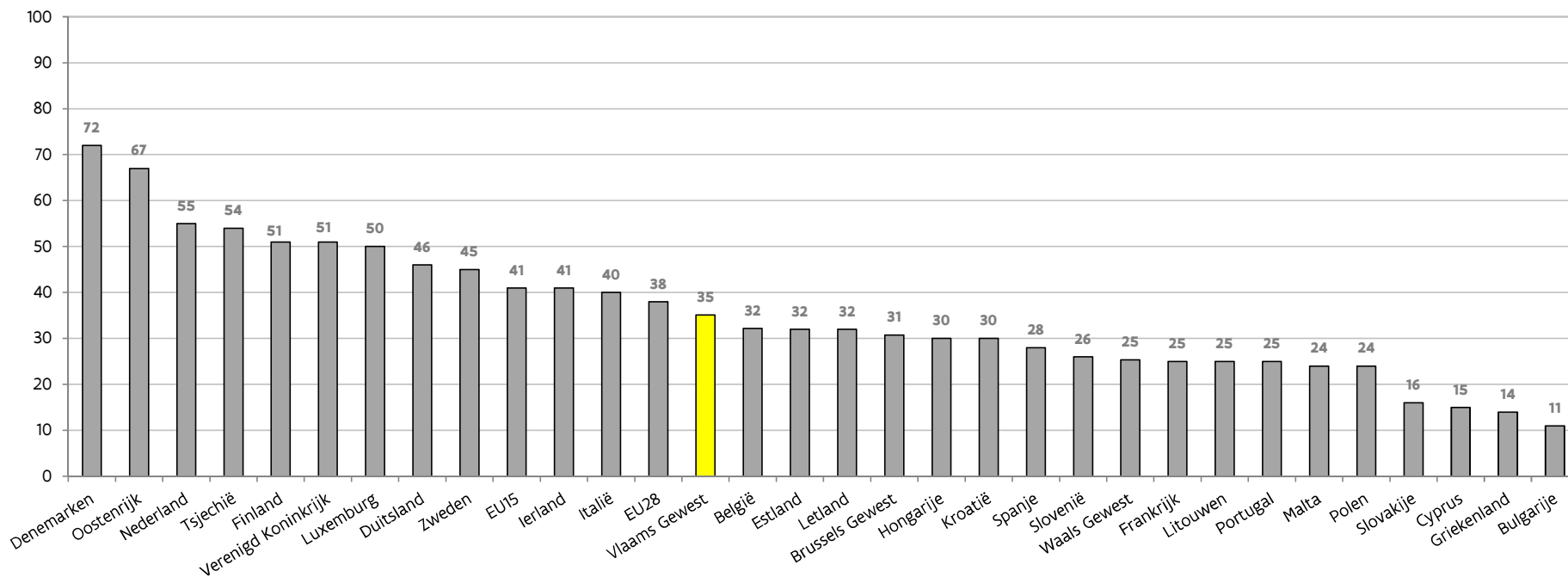
	2009					2014				
	10+	5-9	10-49	50-249	250+	10+	5-9	10-49	50-249	250+
Elektronische aankopen	46	34	44	52	66	35	31	33	43	62

Vaststellingen. De kans dat de onderneming een elektronische aankoop deed, stijgt sterk met de ondernemingsgrootte. Terwijl de kans op een elektronische aankoop van 2009 tot 2014 achteruitging voor elke categorie van ondernemingsgrootte, was deze achteruitgang het sterkst bij de ondernemingen met 10 tot 249 werknemers.

Opmerkingen. De ondernemingsgrootte betreft het aantal werknemers en niet het aantal voltijds equivalenten.

ONDERNEMINGEN 26**Elektronische aankopen, internationale vergelijking****DIMENSIES**

Ruimte Vlaams Gewest
Groep Bedrijven met minstens 10 werknemers
Percentage Totaal: bedrijven met minstens 10 werknemers
Tijd 2014

Elektronische aankopen, Europese vergelijking, 2014, in %

	Elektronische aankopen		Elektronische aankopen
Denemarken	72	Letland	32
Oostenrijk	67	Brussels Gewest	31
Nederland	55	Hongarije	30
Tsjechië	54	Kroatië	30
Finland	51	Spanje	28
Verenigd Koninkrijk	51	Slovenië	26
Luxemburg	50	Waals Gewest	25
Duitsland	46	Frankrijk	25
Zweden	45	Litouwen	25
Ierland	41	Portugal	25
EU15	41	Malta	24
Italië	40	Polen	24
EU28	38	Slovakije	16
Vlaams Gewest	35	Cyprus	15
België	32	Griekenland	14
Estland	32	Bulgarije	11

Vaststellingen. Het aandeel ondernemingen met minstens 10 werknemers dat elektronische aankopen deed, ligt iets lager in het Vlaamse Gewest dan in de EU28. In Denemarken is het aandeel ondernemingen met elektronische aankopen twee keer zo groot dan in het Vlaamse Gewest (72% tegen 35%).

ONDERNEMINGEN 27**Beperkingen voor e-commerce bij bedrijven die al dan niet via websites verkopen****DIMENSIES****Ruimte** EU28, België**Tijd** 2013**Meeteenheid** Bedrijven met minstens 10 werknemers**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.ec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

FREQUENTIE

Alleen in 2013 bevraagd

Streefwaarde**Men wil gegeven de omgeving de handelaars klaar maken voor e-commerce en in die zin de elektronische verkopen stimuleren. Dit houdt een minimaliseren van huidige drempels in.****Verantwoording thema Vlaams Regeerakkoord**

De betreffende doelstelling uit het Vlaamse Regeerakkoord is vanuit het domein 'Economie en innovatie' de volgende: "We bereiden de handelaars voor op de uitdagingen van de onlinehandel." (Vlaams Regeerakkoord, p. 28) In de Beleidsnota 2014-2019 Werk, Economie, Wetenschap en Innovatie vinden we onder punt '4.2. Detailhandels- en handelsvestigingenbeleid' volgende bekommernis: "De detailhandel is een sector die onder andere omwille van de opkomst van e-commerce en veranderend consumentengedrag een ingrijpende transformatie ondergaat. Het zal in belangrijke mate aan de ondernemers van de sector zijn hierop een passend antwoord te vinden via innovatie en een verhoogde klantgerichtheid. Het Vlaamse detailhandelsbeleid zal verder ontwikkeld worden op verschillende terreinen zoals de regierol van steden en gemeenten, de uitrol van het Integraal Handelsvestigingenbeleid, de aanpak van leegstand en het bevorderen van e-commerce." In dit kader werd in november 2015 de e-commercecampagne "Het Internet. Ook uw zaak" gelanceerd door Vlaams minister van Economie Philippe Muyters en Karel Van Eetvelt van Unizo.

Verantwoording thema Europees

E-commerce hoort tot pijler I 'Een digitale eengemaakte markt voor Europa' van de Digitale Agenda. De Europese Commissie wil hierbij het groeipotentieel van de digitale economie maximaliseren en bijgevolg ook de drempels minimaliseren.

Vragen

2013.E5. Beperkten of belemmerden de volgende problemen uw onderneming bij de verkoop via een website? Ja-nee. a) De goederen of diensten van de onderneming waren niet geschikt voor webverkoop. b) Logistieke problemen bij webverkoop (verzending van goederen of levering van diensten). c) Betalingsproblemen bij webverkoop. d) Problemen met ICT-veiligheid of databescherming bij webverkoop. e) Wettelijke problemen bij webverkoop. f) De kosten voor webverkoop waren te hoog of zouden te hoog zijn in vergelijking met de voordelen.

Definitie

De indicatoren betreffen het percentage ondernemingen die aangeven de gegeven drempel te hebben / te verwachten bij de websiteverkoop. De betreffende vraag wordt alleen ingevuld door de ondernemingen die computers gebruiken. De percentages voor al deze indicatoren worden weliswaar berekend voor de bedrijven met websiteverkoop en voor diegene die niet via websites verkopen.

Opmerking

We beschikken niet over de regionale cijfers.

	Eurostat code	2013 bedrijven die via websites verkopen						2013 bedrijven die niet via websites verkopen					
		België	EU28	EU15	Max.	Min.	Rang	België	EU28	EU15	Max.	Min.	Rang
Goederen of diensten zijn niet geschikt	e_aws_osuit	36	20	19	40(NED)	10(DUI)	2(28)	60	60	60	75(TSJ)	30(LIT)	13-15(29)
Logistieke problemen (goederen / diensten leveren)	e_aws_olog	24	14	14	24(BE)	5(CYP)	1(28)	29	25	25	41(IT)	8(GRI)	8-9(29)
Betalingsproblemen	e_aws_opay	18	14	13	24(KRO)	5(EST)	5-8(28)	21	18	18	33(IT)	4(EST)	6-9(29)
Problemen gerelateerd ICT-veiligheid en dataprotectie	e_aws_osec	15	10	9	26(ROE)	4(3 regio's)	6(28)	19	17	17	29(IT)	4(EST)	7-9(29)
Wettelijke problemen bij webverkoop	e_aws_olf	16	9	9	17(NED)	2(CYP)	2-3(26)	17	16	17	25(IT)	4(EST)	6-9(29)
Kost is te hoog t.o.v. de voordelen	e_aws_ost	20	13	12	27(LIT)	5(3 regio's)	6-8(28)	24	26	26	35(3 regio's)	8(EST)	13-15(29)

Samenvatting. De enige drempel die sterk verschilt tussen de ondernemingen met minstens 10 werknemers die via websites verkopen en diegene die dat niet doen is 'de goederen of diensten van de onderneming waren niet geschikt voor webverkoop' (60% versus 36%). Opvallend is dat de grootste ondernemingen met minstens 250 werknemers sterk verschillen van de andere categorieën voor ondernemingsgrootte voor deze drempel: bij de ondernemingen met webverkopen is de drempel minder belangrijk voor de grote ondernemingen dan voor de andere ondernemingen; voor de ondernemingen zonder webverkopen geldt het omgekeerde. Voor de andere drempels is het aandeel ondernemingen dat de drempel aanduidt ook iets hoger bij de ondernemingen die niet via websites verkopen, maar het verschil is klein (1% tot 5%). Verder valt op dat deze andere drempels een verschillend belang hebben naargelang de bedrijfsgrootte. De drempel speelt met een kleiner aandeel van de ondernemingen een rol naargelang de ondernemingsgrootte groter is. In de ondernemingen met webverkopen worden al de drempels door een groter aandeel Belgische ondernemingen aangeduid dan in de EU28. In de ondernemingen zonder webverkopen worden alleen de drempels betreffende de logistieke problemen en de problemen gerelateerd aan de betaling iets meer gemeld in de Belgische ondernemingen dan in de EU28 (verschil in percentage meer dan 2%).

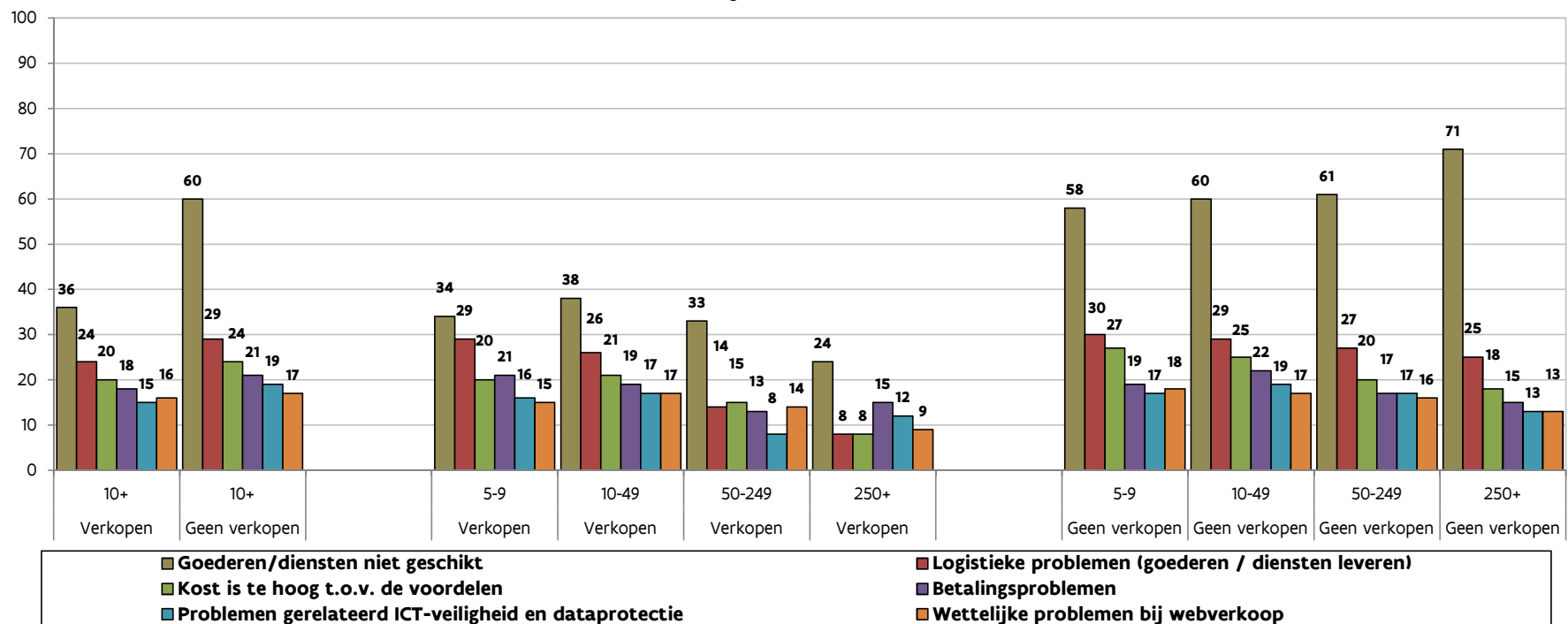
ONDERNEMINGEN 28

Beperkingen voor e-commerce naar grootte van de onderneming en naar het al dan niet verkopen via een website

DIMENSIES

Ruimte België
Groep De bedrijven met minstens 10 werknemers worden opgedeeld naar grootte, die van 5 tot 9 werknemers worden eraan toegevoegd.
Percentage Bedrijven met 5 tot 9, met 10 tot 49, met 50 tot 249 en met minstens 250 werknemers
Tijd 2013

Beperkingen voor e-commerce naar grootte van de onderneming en naar het al dan niet verkopen via een website, België, 2013, in %



	2013 bedrijven die via websites verkopen					2013 bedrijven die niet via websites verkopen				
	10+	5-9	10-49	50-249	250+	10+	5-9	10-49	50-249	250+
Goederen/diensten niet geschikt	36	34	38	33	24	60	58	60	61	71
Logistieke problemen (goederen / diensten leveren)	24	29	26	14	8	29	30	29	27	25
Betalingsproblemen	18	21	19	13	15	21	19	22	17	15
Problemen gerelateerd ICT-veiligheid en dataprotectie	15	16	17	8	12	19	17	19	17	13
Wettelijke problemen bij webverkoop	16	15	17	14	9	17	18	17	16	13
Kost is te hoog t.o.v. de voordelen	20	20	21	15	8	24	27	25	20	18

Legenda: groen het verschil ten opzichte van de ondernemingen met minstens 10 werknemers is groter dan 2% in positieve richting (drempel minder belangrijk); rood een verschil groter dan 2% in negatieve richting (drempel belangrijker).

Vaststellingen. De enige drempel die sterk verschilt tussen de ondernemingen met minstens 10 werknemers die via websites verkopen versus diegene die dat niet doen is 'de goederen of diensten van de onderneming waren niet geschikt voor webverkoop' (60% versus 36%). Opvallend is dat de grootste ondernemingen met minstens 250 werknemers sterk verschillen van de andere categorieën voor ondernemingsgrootte voor deze drempel: bij de ondernemingen met webverkopen is de drempel minder belangrijk voor de grote ondernemingen dan voor de andere ondernemingen; voor de ondernemingen zonder webverkopen geldt het omgekeerde. Voor de andere drempels is het aandeel ondernemingen dat de drempel aanduidt ook iets hoger bij de ondernemingen die niet via websites verkopen, maar het verschil is klein (1% tot 5%). Verder valt op dat deze andere drempels een verschillend belang hebben naargelang de bedrijfsgrootte. De drempel speelt met een kleiner aandeel van de ondernemingen een rol naargelang de ondernemingsgrootte groter is.

Opmerkingen. De ondernemingsgrootte betreft het aantal werknemers en niet het aantal voltijds equivalenten.

ONDERNEMINGEN 29

Beperkingen voor e-commerce naar het al dan niet verkopen via een website, Europese vergelijking

DIMENSIES

Ruimte België
Groep Bedrijven met minstens 10 werknemers
Percentage Totaal: bedrijven met minstens 10 werknemers
Tijd 2013

	Goederen of diensten zijn niet geschikt		Logistieke problemen (goederen / diensten leveren)		Problemen gerelateerd aan de betaling			
	WEL	NIET	WEL	NIET	WEL	NIET		
Nederland	40	61						
België	36	60	België	24	29			
Luxemburg	35	64	Nederland	21	29	Macedonië	26	24
Tsjechië	33	75	Polen	20	32	Kroatië	24	20
Roemenië	33	51	Tsjechië	18	28	Luxemburg	20	17
Griekenland	32	45	Italië	18	41	Polen	20	21
Kroatië	32	58	Litouwen	18	13	Finland	19	16
Noorwegen	32	61	Luxemburg	18	30	België	18	21
Finland	29	67	Finland	18	20	Frankrijk	18	20
IJsland	28	51	Letland	16	21	Hongarije	18	24
Zweden	27	60	Kroatië	16	17	Nederland	18	21
Polen	25	55	Noorwegen	16	30	Tsjechië	17	19
Slovenië	23	63	Ierland	15	15	Noorwegen	17	23
Verenigd Koninkrijk	23	54	Hongarije	15	31	Italië	16	33
Litouwen	22	30	EU28	14	25	Letland	16	17
Oostenrijk	22	68	EU15	14	25	Litouwen	15	11
Hongarije	20	67	Griekenland	14	8	EU28	14	18
EU15	19	60	Frankrijk	14	27	Slovenië	14	21
Denemarken	19	NB	Malta	14	16	Zweden	14	12
Ierland	19	50	Portugal	14	13	EU15	13	18
Portugal	19	35	Slovenië	14	32	Ierland	13	10
Cyprus	18	66	Verenigd Koninkrijk	14	16	Spanje	13	12
Spanje	17	64	Duitsland	13	26	Portugal	13	9
Letland	17	47	Macedonië	13	24	Roemenië	13	20
Frankrijk	16	55	Oostenrijk	12	33	Oostenrijk	12	24
Malta	16	46	IJsland	11	18	IJsland	12	10
Bulgarije	15	47	Bulgarije	10	15	Bulgarije	11	13
Estland	15	72	Denemarken	10	NB	Duitsland	11	15
Slovakije	15	NB	Estland	10	9	Griekenland	11	9
Italië	14	74	Slovakije	10	NB	Slovakije	11	NB
Duitsland	10	60	Zweden	10	17	Verenigd Koninkrijk	11	10
Macedonië	9	44	Spanje	9	14	Denemarken	9	NB
			Roemenië	9	28	Cyprus	9	18
			Cyprus	5	20	Malta	7	8
						Estland	5	4

Problemen gerelateerd ICT veiligheid en dataproductie	Webverkopen	
	WEL	NIET
Roemenië	26	16
Macedonië	21	20
Italië	17	29
Litouwen	17	14
Luxemburg	16	17
Nederland	16	19
België	15	19
Slovenië	14	20
Griekenland	13	11
Polen	13	20
IJsland	12	9
Frankrijk	11	19
Hongarije	11	22
EU28	10	17
Tsjechië	10	16
Letland	10	17
Kroatië	10	10
Noorwegen	10	18
EU15	9	17
Finland	9	12
Zweden	9	10
Oostenrijk	8	21
Bulgarije	7	11
Duitsland	7	16
Malta	7	7
Portugal	7	8
Verenigd Koninkrijk	7	8
Slovakije	6	NB
Ierland	5	8
Spanje	5	10
Denemarken	4	NB
Estland	4	4
Cyprus	4	14

Problemen gerelateerd aan het wettelijk kader	Webverkopen	
	WEL	NIET
Nederland	17	19
België	16	17
Litouwen	16	11
Macedonië	16	14
Luxemburg	15	17
Italië	13	25
Tsjechië	11	12
Oostenrijk	11	22
Slovakije	11	NB
Kroatië	11	10
Duitsland	10	19
Hongarije	10	16
Slovenië	10	16
Finland	10	16
EU28	9	16
EU15	9	17
Frankrijk	9	21
Letland	9	11
Noorwegen	9	17
Bulgarije	7	9
Portugal	7	6
Zweden	7	7
Verenigd Koninkrijk	7	9
IJsland	7	8
Roemenië	6	10
Spanje	5	7
Denemarken	4	NB
Ierland	4	8
Estland	3	4
Malta	3	7
Cyprus	2	13
Griekenland	NB	9
Polen	NB	17

De kost voor webverkopen te introduceren is te hoog tgo de voordelen	Webverkopen	
	WEL	NIET
Litouwen	27	24
Italië	25	35
Luxemburg	23	29
Slovenië	23	28
Tsjechië	21	31
Noorwegen	21	35
België	20	24
Letland	20	30
Nederland	20	22
Kroatië	20	23
Macedonië	20	24
Finland	19	35
Griekenland	18	16
Frankrijk	18	30
Denemarken	17	NB
Polen	16	26
Oostenrijk	14	32
EU28	13	26
Hongarije	13	32
Slovakije	13	NB
EU15	12	26
Ierland	12	18
Portugal	12	14
Verenigd Koninkrijk	12	22
IJsland	12	23
Zweden	11	23
Malta	10	23
Bulgarije	9	11
Spanje	8	18
Estland	7	8
Duitsland	5	28
Cyprus	5	18
Roemenië	5	19

Legenda: rood een verschil tussen België en de EU28 van minstens 5% in negatieve richting; oranje een verschil van 3 of 4% in negatieve richting.

Vaststellingen. In de ondernemingen met webverkopen worden al de drempels door een groter aandeel Belgische ondernemingen aangeduid dan in de EU28. In de ondernemingen zonder webverkopen worden alleen de drempels betreffende de logistieke problemen en de problemen gerelateerd aan de betaling iets meer gemeld in de Belgische ondernemingen dan in de EU28 (verschil in percentage meer dan 2%).

ONDERNEMINGEN 30**Respons voor ondernemingen in het totaal en per doelgroep****DIMENSIES****Ruimte** België, Brussels Hoofdstedelijk Gewest, Vlaams Gewest, Waals Gewest**Tijd** 2011-2014**Meeteenheid** Ondernemingen van 5 tot 9 en van minstens 10 werknemers**BRON**

Eurostat (epp.eurostat.cec.eu.int), Belgische data: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

MEER INFORMATIEhttp://statbel.fgov.be/nl/statistieken/gegevensinzameling/enquetes/ICT_huishoudens/; <http://ec.europa.eu/eurostat/web/information->**Streefwaarde****Vanuit ADS - SB wordt voorgesteld uit te gaan van een (referentie)steekproefaantal van 150.****Verantwoording**

Bij statistiekinstellingen zoals ADS - SB of Eurostat worden meestal statistieken gepubliceerd zonder dat er statistische significantietoetsen gebeuren of zonder dat er betrouwbaarheidsintervallen gepubliceerd worden. Hierbij is geweten dat hoe groter de steekproefgrootte is, hoe betrouwbaarder over het algemeen de statistiek zal zijn. Opdat de cijfers niet te sterk onderhevig zouden zijn aan het willekeurige van de steekproef, gaat men uit van een voldoende grote steekproef om de kans op toevallige afwijkende resultaten te verkleinen. ADS - SB stelt hierom voor geen cijfers te publiceren waarvoor de onderliggende (referentie)steekproefaantallen kleiner zijn dan 150.

ONDERNEMINGEN 31**Aantal ondernemingen in het totaal en per ondernemingsgrootte****DIMENSIES****Ruimte**

België, Belgische gewesten

Groep

Ondernemingen van 5 tot 9 en van minstens 10 werknemers

Aantal

Totaal en per ondernemingsgrootte

Tijd

2011-2014

Ondernemingen met minstens 10 werknemers

		2014	2013	2012	2011
Aantal ondernemingen België	respons%	10,9%	9,4%	10,2%	10,7%
	populatie	29 074	29 483	29 616	29 661
Aantal ondernemingen Brussel	respons%	27,2%	24,1%	25,4%	25,3%
	populatie	3 369	3 435	3 463	3 595
Aantal ondernemingen Vlaanderen	respons%	6,9%	5,7%	6,2%	6,5%
	populatie	18 456	18 695	18 760	18 792
Aantal ondernemingen Wallonië	respons%	13,7%	11,8%	13,2%	14,1%
	populatie	7 249	7 353	7 393	7 274

Per ondernemingsgrootte Vlaams Gewest

		2014	2013	2012	2011
5-9	respons%	2,2%	1,6%	2,0%	2,0%
	populatie	17 012	17 313	17 586	18 011
10-49	respons%	2,9%	2,6%	2,7%	2,8%
	populatie	15 256	15 499	15 604	15 655
50-249	respons%	16,5%	15,0%	16,5%	17,4%
	populatie	2 688	2 692	2 647	2 620
Minstens 250	respons%	75,6%	53,0%	61,9%	63,6%
	populatie	512	504	509	517

Vaststellingen. De betrouwbaarheid over het totaal van de ondernemingen met minstens 10 werknemers is zowel voor de gewesten als voor België in zijn geheel in orde. Binnen deze monitor gebruiken we voor de opdeling naar ondernemingsgrootte alleen de cijfers voor het Vlaamse Gewest. Het aantal burgers in de referentiesteekproef is voor al de categorieën voor ondernemingsgrootte voldoende groot (≥ 150).

Opmerking. Het aantal respondenten is gelijk aan het product van het responspercentage en de populatiegrootte. Door de afronding van het responspercentage kunnen er kleine verschillen zijn tussen de reële respons en de berekende. De cijfers voor de overige jaren ontbreken.

Afkortingen landen

BE	België	IER	Ierland	POR	Portugal
BR	Brussels Hoofdstedelijk Gewest	IT	Italië	ROE	Roemenië
BUL	Bulgarije	KRO	Kroatië	SLOVA	Slovakije
CYP	Cyprus	LET	Letland	SLOVE	Slovenië
DEN	Denemarken	LIT	Litouwen	SPA	Spanje
DUI	Duitsland	LUX	Groot-Hertogdom-Luxemburg	TSJ	Tsjechië
EST	Estland	MAC	Macedonië	VG	Vlaams Gewest
FIN	Finland	MAL	Malta	VK	Verenigd Koninkrijk
FR	Frankrijk	NED	Nederland	WG	Waals Gewest
GRI	Griekenland	OOS	Oostenrijk	ZWE	Zweden
HON	Hongarije	POL	Polen		

