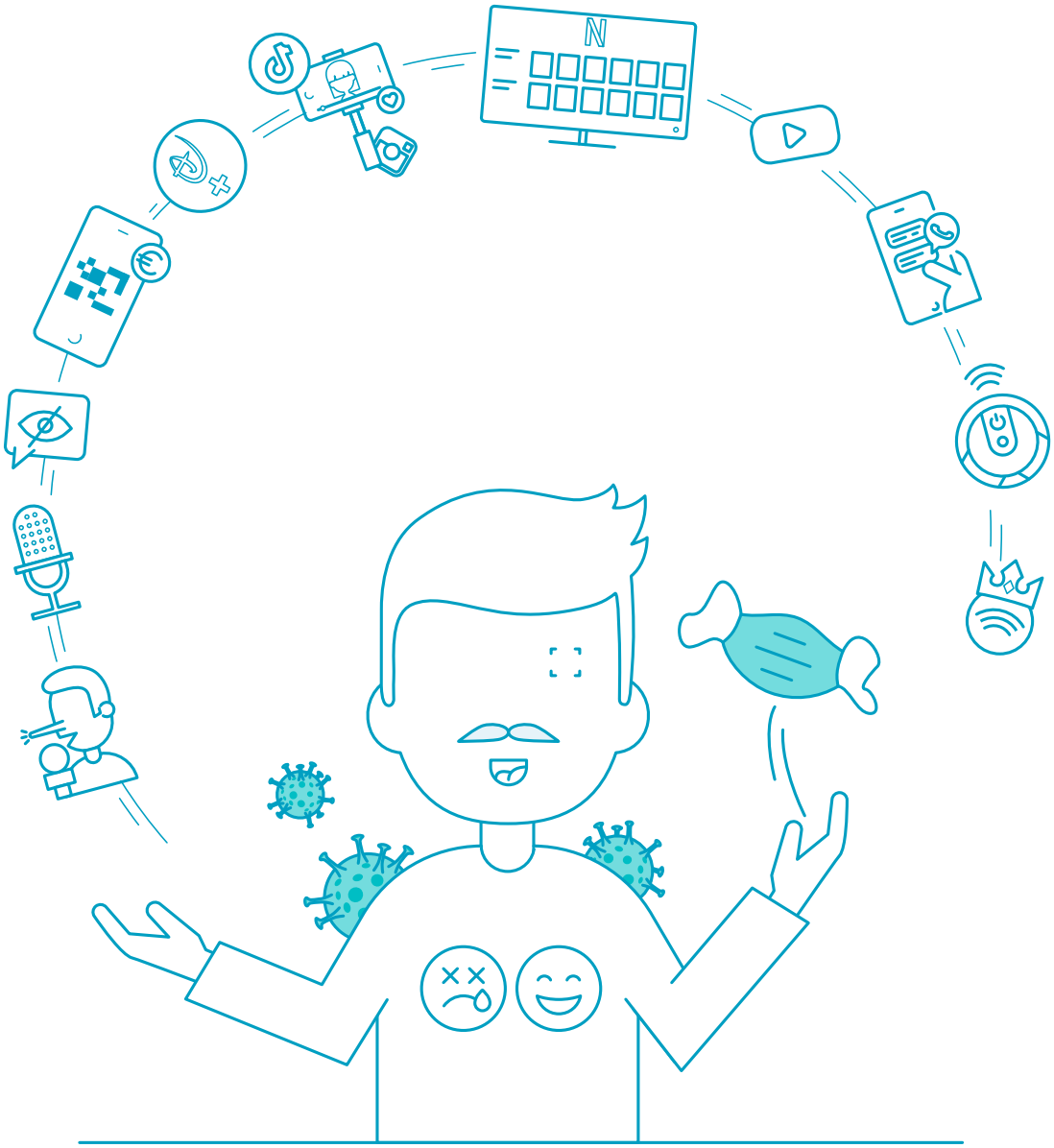
imec.digimeter 2021

Digitale trends in Vlaanderen



www.imec.be/digimeter

imec
embracing a better life

Auteurs: Robbe Sevenhant, Jeroen Stragier, Lieven De Marez, dr. Dimitri Schuurman (dimitri.schuurman@imec.be)

Datacollectie & veldwerk: Ann Wouters, Eva Steenberghs

Project management: Gilles Wuyts, Dimitri Schuurman

Infographics & interactieve datavisualisatie: Nils Blanckaert

Voor meer details over het rapport of bijkomende data-analyse, contacteer Robbe Sevenhant (robbe.sevenhant@imec.be)

Projectleiders: Prof. dr. Lieven De Marez (lieven.demarez@ugent.be), dr. Dimitri Schuurman (dimitri.schuurman@imec.be)

INHOUDSTABEL

INHOUDSTABEL	3
LIJST VAN FIGUREN EN TABELLEN	4
VOORWOORD	9
METHODOLOGIE	11
PROFIELEN	13
TOESTELLEN EN VERBINDINGEN	21
SOCIALE MEDIA	37
MEDIA	55
NIEUWS	83
DIGITALE ECONOMIE	97
PRIVACY EN DIGITALE OVERHEID	111
ARTIFICIËLE INTELLIGENTIE	127
SMARTPHONE EN DIGITALE GEZONDHEID	137
ATTITUDES EN VAARDIGHEDEN	159

LIJST TABELLEN

PROFIELEN

Beschrijving attitudeprofielen 18
Beschrijving attitudeprofielen 18
Beschrijving attitudeprofielen 19

TOESTELLEN EN VERBINDINGEN

Toegang tot tv-toestel, digitale-tv aansluiting & streamingdiensten 26
Toegang spelconsoles 26
Toegang tot internet en computer 27
Toegang tot mobiele apparaten 27
Toegang tot smart home toestellen 28
Bezit van toestellen en diensten. Evolutie sinds 2009 29
Bezit van toestellen en diensten, naar leeftijd 30
Bezit van toestellen en diensten, naar SES 31
Bezit van toestellen en diensten, naar attitudeprofiel 32
Bezit desktop computers, laptops en internet, naar SES 33
Wekelijks gebruik van toestellen en internet, naar leeftijd. Evolutie sinds 2020 33
Wekelijks gebruik van toestellen en internet, naar SES 33
Wekelijks gebruik van toestellen en internet, naar attitudeprofiel 33
Kennis van VR/AR, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 34
Ervaringen met VR/AR tijdens het afgelopen jaar, naar leeftijd 34
Bezit van slimme toestellen. Evolutie sinds 2015 34
Bezit van slimme toestellen, naar SES. Evolutie sinds 2020 34
Niet mogelijk om te betalen voor beter internet, naar SES 35
Bezit computers en tablets, naar SES 35
Extra benodigde computers of tablets, naar SES 35

SOCIALE MEDIA

Schermtijd sociale media en chatapps 43
Maandelijks gebruik van sociale media apps, naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 44
Maandelijks gebruik van sociale media apps, naar SES 45
Maandelijks gebruik van sociale media apps, naar attitudeprofiel 45
Wekelijks en dagelijks gebruik van sociale media apps, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 46
Wekelijks en dagelijks gebruik van sociale media apps, naar SES 47
Wekelijks en dagelijks gebruik van sociale media apps, naar attitudeprofiel 47
Dagelijks gebruik van chatdiensten en applicaties, naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 48
Maandelijks en wekelijks gebruik van chatdiensten en applicaties, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 49
Wekelijks en dagelijks gebruik van chatdiensten en applicatie, naar SES 50
Wekelijks en dagelijks gebruik van chatdiensten en applicatie, naar attitudeprofiel 51
Attitude ten opzichte van sociale media, naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 52

Jongleren met sociale media en chatdiensten, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 52
Dagelijks gebruik van een app van het bedrijf Meta, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 53

MEDIA

Bezit video abonnementen. Evolutie sinds 2015 64
Bezit video abonnementen, naar leeftijd. Evolutie sinds 2020 64
Stopgezette abonnementen in 2021, naar leeftijd 65
Soorten videokijkers, naar leeftijd 65
Vlamingen met enkel streamingdiensten thuis, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 65
Frequentie TV kijken. Evolutie sinds 2015 66
Frequentie dagelijks live/lineair TV kijken, naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 66
Frequentie online video kijken. Evolutie sinds 2016 66
Frequentie maandelijks/wekelijks/dagelijks online video kijken, naar leeftijd 67
Video kijken via website of app van een tv-zender of provider. Evolutie sinds 2019 67
Maandelijks video kijken via online kanalen, naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 (deel 1) 68
Maandelijks video kijken via online kanalen, naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 (deel 2) 69
Wekelijks en dagelijks video kijken via online kanalen: Zenders of Providers, naar leeftijd. 70
Wekelijks en dagelijks video kijken via online kanalen: Streaming, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 71
Wekelijks en dagelijks video kijken via online kanalen: Overige, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 72
Vlamingen met toegang tot een betalend streamingplatform, Naar leeftijd. Evolutie sinds 2020 73
Jongleren met betalende videoplatformen, naar leeftijd. Evolutie sinds 2020 73
Video casten naar TV-scherm, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 73
Video casten naar TV-scherm, naar leeftijd 73
Frequentie luisteren naar de radio, naar leeftijd. Evolutie sinds 2020 74
Toestellen om radio te luisteren (minstens maandelijks), naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 75
Toestellen om muziek te luisteren (minstens maandelijks), Naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 76
Bronnen om muziek te streamen in de afgelopen maand, naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 77
Muziekbetalers, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 78
Bronnen om betaald muziek te streamen, naar leeftijd. Evolutie sinds 2018 78
Verhouding betalende gebruikers per streamingsplatform. Evolutie sinds 2018 78
Frequentie luisteren naar podcasts, naar leeftijd. Evolutie sinds 2018 79
Frequentie gebruik podcastplatformen (enkel podcastluisteraars), naar leeftijd 80
Bezit gameconsoles. Evolutie sinds 2009 80
Bezit gameconsoles, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 80
Toestellen waarop maandelijks gegamed wordt, naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 81
Online gamen (maandelijks), naar leeftijd. Evolutie sinds 2020 81
Beschrijving videoprofielen wekelijks gebruik 82

NIEUWS

Dagelijks gebruik nieuwsbronnen, naar leeftijd. Evolutie sinds 2017. 89
Dagelijks gebruik nieuwsbronnen, naar SES 89
Dagelijks gebruik nieuwsbronnen, naar attitudeprofiel 89
Dagelijks gebruik van toestellen om het nieuws te volgen, naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 90
Dagelijks gebruik van toestellen om het nieuws te volgen, naar SES 90
Dagelijks gebruik van toestellen om het nieuws te volgen, naar attitudeprofiel 90
Dagelijks en wekelijks gebruik van digitale nieuwskanalen, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 91

Dagelijks en wekelijks gebruik van digitale nieuwskanalen, naar SES 92
Dagelijks en wekelijks gebruik van digitale nieuwskanalen, naar attitudeprofiel 93
Betalen voor nieuws, naar leeftijd. Evolutie sinds 2020 93
Betalen voor nieuws, naar SES 94
Betalen voor nieuws, naar attitudeprofiel 94
Attitude met betrekking tot nieuws, naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 95
Attitude met betrekking tot nieuws, naar SES 96
Attitude met betrekking tot nieuws, naar attitudeprofiel 96

DIGITALE ECONOMIE

Gemiddeld maandelijks gebruik shopping apps 102
Frequentie online shoppen, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 103
Frequentie online shoppen, naar SES 103
Frequentie online shoppen, naar attitudeprofiel 103
Attitude ten opzichte van online shoppen, naar leeftijd. Evolutie sinds 2018 103
Attitude ten opzichte van online shoppen, naar SES 104
Attitude ten opzichte van online shoppen, naar attitudeprofiel 104
Gebruik van klassieke betaalmethodes, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 105
Gerbuik van klassieke betaalmethodes, naar SES 105
Gebruik van klassieke betaalmethodes, naar attitudeprofiel 106
Gebruik van nieuwe betaalmethodes, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 106
Gebruik van nieuwe betaalmethodes, naar SES. 107
Gebruik van nieuwe betaalmethodes, naar attitudeprofiel 107
Moeilijkheden met online geldzaken, naar leeftijd 108
Moeilijkheden met online geldzaken, naar SES 108
Moeilijkheden met online geldzaken, naar attitudeprofiel 108
Gebruik van de deeleconomie, naar leeftijd. Evolutie sinds 2018 109
Gebruik van de deeleconomie, naar SES 109
Gebruik van de deeleconomie, naar attitudeprofiel 110

PRIVACY EN DIGITALE OVERHEID

Gemiddeld maandelijks gebruik ItsMe 117
Bezorgdheid rond online privacy, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 118
Bezorgdheid rond online privacy, naar SES 118
Bezorgdheid rond online privacy, naar attitudeprofiel 118
Acties om privacy te beschermen, naar leeftijd 119
Acties om privacy te beschermen. Evolutie sinds 2018 119
Acties om privacy te beschermen, naar SES 120
Acties om privacy te beschermen, naar attitudeprofiel 120
Vertrouwen in organisaties met zijn/haar persoonlijke gegevens, naar leeftijd 121
Vertrouwen in organisaties met zijn/haar persoonlijke gegevens, naar SES 121
Vertrouwen in organisaties met zijn/haar persoonlijke gegevens, naar attitudeprofiel 122
Attitude rond privacy, naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 122
Attitude rond online privacy, naar SES 123
Attitude rond online privacy, naar attitudeprofiel 123
Attitude rond cybersecurity, naar leeftijd. Evolutie sinds 2020 124

Attitude rond cybersecurity, naar SES 124
Attitude rond cybersecurity, naar attitudeprofiel 125
Attitude rond digitale overheid, naar leeftijd. Evolutie sinds 2020 125
Attitude rond digitale overheid, naar SES 126
Attitude rond digitale overheid, naar attitudeprofiel 126

ARTIFICIËLE INTELLIGENTIE

Kennis van AI, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019. 132
Kennis van AI, naar SES 132
Kennis van AI, naar attitudeprofiel 132
Mening over AI, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 133
Mening over AI, naar SES 133
Mening over AI, naar attitudeprofiel 133
Attitude met betrekking tot AI, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 134
Attitude met betrekking tot AI, naar SES 134
Attitude met betrekking tot AI, naar attitudeprofiel 134
Gebruik spraakassistent, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 135
Gebruik spraakassistent, naar SES 135
Bezit smart speaker. Evolutie sinds 2018 135
Bezit smart speaker, naar leeftijd 135
Bezit smart speaker, naar SES 135

SMARTPHONE EN DIGITALE GEZONDHEID

Gemiddelde mobiele schermtijd 145
Gebruikers sport- en gezondheidsapps 145
Smartphonebezit, naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 146
Besturingssysteem van de smartphone, naar leeftijd 146
Besturingssysteem van de smartphone, naar SES 146
Voorkeursscherm voor online activiteiten, naar leeftijd. Evolutie sinds 2020 147
Meest onmisbare toestel. Evolutie sinds 2015 147
Meest onmisbare toestel, naar leeftijd 148
Meest onmisbare toestel, naar SES 148
Meest onmisbare toestel, naar attitudeprofiel 149
Attitude ten opzichte van de smartphone, naar leeftijd. Evolutie sinds 2018 149
Attitude ten opzichte van de smartphone, naar SES 150
Attitude ten opzichte van de smartphone, naar attitudeprofiel 150
Smartphone-afhankelijkheid, naar leeftijd. Evolutie sinds 2018 150
Smartphone-afhankelijkheid, naar SES 150
Smartphone-afhankelijkheid, naar attitudeprofiel 150
Regeltjes rond smartphonegebruik. Evolutie sinds 2016 151
Regeltjes rond smartphonegebruik, naar leeftijd 151
Regeltjes rond smartphonegebruik, naar SES 152
Regeltjes rond smartphonegebruik, naar attitudeprofiel 153
Doeltreffendheid van smartphonegebruik beheren, naar leeftijd. Evolutie sinds 2019 154
Wearable bezit. Evolutie sinds 2015 154
Wearable gebruik, naar leeftijd. Evolutie sinds 2020 154
Wearable gebruik, naar SES 155

Wearable gebruik, naar attitudeprofiel 155
Frequentie gebruik van sport en gezondheidsapps op de smartphone. Evolutie sinds 2020 155
In welke mate volg je zaken met betrekking tot gezondheid op via een app of een wearable, naar leeftijd 155
In welke mate volg je zaken met betrekking tot gezondheid op via een app of een wearable, naar SES 156
In welke mate volg je deze zaken op via een app of een wearable, naar attitudeprofiel 156
Attitude met betrekking tot gezondheidsapps, naar leeftijd. Evolutie sinds 2020 156
Attitude met betrekking tot gezondheidsapps, naar SES 157
Attitude met betrekking tot gezondheidsapps, naar attitudeprofiel 157

ATTITUDES EN VAARDIGHEDEN

Attitude met betrekking tot technologie, naar leeftijd. Evolutie sinds 2018 167
Attitude met betrekking tot technologie, naar SES 168
Attitude met betrekking tot technologie, naar attitudeprofiel 168
Technologische vaardigheden, naar leeftijd. Evolutie sinds 2017 169
Technologische vaardigheden, naar SES 170
Technologische vaardigheden, naar attitudeprofiel 170
Moeilijkheden met technologie, naar leeftijd 171
Moeilijkheden met technologie, naar ses 171
Moeilijkheden met technologie, naar attitudeprofiel 172
Mogelijkheid om thuis te werken of les te volgen, naar leeftijd 172
Mogelijkheid om thuis te werken of les te volgen, naar SES 172
Frequentie thuiswerken of les volgen voor/tijdens/na de coronacrisis, naar leeftijd 173
Frequentie thuiswerken of les volgen voor/tijdens/na de coronacrisis, naar SES 173
Technologische context rond thuiswerken, naar leeftijd 174
Technologische context rond thuiswerken, naar SES 174
Technologiegebruik tijdens de coronacrisis, naar leeftijd. Evolutie sinds 2020 175

VOORWOORD

Deze veertiende editie van imec's Digimeter biedt andermaal een overzicht van digitale transformatie bij de Vlaamse burger. Dit kadert binnen de strategische doelstellingen die Vlaanderen met imec heeft vastgelegd in het nieuwe vijfjarige convenant. Zo heeft imec als wereldvermaard kennisinstituut de opdracht om via grensverleggend strategisch onderzoek inzake nano-elektronica en digitale technologie bij te dragen aan een beter leven en aan een duurzame leefomgeving. Hierbij is regionale impact ook een belangrijk element. Zo engageert imec Vlaanderen zich om rond een aantal zogenaamde 'wicked problems' in samenwerking met industrie, overheden, burgers en andere kennisinstellingen datagedreven trajecten op te zetten om (deel-)oplossingen te onderzoeken en te faciliteren. Om hierbij vraaggedreven te werk te gaan, is het belangrijk om evoluties rond deze 'wicked problems' in kaart te brengen. Zo is er onder andere een meter bij weggebruikers rond technologie en mobiliteit, een bevraging van gezondheidsinstellingen rond de implementatie van Fair Data en een bedrijfsbevraging betreffende kennis en gebruik van Artificiële Intelligentie.

Imec's Digimeter is hierbij hét instrument bij uitstek om de status van digitale transformatie in de brede zin van het woord te meten bij de Vlaamse burger om zowel beleid, kennisinstellingen als industrie te voorzien van data om op de veranderende behoeften en gewoontes van burgers in te spelen. Mediageletterdheid, inclusie en op een doordachte manier omgaan met technologie zijn hierbij kernwaarden die Vlaanderen hoog in het vaandel heeft. De verschillende evoluties, niet in het minst geaccelereerd door de pandemie van de afgelopen twee jaar, worden mooi weerspiegeld in de segmentatie van Vlaamse burgers in vijf duidelijk onderscheiden Digiprofielen. Deze tonen aan dat er nog veel werk op de plank ligt voor beleidsmakers, kennisinstellingen en bedrijven om de digitale kloof en verschillende andere technologieparadoxen te dichten en het hoofd te bieden. We wensen jullie alvast veel leesplezier en inspiratie om met deze inzichten aan de slag te gaan!

Wil je meer weten over het methodologie en monitoring bij imec? Contacteer dan dimitri.schuurman@imec.be

METHODOLOGIE

Digimeter monitort het bezit en gebruik van media en ICT in Vlaanderen en peilt naar de attitude van de bevolking ten opzichte van technologische ontwikkelingen. Daarvoor bevraagt imec jaarlijks een representatief staal van minstens 1.500 Vlamingen van 16 jaar of ouder. Dit is de 14de editie van digimeter sinds de start in 2009. De eerste drie edities hadden een halfjaarlijkse frequentie, daarna werd de peiling jaarlijks georganiseerd.

Om de steekproef representatief te maken, hanteert Imec bij het rekruteren van respondenten drie quota op basis van drie criteria: geslacht, leeftijd en opleidingsniveau.[1][2] De dataset bevat 2.972 respondenten en het veldwerk liep van september tot december 2021. Om zelfselectie te vermijden, werd voor de rekrutering opnieuw een samenwerking aangegaan met het Rijksregister[3]. Zij trokken een steekproef van 10.000 Vlamingen uit de databank die tweemaal per brief gecontacteerd werd om deel te nemen aan onze digitale vragenlijst. Een kortere papieren versie van de vragenlijst kon telefonisch worden aangevraagd. 41% van de steekproef voor deze digimeter is op deze manier gerekruteerd. De overige 59% van de steekproef is volgens dezelfde quota gerekruteerd uit bestaande panels. In eerste instantie uit het eigen Maakdatmee-panel en via de Digimeter website (25%), aangevuld met partnerrekrutering via Mobile Vikings, VDAB en Bilendi Belgium (34%).

Imec.digimeter biedt antwoorden op de vragen wat de Vlaming zoal heeft aan media, ICT en technologie (bezit), hoe hij/zij die gebruikt (gebruik), en hoe hij/zij zich daarbij voelt (attitude). Deze bevindingen zijn gebaseerd op zelfrapportage door middel van een vragenlijst. Daardoor reflecteren de resultaten hoe de respondenten hun eigen mediaconsumptie inschatten. De gekozen methodologie maakt het niet mogelijk om assumpties over effectief mediabereik te toetsen. De vragenlijst vertrekt van individuele adoptie en gebruik van toestellen en diensten en/of toegang tot gedeelde toestellen binnen het gezin. Digimeter laat niet toe om generaliseerbare uitspraken te doen op gezinsniveau (hoeveel gezinnen hebben toegang tot een bepaalde technologie of dienst). Die laatste meting vereist een andere manier van rekrutering en steekproeftrekking. Dit rapport bevat twee segmentaties op basis van een K-means clustering. De eerste segmentatie bezorgt ons de zogenaamde 'digiprofielen' en is net als vorig jaar gebaseerd op stellingen over attitudes en vertrouwen ten opzichte van technologie, sociale media en privacy. De tweede segmentatie is in tegenstelling tot de eerste niet gebaseerd op gevoelens maar op de veranderende mediaconsumptie. Meer specifiek levert dit ons een videosegmentatie op. Deze is helemaal achteraan als bijlage opgenomen.

Verschillen tussen percentages (bijvoorbeeld bij het vergelijken van de resultaten van dit jaar met die van vorig jaar) worden uitgedrukt in procentpunten, wat neerkomt op het absolute verschil tussen beide percentages. Stel bijvoorbeeld dat de adoptie van een toestel stijgt van 20% naar 30%, dan is dat een toename met 10 procentpunten. In het rapport wordt dit tussen haakjes weergegeven met een + (stijging) of - (daling). Hetzelfde verschil uitgedrukt in een relatief percentage betekent een toename met 50% (immers, om van 20% naar 30% te gaan, is een stijging met de helft van de startwaarde nodig). De percentages in de tabellen en grafieken zijn afgerond tot op het gehele getal. Die afronding kan een kleine afwijking teweegbrengen waar een som van 100% verwacht wordt.

Op basis van inkomen, gezinsgrootte en leeftijd van kinderen kreeg elke persoon ook een SES-label op basis van de equivalentieschaal die ook door de OESO (Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling) gebruikt wordt. Het maandelijks 'OESO equivalent inkomen' is het totale nettomaandinkomen van een huishouden gemodificeerd voor het aantal leden van een huishouden, waarbij de eerste volwassene een score 1 krijgt, elke bijkomende volwassene of kind van 14 jaar en ouder een score 0.5, en elk kind onder de 14 jaar een score van 0.3. Door het totale nettomaandinkomen te delen door de som van deze scores wordt voor elke respondent een maandelijks OESO equivalent inkomen bekomen. Door deze modificatie kan het inkomen van respondenten vergeleken worden alsof ze een alleenstaande zouden zijn.

Een extra toevoeging aan dit rapport is een integratie met analyses uit de logdata van de MobileDNA-app. MobileDNA is een applicatie ontwikkeld door de UGent (onderzoeksgroep voor Media, Innovatie en Communicatietechnologieën; imec-mict-UGent). Via deze (Android) app kunnen we het smartphonegebruik van de Vlaming tot in detail meten en kunnen extra objectieve bevindingen toegevoegd worden aan de zelfgerapporteerde antwoorden uit de vragenlijst. Analyses van de logdata zijn gebaseerd op een sample van MobileDNA-loggers (N= 4590), waarvan 237 loggers de digimetervragenlijst hebben ingevuld. Inzichten uit MobileDNA worden aangegeven met dit logo:

Elke respondent had evenveel kans om een voucher te winnen, van €10 tot €500. De totale prijzenpot bedroeg €1.500. MobileDNA-loggers kregen een beloning van 10 euro na één maand loggen.

1 Er is ook naar deze quota gewogen in cellen waar we onder- of oververtegenwoordiging hadden
2 Statbel (Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium), Enquête naar de arbeidskrachten, 2019
3 De databank van de Federale Overheidsdienst Binnenlandse Zaken met gegevens van de Belgische bevolking

HOOFDSTUK 1

PROFIELEN

PROFIELEN

Sinds 2009 monitort de imec.digimeter niet alleen de voornaamste evoluties inzake bezit en gebruik van technologie, maar vooral ook de attitude ten aanzien van technologie in Vlaanderen. Om een soort van algemeen inzicht te destilleren uit de Digimeterresultaten, werd in elke editie een segmentatie opgesteld van vijf 'digiprofielen'.

Daar waar het onderscheid tussen die profielen aanvankelijk op bezit van technologie lag, verschuift dat alsmaar meer naar gebruik, vaardigheden, en, minstens even belangrijk, ook de attitude ten aanzien van technologie. De meest prominente component binnen die attitudes zijn de zogenaamde technologieparadoxen waar de Vlaming alsmaar nadrukkelijker mee worstelt (zie ook de editie van vorig jaar). De voornaamste drie paradoxen zijn de volgende:

- De *afhankelijkheidsparadox*: het sterke gevoel van verbondenheid door sociale media en het gebruik van de smartphone, tegenover het toenemende gevoel van afhankelijkheid van diezelfde sociale media en smartphone

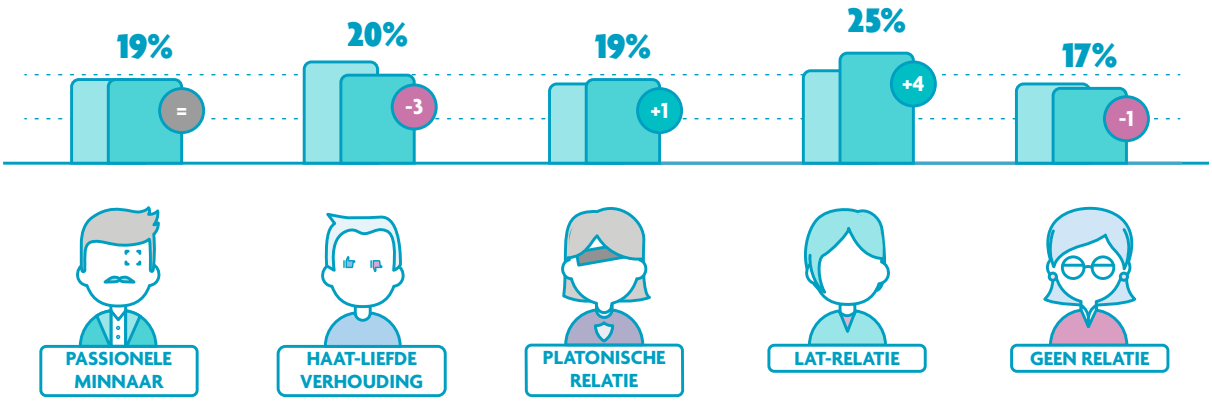
- De *waarheidsparadox*: het alsmaar meer berusten op de onuitputtelijke en makkelijk te bereiken online informatiebronnen tegenover de toenemende bezorgdheid omtrent de waarheid van al die digitale informatie (desinformatie, fake news, phishing,...)

- De *privacyparadox*: het gebruiksgemak van allerlei online diensten tegenover de sterk toegenomen bezorgdheid omtrent privacy, transparantie en controle over persoonlijke data

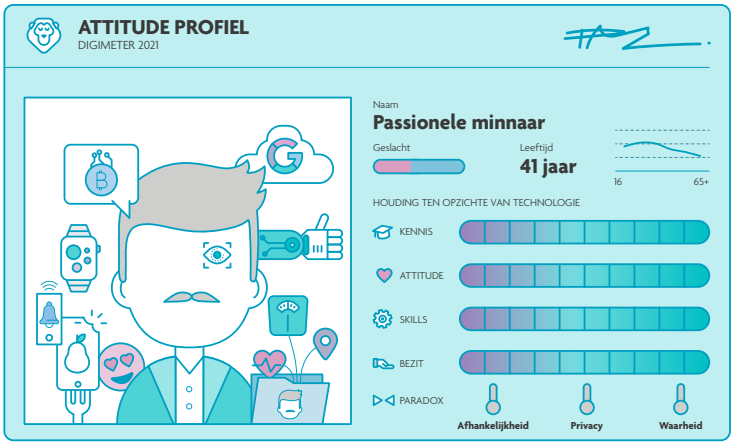
Op het kruispunt van wat de Vlaming heeft aan technologie, hoe hij of zij technologie gebruikt en welk gevoel daarmee gepaard gaat (o.a. met betrekking tot voornoemde paradoxen) onderscheiden we vijf digiprofielen. In de namen van die profielen geven we meteen aan wat de relatie is die dit profiel met technologie heeft opgebouwd doorheen de voorbije jaren.

Het eerste segment is de Passionele Minnaar van technologie. Een segment van zogenaamde 'innovators' en 'early adopters' dat technologie in al zijn facetten omarmt en nauwelijks nadelen ziet of bezorgdheden ervaart met betrekking tot digitalisering. Aan de andere kant van het spectrum hebben we het segment van de mensen die Geen Relatie met technologie hebben weten op te bouwen. Ondanks de digitale versnelling gaapt nog steeds een digitale kloof tussen deze groep en de rest van Vlaanderen. Deze twee segmenten blijven stabiel ten aanzien van vorig jaar.

Tussenin liggen drie profielen die om uiteenlopende redenen een rem zetten op hun digitale transformatie. Bij het segment met een *Haat-Liefde* verhouding tegenover technologie zijn het vooral de technologieparadoxen die hen doen balanceren tussen wel/niet meegaan met alle digitale evoluties. Ze willen heel graag even digitaal zijn als de *Passionate Lovers* dus geven ze technologie, ondanks de worsteling met technologieparadoxen, vaak het voordeel van de twijfel. In vergelijking met vorig jaar daalt dit segment en zien we 4 procentpunten verschuiven naar het segment dat een *LAT-relatie* met technologie heeft. Deze groep heeft een hoge kennis van technologie en bouwt vanuit die kennis bewust een afstand in ten opzichte van technologie. Ze kennen technologie goed en kunnen er goed mee werken, maar beperken bewust de rol van technologie in hun leven (en dat van hun familie). Helemaal in het midden hebben we de Vlamingen (met daarin een oververtegenwoordiging van jongeren) die een *Platonische relatie* met technologie ontwikkelen. Ze kijken en verlangen er wel naar, maar gaan niet echt ten volle mee in de digitale transformatie. Hoofdredenen zijn hier een gebrek aan kennis, vaardigheden, vertrouwen en een sterke worsteling met de afhankelijkheidsparadox.

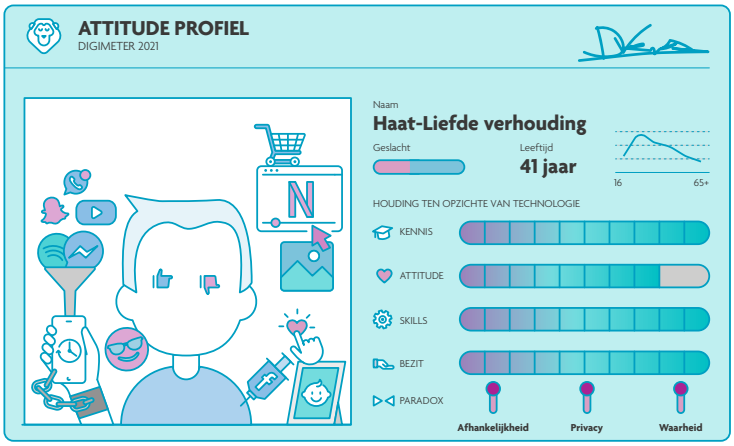


DE PASSIONELE MINNAAR (19%)



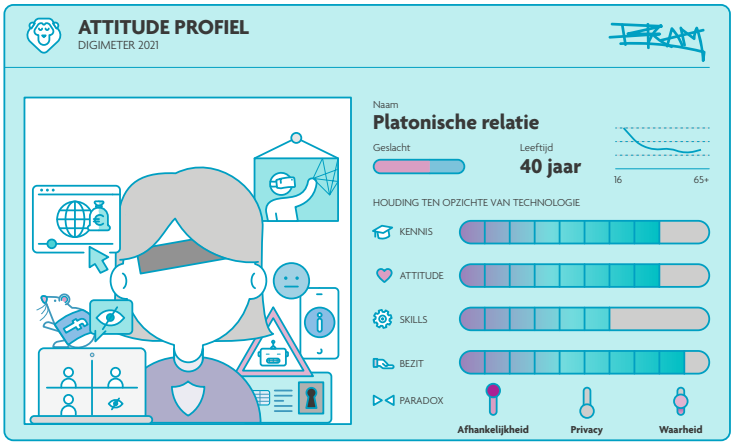
Deze groep omvat de Vlaamse 'innovators' en 'early adopters' en is qua profiel jonger en iets mannelijker. Altijd bij de eersten om nieuwigheden te omarmen kenmerken ze zich als 'heavy user' van zowat alle technologie. Dat gebruik gaat steeds gepaard met een goed gevoel en met de overtuiging dat technologie ons leven aangenamer, beter en leuker maakt. Zij kampen op geen enkele manier met technologieparadoxen, hebben een hoog vertrouwen in zichzelf en de eigen vaardigheden, een hoge kennis van en een blind vertrouwen in technologie en de merken achter die technologie. In deze liefde voor technologie ligt wellicht ook de verklaring voor het blind blijven voor de mogelijke nadelen ervan (itt de *LAT-relatie* die ook een hoge kennis heeft van technologie, maar omwille van die nadelen zich totaal anders gaat opstellen tav technologie). Corona heeft hen in ieder geval nog meer overtuigd van alle voordelen die technologie te bieden heeft. Ze voelen zich comfortabel om hun data te delen en zijn niet bezorgd om hun privacy. Ze kijken dan ook reikhalzend uit naar wat nieuwe technologieën als AI, metaverse en blockchain hen zullen brengen. De digitale versnelling had geen impact op de omvang van dit segment. Met 19% blijft dit een segment met voldoende kritische massa om als locomotief te dienen voor digitale transformatie.

HAAT-LIEFDE VERHOUDING (20%)



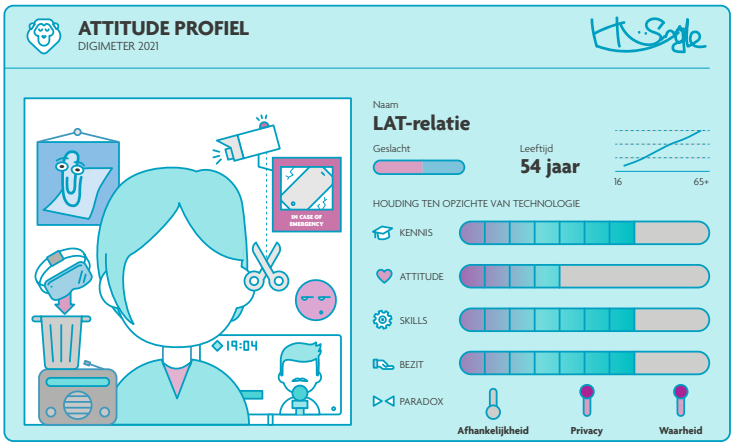
Net als de *passionele minnaar* is dit segment heel digitaal: het zijn ook 'heavy users' van technologie die digitaal vaardig zijn, maar gevoelsmatig voelen ze zich 'geremd' om zich volledig aan technologie te kunnen (over)geven. Daarvoor kampen ze te hard met de drie technologieparadoxen en zijn ze zoekende om die onder controle te krijgen. Zo zijn ze het meest van alle profielen bezorgd om de privacygevoeligheid van hun gegevens die online circuleren, zijn ze zeer bezorgd omtrent de invloed die valse nieuwsberichten op de maatschappij kunnen hebben en vinden ze sociale media te tijdsintensief. Ondanks die gevoelsmatige beperking geven ze technologie wel het voordeel van de twijfel, al daalt het aandeel hiervan binnen deze groep wel beduidend (-3.5 procentpunten t.o.v. vorig jaar). Willen we van digitale transformatie iets inclusief maken en niet iets dat beperkt blijft tot de *passionele minnaars*, dan zal het cruciaal zijn dat dit segment niet verder krimpt. Om dat te doen, blijft het noodzakelijk om hen in staat te stellen hun eigen digitale balans te vinden en blijven bewaken (in een wereld waarin telewerken, afstandsonderwijs en vervagende grenzen tussen on/offline ongetwijfeld 'blijvertjes' worden) en meer controle en transparantie te krijgen over wat er met hun persoonlijke data gebeurt in de data-economie van morgen.

PLATONISCHE RELATIE (19%)



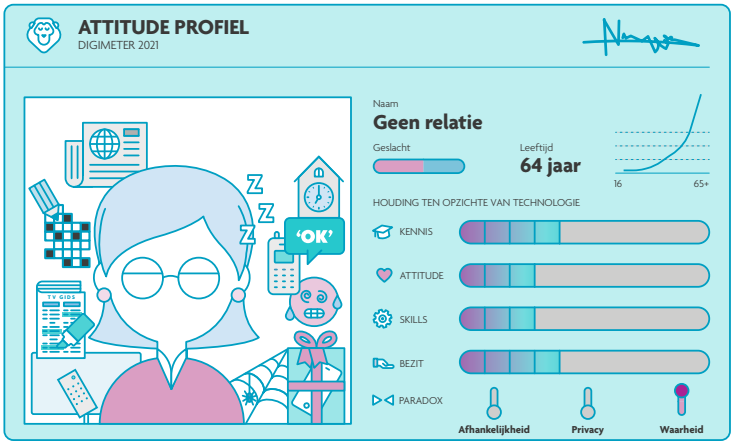
Dit eerder jonge en iets vrouwelijker segment staat positief ten aanzien van technologie en ambieert wel een even intense interactie met technologie als de voorgaande twee profielen, maar slaagt daar niet in zoals men dat zou willen. Oorzaken hiervoor zijn kennis-, vaardigheids- en (zelf)vertrouwensdrempels. In die context valt vooral de oververtegenwoordiging van jongeren op binnen dit 'platonische' segment dat wel wil digitaal zijn, maar niet volledig (mee)kan. Maar liefst 44% van de jongeren (16-24) typeert zich als iemand met een platonische relatie. Binnen die leeftijdsgroep zien we een opvallende stijging van jongeren die de terminologie rond technologie verwarrend vinden en die technologie mijden omdat ze er niet mee vertrouwd zijn. Ze geven ook aan dat ze bang zijn om fouten te maken. Ze schatten zichzelf ook minder hoog in qua kennis en vaardigheden. Daardoor blijft technologie vaak onbekend en dus ook onbemind. Zolang het 'plug & play' is, geven ze zich gemakshalve graag snel over aan technologie, maar de coronacrisis was een 'reality check' voor deze groep die aantoonde dat ze omwille van vaardigheidsproblemen niet altijd even goed meekunnen. Van de technologieparadoxen geven ze vooral aan te kampen met de afhankelijkheidsparadox.

LAT-RELATIE (25%)



In vergelijking met vorig jaar is dit het enige segment dat een duidelijke stijging laat noteren (+4 procentpunten). Het gaat om mensen bij wie kennis en vaardigheden geen probleem vormen, maar waar men net vanuit die kennis zich meer bewust is van de (potentiële) nadelen van technologie. Daarom bouwen ze meer afstand in ten aanzien van technologie in hun leven en vermijden ze een te sterke afhankelijkheid van data en technologie met als doel vooral zelf controle en behouden. Deze groep gaat als het ware een verstandshuwelijk met technologie aan waarin autonomie boven automatisatie staat. De afhankelijkheidsparadox is hier minder een issue omdat men zichzelf regels oplegt qua schermtijd. De data- en waarheidsparadox vormen voor hen een grotere uitdaging. Ze houden er niet van om hun persoonlijke data te delen en zouden graag meer controle en transparantie willen inzake hun privacy.

GEEN RELATIE (17%)



Dit is het 'oudste' profiel met een gemiddelde leeftijd van 64 jaar en meteen ook het klassieke 'digitale kloof' profiel. Men bezit doorgaans wel één of meerdere digitale toestellen, maar relatief gezien blijft dit beperkt in aantal en betreft het nog vaak oudere toestellen zoals een GSM (geen smartphone) of een vaste telefoon. Ze staan het minst positief tegenover technologie en scoren ook het zwakst op vlak van technologische vaardigheden. De coronacrisis bleek voor hen zeer confronterend. Zo werd het tekort aan schermen, connectiviteit, kennis en vaardigheden duidelijk blootgelegd. Voor deze groep blijft zelfs een aantal digitale basisvaardigheden (bv. online betalen en aankopen doen) heel wat moeite kosten.

BESCHRIJVING ATTITUDEPROFIELEN

	Passionele Minnaar (19%)	Haat-liefde verhouding (20%)	Platonische relatie (19%)	LAT-relatie (25%)	Geen relatie (17%)	Totaal
Ik vind van mezelf dat ik veel tijd op mijn smartphone doorbreng	25%	51%	54%	12%	9%	**31%**
Ik voel me verslaafd aan mijn smartphone	16%	30%	36%	3%	4%	**18%**
Dankzij het internet ben ik veel beter geïnformeerd over het nieuws	76%	76%	75%	57%	52%	**68%**
Ik ben bezorgd over de invloed van valse nieuwsberichten op de maatschappij	57%	94%	69%	78%	73%	**74%**
Ik ben bezorgd over de invloed van valse nieuwsberichten op mezelf	16%	50%	40%	36%	45%	**37%**
Sociale media zijn te tijdsintensief	47%	78%	63%	66%	56%	**63%**
Ik kan geen dag zonder sociale media	25%	23%	45%	7%	14%	**23%**
Online shoppen is gemakkelijker dan naar de winkel gaan	73%	77%	59%	44%	29%	**58%**
Dankzij digitale technologie was de coronacrisis aangenamer	81%	84%	70%	48%	31%	**65%**

Beschrijving attitudeprofielen
Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
Filters op internet- en smartphonebezit van toepassing

BESCHRIJVING ATTITUDEPROFIELEN

	Passionele Minnaar (19%)	Haat-liefde verhouding (20%)	Platonische relatie (19%)	LAT-relatie (25%)	Geen relatie (17%)	Totaal
Hoe bezorgd ben je over jouw online privacy? - (heel) bezorgd	13%	76%	53%	59%	60%	**52%**
Als gebruiker heb ik geen controle meer over welke persoonlijke informatie van mij verzameld en gebruikt wordt	50%	75%	70%	75%	74%	**69%**
Het stoort me dat bedrijven niet transparant zijn over welke gegevens ze van mij bezitten en verzamelen	43%	92%	70%	80%	77%	**73%**
Ik vind het oké om persoonlijke gegevens te delen zolang ik daarvoor iets in de plaats krijg (bv. informatie en dienstverlening op maat)	44%	34%	28%	17%	15%	**27%**
Ik denk goed na voor ik een applicatie toegang geef tot mijn locatie, microfoon, contactlijst, camera, ...	73%	85%	66%	83%	72%	**76%**
Hoe sta jij tegenover AI? - Positief	67%	66%	32%	23%	9%	**39%**
Ik ben geïnteresseerd in digitale technologieën	96%	99%	80%	73%	47%	**81%**
Omgaan met digitale technologieën is gemakkelijk voor mij	95%	98%	63%	54%	13%	**68%**
In het algemeen vertrouw ik technologie niet	2%	6%	16%	16%	21%	**12%**
Digitale technologieën gebruiken is leuk	95%	96%	78%	64%	31%	**75%**
Digitale technologieën maken ons leven gemakkelijker en comfortabeler	97%	96%	82%	71%	45%	**81%**
Digitale technologieën maken mensen dommer	12%	28%	24%	23%	23%	**22%**
Digitale technologieën helpen me meer of betere relaties te hebben met vrienden en familie	50%	45%	43%	24%	23%	**38%**
Mensen zijn te afhankelijk van technologie	39%	65%	73%	69%	74%	**64%**
Technologische veranderingen en innovaties komen te vlug na elkaar	18%	31%	51%	62%	75%	**46%**

Beschrijving attitudeprofielen
Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
Filters op internet- en smartphonebezit van toepassing

BESCHRIJVING ATTITUDEPROFIELEN

	Passionele Minnaar (19%)	Haat-liefde verhouding (20%)	Platonische relatie (19%)	LAT-relatie (25%)	Geen relatie (17%)	Totaal
Ik heb er vertrouwen in dat ik in staat ben om digitale vaardigheden te leren	99%	100%	91%	91%	60%	**90%**
Termen gelinkt aan digitale toepassingen vind ik verwarrend	8%	8%	38%	28%	60%	**26%**
Ik heb digitale toepassingen vermeden omdat ik er niet vertrouwd mee ben	6%	6%	30%	24%	54%	**22%**
Ik twijfel om digitale toepassingen te gebruiken omdat ik vrees fouten te maken die ik niet kan rechtzetten	4%	4%	33%	20%	62%	**21%**
Ik denk dat ik op professioneel vlak niet genoeg met tech kan omgaan	6%	7%	33%	23%	55%	**22%**
Ik kan de meest voorkomende problemen, die gepaard gaan met het gebruik van digitale technologie, oplossen	86%	91%	45%	50%	13%	**60%**
Voelt zich geinformeerd omtrent cybercriminaliteit - Ja	75%	72%	33%	43%	21%	**51%**
Weet wat AI betekent? - Ja*	79%	91%	45%	59%	26%	**61%**
16-24	18%	13%	30%	5%	3%	**14%**
25-34	21%	27%	17%	9%	2%	**16%**
35-44	21%	22%	14%	14%	5%	**16%**
45-54	16%	19%	15%	20%	13%	**17%**
55-64	14%	12%	11%	24%	22%	**16%**
65+	11%	7%	13%	29%	55%	**21%**

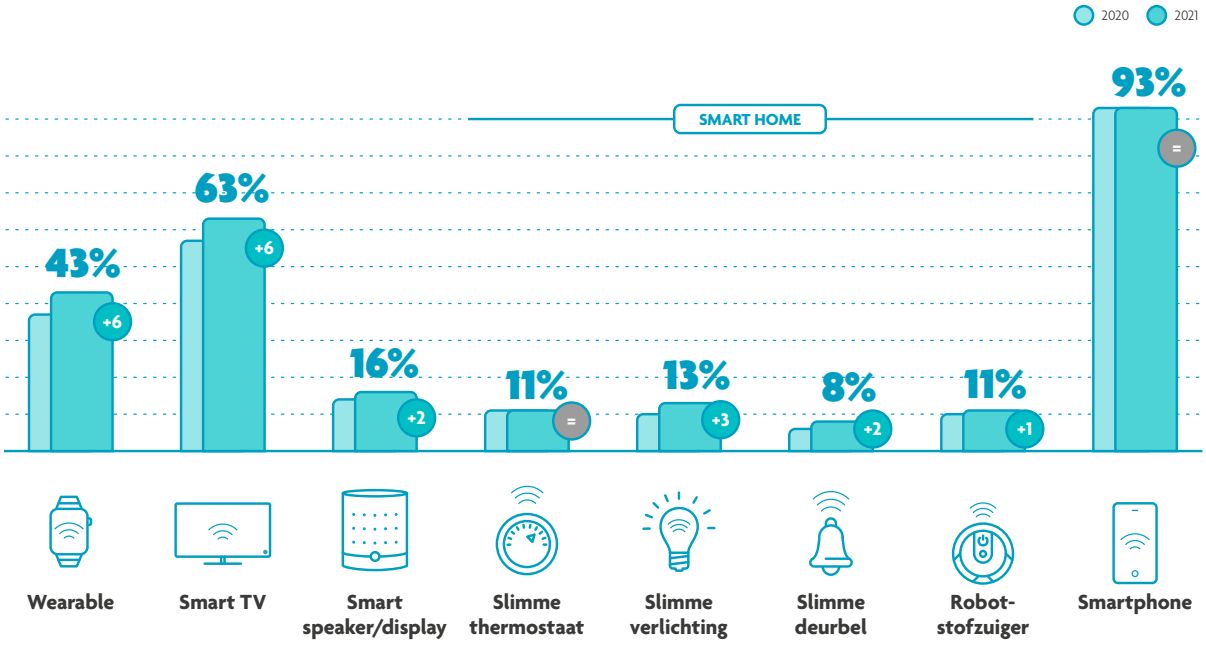
Beschrijving attitudeprofielen
Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
Filters op internet- en smartphonebezit van toepassing
*Geen filters

HOOFDSTUK 2

TOESTELLEN EN VERBINDINGEN

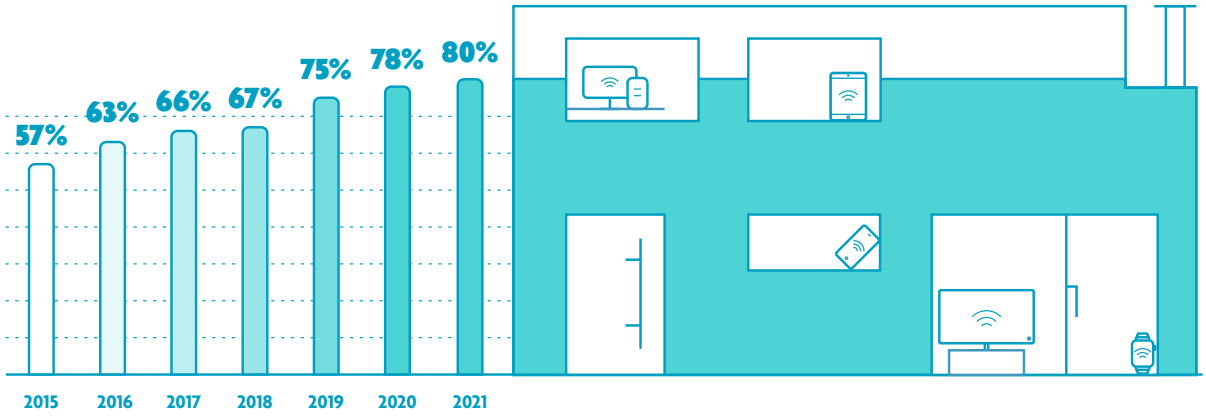
TOESTELLEN & VERBINDINGEN

Opmars smart (home) toestellen

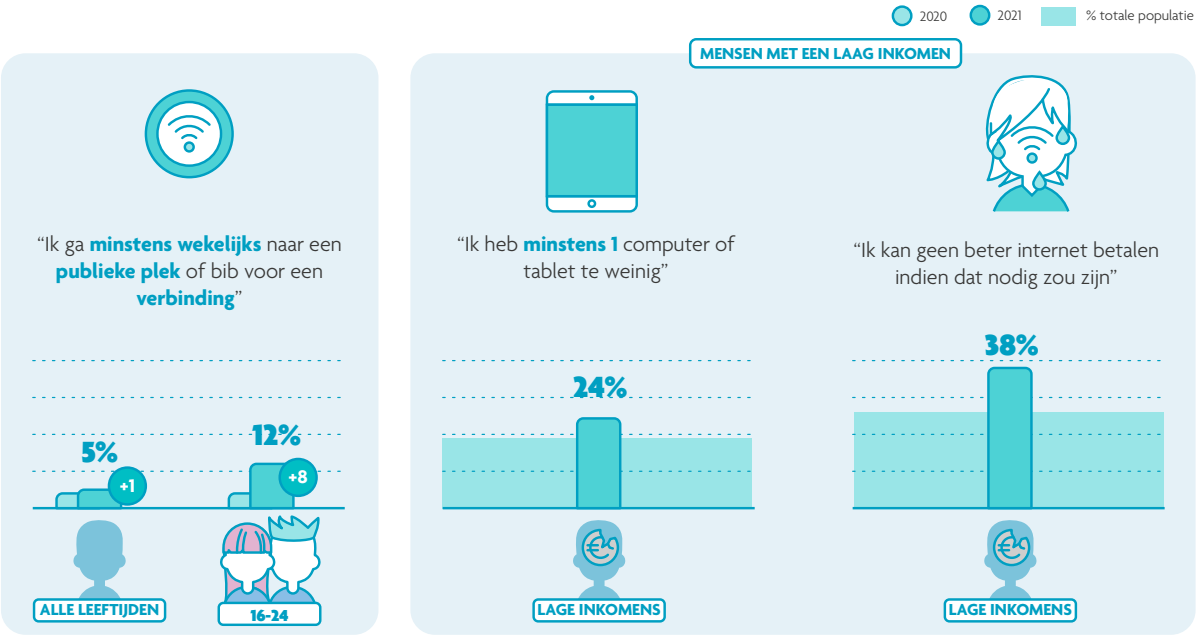


80% +2

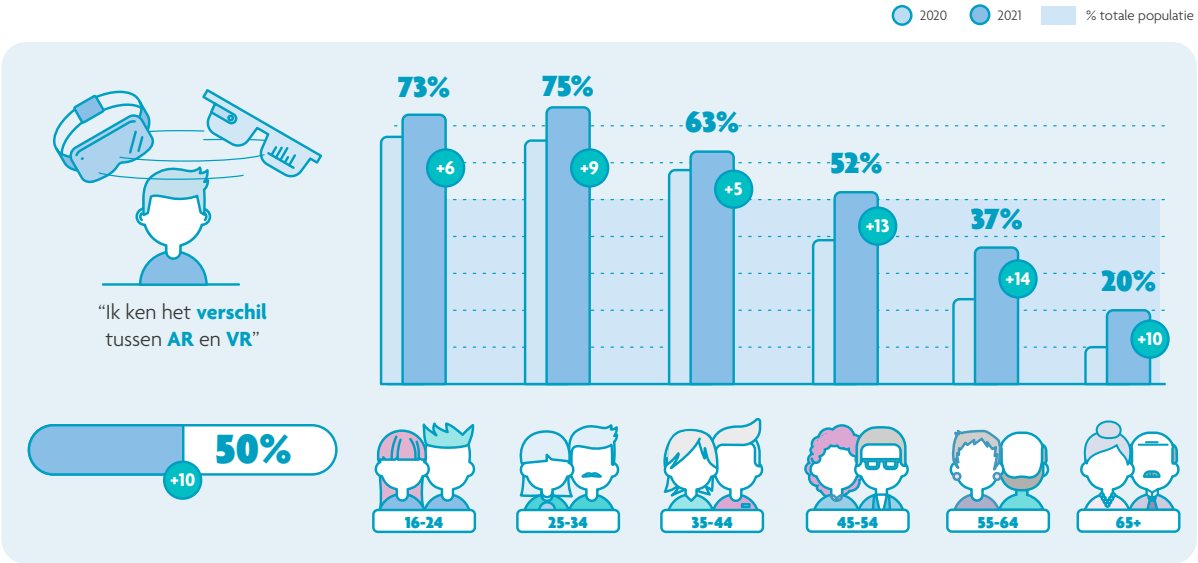
van de Vlaamse gezinnen
heeft **3 of meer smart devices in huis**



Smart en **connected** geldt **nog niet** voor **iedereen**



AR/VR: Ruime kennis, exploratief gebruik



TOESTELLEN EN VERBINDINGEN

BEZIT TOESTELLEN EN VERBINDINGEN

Al enkele jaren zien we voor de meest courante technologieën zoals smartphone, flatscreen tv en laptop/desktop weinig verandering in de adoptiecijfers. Ondertussen geeft al 93% van de Vlamingen aan een smartphone te bezitten en 95% een flatscreen tv. Ook wat betreft internetconnectie zien we stilaan een verzadiging optreden: 99% van de bevraagden heeft thuis een internetverbinding (via een kabel of draadloos via wifi) en 89% beschikt over mobiel internet. Toch zijn daarbij wel nog grote verschillen op te merken: 84% van de Vlamingen uit gezinnen met lagere inkomens beschikt over mobiel internet, terwijl dit maar liefst 97% is bij gezinnen met hogere inkomens. Senioren beschikken ook nog opmerkelijk minder over mobiel internet (76%) dan jongere generaties.

Ook de kwaliteit van het beschikbare internet speelt echter een belangrijke rol. 26% van de Vlamingen met een vaste internetverbinding geeft aan dat, mochten zij het nodig hebben, ze geen beter internet thuis zouden kunnen betalen. Bij Vlamingen uit gezinnen met lage inkomens is dat zelfs 38%. Voor mobiel internet zien we hetzelfde: 26% van de Vlamingen met een mobiele internetverbinding geeft aan geen beter mobiel internet te kunnen betalen mocht dat nodig zijn.

Ook wat betreft computerbezit moeten enkele belangrijke kanttekeningen gemaakt worden. Hoewel 97% van de Vlamingen een laptop, desktop of tablet in huis heeft en 79% zelfs twee tot vijf computers bezit, geeft 19% aan minstens 1 computer of tablet extra nodig te hebben. Bij gezinnen met lage inkomens is dat zelfs 26%.

SLIMME TOESTELLEN

In de categorie slimme toestellen zijn de wearable en de smart tv de stijgers: 43% van de Vlamingen heeft een wearable (tegenover 37% in 2021), terwijl 63% (+6) een smart tv heeft.

Digitale versnelling gaat ook gepaard met een versneld afscheid van oudere technologie. Zo zien we een daling in het bezit van de vaste telefoon (50%, -7) en het gebruik van sms (39%, -4). Ook de tablet (59%, -4), die als gedeeld toestel wordt gebruikt, lijkt op een plafond te botsten in tijden waar persoonlijke diensten groeien die dus beter aansluiten bij smartphonegebruik.

Het aantal slimme toestellen per Vlaming blijft dan ook voorzichtig stijgen. 80% van de Vlamingen heeft in 2021 drie of meer slimme toestellen in huis tegenover 78% in 2021. 5% heeft er slechts één of geen. Vooral bij de Vlamingen uit gezinnen met lagere inkomens zien we meer Vlamingen met slechts één of geen slimme toestellen (8%). Bij de Vlamingen uit gezinnen met hogere inkomens heeft zo goed als iedereen minstens twee slimme toestellen tot zijn of haar persoonlijke beschikking.

SMART HOME

Het aandeel smart home toestellen (slimme thermostaat, verlichting, deurbel en robotstofzuiger) blijft traag groeien. Het aantal eigenaars van een slimme thermostaat blijft gelijk (11%), terwijl het aantal mensen met slimme verlichting met drie procentpunten toeneemt tot 13%. 11% van de Vlamingen heeft ondertussen een robotstofzuiger (+1). Daarmee ontgroeien de smart home toestellen stilaan de niche van innovators en early adopters in Vlaanderen.

AR/VR

De kennis van AR (Augmented Reality) en VR (Virtual Reality) is er in 2021 alvast sterk op vooruitgegaan. 50% van de Vlamingen weet correct het verschil tussen AR en VR aan te duiden. Toch blijft het aantal Vlamingen dat in 2021 ervaring opdeed met AR (12%) of VR (20%) stabiel ten opzichte van 2020.

GEBRUIK TOESTELLEN EN VERBINDINGEN

In de slipstream van de pandemie ondergingen heel wat dienstverleningen (bankieren, shoppen, werken, onderwijs, sociaal contact, streaming entertainment, ...) een online platformversnelling. Dit lijkt een blijvend effect waardoor we nog intenser gebruik zijn gaan maken van apps, platformen en de smartphone en computer (vast of draagbaar) als meest gebruikte schermen. 89% van de Vlamingen gebruikt minstens wekelijks een computer. Bij de smartphone is dat zelfs 93% en het valt op dat de smartphone voor meer en meer diensten het voorkeursscherm is geworden.

Zo goed als iedereen gebruikt minstens op wekelijkse basis het internet, maar de internetaansluiting die men thuis ter beschikking heeft voldoet niet altijd aan de behoefte. Ondanks de vele extra schermen en upgrades in internetverbindingen die we in de voorbije coronaperiode mochten noteren, beschikt 6% van de Vlamingen thuis nog steeds niet over de combinatie internet en computer. Binnen die context valt op dat het afgelopen jaar meer jongeren naar de bibliotheek trokken om daar gebruik te maken van een (gratis) computer, internet of wifi: 12% deed dat wekelijks om online les te volgen of een film/serie te bekijken/downloaden, terwijl dat in 2020 nog 4% was. Dat dit aantal vorig jaar een stuk lager lag, had grotendeels te maken met de algemene sluiting van bibliotheken in de eerste lockdown. In 2021 bleven deze wel open. Jongeren die buitenshuis op publieke plaatsen hun connectiviteit zoeken, zijn vooral jongeren uit gezinnen met lagere inkomens. 24% van de 16-25-jarigen uit gezinnen met een lager inkomen valt op publieke connectiviteit terug om gebruik te maken van online platformdiensten tegenover slechts 5% van de 16-25 jarigen uit gezinnen met een hoger inkomen. Ook op toegangsvlak blijft er dus zeker een digitale kloof bestaan.

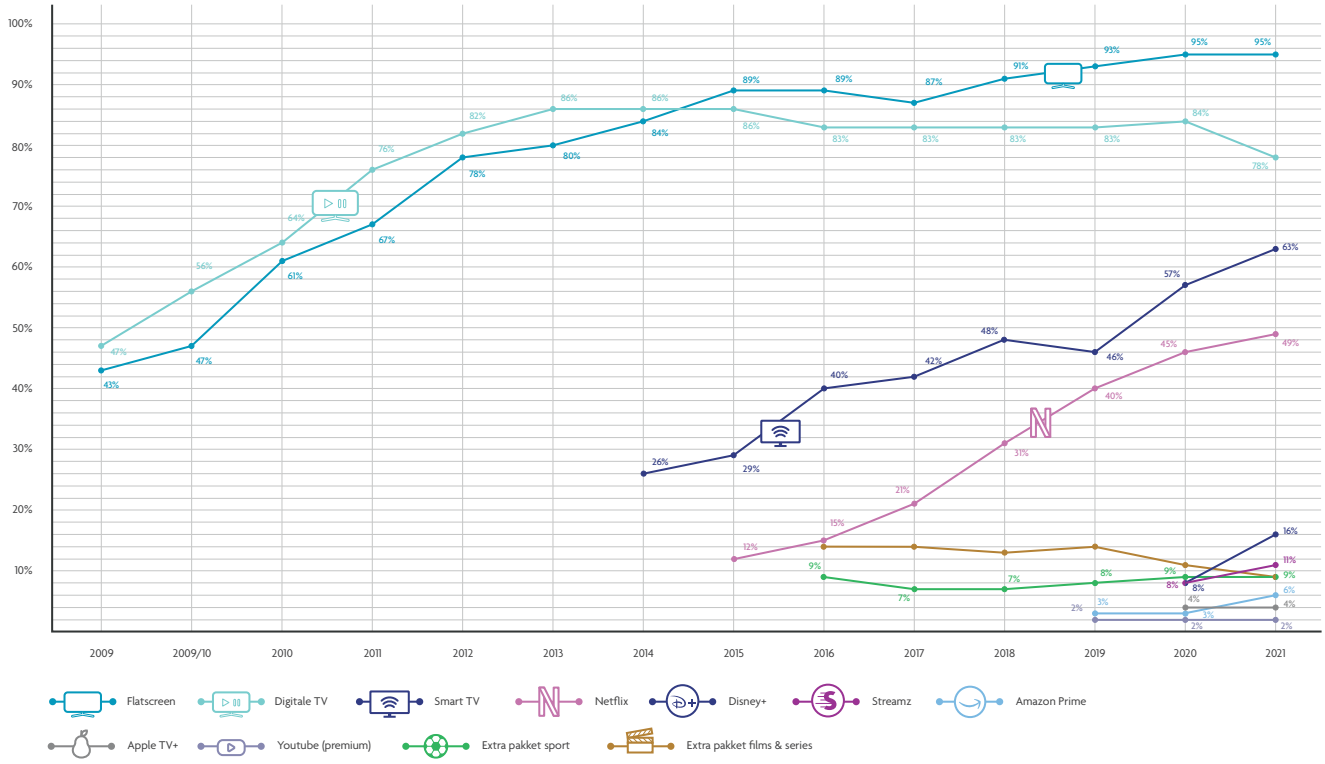
OPMARS STREAMINGPLATFORMEN

Een blijvend gevolg van de digitale coronaversnelling is de grote sprong voorwaarts inzake bezit en gebruik van online platformdiensten in allerlei markten (online shopping, online onderwijs, online werk, online gezondheidsmanagement, online banking,...). Op entertainmentvlak vertaalt zich dat in een gestage opmars van online gaming, online muziek- en vooral online videostreaming waar het afgelopen jaar een heuse 'streamingoorlog' is losgebarsten. Met ondertussen 55% (+5) van de Vlamingen die toegang heeft tot een betalende streamingdienst zijn platformen als Netflix, Disney+ en Streamz een mainstream component in de kijkervaring geworden.

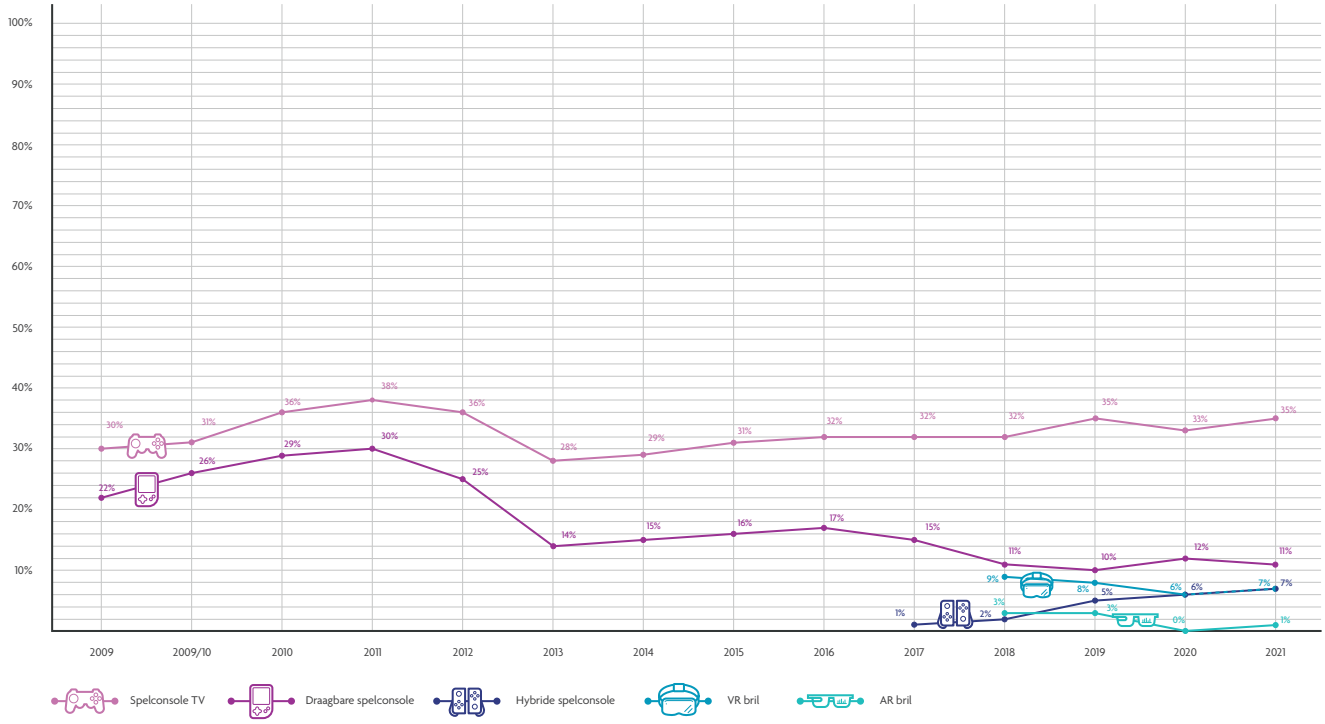
Zelfs het cumuleren van meerdere betalende streamingabonnementen werd in 2021 mainstream in Vlaanderen. 23% heeft toegang tot meerdere streamingdiensten terwijl dit vorig jaar nog maar 15% was. Netflix was de eerste grote streamingdienst en heeft nog steeds met grote voorsprong de meeste gebruikers (49%, +4). Netflix blijft de referentie en lijdt niet meteen onder de extra concurrenten. Onder die verzamelde concurrentie neemt Disney+ (16%, +8) een lichte afstand van Streamz (11%, +3), Amazon (6%) hinkt wat achterop in Vlaanderen.

Vlaanderen is de streamingmarkt met andere woorden volop aan het verkennen en daarbij lijken Disney+ en Streamz met elkaar in de weegschaal te liggen om de tweede partij naast Netflix te worden. De grootste opmars van streaming noteren we binnen de categorie 25-34 jarigen waar 44% (+16) ondertussen gebruik maakt van minstens 2 streamingabonnementen. Hier blijkt dat bij een groeiend aantal onder hen dit kadert in het vervangen van digitale televisie. Digitale televisie zakte over het algemeen van 84% naar 78%, maar bij de 25-34 jarigen was deze trend nog meer uitgesproken: van 74% naar 67%. Daarmee is het cord-cutting fenomeen na een pauzejaar weer helemaal terug. Het aantal cord-cutters in Vlaanderen steeg naar 10% (+4) en die situeren zich hoofdzakelijk in deze leeftijdscategorie 'nestverlaters'.

TOEGANG TOT TV-TOESTEL, DIGITALE-TV AANSLUITING & STREAMINGDIENSTEN

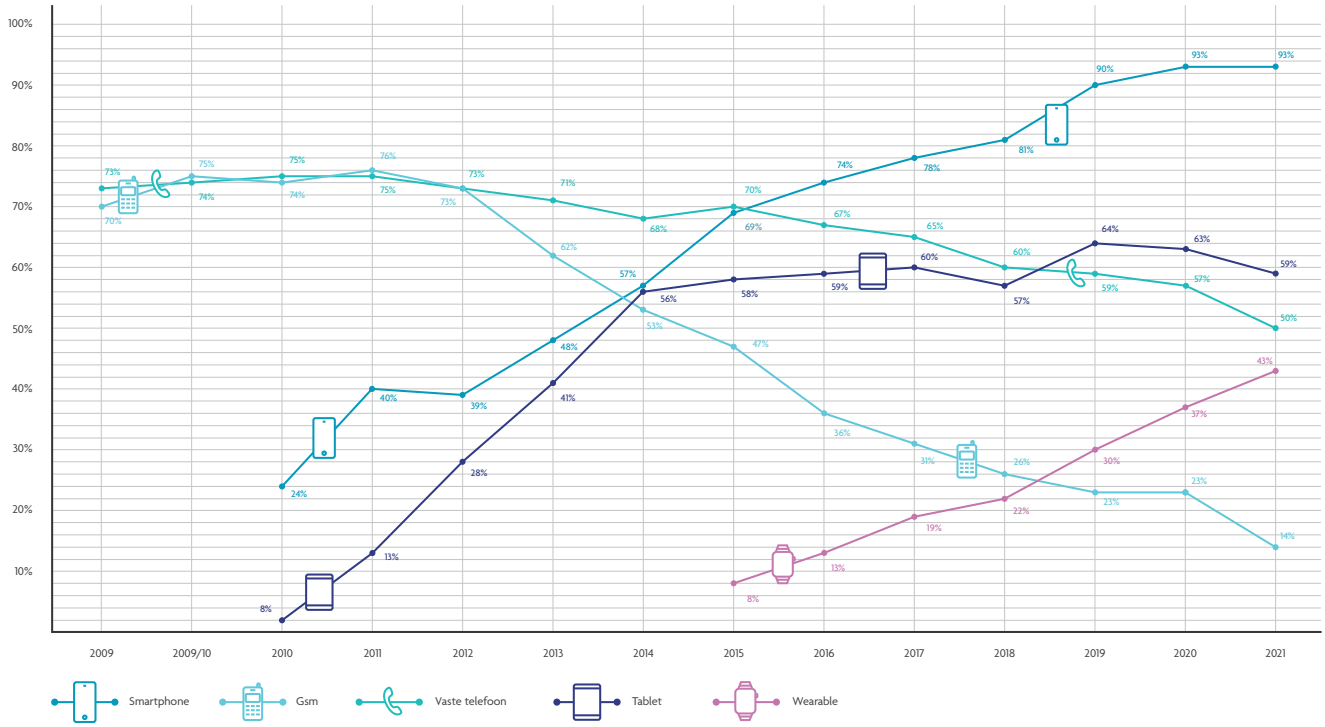


TOEGANG SPELCONSOLES

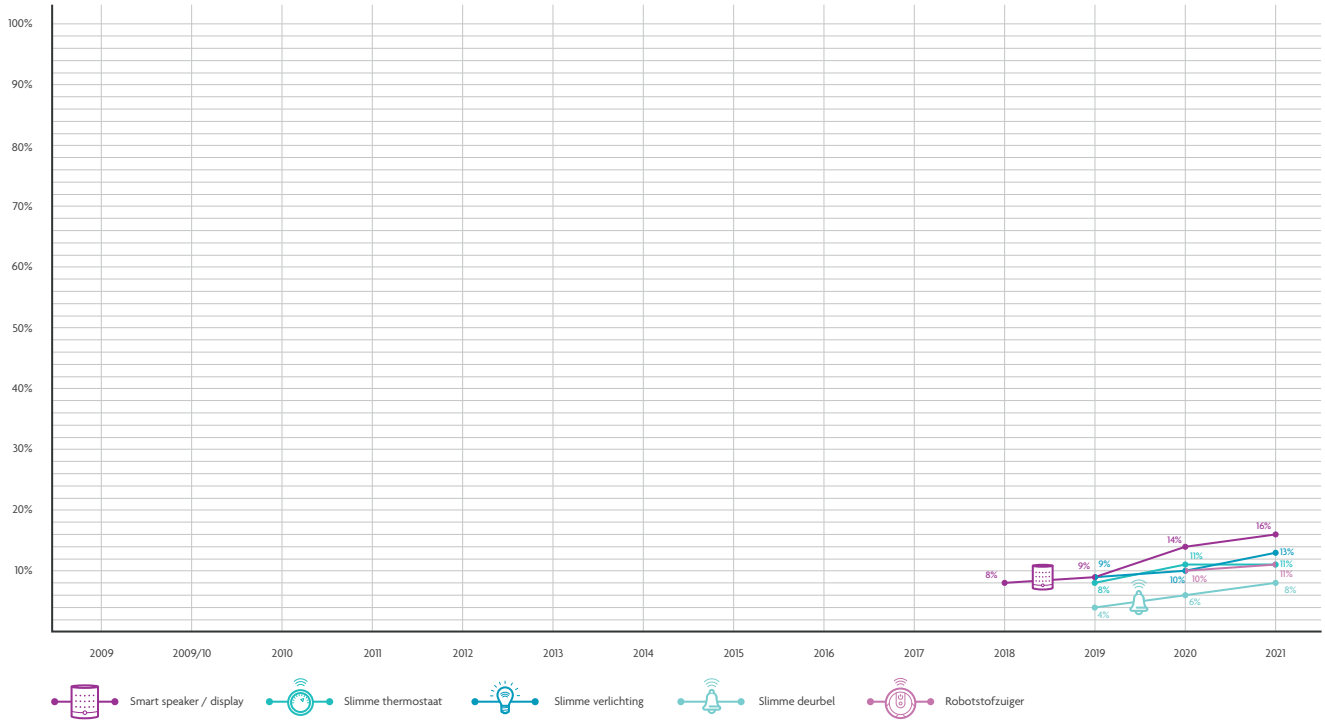


TOEGANG TOT INTERNET EN COMPUTER

TOEGANG TOT MOBIELE APPARATEN



TOEGANG TOT SMART HOME TOESTELLEN



BEZIT VAN TOESTELLEN EN DIENSTEN. EVOLUTIE SINDS 2009

	2009	2009/10	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Internet	78%	81%	85%	90%	91%	93%	92%	91%	91%	94%	96%	98%	99%	**99%**
Mobiel internet													88%	**90%**
Laptop	52%	64%	65%	76%	80%	79%	79%	79%	81%	81%	80%	81%	82%	**84%**
Desktop	63%	63%	65%	67%	66%	55%	54%	51%	44%	42%	39%	40%	44%	**43%**
Smartphone			24%	40%	39%	48%	57%	69%	74%	78%	81%	90%	93%	**93%**
Vaste telefoon	73%	74%	75%	75%	73%	71%	68%	70%	67%	65%	60%	59%	57%	**50%**
Tablet			2%	13%	28%	41%	56%	58%	59%	60%	57%	64%	63%	**59%**
GSM*	70%	75%	74%	76%	73%	62%	53%	47%	36%	31%	26%	23%	23%	**14%**
Wearable								8%	13%	19%	22%	30%	37%	**43%**
Flatscreen	43%	47%	61%	67%	78%	80%	84%	89%	89%	87%	91%	93%	95%	**95%**
Digitale TV	47%	56%	64%	76%	82%	86%	86%	86%	83%	83%	83%	83%	84%	**78%**
Netflix								12%	15%	21%	31%	40%	45%	**49%**
Smart TV							26%	29%	40%	42%	48%	46%	57%	**63%**
Spel Console TV	30%	31%	36%	38%	36%	28%	29%	31%	32%	32%	32%	35%	33%	**35%**
Draagbare spelconsole	22%	26%	29%	30%	25%	14%	15%	16%	17%	15%	11%	10%	12%	**11%**
Hybride spelconsole										1%	2%	5%	6%	**7%**
Smart speaker/ smart display											8%	9%	14%	**16%**
VR bril											9%	8%	6%	**7%**
AR bril											3%	3%	0%	**1%**
Slimme thermostaat										5%		8%	11%	**11%**
Slimme verlichting										4%		9%	10%	**13%**
Slimme deurbel												4%	6%	**8%**
Robotstofzuiger													10%	**11%**
Extra pakket films en series									14%	14%	13%	14%	11%	**9%**
Extra pakket sport									9%	7%	7%	8%	9%	**9%**
YouTube (premium)												2%	2%	**2%**
Amazon Prime												3%	3%	**6%**
Apple TV+													4%	**4%**
Disney+													8%	**16%**
Streamz													8%	**11%**

Welke toestellen en diensten heb je in huis?
*voor 2021 was dit dagelijks gebruik ipv bezit

BEZIT VAN TOESTELLEN EN DIENSTEN, NAAR LEEFTIJD

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Smart TV	72%	72%	65%	65%	58%	52%	**63%**
Flatscreen	96%	92%	95%	94%	95%	96%	**95%**
Desktop	46%	35%	40%	45%	44%	48%	**43%**
Laptop	91%	90%	88%	83%	81%	75%	**84%**
Vaste telefoon	47%	20%	35%	49%	58%	76%	**50%**
GSM*	10%	8%	9%	13%	15%	23%	**14%**
Smartphone	100%	99%	97%	95%	93%	81%	**93%**
Tablet	57%	52%	63%	63%	61%	59%	**59%**
Wearable	46%	56%	54%	47%	35%	28%	**43%**
Smart speaker/smart display	14%	21%	20%	16%	16%	11%	**16%**
Internet	100%	99%	98%	97%	98%	100%	**99%**
Mobiel internet	96%	96%	96%	92%	89%	76%	**89%**
Digitale TV	84%	67%	74%	80%	84%	78%	**78%**
Netflix	74%	76%	65%	51%	34%	18%	**49%**
Extra pakket films en series	13%	8%	10%	7%	10%	7%	**9%**
Extra pakket sport	10%	8%	6%	9%	7%	12%	**9%**
YouTube (premium)	2%	5%	3%	2%	1%	1%	**2%**
Amazon Prime	8%	12%	8%	6%	2%	1%	**6%**
Apple TV+	5%	7%	3%	6%	2%	2%	**4%**
Disney+	28%	32%	24%	12%	4%	3%	**16%**
Streamz	14%	15%	12%	10%	10%	7%	**11%**
VR bril	13%	12%	10%	7%	3%	1%	**7%**
AR bril	2%	1%	1%	0%	0%	0%	**1%**
Spel Console TV	67%	53%	48%	46%	14%	3%	**35%**
Draagbare spelconsole	29%	16%	15%	11%	3%	1%	**11%**
Hybride spelconsole	14%	13%	12%	7%	2%	0%	**7%**
Slimme thermostaat	11%	14%	13%	12%	9%	7%	**11%**
Slimme verlichting	18%	22%	19%	12%	8%	4%	**13%**
Slimme deurbel	12%	11%	9%	8%	6%	4%	**8%**
Robotstofzuiger	13%	17%	15%	12%	10%	6%	**11%**

Welke toestellen en diensten heb je in huis?
*Voor 2021 was dit dagelijks gebruik ipv bezit

BEZIT VAN TOESTELLEN EN DIENSTEN, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Smart TV	64%	56%	63%	71%	**63%**
Flatscreen	96%	92%	95%	97%	**95%**
Desktop	49%	43%	40%	39%	**43%**
Laptop	85%	77%	85%	91%	**84%**
Vaste telefoon	55%	48%	49%	49%	**50%**
GSM	13%	19%	13%	8%	**14%**
Smartphone	94%	89%	92%	98%	**93%**
Tablet	61%	51%	62%	68%	**59%**
Wearable	42%	35%	47%	54%	**43%**
Smart speaker/smart display	16%	12%	17%	22%	**16%**
Internet	99%	97%	99%	100%	**99%**
Mobiel internet	91%	84%	89%	97%	**89%**
Digitale TV	80%	73%	81%	80%	**78%**
Netflix	54%	39%	47%	63%	**49%**
Extra pakket films en series	11%	7%	8%	10%	**9%**
Extra pakket sport	10%	8%	8%	9%	**9%**
YouTube (premium)	2%	1%	2%	3%	**2%**
Amazon Prime	5%	5%	5%	7%	**6%**
Apple TV+	4%	3%	4%	6%	**4%**
Disney+	16%	12%	16%	20%	**16%**
Streamz	11%	9%	10%	14%	**11%**
VR bril	9%	5%	8%	7%	**7%**
AR bril	1%	0%	1%	1%	**1%**
Spel Console TV	44%	29%	29%	36%	**35%**
Draagbare spelconsole	16%	10%	9%	8%	**11%**
Hybride spelconsole	8%	5%	8%	8%	**7%**
Slimme thermostaat	11%	6%	11%	19%	**11%**
Slimme verlichting	13%	9%	13%	19%	**13%**
Slimme deurbel	9%	4%	6%	13%	**8%**
Robotstofzuiger	11%	7%	12%	19%	**11%**

Welke toestellen en diensten heb je in huis?

BEZIT VAN TOESTELLEN EN DIENSTEN, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Smart TV	71%	71%	63%	59%	47%	**63%**
Flatscreen	97%	95%	96%	95%	91%	**95%**
Desktop	46%	46%	40%	45%	38%	**43%**
Laptop	90%	91%	86%	82%	66%	**84%**
Vaste telefoon	42%	43%	42%	58%	65%	**50%**
GSM	6%	9%	11%	16%	29%	**14%**
Smartphone	99%	99%	99%	91%	74%	**93%**
Tablet	65%	67%	57%	58%	48%	**59%**
Wearable	53%	63%	44%	35%	18%	**43%**
Smart speaker/smart display	22%	23%	15%	13%	6%	**16%**
Internet	99%	100%	99%	98%	96%	**99%**
Mobiel internet	97%	97%	96%	88%	68%	**89%**
Digitale TV	83%	76%	78%	80%	72%	**78%**
Netflix	67%	67%	56%	37%	19%	**49%**
Extra pakket films en series	9%	12%	10%	7%	7%	**9%**
Extra pakket sport	8%	7%	12%	9%	8%	**9%**
YouTube (premium)	3%	4%	2%	2%	0%	**2%**
Amazon Prime	9%	11%	5%	3%	1%	**6%**
Apple TV+	5%	7%	5%	2%	1%	**4%**
Disney+	23%	25%	19%	8%	3%	**16%**
Streamz	15%	13%	12%	9%	5%	**11%**
VR bril	10%	12%	8%	4%	1%	**7%**
AR bril	2%	1%	1%	0%	0%	**1%**
Spel Console TV	49%	46%	44%	24%	11%	**35%**
Draagbare spelconsole	19%	14%	14%	6%	4%	**11%**
Hybride spelconsole	11%	13%	7%	4%	1%	**7%**
Slimme thermostaat	14%	18%	9%	9%	3%	**11%**
Slimme verlichting	18%	26%	10%	7%	1%	**13%**
Slimme deurbel	10%	13%	9%	5%	2%	**8%**
Robotstofzuiger	16%	17%	11%	8%	4%	**11%**

Welke toestellen en diensten heb je in huis?

BEZIT DESKTOP COMPUTERS, LAPTOPS EN INTERNET, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Bezit geen computer (vast of draagbaar)	2020	2%	3%	4%	5%	5%	10%	**5%**
	2021	**4%**	**5%**	**5%**	**7%**	**6%**	**4%**	**5%**
Bezit geen computer of geen internet-verbinding thuis	2020	2%	4%	6%	6%	6%	10%	**6%**
	2021	**4%**	**5%**	**6%**	**8%**	**7%**	**4%**	**6%**
Heeft geen internet-verbinding thuis	2020	0%	1%	1%	2%	1%	3%	**1%**
	2021	**0%**	**1%**	**2%**	**3%**	**2%**	**0%**	**1%**

Welke toestellen en diensten heb je in huis?

BEZIT DESKTOP COMPUTERS, LAPTOPS EN INTERNET, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Bezit geen computer (vast of draagbaar)	5%	7%	4%	2%	**5%**
Bezit geen computer of geen internetverbinding thuis	6%	8%	5%	2%	**6%**
Heeft geen internetverbinding thuis	1%	3%	1%	0%	**1%**

Welke toestellen en diensten heb je in huis?

WEKELIJKS GEBRUIK VAN TOESTELLEN EN INTERNET, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Hoe vaak gebruik je internet?	2020	100%	100%	99%	99%	99%	95%	**98%**
	2021	**100%**	**100%**	**99%**	**99%**	**99%**	**97%**	**99%**
Hoe vaak gebruik je een computer? (=vaste computer of laptop). Dit kan thuis zijn, maar ook op school, werk of in de bib	2020	95%	89%	89%	90%	87%	83%	**88%**
	2021	**93%**	**87%**	**90%**	**88%**	**90%**	**90%**	**89%**
Hoe vaak gebruik je een smartphone? Dit kan je eigen smartphone zijn of die van iemand anders	2020	99%	98%	96%	94%	94%	78%	**92%**
	2021	**99%**	**99%**	**97%**	**95%**	**92%**	**81%**	**93%**
Hoe vaak ga je naar vrienden, familie, de bibliotheek of andere publieke plaatsen om daar gebruik te maken van een (gratis) computer, internet of wifi?	2020	4%	5%	4%	3%	3%	3%	**4%**
	2021	**12%**	**6%**	**5%**	**6%**	**4%**	**2%**	**5%**

Minstens wekelijks gebruik

WEKELIJKS GEBRUIK VAN TOESTELLEN EN INTERNET, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Hoe vaak gebruik je internet?	99%	98%	100%	100%	**99%**
Hoe vaak gebruik je een computer? (=vaste computer of laptop).	90%	86%	91%	94%	**89%**
Hoe vaak gebruik je een smartphone?	94%	88%	93%	98%	**93%**
Hoe vaak ga je naar vrienden, familie, de bibliotheek of andere publieke plaatsen om daar gebruik te maken van een (gratis) computer, internet of wifi?	7%	6%	4%	3%	**5%**

Minstens wekelijks gebruik

WEKELIJKS GEBRUIK VAN TOESTELLEN EN INTERNET, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Hoe vaak gebruik je internet?	100%	100%	100%	99%	95%	**99%**
Hoe vaak gebruik je een computer? (=vaste computer of laptop).	93%	96%	88%	89%	80%	**89%**
Hoe vaak gebruik je een smartphone?	99%	99%	98%	92%	74%	**93%**
Hoe vaak ga je naar vrienden, familie, de bibliotheek of andere publieke plaatsen om daar gebruik te maken van een (gratis) computer, internet of wifi?	3%	4%	9%	5%	6%	**5%**

Minstens wekelijks gebruik

KENNIS VAN VR/AR, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Weten het verschil tussen AR en VR 3 keer juist te beantwoorden	2019	57%	66%	57%	46%	27%	13%	**41%**
	2020	67%	66%	58%	39%	23%	10%	**40%**
	2021	**73%**	**75%**	**63%**	**52%**	**37%**	**20%**	**50%**

Duid aan of deze voorbeelden AR of VR zijn

ERVARINGEN MET VR/AR TIJDENS HET AFGELOPEN JAAR, NAAR LEEFTIJD

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Augmented reality ervaring gehad	2020	18%	23%	17%	10%	3%	1%	**11%**
	2021	**14%**	**23%**	**17%**	**13%**	**6%**	**2%**	**12%**
Virtual reality ervaring gehad	2020	41%	34%	23%	15%	9%	5%	**19%**
	2021	**36%**	**33%**	**27%**	**19%**	**12%**	**5%**	**20%**
Geen van beide gehad	2020	50%	53%	65%	76%	87%	89%	**72%**
	2021	**52%**	**53%**	**62%**	**72%**	**82%**	**89%**	**71%**
Ik weet het niet	2020	2%	3%	3%	2%	2%	3%	**3%**
	2021	**4%**	**2%**	**3%**	**2%**	**2%**	**3%**	**3%**

Heb je het afgelopen jaar een ervaring beleefd met augmented reality (AR) of virtual reality (VR)?

BEZIT VAN SLIMME TOESTELLEN. EVOLUTIE SINDS 2015

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
0 smart devices	7%	7%	5%	2%	0%	1%	**0%**
1 smart device	15%	10%	12%	8%	6%	3%	**5%**
2 smart devices	22%	21%	16%	23%	18%	18%	**16%**
3 smart devices	34%	31%	30%	32%	33%	33%	**32%**
4 smart devices	20%	26%	29%	26%	30%	33%	**32%**
5 smart devices	3%	6%	8%	9%	12%	11%	**15%**
3 smart devices of meer	57%	63%	66%	67%	75%	78%	**80%**

Aantal types smart devices in huis en/of persoonlijk gebruikend
(computer, tablet, smartphone, smart tv en smart wearable)

BEZIT VAN SLIMME TOESTELLEN, NAAR SES. EVOLUTIE SINDS 2020

		Student/geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Bezit van 3 of meer smart devices	2020	79%	63%	77%	84%	**78%**
	2021	**82%**	**71%**	**80%**	**91%**	**80%**
Bezit van geen of één smart device	2020	5%	9%	3%	1%	**4%**
	2021	**4%**	**8%**	**5%**	**1%**	**5%**

Welke toestellen en diensten heb je in huis?

NIET MOGELIJK OM TE BETALEN VOOR BETER INTERNET, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Geen mogelijkheid om beter internet thuis te betalen	28%	38%	18%	7%	**26%**
Geen mogelijkheid om beter mobiel internet te betalen	27%	41%	18%	8%	**26%**

Indien je het zou willen of nodig zou hebben, kan jij/je huishouden betalen voor beter internet thuis? - (eerder) niet
Filter op bezit vast of mobiel internet bezit

BEZIT COMPUTERS EN TABLETS, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Geen	2%	5%	1%	1%	**3%**
1	11%	24%	17%	4%	**15%**
2	16%	26%	24%	14%	**21%**
3	15%	21%	18%	24%	**19%**
4	15%	11%	13%	20%	**14%**
5	12%	5%	10%	14%	**10%**
6	10%	3%	8%	11%	**7%**
7	7%	2%	4%	5%	**4%**
8	4%	1%	2%	3%	**3%**
9	1%	1%	1%	1%	**1%**
10	2%	1%	1%	1%	**1%**
meer dan 10	4%	1%	1%	1%	**2%**

Hoeveel computers en tablets heeft jouw huishouden? Tel alle vaste computers, laptops en tablets die werken.
Tel ook de computers van het werk of school die je thuis gebruikt

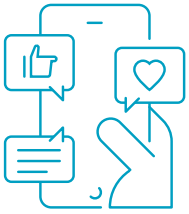
EXTRA BENODIGDE COMPUTERS OF TABLETS, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Geen	77%	75%	87%	92%	**81%**
1	9%	13%	7%	3%	**9%**
2	7%	6%	4%	3%	**5%**
3	3%	3%	1%	1%	**2%**
4	2%	1%	1%	1%	**1%**
5	1%	0%	0%	1%	**1%**
6 of meer	0%	0%	0%	0%	**0%**

Hoeveel computers en tablets heeft jouw huishouden extra nodig zodat iedereen voldoende van internet gebruik kan maken?
Denk hierbij aan gebruik voor schooltaken, werk, ...

HOOFDSTUK 3

SOCIALE MEDIA



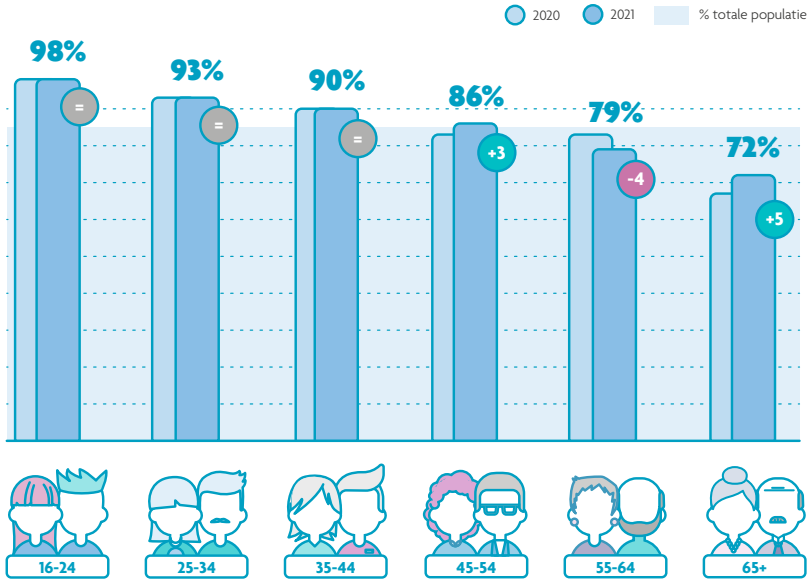
SOCIALE MEDIA

Zo goed als iedereen gebruikt dagelijks sociale media

Hoe jonger, hoe intensiever

85% +1

gebruikt **dagelijks** minstens 1 chatdienst of sociale mediaplatform

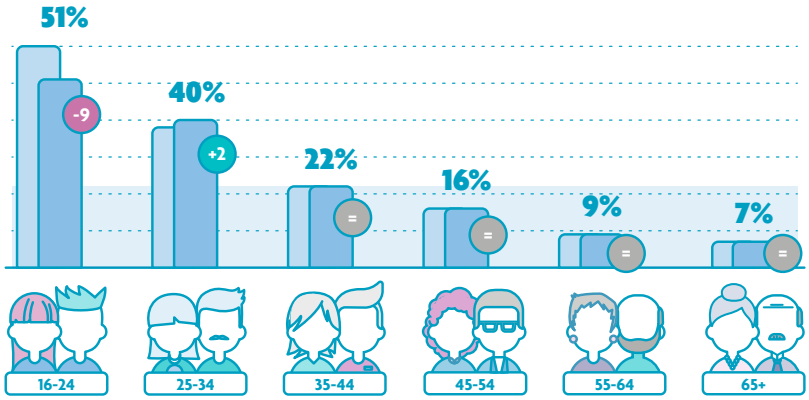


Gebruik van meerdere sociale mediaplatformen

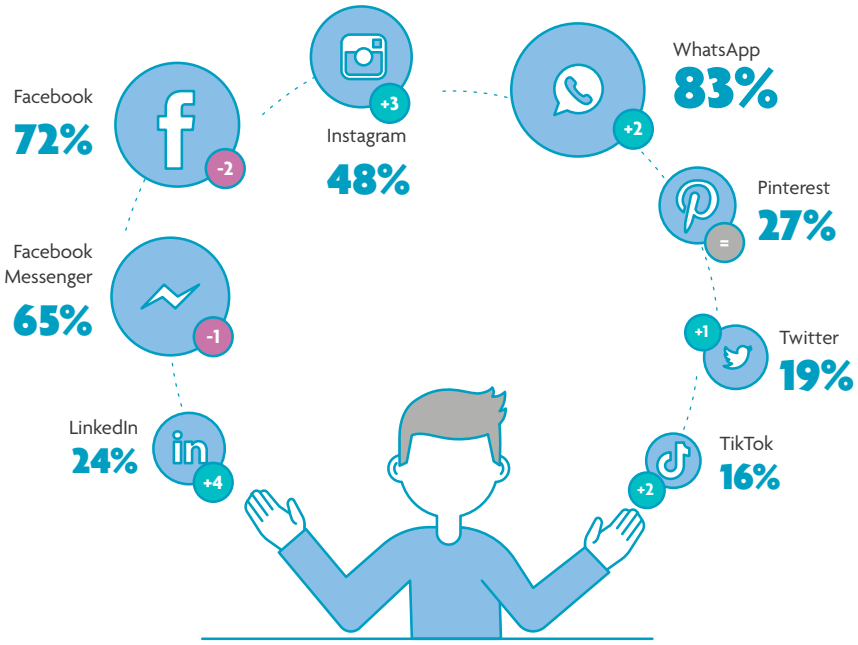
Daling in dagelijks gebruik +4 platformen, vooral jongeren gaan bewuster om met sociale media

22% -1

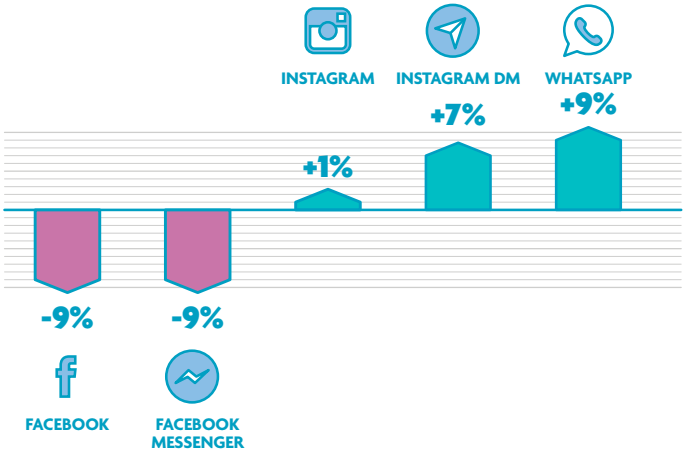
gebruikt **dagelijks 4 of meer** chatdiensten en/of sociale mediaplatformen



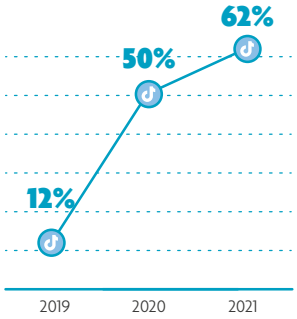
Actief (minstens maandelijks) **gebruik** sociale media



Maandelijks gebruik van **Facebook (Messenger) daalt** bij jongeren, maar wordt **gecompenseerd** door **Instagram (DM)** en **Whatsapp**



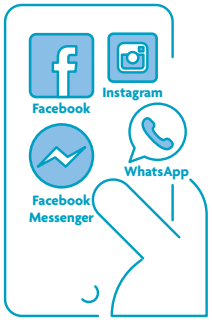
Maandelijks **TikTok** blijft stijgen bij jongste segment

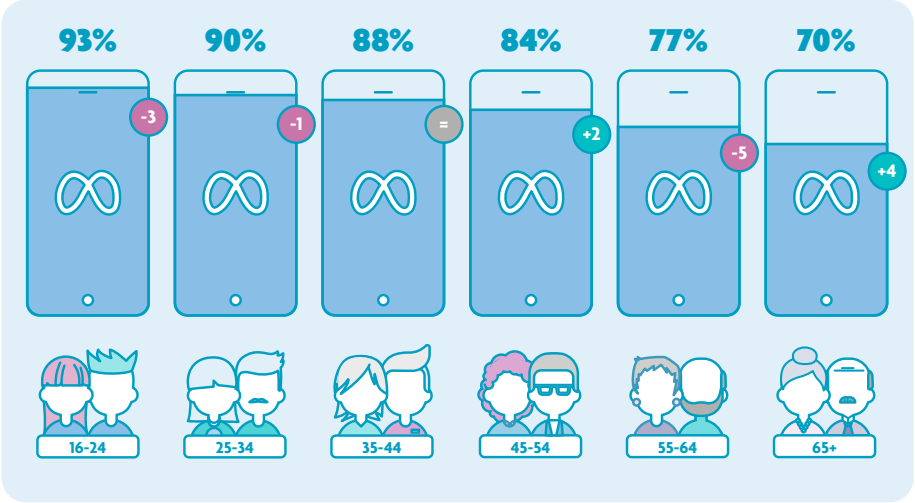


Meta: monopolie blijft, maar **daalt** voor het **eerst**

82% -1

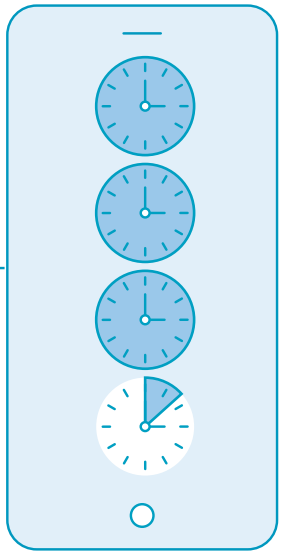
gebruikt **dagelijks** een **Meta app**





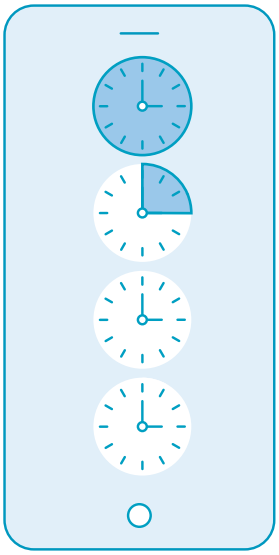
= 60 min

100%
Totale **dagelijkse smartphonetijd**



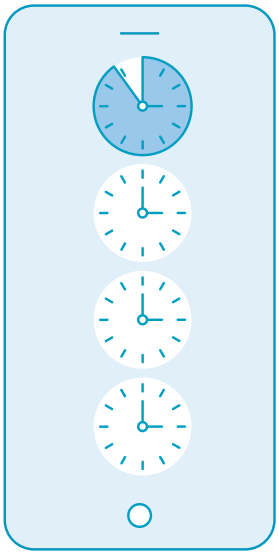
188 +3'
minuten

40% +1
van de totale smartphonetijd gaat naar **sociale media**



75 +2'
minuten

29% -2
van de totale smartphonetijd gaat naar **Meta apps**



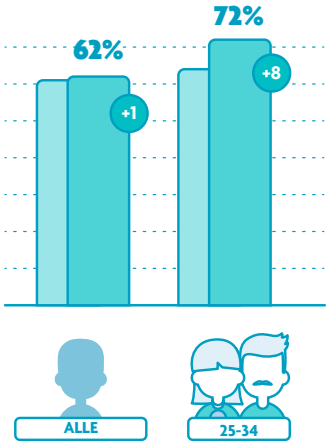
54 -3'
minuten

Afhankelijkheid van sociale media

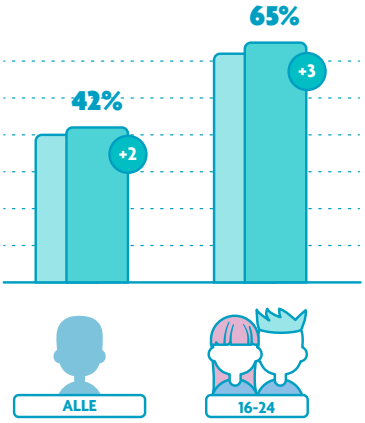
De Vlaming worstelt met zijn sociale mediagebruik

2020 2021

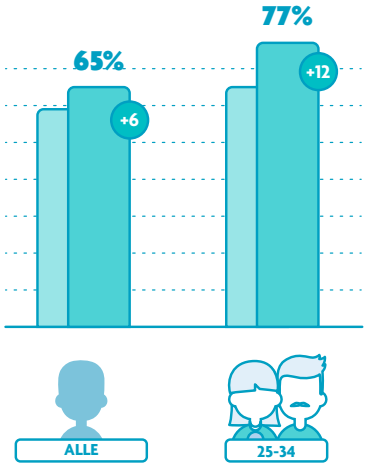
"Sociale media zijn **te tijdsintensief**"



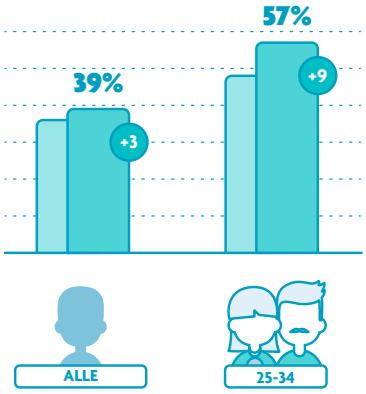
"Zonder sociale media heb ik het gevoel **veel nieuwtjes en evenementen** te **missen**"



"Ik weet hoe socialemediabedrijven ervoor zorgen dat ze **geld verdienen**"



"Sociale media hebben me al eens **aangezet** een **product te kopen**."



SOCIALE MEDIA

Sociale media blijven zeer populair bij Vlamingen. 8 op 10 maakt minstens één keer per maand gebruik van sociale mediakanalen. Het leeuwendeel hiervan gebeurt via de smartphone. Gemiddeld besteedt de Vlaming dagelijks dan ook 75 minuten aan sociale media en chat via smartphone applicaties, hetgeen overeenstemt met 40% (+1) van hun totale dagelijkse smartphonetijd. De stijging die we vorig jaar zagen door de coronacrisis wordt daarmee bevestigd en lijkt een permanente verhoging van de tijd gespendeerd aan sociale media te suggereren.

Ook videobellen lijkt een blijver te zijn. Met 1 op 2 Vlamingen die maandelijks minstens één keer gebruik maakt van videochat-applicaties houdt de verdubbeling van vorig jaar stand (toen was er een groei van 25 procentpunten). Videobellen was de afgelopen twee jaar dan ook hét alternatief om vrienden, familie en collega's te blijven zien. Met allerhande hybride events, lesvormen en vergaderingen lijkt het erop dat deze trend ook na de pandemie zal standhouden. Zoals we in dit rapport zullen zien, lijkt het merendeel van de Vlamingen gewonnen voor de voordelen van telewerken, zij het met mate, daar men ook bezorgd is over de balans tussen werk en privé.

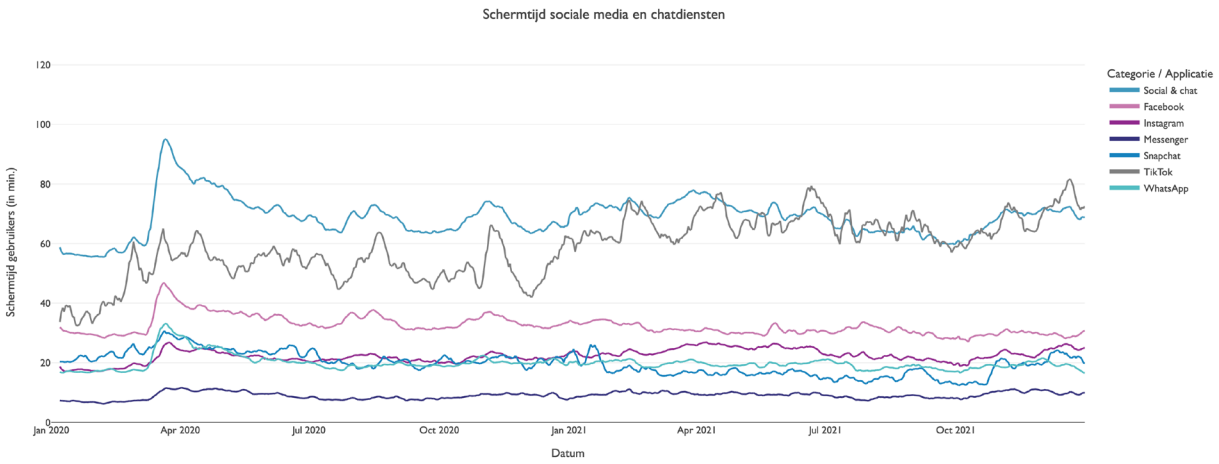
Ook op vlak van sociale media danst de Vlaming op een slappe koord. Enerzijds voelt men zich verbonden door sociale media (37%, -1), anderzijds voelt men ook een hoge mate van afhankelijkheid ervan. Zo geeft 62% (+1) aan dat sociale media te tijdsintensief zijn. Daarmee blijft de 'afhankelijkheidsparadox' (zich zowel verbonden als afhankelijk voelen), die we reeds in vorige edities vaststelden, in Vlaanderen een bepalend gegeven voor de haat-liefde verhouding die sommigen met technologie ontwikkelen.

Op vlak van sociale media lijkt de Vlaming wel een professionele jongleur, waarbij 57% (+3) maandelijks actief is op minstens vier verschillende sociale media en chatdiensten. 22% (-1) houdt zelfs dagelijks vier of meer platformen in de lucht en dat blijft bij alle leeftijden behoorlijk stabiel. Enkel bij jongeren lijkt er zich een kentering te manifesteren. Vorig jaar werd door 60% van de jongeren dagelijks gebruik gemaakt van vier of meer platformen, dit jaar doen slechts 51% (-9) van de jongeren dit. De categorie 16 tot 24-jarigen lijkt bewuster en 'mediawijzer' om te gaan met sociale media. Zo geeft 59% aan dat sociale media meer tijd consumeren dan ze zelf willen. 71% is zich bewust van hoe sociale mediabedrijven geld verdienen en 53% is bezorgd over de impact van sociale media op zijn/haar privacy. Hierdoor gaan ze bewustere keuzes maken over welke platformen ze blijven gebruiken en welke ze eerder links laten liggen. Hier lijkt vooral Facebook het kind van de rekening.

De grote vier op vlak van maandelijks gebruik blijven net als vorig jaar WhatsApp (83%, +2), Facebook (72%, -2), Facebook Messenger (65%, -1) en Instagram (48% +3). Alle vier de platformen zijn in handen van het bedrijf Meta (voorheen Facebook). We zien wel een aantal lichte, maar duidelijke verschuivingen die zich doorzetten. Zo daalt het gebruik van Facebook en Facebook Messenger, terwijl Instagram en WhatsApp blijven stijgen. Deze evolutie is het grootst bij jongeren (16-24 jaar), waar grote dalingen te zien zijn voor Facebook (76%, -9) en Facebook Messenger (81%, -9), terwijl WhatsApp (92%, +5), Instagram (88%, +1) en Instagram Direct Messages (63%, +7) erop vooruitgaan. Op vlak van gerapporteerd dagelijks gebruik is deze tendens zelfs nog opvallender. Zowel Facebook als Facebook Messenger verliezen bij de 16 tot 24-jarigen 14 procentpunten (respectievelijk 53 en 57% dagelijkse gebruikers), een verlies dat quasi 1-op-1 wordt opgevangen door Whatsapp (+14 naar 57% dagelijks gebruik) en Tiktok (+13, naar 46% dagelijks gerapporteerd gebruik).

Tiktok lijkt dan ook bij jongeren de hegemonie van de Meta-platformen meer en meer te doorbreken. De grootste groei wordt gerapporteerd door de 16 tot 24-jarigen (62% adoptie, +12), terwijl ook een vierde van de 25 tot 34-jarigen minstens maandelijks gebruik maakt van TikTok. De populariteit van dit platform daalt echter pijlsnel bij de oudere generaties waardoor over alle leeftijden heen slechts 16% (+2) Tiktok dagelijks gebruikt.

SCHERMTIJD SOCIALE MEDIA EN CHATAPPS



Ook qua consumptiepatroon is Tiktok de vreemde eend in de bijt. Bij de meeste sociale media worden treintjes gevormd (dat wil zeggen dat er verschillende apps na elkaar worden geopend) en worden heel veel korte gebruiksmomenten per dag genoteerd. Bij Tiktok zien we een pak minder, maar qua duur veel langere gebruiksmomenten. Zo vertoont Tiktok een patroon dat veel dichter in de buurt komt van bijvoorbeeld Youtube of Netflix. Een actieve Tiktok-gebruiker is dan ook meteen een intensieve gebruiker: de gemiddelde gebruiker spendeert 67 minuten per dag op de app, terwijl geen enkel ander sociaal medium een gemiddelde schermtijd (over alle gebruikers heen) vertoont van meer dan een half uur per dag.

Sociale media groeien in hun totaliteit dus opnieuw in gebruik, met de Meta-platformen als grootste slokop, maar voor het eerst zien we bij de Meta-platformen een (kleine) daling in gebruik. Ook op vlak van totale tijdsduur (MobileDNA) hebben de verschillende Meta-platformen samen nog steeds een bereik van 82% (-1) actieve gebruikers in Vlaanderen, maar het gecumuleerde gebruik daalt wel van 57 naar 54 minuten per dag voor de apps Facebook, Facebook Messenger, Instagram en Whatsapp. Ondertussen valt bij de andere sociale media de groei op van Linkedin, Hoplr, Signal en datingapps.

DATING APPS

Als we ons op de zelfrapportering van Digimeter baseren, blijft het gebruik van dating apps stabiel: 4% van de Vlamingen maakt er maandelijks gebruik van. De gedragsdata van mobile DNA leren echter dat hier toch wel wat sociale wenselijkheid in de antwoorden is geslopen. Het aantal actieve dating app gebruikers ligt daar toch eerder rond de 10%. Het zwaartepunt van dat gebruik ligt bij de jongeren, wat volledig in lijn ligt van hun 'spreiden' van het digitale sociale leven over meerdere platformen. Ook binnen de leeftijd 35-54 zien we dat deze apps de niche aan het ontgroeien zijn, een doorbraak die we zeker niet los kunnen zien van de coronacrisis. In tijden van 'social distancing' werden deze digitale tussenpersonen veelvuldiger aangezocht om de 'huidhonger' te stillen.

Voor ongeveer 10% van de Vlamingen zijn dating apps dus een extra social media platform waar ze mee afwisselen. Tinder spant hierbij de kroon als populairste platform (marktaandeel >60%, gemiddelde schermtijd 13 minuten), maar de meest intensieve gebruikers zijn die van Grindr en Blendr waar al makkelijk 25 minuten per dag op wordt gespendeerd.

SIGNAL

Een andere opvallende stijger in 2021 was de berichtenservice Signal. Toen Meta begin 2021 aangaf dat Whatsapp meer gegevens met het bedrijf zou gaan delen, stelden velen zich vragen omtrent de impact hiervan op de veiligheid van hun gegevens en op hun (online) privacy. Signal profileerde zich hierbij met succes als een veilig alternatief voor Whatsapp. Vooral binnen de leeftijdscategorie van de 25 tot 44-jarigen zien we dit jaar een stijging in de adoptie van Signal. Daarnaast is het ook duidelijk dat het hier vooral Vlamingen betreft die meer bezorgd zijn over hun online privacy: 60% van de Signal adopters geeft aan zich zorgen te maken om zijn/haar privacy. Bij de niet-adopters is dat 52%. Toch staat ook hier adoptie niet noodzakelijk gelijk aan gebruik. Analyse van de mobileDNA data toont aan dat het gebruik van de app na adoptie toch eerder beperkt blijft.

MAANDELIJKS GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA APPS, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017

	Jaar	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Facebook	2017	92%	91%	90%	72%	61%	41%	**71%**
	2018	91%	90%	83%	78%	64%	52%	**74%**
	2019	90%	88%	79%	79%	73%	67%	**78%**
	2020	85%	85%	80%	78%	68%	60%	**74%**
	2021	**76%**	**82%**	**82%**	**74%**	**65%**	**60%**	**72%**
Instagram	2017	70%	48%	42%	29%	11%	6%	**30%**
	2018	73%	60%	45%	30%	20%	13%	**37%**
	2019	83%	68%	56%	39%	26%	17%	**44%**
	2020	87%	70%	54%	42%	26%	18%	**45%**
	2021	**88%**	**73%**	**58%**	**46%**	**27%**	**19%**	**48%**
LinkedIn	2017	14%	35%	39%	28%	18%	6%	**21%**
	2018	16%	36%	33%	32%	20%	6%	**23%**
	2019	16%	39%	38%	33%	21%	7%	**24%**
	2020	13%	33%	31%	27%	15%	5%	**20%**
	2021	**17%**	**38%**	**36%**	**33%**	**21%**	**7%**	**24%**
Pinterest	2017	25%	32%	31%	26%	13%	7%	**21%**
	2018	26%	30%	26%	21%	19%	11%	**21%**
	2019	34%	31%	30%	26%	24%	19%	**26%**
	2020	35%	39%	33%	26%	22%	15%	**27%**
	2021	**41%**	**36%**	**27%**	**27%**	**21%**	**17%**	**27%**
Twitter	2017	31%	24%	24%	23%	11%	6%	**18%**
	2018	26%	26%	25%	19%	11%	7%	**18%**
	2019	32%	31%	27%	22%	13%	10%	**21%**
	2020	35%	24%	19%	18%	11%	9%	**18%**
	2021	**36%**	**23%**	**22%**	**19%**	**12%**	**8%**	**19%**
Reddit	2017	11%	9%	5%	1%	0%	0%	**4%**
	2018	11%	13%	7%	2%	0%	0%	**5%**
	2019	15%	18%	10%	5%	1%	1%	**7%**
	2020	17%	17%	6%	3%	1%	0%	**6%**
	2021	**18%**	**21%**	**11%**	**4%**	**2%**	**0%**	**8%**
Tinder of andere dating app	2017	16%	9%	3%	3%	0%	0%	**5%**
	2018	13%	10%	3%	3%	1%	0%	**4%**
	2019	14%	8%	7%	7%	1%	0%	**5%**
	2020	10%	11%	5%	5%	1%	1%	**4%**
	2021	**10%**	**7%**	**7%**	**7%**	**2%**	**0%**	**4%**
Slack	2017	3%	8%	6%	2%	0%	0%	**3%**
	2018	5%	10%	6%	4%	1%	0%	**4%**
	2019	4%	10%	10%	6%	2%	1%	**5%**
	2020	3%	9%	4%	2%	1%	0%	**3%**
	2021	**2%**	**6%**	**6%**	**2%**	**1%**	**0%**	**3%**
Hoplr	2020	1%	7%	10%	11%	8%	5%	**7%**
	2021	**1%**	**5%**	**10%**	**8%**	**8%**	**11%**	**8%**
TikTok	2019	11%	1%	4%	1%	1%	1%	**3%**
	2020	50%	19%	10%	9%	4%	2%	**14%**
	2021	**62%**	**25%**	**18%**	**6%**	**4%**	**1%**	**16%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande sociale media?
(Met 'gebruiken' bedoelen we het openen en bekijken van sociale media)

MAANDELIJKS GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA APPS, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Facebook	72%	72%	70%	75%	**72%**
Twitter	22%	15%	14%	23%	**19%**
LinkedIn	17%	19%	26%	41%	**24%**
Instagram	60%	37%	43%	53%	**48%**
Pinterest	30%	23%	27%	28%	**27%**
Reddit	11%	6%	6%	10%	**8%**
Slack	2%	1%	3%	7%	**3%**
Tinder of andere dating app	4%	4%	6%	3%	**4%**
TikTok	31%	10%	10%	10%	**16%**
Hoplr	3%	8%	11%	10%	**8%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande sociale media?
(Met 'gebruiken' bedoelen we het openen en bekijken van sociale media)

MAANDELIJKS GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA APPS, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Facebook	82%	73%	86%	66%	53%	**72%**
Twitter	26%	33%	23%	8%	4%	**19%**
LinkedIn	34%	48%	20%	15%	3%	**24%**
Instagram	64%	58%	71%	34%	14%	**48%**
Pinterest	29%	29%	37%	23%	14%	**27%**
Reddit	14%	20%	5%	3%	0%	**8%**
Slack	4%	7%	1%	1%	0%	**3%**
Tinder of andere dating app	7%	5%	5%	3%	0%	**4%**
TikTok	24%	18%	31%	8%	3%	**16%**
Hoplr	7%	12%	6%	7%	6%	**8%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande sociale media?
(Met 'gebruiken' bedoelen we het openen en bekijken van sociale media)

WEKELIJKS EN DAGELIJKS GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA APPS, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

			16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Facebook	Wekelijks	2019	88%	84%	74%	76%	71%	66%	**75%**
		2020	82%	82%	78%	77%	65%	58%	**72%**
		2021	**68%**	**80%**	**80%**	**71%**	**62%**	**58%**	**69%**
	Dagelijks	2019	76%	73%	67%	65%	59%	53%	**64%**
		2020	67%	67%	68%	63%	56%	51%	**61%**
		2021	**53%**	**65%**	**65%**	**59%**	**50%**	**48%**	**56%**
Twitter	Wekelijks	2019	25%	23%	23%	16%	11%	8%	**17%**
		2020	29%	18%	13%	15%	9%	8%	**14%**
		2021	**30%**	**17%**	**17%**	**14%**	**10%**	**7%**	**15%**
	Dagelijks	2019	18%	13%	14%	10%	7%	5%	**10%**
		2020	20%	12%	9%	7%	6%	5%	**9%**
		2021	**18%**	**11%**	**10%**	**8%**	**5%**	**5%**	**9%**
LinkedIn	Wekelijks	2019	9%	23%	26%	25%	16%	5%	**16%**
		2020	8%	18%	21%	18%	10%	3%	**12%**
		2021	**10%**	**24%**	**23%**	**23%**	**14%**	**4%**	**16%**
	Dagelijks	2019	3%	7%	8%	8%	6%	1%	**5%**
		2020	3%	4%	7%	5%	4%	1%	**4%**
		2021	**2%**	**8%**	**8%**	**8%**	**5%**	**1%**	**5%**
Instagram	Wekelijks	2019	81%	63%	49%	34%	21%	14%	**40%**
		2020	86%	66%	49%	38%	23%	16%	**42%**
		2021	**84%**	**69%**	**52%**	**41%**	**24%**	**15%**	**44%**
	Dagelijks	2019	74%	52%	33%	22%	11%	7%	**30%**
		2020	79%	54%	35%	25%	14%	9%	**32%**
		2021	**76%**	**58%**	**36%**	**28%**	**13%**	**9%**	**33%**
Pinterest	Wekelijks	2019	20%	14%	14%	19%	16%	14%	**16%**
		2020	22%	21%	19%	15%	14%	12%	**16%**
		2021	**21%**	**19%**	**14%**	**16%**	**13%**	**13%**	**15%**
	Dagelijks	2019	5%	5%	3%	6%	7%	4%	**5%**
		2020	8%	5%	5%	3%	6%	5%	**5%**
		2021	**8%**	**4%**	**4%**	**3%**	**3%**	**5%**	**4%**
Reddit	Wekelijks	2019	12%	12%	7%	2%	0%	0%	**5%**
		2020	10%	12%	3%	2%	0%	0%	**4%**
		2021	**15%**	**16%**	**7%**	**2%**	**1%**	**0%**	**6%**
	Dagelijks	2019	7%	6%	3%	1%	0%	0%	**2%**
		2020	6%	7%	1%	1%	0%	0%	**2%**
		2021	**7%**	**9%**	**4%**	**1%**	**1%**	**0%**	**3%**
Slack	Wekelijks	2019	2%	9%	7%	5%	1%	0%	**4%**
		2020	3%	7%	4%	2%	0%	0%	**2%**
		2021	**1%**	**6%**	**5%**	**1%**	**1%**	**0%**	**2%**
	Dagelijks	2019	1%	5%	4%	4%	0%	0%	**2%**
		2020	1%	3%	2%	1%	0%	0%	**1%**
		2021	**0%**	**4%**	**3%**	**1%**	**0%**	**0%**	**1%**
Tinder of andere dating app	Wekelijks	2019	10%	5%	5%	2%	1%	0%	**3%**
		2020	8%	10%	4%	2%	1%	0%	**4%**
		2021	**8%**	**5%**	**5%**	**2%**	**2%**	**0%**	**3%**
	Dagelijks	2019	4%	1%	1%	1%	0%	0%	**1%**
		2020	2%	3%	2%	1%	0%	0%	**1%**
		2021	**1%**	**1%**	**2%**	**1%**	**1%**	**0%**	**1%**
TikTok	Wekelijks	2019	7%	1%	3%	1%	1%	1%	**2%**
		2020	47%	13%	7%	7%	3%	2%	**11%**
		2021	**59%**	**21%**	**15%**	**5%**	**2%**	**1%**	**15%**
	Dagelijks	2019	4%	0%	1%	0%	0%	0%	**1%**
		2020	33%	8%	4%	4%	1%	1%	**7%**
		2021	**46%**	**12%**	**9%**	**2%**	**1%**	**0%**	**10%**
Hoplr	Wekelijks	2020	0%	3%	5%	8%	6%	5%	**5%**
		2021	**0%**	**3%**	**5%**	**6%**	**6%**	**10%**	**6%**
	Dagelijks	2020	0%	1%	1%	2%	1%	2%	**1%**
		2021	**0%**	**0%**	**2%**	**0%**	**1%**	**2%**	**1%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande sociale media?
(Met 'gebruiken' bedoelen we het openen en bekijken van sociale media)

WEKELIJKS EN DAGELIJKS GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA APPS, NAAR SES

		Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Facebook	Wekelijks	67%	70%	66%	72%	**69%**
	Dagelijks	54%	57%	55%	58%	**56%**
Twitter	Wekelijks	18%	12%	11%	17%	**15%**
	Dagelijks	11%	8%	6%	10%	**9%**
LinkedIn	Wekelijks	10%	12%	18%	28%	**16%**
	Dagelijks	3%	4%	5%	10%	**5%**
Instagram	Wekelijks	56%	33%	39%	47%	**44%**
	Dagelijks	44%	23%	29%	37%	**33%**
Pinterest	Wekelijks	18%	13%	16%	15%	**15%**
	Dagelijks	6%	4%	4%	2%	**4%**
Reddit	Wekelijks	9%	4%	4%	7%	**6%**
	Dagelijks	5%	2%	2%	4%	**3%**
Slack	Wekelijks	1%	1%	2%	5%	**2%**
	Dagelijks	1%	1%	1%	3%	**1%**
Tinder of andere dating app	Wekelijks	3%	2%	5%	3%	**3%**
	Dagelijks	1%	1%	2%	0%	**1%**
TikTok	Wekelijks	29%	8%	8%	9%	**15%**
	Dagelijks	21%	5%	4%	5%	**10%**
Hoplr	Wekelijks	2%	6%	9%	6%	**6%**
	Dagelijks	0%	1%	2%	1%	**1%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande sociale media?
(Met 'gebruiken' bedoelen we het openen en bekijken van sociale media)

WEKELIJKS EN DAGELIJKS GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA APPS, NAAR ATTITUDEPROFIEL

		Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Facebook	Wekelijks	78%	70%	83%	63%	50%	**69%**
	Dagelijks	66%	55%	71%	48%	41%	**56%**
Twitter	Wekelijks	21%	26%	6%	6%	2%	**15%**
	Dagelijks	13%	16%	2%	2%	1%	**9%**
LinkedIn	Wekelijks	22%	31%	13%	13%	13%	**16%**
	Dagelijks	8%	11%	3%	3%	3%	**5%**
Instagram	Wekelijks	58%	53%	67%	29%	11%	**44%**
	Dagelijks	45%	40%	56%	17%	8%	**33%**
Pinterest	Wekelijks	15%	14%	22%	14%	12%	**15%**
	Dagelijks	3%	3%	8%	4%	4%	**4%**
Reddit	Wekelijks	10%	14%	4%	2%	0%	**6%**
	Dagelijks	6%	8%	2%	1%	0%	**3%**
Slack	Wekelijks	3%	6%	1%	1%	0%	**2%**
	Dagelijks	2%	3%	1%	0%	0%	**1%**
Tinder of andere dating app	Wekelijks	5%	4%	4%	3%	0%	**3%**
	Dagelijks	2%	1%	1%	1%	0%	**1%**
TikTok	Wekelijks	21%	16%	28%	6%	2%	**15%**
	Dagelijks	13%	10%	22%	4%	1%	**10%**
Hoplr	Wekelijks	5%	6%	5%	5%	5%	**6%**
	Dagelijks	1%	1%	0%	1%	2%	**1%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande sociale media?
(Met 'gebruiken' bedoelen we het openen en bekijken van sociale media)

INFLUENCERS VOLGEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Influencers volgen	2020	65%	36%	18%	13%	7%	8%	**22%**
	2021	**75%**	**47%**	**32%**	**18%**	**10%**	**4%**	**27%**

Volg je personen (influencers of vloggers) die online video's posten?

DAGELIJKS GEBRUIK VAN CHATDIENSTEN EN APPLICATIES, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Videochatapplicaties (alles voor 2020 is 'Skype')	2019	7%	11%	8%	4%	3%	4%	**6%**
	2020	19%	19%	20%	16%	9%	4%	**14%**
	2021	**12%**	**17%**	**19%**	**17%**	**9%**	**3%**	**12%**
E-mail	2017	53%	68%	75%	67%	62%	46%	**60%**
	2018	53%	79%	85%	76%	64%	60%	**69%**
	2019	41%	70%	74%	77%	66%	60%	**65%**
	2020	33%	68%	81%	73%	64%	58%	**64%**
	2021	**39%**	**71%**	**79%**	**76%**	**70%**	**62%**	**67%**
Sms	2017	68%	60%	69%	67%	53%	32%	**56%**
	2018	66%	45%	54%	58%	46%	43%	**51%**
	2019	56%	44%	42%	53%	46%	36%	**45%**
	2020	46%	38%	42%	48%	40%	42%	**43%**
	2021	**47%**	**30%**	**32%**	**46%**	**44%**	**38%**	**39%**
Bellen	2019	40%	47%	45%	53%	47%	41%	**45%**
	2020	25%	42%	50%	53%	50%	52%	**46%**
	2021	**36%**	**36%**	**42%**	**55%**	**51%**	**47%**	**45%**
Facebook Messenger	2017	76%	48%	33%	28%	16%	11%	**32%**
	2018	75%	50%	34%	34%	21%	20%	**37%**
	2019	74%	52%	37%	34%	31%	24%	**39%**
	2020	71%	47%	33%	32%	26%	24%	**37%**
	2021	**57%**	**51%**	**30%**	**32%**	**24%**	**22%**	**34%**
WhatsApp	2017	37%	58%	47%	29%	20%	11%	**31%**
	2018	38%	60%	56%	45%	32%	23%	**41%**
	2019	37%	69%	64%	47%	38%	21%	**44%**
	2020	43%	67%	69%	57%	50%	36%	**52%**
	2021	**57%**	**71%**	**72%**	**62%**	**53%**	**43%**	**58%**
Google hangouts	2017	1%	2%	2%	0%	2%	0%	**1%**
	2018	1%	3%	3%	1%	1%	1%	**2%**
	2019	1%	3%	2%	1%	1%	1%	**2%**
	2020	1%	3%	3%	2%	1%	0%	**2%**
	2021	**0%**	**1%**	**2%**	**2%**	**0%**	**1%**	**1%**
Snapchat	2017	44%	9%	3%	2%	1%	0%	**8%**
	2018	39%	7%	4%	1%	0%	1%	**7%**
	2019	48%	4%	3%	1%	1%	0%	**8%**
	2020	50%	5%	2%	2%	1%	0%	**8%**
	2021	**50%**	**6%**	**1%**	**1%**	**1%**	**0%**	**8%**
iMessage	2017	19%	16%	15%	10%	4%	2%	**10%**
	2018	17%	15%	13%	11%	4%	5%	**10%**
	2019	20%	13%	12%	10%	4%	1%	**9%**
	2020	18%	10%	10%	5%	3%	2%	**7%**
	2021	**22%**	**13%**	**8%**	**9%**	**3%**	**2%**	**8%**
Telegram	2017	3%	1%	1%	0%	0%	0%	**1%**
	2018	1%	2%	3%	0%	0%	0%	**1%**
	2019	2%	2%	3%	0%	0%	0%	**1%**
	2020	1%	2%	1%	0%	1%	0%	**1%**
	2021	**2%**	**2%**	**1%**	**2%**	**1%**	**1%**	**1%**
Signal	2018	1%	1%	1%	0%	0%	0%	**0%**
	2019	1%	1%	1%	1%	0%	0%	**1%**
	2020	1%	2%	1%	0%	0%	0%	**1%**
	2021	1%	4%	5%	2%	1%	1%	**2%**
Instagram Direct Messages	2019	18%	5%	3%	2%	1%	0%	**4%**
	2020	21%	8%	2%	2%	0%	0%	**5%**
	2021	**29%**	**12%**	**2%**	**2%**	**1%**	**0%**	**7%**

Hoe vaak gebruik je deze diensten en applicaties om te communiceren? - Dagelijks

MAANDELIJKS EN WEKELIJKS GEBRUIK VAN CHATDIENSTEN EN APPLICATIES, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

		Jaar	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Videochatapplicaties (alles voor 2020 is 'Skype')	Maandelijks	2019	25%	32%	31%	26%	24%	17%	**25%**
		2020	70%	65%	63%	53%	42%	27%	**50%**
		2021	**60%**	**66%**	**63%**	**56%**	**44%**	**28%**	**50%**
	Wekelijks	2019	16%	21%	21%	15%	15%	10%	**16%**
		2020	54%	47%	47%	42%	31%	18%	**38%**
		2021	**36%**	**45%**	**48%**	**41%**	**31%**	**18%**	**35%**
E-mail	Maandelijks	2019	84%	97%	97%	97%	94%	95%	**94%**
		2020	84%	98%	98%	95%	95%	90%	**93%**
		2021	**85%**	**97%**	**97%**	**97%**	**95%**	**94%**	**94%**
	Wekelijks	2019	73%	88%	94%	92%	90%	89%	**88%**
		2020	65%	91%	95%	91%	91%	84%	**87%**
		2021	**71%**	**91%**	**95%**	**95%**	**92%**	**89%**	**90%**
Sms	Maandelijks	2019	91%	88%	85%	93%	90%	84%	**88%**
		2020	90%	85%	87%	88%	88%	83%	**86%**
		2021	**91%**	**78%**	**80%**	**88%**	**87%**	**79%**	**83%**
	Wekelijks	2019	85%	75%	73%	85%	82%	75%	**79%**
		2020	77%	70%	72%	79%	81%	76%	**76%**
		2021	**83%**	**59%**	**65%**	**81%**	**79%**	**72%**	**73%**
Bellen (via mobiel netwerk of vaste lijn)	Maandelijks	2019	89%	94%	92%	93%	91%	92%	**92%**
		2020	90%	93%	93%	93%	93%	93%	**92%**
		2021	**92%**	**92%**	**92%**	**92%**	**94%**	**92%**	**93%**
	Wekelijks	2019	82%	85%	85%	84%	85%	87%	**85%**
		2020	74%	83%	87%	86%	89%	89%	**85%**
		2021	**80%**	**81%**	**82%**	**89%**	**89%**	**88%**	**85%**
Faebook Messenger	Maandelijks	2019	90%	82%	72%	71%	61%	51%	**69%**
		2020	90%	80%	71%	68%	56%	48%	**66%**
		2021	**81%**	**82%**	**76%**	**63%**	**55%**	**47%**	**65%**
	Wekelijks	2019	86%	74%	61%	63%	56%	44%	**62%**
		2020	86%	71%	61%	58%	50%	43%	**59%**
		2021	**76%**	**75%**	**61%**	**55%**	**47%**	**41%**	**57%**
WhatsApp	Maandelijks	2019	73%	90%	89%	74%	70%	50%	**72%**
		2020	83%	91%	91%	81%	80%	65%	**81%**
		2021	**92%**	**91%**	**90%**	**86%**	**79%**	**69%**	**83%**
	Wekelijks	2019	66%	84%	85%	69%	64%	45%	**67%**
		2020	72%	87%	88%	77%	76%	61%	**76%**
		2021	**80%**	**88%**	**88%**	**83%**	**76%**	**64%**	**79%**
Google Hangouts	Maandelijks	2019	4%	7%	9%	6%	5%	3%	**5%**
		2020	4%	9%	8%	8%	5%	3%	**6%**
		2021	**2%**	**4%**	**7%**	**5%**	**2%**	**3%**	**4%**
	Wekelijks	2019	3%	6%	6%	3%	2%	2%	**4%**
		2020	2%	5%	5%	4%	3%	2%	**4%**
		2021	**1%**	**3%**	**5%**	**3%**	**2%**	**2%**	**2%**
Snapchat	Maandelijks	2019	68%	18%	7%	7%	4%	1%	**15%**
		2020	73%	15%	6%	6%	2%	1%	**14%**
		2021	**67%**	**14%**	**7%**	**5%**	**2%**	**2%**	**14%**
	Wekelijks	2019	64%	14%	5%	5%	2%	1%	**13%**
		2020	66%	10%	3%	4%	1%	1%	**12%**
		2021	**64%**	**11%**	**4%**	**3%**	**1%**	**0%**	**11%**
iMessage	Maandelijks	2019	30%	24%	24%	17%	10%	4%	**17%**
		2020	34%	20%	19%	13%	10%	5%	**15%**
		2021	**36%**	**24%**	**18%**	**17%**	**8%**	**7%**	**17%**
	Wekelijks	2019	26%	22%	20%	15%	9%	3%	**15%**
		2020	30%	17%	17%	11%	9%	5%	**13%**
		2021	**34%**	**20%**	**14%**	**15%**	**7%**	**5%**	**15%**
Telegram	Maandelijks	2019	4%	5%	6%	2%	2%	1%	**3%**
		2020	4%	6%	4%	1%	2%	1%	**3%**
		2021	**5%**	**6%**	**7%**	**4%**	**3%**	**1%**	**4%**
	Wekelijks	2019	3%	4%	4%	2%	1%	0%	**2%**
		2020	2%	5%	3%	1%	2%	0%	**2%**
		2021	**4%**	**5%**	**5%**	**3%**	**2%**	**1%**	**3%**
Signal	Maandelijks	2019	1%	3%	4%	2%	0%	1%	**2%**
		2020	1%	3%	3%	2%	1%	0%	**2%**
		2021	**2%**	**8%**	**10%**	**6%**	**4%**	**3%**	**6%**
	Wekelijks	2019	1%	2%	3%	1%	0%	0%	**1%**
		2020	1%	2%	2%	1%	1%	0%	**1%**
		2021	**2%**	**7%**	**8%**	**4%**	**2%**	**3%**	**4%**
Instagram Direct Messages	Maandelijks	2019	52%	30%	16%	8%	2%	2%	**16%**
		2020	56%	29%	16%	7%	3%	1%	**16%**
		2021	**63%**	**39%**	**14%**	**7%**	**3%**	**2%**	**18%**
	Wekelijks	2019	41%	22%	10%	6%	2%	1%	**12%**
		2020	44%	20%	11%	5%	2%	1%	**12%**
		2021	**52%**	**28%**	**8%**	**5%**	**3%**	**1%**	**14%**

Hoe vaak gebruik je deze diensten en applicaties om te communiceren? - Maandelijks en wekelijks

WEKELIJKS EN DAGELIJKS GEBRUIK VAN CHATDIENSTEN EN APPLICATIE, NAAR SES

		Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Videochatapplicaties (alles voor 2020 is 'Skype')	Wekelijks	30%	30%	38%	49%	**35%**
	Dagelijks	10%	8%	15%	20%	**12%**
E-mail	Wekelijks	82%	90%	94%	97%	**90%**
	Dagelijks	55%	64%	76%	82%	**67%**
Sms	Wekelijks	77%	73%	75%	64%	**73%**
	Dagelijks	44%	37%	39%	35%	**39%**
Bellen	Wekelijks	82%	86%	89%	86%	**85%**
	Dagelijks	41%	46%	49%	47%	**45%**
Facebook Messenger	Wekelijks	60%	58%	53%	52%	**57%**
	Dagelijks	41%	33%	29%	30%	**34%**
WhatsApp	Wekelijks	78%	72%	81%	89%	**79%**
	Dagelijks	55%	53%	63%	70%	**58%**
Google hangouts	Wekelijks	2%	2%	3%	3%	**2%**
	Dagelijks	1%	1%	1%	2%	**1%**
Snapchat	Wekelijks	28%	4%	4%	5%	**11%**
	Dagelijks	21%	3%	1%	2%	**8%**
iMessage	Wekelijks	20%	9%	13%	18%	**15%**
	Dagelijks	13%	5%	6%	11%	**8%**
Telegram	Wekelijks	4%	2%	3%	4%	**3%**
	Dagelijks	1%	1%	2%	1%	**1%**
Signal	Wekelijks	3%	4%	4%	6%	**4%**
	Dagelijks	2%	2%	2%	4%	**2%**
Instagram Direct Messages	Wekelijks	25%	7%	8%	15%	**14%**
	Dagelijks	13%	4%	2%	6%	**7%**

Hoe vaak gebruik je deze diensten en applicaties om te communiceren? - Wekelijks en dagelijks

WEKELIJKS EN DAGELIJKS GEBRUIK VAN CHATDIENSTEN EN APPLICATIE, NAAR ATTITUDEPROFIEL

		Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Videochatapplicaties (alles voor 2020 is 'Skype')	Wekelijks	45%	56%	36%	27%	11%	**35%**
	Dagelijks	18%	24%	12%	6%	1%	**12%**
E-mail	Wekelijks	91%	94%	86%	94%	80%	**90%**
	Dagelijks	72%	80%	62%	71%	45%	**67%**
Sms	Wekelijks	68%	67%	81%	79%	69%	**73%**
	Dagelijks	37%	33%	45%	44%	36%	**39%**
Bellen	Wekelijks	81%	85%	87%	88%	85%	**85%**
	Dagelijks	43%	39%	51%	48%	43%	**45%**
Facebook Messenger	Wekelijks	67%	61%	72%	49%	34%	**57%**
	Dagelijks	43%	37%	46%	27%	19%	**34%**
WhatsApp	Wekelijks	87%	88%	86%	78%	51%	**79%**
	Dagelijks	66%	70%	65%	55%	33%	**58%**
Google hangouts	Wekelijks	3%	5%	2%	2%	1%	**2%**
	Dagelijks	1%	2%	0%	1%	0%	**1%**
Snapchat	Wekelijks	15%	10%	28%	4%	1%	**11%**
	Dagelijks	10%	6%	22%	2%	1%	**8%**
iMessage	Wekelijks	19%	20%	22%	8%	4%	**15%**
	Dagelijks	10%	12%	14%	4%	2%	**8%**
Telegram	Wekelijks	2%	6%	4%	2%	1%	**3%**
	Dagelijks	1%	2%	2%	1%	1%	**1%**
Signal	Wekelijks	2%	10%	3%	3%	1%	**4%**
	Dagelijks	1%	6%	1%	2%	1%	**2%**
Instagram Direct Messages	Wekelijks	18%	18%	25%	5%	3%	**14%**
	Dagelijks	8%	8%	14%	2%	2%	**7%**

Hoe vaak gebruik je deze diensten en applicaties om te communiceren? - Wekelijks en dagelijks

ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN SOCIALE MEDIA, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Sociale media zijn te tijdsintensief	2017	58%	45%	37%	27%	20%	13%	**34%**
	2018	52%	58%	61%	58%	56%	52%	**56%**
	2019	47%	56%	61%	54%	53%	47%	**52%**
	2020	63%	64%	65%	63%	58%	57%	**61%**
	2021	**59%**	**72%**	**64%**	**65%**	**64%**	**55%**	**62%**
Ik kan geen dag zonder sociale media*	2017	26%	27%	24%	23%	16%	20%	**23%**
	2018	34%	30%	28%	23%	17%	23%	**26%**
	2019	31%	32%	22%	24%	19%	23%	**25%**
	2020	31%	28%	26%	22%	23%	28%	**26%**
	2021	**31%**	**31%**	**26%**	**25%**	**16%**	**21%**	**25%**
Sociale media geven me een gevoel van verbondenheid*	2018	39%	42%	39%	32%	26%	31%	**35%**
	2019	44%	43%	33%	31%	27%	25%	**33%**
	2020	47%	44%	38%	36%	30%	35%	**38%**
	2021	**50%**	**48%**	**35%**	**33%**	**29%**	**30%**	**37%**
Zonder sociale media heb ik het gevoel veel nieuwtjes en evenementen te missen	2019	63%	53%	45%	38%	35%	31%	**42%**
	2020	62%	52%	41%	31%	30%	35%	**40%**
	2021	**65%**	**56%**	**43%**	**38%**	**27%**	**35%**	**42%**
Ik weet hoe socialemediabedrijven ervoor zorgen dat ze geld verdienen	2019	51%	64%	61%	58%	50%	38%	**52%**
	2020	68%	65%	64%	57%	55%	50%	**59%**
	2021	**71%**	**77%**	**70%**	**64%**	**64%**	**54%**	**65%**
Wanneer een foto of status niet veel likes haalt had ik hem beter niet gepost*	2019	20%	14%	10%	7%	7%	7%	**11%**
	2020	16%	14%	8%	7%	7%	13%	**11%**
	2021	**15%**	**11%**	**9%**	**4%**	**6%**	**9%**	**9%**
Sociale media hebben me al eens aangezet een product te kopen (bv. via een influencer, een advertentie op sociale media, een bericht van een bedrijf, ...)*	2019	49%	51%	36%	28%	22%	20%	**33%**
	2020	58%	48%	35%	35%	22%	24%	**36%**
	2021	**61%**	**57%**	**43%**	**32%**	**26%**	**19%**	**39%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
*Filter op sociale media gebruikers

JONGLEREN MET SOCIALE MEDIA EN CHATDIENSTEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Dagelijks 4 of meer	2019	58%	42%	23%	15%	11%	5%	**23%**
	2020	60%	38%	22%	16%	9%	7%	**23%**
	2021	**51%**	**40%**	**22%**	**16%**	**9%**	**7%**	**22%**
Wekelijks 4 of meer	2019	82%	69%	56%	42%	29%	17%	**45%**
	2020	87%	70%	51%	42%	26%	19%	**45%**
	2021	**83%**	**73%**	**56%**	**46%**	**27%**	**20%**	**47%**
Maandelijks 4 of meer	2019	88%	80%	72%	51%	37%	22%	**54%**
	2020	91%	81%	66%	55%	35%	22%	**54%**
	2021	**89%**	**82%**	**70%**	**59%**	**38%**	**26%**	**57%**

Optelling van het aantal sociale media en chatdiensten die men dagelijks gebruikt

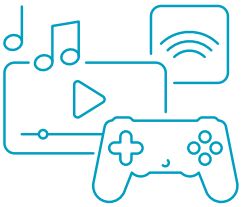
DAGELIJKS GEBRUIK VAN EEN APP VAN HET BEDRIJF META, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Dagelijks gebruik van minstens 1 meta app	2019	93%	91%	88%	83%	73%	61%	**79%**
	2020	96%	91%	88%	82%	82%	66%	**83%**
	2021	**93%**	**90%**	**88%**	**84%**	**77%**	**70%**	**82%**

Dagelijks één van volgende apps gebruiken: Facebook, Instagram, WhatsApp, Facebook Messenger

HOOFDSTUK 4

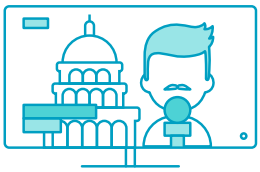
MEDIA



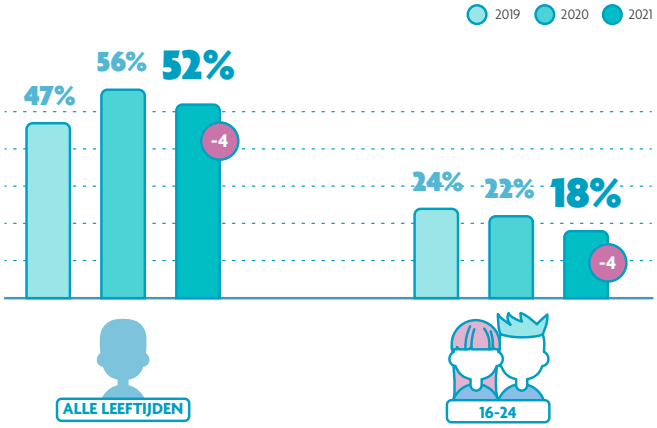
MEDIA

Video

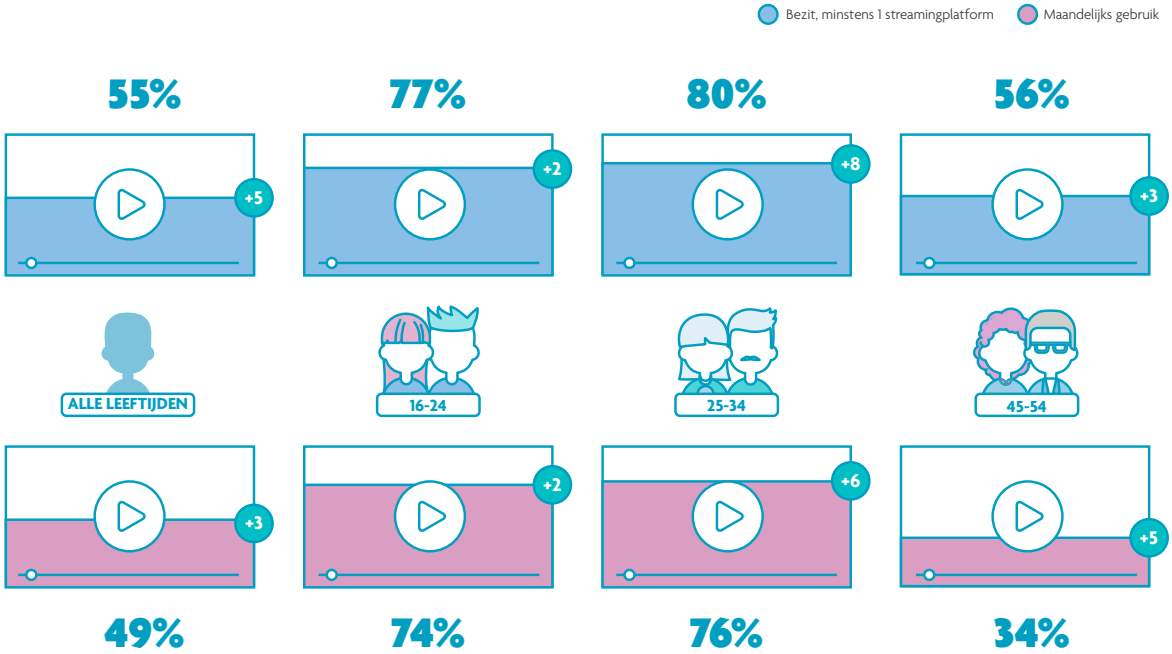
Live TV daalt opnieuw, maar netto corona-effect positief



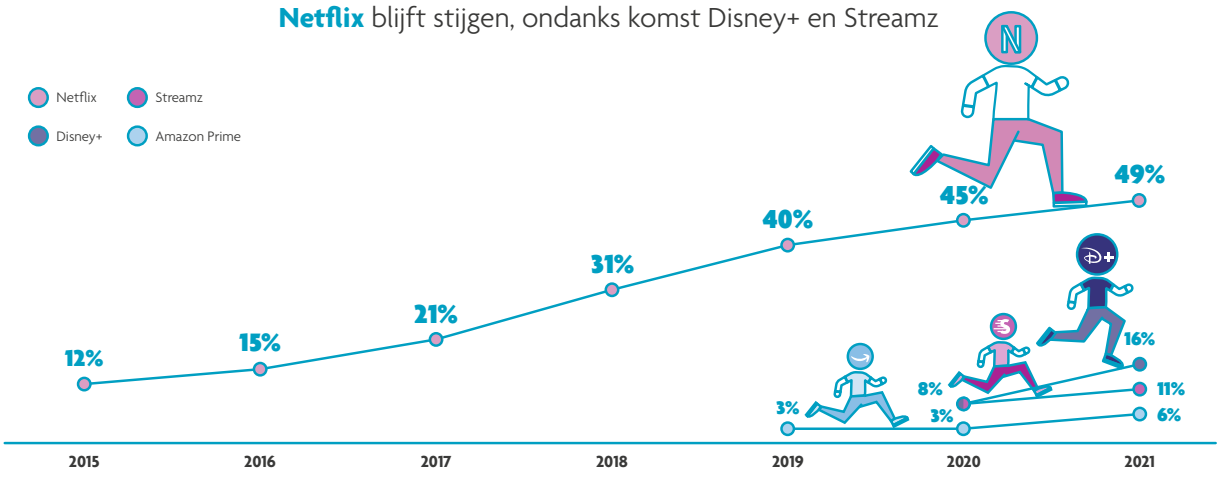
Dagelijks live tv kijken **zakt** bij alle leeftijdsgroepen, vooral jongeren doen dit amper



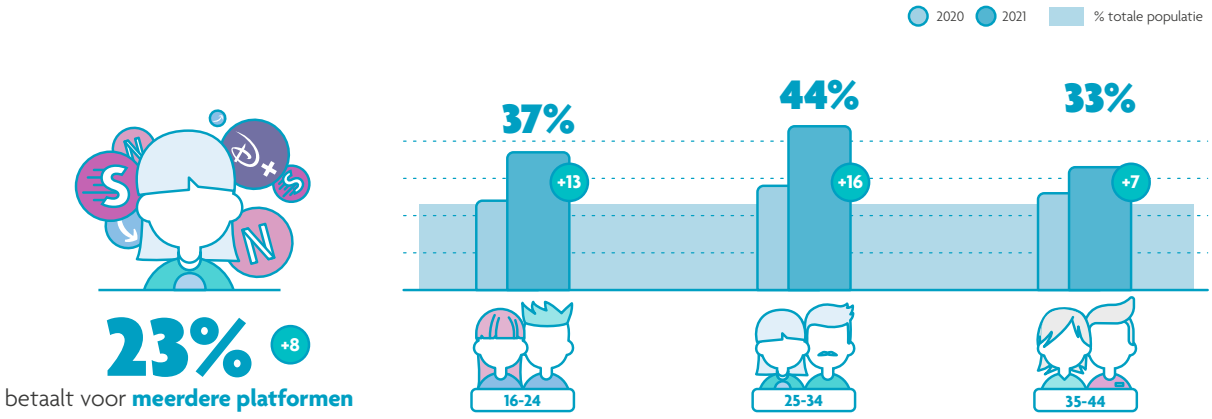
Bezit en maandelijks gebruik **streamingplatformen** blijft stijgen



Netflix blijft stijgen, ondanks komst Disney+ en Streamz

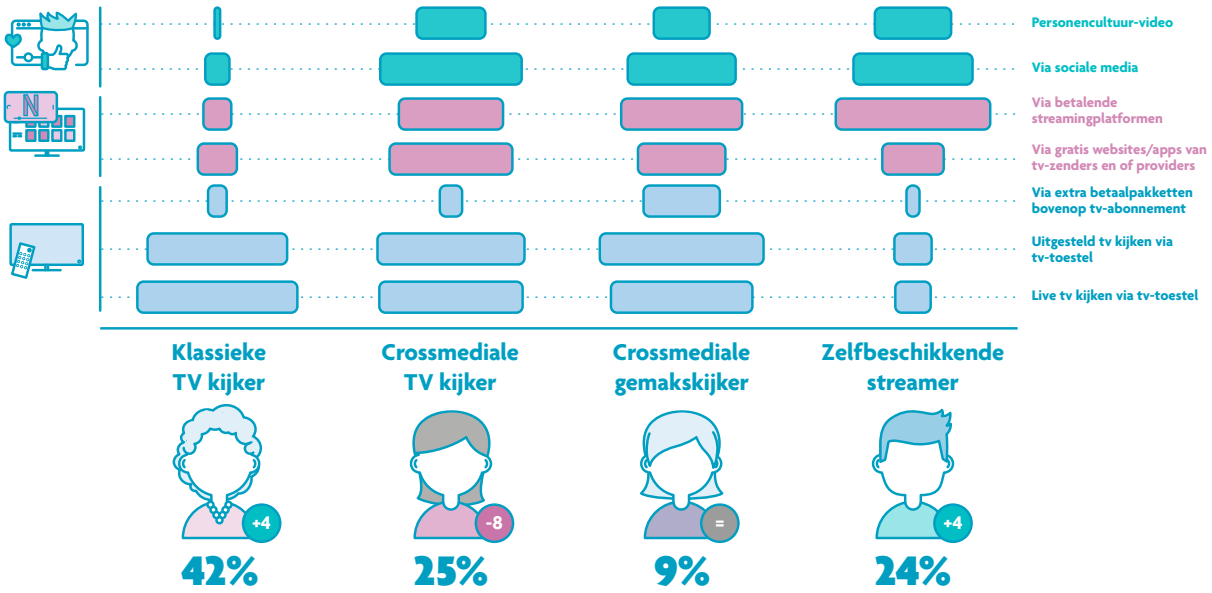


Steeds meer Vlamingen betalen voor **meerdere streamingplatformen**



Hoe **combineren** de videoprofielen videobronnen?

Wekelijks kijkpatroon van de 4 crossmediale kijkprofielen

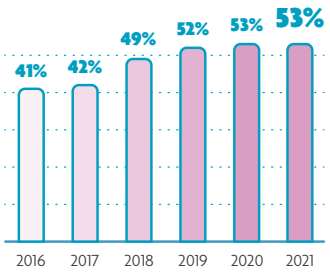


Muziek

Populairste platformen en hun betalingsbereidheid

Via welke bronnen heb je **afgelopen maand** muziek **gestreamd** of opgezocht?

YOUTUBE

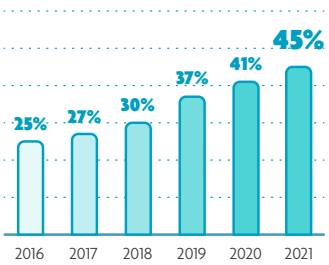


Betalende gebruikers

4%

Populairste platform, maar een **zeer laag aantal** betalende gebruikers

SPOTIFY

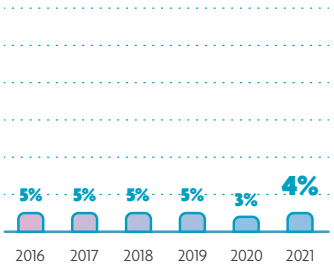


Betalende gebruikers

59%

Grootste absoluut **aantal betalende** gebruikers

APPLE MUSIC

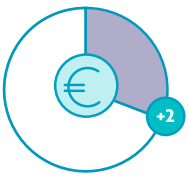


Betalende gebruikers

68%

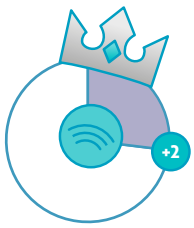
Hoogste aandeel betalende gebruikers, maar klein absoluut aantal

Spotify is koning van de **muziekbetaler**



31%

heeft het afgelopen jaar voor een **muziekstreamingdienst** betaald

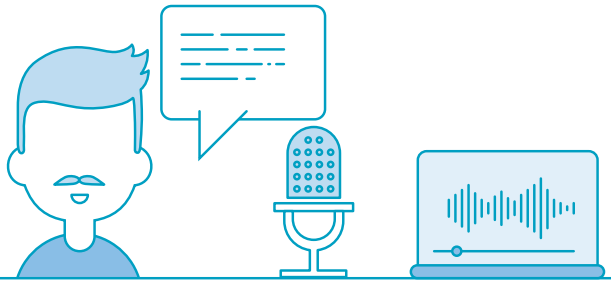


27%

heeft het afgelopen jaar voor **Spotify** betaald

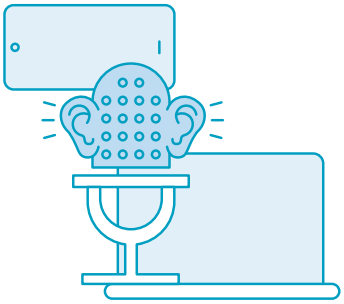
Podcasts winnen terrein

Spotify gatekeeper nummer 1



93% +6

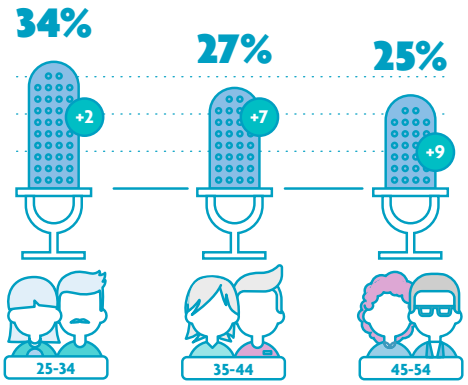
weet wat een **podcast** is



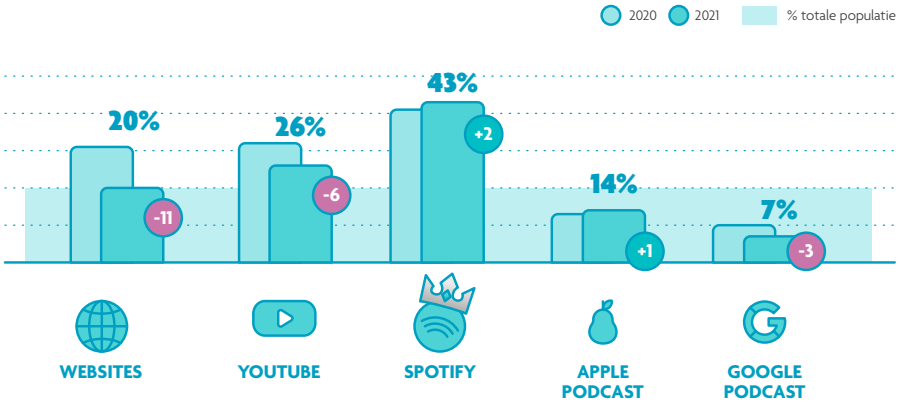
20% +2

luistert **maandelijks** naar podcasts

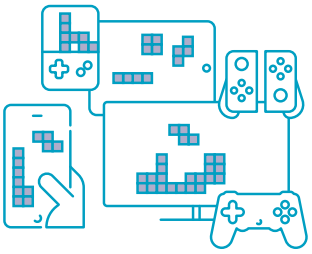
Toename vooral bij **25-54 jarigen**



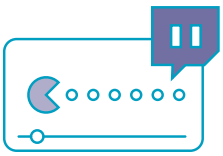
Er wordt het meest naar podcasts geluisterd via **Spotify**



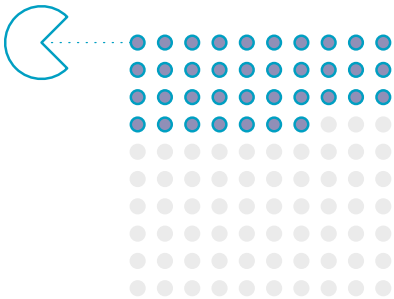
Gaming
wordt populairder

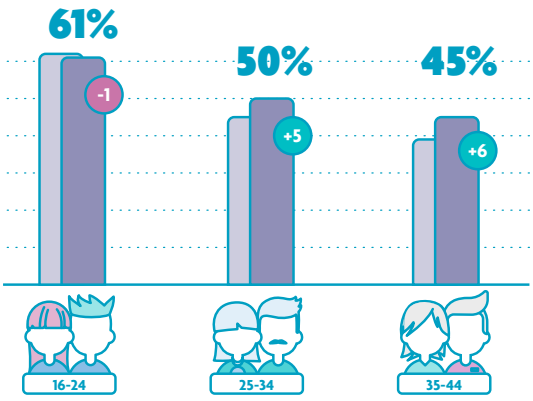


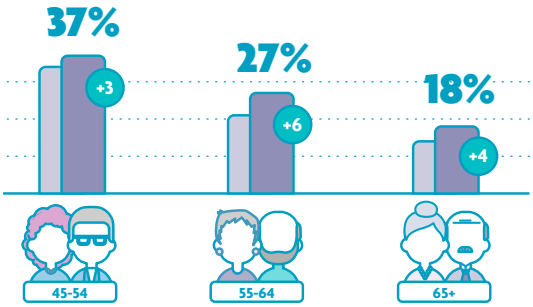
57% +3
gamet maandelijks
op eender welk toestel



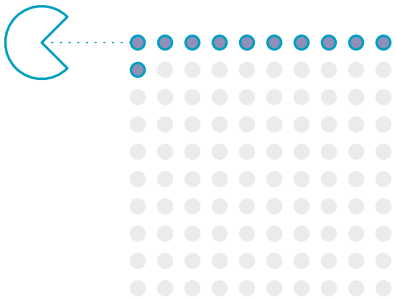
37% +4
heeft **afgelopen maand**
een game **gespeeld** op **smartphone**

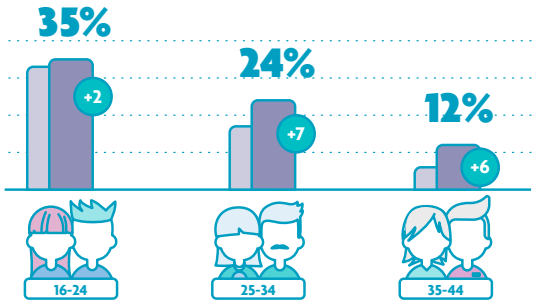






11% +2
kijkt **maandelijks** naar
gamingvideo's





MEDIA

De Vlaming consumeert media steeds meer online, via alsmaar meer platformen en meer mobiel. Dit betekent ook dat (nieuwe) gatekeepers alsmaar belangrijker worden om de weg te wijzen binnen de overvloed aan content. Eén van de implicaties is dat 'cord-cutting' (het opzeggen van een kabelabonnement) na een coronapauze in 2020 terug een doorstart kent.

Dit geeft aan dat de mediaconsumptiepatronen van de Vlaming continu onderhevig zijn aan verandering. We spreken hierbij beter niet meer van televisiekijken, maar hebben het over video-ervaringen of kijkpatronen daar dit meer en meer losgekomen is van een effectief televisiescherm of televisiezenders. De mediaconsument lijkt alsmaar meer platformen te cumuleren en selecteert content uit een aantal onderscheiden lagen. We starten met een overzicht van videocontent, vervolgens behandelen we audio en tot slot is er een kort stuk over gaming.

VIDEO

LAAG 1 - LOKAAL TELEVISIE AANBOD GECUREERD DOOR HET LOKALE ECOSYSTEEM

Kijken naar televisieprogramma's van een televisiezender op een televisiescherm blijft voor een groot deel van de Vlamingen nog steeds een onderdeel van hun dagelijkse kijkgewoontes. Vorig jaar was er zelfs een significante heropleving te zien van het live en uitgesteld televisie kijken, maar dit jaar is dat al gedeeltelijk teruggeschroefd. Dagelijks kijkt 52% (-4) van de Vlamingen live televisie, 33% (-3) kijkt dagelijks uitgesteld. Ten opzichte van 2019 kunnen we wel nog steeds spreken van een 'positief' corona-effect.

Hoe jonger men is, hoe minder men dagelijks live televisie kijkt. Slechts 18% van de jongeren doet dit nog (-4 tov 2020, -6 tov 2019). Een toenemend aantal jongeren schaft zich ook geen digitale televisie meer aan. Slechts 61% van de alleenwonende 25 tot 34-jarigen heeft digitale televisie thuis, tegenover 78% van alle Vlamingen. De huisverlaters maken dus steeds vaker de keuze om niet voor digitale televisie te betalen, maar plaats te maken voor (een pakket van) online streamingdiensten (zie lagen 2 en 3). Die 78% digitale televisie bezitters zijn wel een daling van 6% ten opzichte van vorig jaar, toen 84% nog digitale televisie-aansluiting had. Daarmee stijgt het aantal cord-cutters in Vlaanderen opnieuw na een jaar van stabilisatie in 2020 waarin we noodgedwongen meer tijd voor het televisiescherm doorbrachten. In de meeste gevallen gaat het doorknippen van de kabel ook één op één gepaard met het adopteren van minstens één streamingabonnement. Het aantal Vlamingen dat een digitale televisie-abonnement inruilde voor streaming komt daarmee op 10% (+4).

LAAG 2 – GRATIS AANBOD VAN HET LOKALE ECOSYSTEEM VIA ONLINE KANALEN

Een tweede laag waaruit Vlamingen putten voor hun videoconsumptie is de online content die gratis wordt aangeboden via websites en applicaties van lokale televisiezenders. Denk aan platformen zoals VRT.NU, VTM.GO en GOPLAY. Deze zijn de voorbije jaren gestegen noch gedaald in gebruik. Ze blijven belangrijk in de kijkgewoontes van de Vlaming en 'lijden' niet onder de felle opmars van internationale streamers. 53% maakt minstens maandelijks een aantal keer gebruik van deze onlinecontent. 13% (-1) van de Vlamingen doet dat dagelijks. VRT.NU is het populairst, met vier op tien Vlamingen (meer gespreid over alle leeftijden) die het maandelijks gebruiken. VTM.GO wordt door één op vier Vlamingen (vnl. jongeren) maandelijks gebruikt om video's te kijken.

LAAG 3 - BETALENDE STREAMING DIENSTEN

De laag die de laatste jaren de grootste stijging kent, is deze van de betalende streamingplatformen. Waar Netflix een aantal jaar geleden de referentie was qua gebruiksvriendelijkheid en prijszetting, zijn er nu een aantal concurrenten in hun voetsporen getreden, zoals Disney+, Streamz en Amazon Prime Video. Het aantal Vlamingen met toegang tot een betalende streamingdienst is gestegen naar 55% (+5), terwijl 49% (+3) minstens maandelijks een aantal keren via deze weg kijkt. Deze streamingdiensten worden frequenter gebruikt dan de gratis online content.

Netflix lijkt niet echt getroffen door de toegenomen concurrentie en blijft de grootste streamingdienst in Vlaanderen: 49% (+4) van de Vlamingen heeft toegang tot de Netflixcatalogus. Bij de -35 jarigen is dat al 3 op 4. Bij de concurrenten lukt het Disney+ en Streamz behoorlijk om de nichestatus te ontgroeien: Disney+ verdubbelde zijn bereik naar 16% van de Vlamingen, terwijl Streamz ondertussen 11% (+3) bereikt. Streamz spreidt dat bereik wel meer over alle leeftijdscategorieën uit, daar waar het zwaartepunt van Netflix en Disney+ sterker bij de jongere leeftijdscategorieën ligt. Amazon Prime stijgt dan wel naar 6% (+3), maar spreekt voorlopig enkel het jonger kijksegment aan.

Daarnaast kunnen we ook stellen dat naast betalende streaming ook het cumuleren van streamingabonnementen in 2021 mainstream is geworden. Het aantal Vlamingen dat dit doet (mensen die zich abonneren op meer dan één streamingdienst) steeg immers van 15% naar 23%. We zien dat vooral 25 tot 34-jarigen dit doen (44%). Niet toevallig ook het segment waarin we het fenomeen van cord-cutting het sterkst zien stijgen.

LAAG 4 - SOCIAAL: SOCIALE MEDIA EN PERSONEN ALS GATEKEEPER

Een laatste vorm van online videoconsumptie kan gevonden worden bij sociale media. Voor 31% is dit een dagelijkse gewoonte. Denk hierbij aan video's kijken via Facebook, Instagram, Tiktok,... Het vaakst wordt dit gedaan via Youtube, met 63% van de Vlamingen die maandelijks minstens een aantal keer video's bekijken via de site of de app. Vooral jongeren gebruiken YouTube zeer intensief, met 91% die het minstens maandelijks gebruikt en de helft die er een dagelijkse gewoonte van heeft gemaakt. De opmars van video kijken op sociale media gaat hand in hand met de opmars van het volgen van influencers. Bij jongeren is dat al 3 op 4, terwijl in de totale populatie 31% aangeeft influencers te volgen. Deze 'personenmerken' worden hierbij minstens even belangrijk als mediamerken om gebruikers als gatekeeper te leiden naar videocontent.

Op basis van deze vier lagen werd tevens een segementatie opgesteld. Deze is terug te vinden als annex in dit rapport

AUDIO

Net als bij video zien we dat luisterpatronen steeds meer crossmediaal worden over de verschillende lagen.

LAAG 1: RADIO

De Vlaming blijft evenveel naar de radio luisteren: 6 op 10 doet dit dagelijks, meestal via de autoradio (82%, -2). DAB+ stijgt in gebruik (32%, +7) en lijkt stilaan op weg om de klassieke FM (48%, -6) te vervangen. Ook andere (online streaming) toestellen worden frequent gebruikt om radio te luisteren, zoals de smartphone (25%, +1) en de computer (23%, +2). De toegenomen populariteit van online radiozenders zonder FM frequentie (bv. Radio Willy) is daar zeker niet vreemd aan.

LAAG 2: STREAMINGPLATFORMEN

Bovenop radio luisteren alsmaar meer mensen naar muziekstreaming platformen. Dit wordt voornamelijk gedaan via Spotify (45%, +4) en YouTube (53%, +0). 31% van de Vlamingen heeft het afgelopen jaar betaald voor een muziekstreamingdienst. Vooral voor Spotify wordt vaak betaald, met 27% van de Vlamingen die een Spotify Premium abonnement hebben. Dit betekent dat een meerderheid van 59% van de Spotify gebruikers ook effectief betaalt voor de dienst, terwijl dit opgaat voor slechts 4% van de YouTube gebruikers.

LAAG 3: PODCASTS

De derde laag bestaat uit podcasts waarin we opnieuw een sterke verbondenheid met personenmerken ontwaren. We zien een kleine stijging in maandelijks gebruik ten opzichte van vorig jaar (20%, +2), terwijl ook steeds meer mensen weten wat podcasts zijn. Slechts 7% (-6) weet niet wat een podcast is. Spotify is met een grote voorsprong hét platform waarop podcasts beluisterd worden. Zo gebruikt 43% van de podcast luisteraars maandelijks Spotify als gids voor luisterervaring. YouTube zakt hierbij wat weg, van 32% in 2020 naar 26% dit jaar. De jongere Vlamingen luisteren vooral via Spotify en YouTube, de oudere generaties luisteren vaker via apps of websites van Vlaamse mediamerken.

GAMING

Gaming kende het voorbije jaar alweer een lichte stijging. Het maandelijks gamen - onafhankelijk van toestel - ging van 54% naar 57%. Over de toestellen heen zien we vooral een stijging in casual gaming op de smartphone (37%, +4). Hoewel jongeren over het algemeen nog steeds het meeste gamen, zien we dit jaar een sterkere stijging bij de oudere leeftijdscategorieën. Zowel maandelijks gamen op computer, tablet als smartphone stijgt bij de 55+ers. De mobileDNA data leren ons dat de oudere Vlaming vooral veel puzzelspelletjes speelt zoals Wordfeud, Sudoku en Candy Crush.

Online afspreken om een spel te spelen was in 2020 enorm populair bij de jongeren (16-24 jarigen), dit jaar daalde het echter met 10 procentpunten naar 25%. Vermoedelijk werd dit als substituut gebruikt in tijden van 'social distancing', maar verkiest men toch 'fysieke' ontmoetingen waardoor nu enkel de meer doorwinterde online gamers overblijven.

BEZIT VIDEO ABONNEMENTEN. EVOLUTIE SINDS 2015

Abonnement	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Digitale TV	86%	83%	83%	83%	83%	84%	**78%**
Netflix	12%	15%	21%	31%	40%	45%	**49%**
Extra pakket films en series		14%	14%	13%	14%	11%	**9%**
Extra pakket sport		9%	7%	7%	8%	9%	**9%**
YouTube (premium)					2%	2%	**2%**
Amazon Prime					3%	3%	**6%**
Apple TV+						4%	**4%**
Disney+						8%	**16%**
Streamz						8%	**11%**

Welke abonnementen heb je thuis? Beantwoord deze vraag ook voor abonnementen die je niet zelf betaalt, bijvoorbeeld wanneer je een abonnement deelt met iemand die ergens anders woont.

BEZIT VIDEO ABONNEMENTEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

	Jaar	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Digitale TV	2020	85%	74%	81%	91%	89%	83%	**84%**
	2021	**84%**	**67%**	**74%**	**80%**	**84%**	**78%**	**78%**
Netflix	2020	72%	69%	63%	49%	30%	13%	**45%**
	2021	**74%**	**76%**	**65%**	**51%**	**34%**	**18%**	**49%**
Extra pakket films en series	2020	19%	9%	12%	14%	10%	7%	**11%**
	2021	**13%**	**8%**	**10%**	**7%**	**10%**	**7%**	**9%**
Extra pakket sport	2020	12%	6%	8%	11%	10%	10%	**9%**
	2021	**10%**	**8%**	**6%**	**9%**	**7%**	**12%**	**9%**
YouTube (premium)	2020	3%	3%	2%	1%	1%	1%	**2%**
	2021	**2%**	**5%**	**3%**	**2%**	**1%**	**1%**	**2%**
Amazon Prime	2020	3%	7%	6%	3%	2%	1%	**3%**
	2021	**8%**	**12%**	**8%**	**6%**	**2%**	**1%**	**6%**
Apple TV+	2020	6%	6%	6%	3%	4%	2%	**4%**
	2021	**5%**	**7%**	**3%**	**6%**	**2%**	**2%**	**4%**
Disney+	2020	14%	18%	13%	5%	3%	1%	**8%**
	2021	**28%**	**32%**	**24%**	**12%**	**4%**	**3%**	**16%**
Streamz	2020	9%	8%	10%	8%	7%	6%	**8%**
	2021	**14%**	**15%**	**12%**	**10%**	**10%**	**7%**	**11%**

Welke toestellen en diensten heb je in huis?

STOPGEZETTE ABONNEMENTEN IN 2021, NAAR LEEFTIJD

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Digitale televisie	2%	8%	7%	6%	3%	4%	**5%**
Extra betaalpakketten bovenop je digitale televisie (Play More, All Sports, ...)	3%	3%	4%	4%	3%	2%	**3%**
TV via satelliet	1%	0%	0%	1%	1%	0%	**1%**
YouTube Premium	2%	2%	1%	1%	0%	0%	**1%**
Netflix	5%	6%	4%	3%	2%	1%	**3%**
Disney+	4%	3%	5%	2%	1%	0%	**2%**
Streamz	5%	6%	7%	5%	3%	2%	**4%**
Amazon Prime Video	1%	3%	3%	1%	0%	0%	**1%**
Apple TV+	2%	3%	2%	3%	1%	1%	**2%**
Geen van bovenstaande	5%	6%	6%	7%	6%	12%	**8%**
Ik heb geen abonnementen stopgezet	73%	69%	69%	73%	82%	79%	**75%**

Welk van onderstaande betalende video-abonnementen heb je afgelopen jaar stopgezet?

SOORTEN VIDEOKIJKERS, NAAR LEEFTIJD

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal 2021	Totaal 2020	Totaal 2019
Heeft toegang tot een betalende video streamingdienst	77%	80%	72%	56%	40%	24%	**55%**	50%	45%
TV abonnement en/of extra pakketten	85%	68%	74%	81%	86%	80%	**79%**	88%	87%
Heeft toegang tot een betalende video streamingdienst maar geen tv-abonnement	11%	24%	17%	9%	4%	2%	**10%**	6%	6%
Heeft zowel toegang tot een tv-abonnement als een betalende streamingdienst	66%	56%	55%	48%	36%	22%	**44%**	44%	39%

Betalende streamer heeft thuis een abonnement op Netflix, YouTube Premium, Amazon Prime, Apple TV+, Streamz, Disney+
Betalende TV kijker heeft thuis een analoge of digitale televisie aansluiting

VLAMINGEN MET ENKEL STREAMINGDIENSTEN THUIS, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
2019	9%	15%	7%	4%	1%	0%	**6%**
2020	6%	16%	10%	2%	2%	2%	**6%**
2021	**11%**	**24%**	**17%**	**9%**	**4%**	**2%**	**10%**

Welke abonnementen heb je thuis? Beantwoord deze vraag ook voor abonnementen die je niet zelf betaalt, bijvoorbeeld wanneer je een abonnement deelt met iemand die ergens anders woont.

FREQUENTIE TV KIJKEN. EVOLUTIE SINDS 2015

		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Live/lineair	Ooit	94%	94%	87%	94%	93%	93%	**91%**
	Maandelijks	82%	83%	73%	75%	73%	80%	**74%**
	Dagelijks	60%	57%	50%	48%	47%	56%	**52%**
Uitgesteld kijken	Ooit	78%	81%	75%	85%	86%	87%	**84%**
	Maandelijks	69%	74%	65%	72%	74%	77%	**73%**
	Dagelijks	30%	29%	27%	30%	32%	36%	**33%**
Een film of serie (per stuk) huren via digitale televisie	Ooit		44%	38%	42%	42%	41%	**38%**
	Maandelijks		14%	13%	15%	15%	15%	**11%**
	Dagelijks		1%	1%	3%	4%	3%	**3%**

Hoe vaak kijk je naar tv-programma's, series of films via (digitale) televisie
Filter op tv-bezitters

FREQUENTIE DAGELIJKS LIVE/LINEAIR TV KIJKEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
2017	25%	29%	41%	48%	62%	74%	**50%**
2018	22%	26%	35%	48%	60%	75%	**48%**
2019	24%	25%	35%	49%	59%	69%	**47%**
2020	22%	33%	47%	60%	70%	84%	**56%**
2021	**18%**	**28%**	**39%**	**59%**	**67%**	**79%**	**52%**

Hoe vaak kijk je naar tv-programma's, series of films via (digitale) televisie - Live
Filter op tv-bezitters

FREQUENTIE ONLINE VIDEO KIJKEN. EVOLUTIE SINDS 2016

		2016	2017	2018	2019	2020	2021
YouTube	Maandelijks	65%	63%	65%	66%	66%	**63%**
	Dagelijks	22%	21%	26%	24%	23%	**23%**
Vimeo	Maandelijks	11%	9%	8%	8%	5%	**6%**
	Dagelijks	1%	1%	1%	1%	0%	**0%**
Sociale media	Maandelijks	56%	57%	65%	68%	49%	**49%**
	Dagelijks	35%	38%	45%	43%	30%	**31%**
Nieuwswebsites	Maandelijks	58%	60%	59%	66%	67%	**61%**
	Dagelijks	28%	30%	29%	30%	33%	**31%**
Videostreamingplatform (bv. Netflix, ...)	Maandelijks	17%	20%	33%	39%	46%	**49%**
	Dagelijks	6%	8%	13%	17%	18%	**20%**
Websites of app van een tv-zender of provider	Maandelijks	32%	34%	33%	53%	54%	**53%**
	Dagelijks		10%	10%	15%	14%	**13%**
Illegale website	Maandelijks	10%	8%	8%	8%	6%	**9%**
	Dagelijks	1%	2%	1%	1%	1%	**1%**
Gamingvideo's (bv. Twitch)	Maandelijks		4%	4%	5%	9%	**11%**
	Dagelijks		1%	1%	1%	3%	**4%**

Hoe vaak kijk je naar video's via onderstaande online kanalen? Met 'video' bedoelen we alle filmpjes die je online kan bekijken op sociale media, YouTube of andere website. Tv-programma's, films en series die je online bekijkt zijn dus ook van toepassing.
Filter op internetgebruikers

FREQUENTIE MAANDELIJKS/WEKELIJKS/DAGELIJKS ONLINE VIDEO KIJKEN, NAAR LEEFTIJD

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
YouTube	maandelijks	91%	87%	74%	64%	52%	31%	**63%**
	wekelijks	84%	76%	61%	51%	36%	23%	**52%**
	dagelijks	51%	39%	30%	16%	12%	6%	**23%**
Vimeo	maandelijks	4%	5%	11%	7%	6%	2%	**6%**
	wekelijks	1%	1%	4%	3%	3%	1%	**2%**
	dagelijks	0%	1%	1%	0%	0%	0%	**0%**
Sociale Media	maandelijks	91%	76%	64%	46%	27%	16%	**49%**
	wekelijks	90%	71%	58%	39%	24%	14%	**45%**
	dagelijks	76%	54%	37%	24%	13%	6%	**31%**
Nieuwswebsites	maandelijks	60%	68%	70%	69%	61%	46%	**61%**
	wekelijks	44%	59%	61%	61%	54%	42%	**53%**
	dagelijks	19%	28%	35%	38%	37%	27%	**31%**
Videostreamingplatform (bv. Netflix)*	maandelijks	74%	76%	67%	49%	34%	18%	**49%**
	wekelijks	66%	70%	60%	41%	29%	14%	**43%**
	dagelijks	32%	36%	29%	17%	10%	6%	**20%**
Website of app van een tv-zender of provider	maandelijks	58%	62%	61%	54%	51%	39%	**53%**
	wekelijks	37%	42%	40%	41%	37%	31%	**38%**
	dagelijks	7%	12%	16%	15%	14%	12%	**13%**
Illegale website	maandelijks	28%	18%	9%	3%	2%	1%	**9%**
	wekelijks	15%	10%	4%	2%	2%	0%	**5%**
	dagelijks	3%	4%	1%	1%	1%	0%	**1%**
Gamingvideo's (bv. Twitch)	maandelijks	35%	24%	12%	4%	1%	1%	**11%**
	wekelijks	29%	16%	8%	2%	1%	0%	**8%**
	dagelijks	14%	8%	4%	2%	1%	0%	**4%**

Hoe vaak kijk je naar video's via onderstaande online kanalen? Met 'video' bedoelen we alle filmpjes die je online kan bekijken op sociale media, YouTube of andere website. Tv-programma's, films en series die je online bekijkt zijn dus ook van toepassing. Filter op internetgebruikers

VIDEO KIJKEN VIA WEBSITE OF APP VAN EEN TV-ZENDER OF PROVIDER. EVOLUTIE SINDS 2019

		2019	2020	2021
Website of app van een tv-zender of provider	Maandelijks	53%	54%	**53%**
	Dagelijks	15%	14%	**13%**
Website of app van een tv-zender	Maandelijks	49%	50%	**47%**
	Dagelijks	13%	13%	**11%**
Website of app van een provider	Maandelijks	23%	17%	**17%**
	Dagelijks	4%	2%	**3%**
VTM.GO	Maandelijks		25%	**26%**
	Dagelijks		3%	**3%**
VRT.NU	Maandelijks		41%	**39%**
	Dagelijks		10%	**8%**

Hoe vaak kijk je naar video's via onderstaande online kanalen? Met 'video' bedoelen we alle filmpjes die je online kan bekijken op sociale media, YouTube of andere website. Tv-programma's, films en series die je online bekijkt zijn dus ook van toepassing. Filter op internetgebruikers

MAANDELIJKS VIDEO KIJKEN VIA ONLINE KANALEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017 (DEEL 1)

	Jaar	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Website of app van een tv-zender of provider	2017	47%	40%	42%	37%	32%	18%	**34%**
	2018	42%	37%	39%	35%	27%	24%	**33%**
	2019	60%	57%	60%	58%	46%	44%	**53%**
	2020	66%	60%	62%	52%	49%	43%	**54%**
	2021	**58%**	**62%**	**61%**	**54%**	**51%**	**39%**	**53%**
Website of app van een tv-zender	2019	56%	54%	54%	50%	43%	43%	**49%**
	2020	62%	55%	58%	48%	45%	40%	**50%**
	2021	**53%**	**58%**	**52%**	**49%**	**45%**	**35%**	**47%**
Website of app van een provider	2019	29%	23%	23%	30%	21%	16%	**23%**
	2020	22%	18%	19%	19%	14%	10%	**17%**
	2021	**17%**	**17%**	**22%**	**18%**	**16%**	**12%**	**17%**
VTM.GO	2020	41%	32%	32%	23%	19%	14%	**25%**
	2021	**42%**	**38%**	**32%**	**24%**	**17%**	**13%**	**26%**
VRT.NU	2020	45%	44%	46%	40%	38%	35%	**41%**
	2021	**37%**	**46%**	**42%**	**41%**	**41%**	**32%**	**39%**
Videostreamingplatform (bv. Netflix, ...)	2017	42%	36%	31%	18%	7%	2%	**20%**
	2018	59%	62%	40%	29%	16%	8%	**33%**
	2019	68%	73%	50%	42%	19%	7%	**39%**
	2020	72%	70%	64%	45%	29%	15%	**46%**
	2021	**74%**	**76%**	**67%**	**49%**	**34%**	**18%**	**49%**
Amazon Prime Video	2020	2%	6%	5%	3%	1%	1%	**3%**
	2021	**5%**	**10%**	**7%**	**4%**	**2%**	**1%**	**5%**
Netflix	2020	70%	66%	60%	43%	27%	12%	**43%**
	2021	**71%**	**73%**	**61%**	**45%**	**29%**	**15%**	**45%**
Disney+	2020	12%	17%	12%	4%	3%	1%	**7%**
	2021	**26%**	**31%**	**22%**	**9%**	**3%**	**2%**	**14%**
YouTube Premium	2020	2%	2%	2%	1%	1%	0%	**1%**
	2021	**2%**	**5%**	**2%**	**1%**	**0%**	**0%**	**2%**
Streamz	2020	5%	7%	9%	6%	5%	5%	**6%**
	2021	**9%**	**12%**	**10%**	**7%**	**8%**	**5%**	**8%**

Hoe vaak kijk je naar video's via onderstaande online kanalen? Met 'video' bedoelen we alle filmpjes die je online kan bekijken op sociale media, YouTube of andere website. Tv-programma's, films en series die je online bekijkt zijn dus ook van toepassing. Filter op internetgebruikers

MAANDELIJKS VIDEO KIJKEN VIA ONLINE KANALEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017 (DEEL 2)

	Jaar	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
YouTube	2017	93%	85%	81%	67%	52%	29%	**63%**
	2018	94%	86%	79%	65%	50%	37%	**65%**
	2019	93%	90%	80%	66%	53%	37%	**66%**
	2020	96%	87%	76%	64%	49%	41%	**66%**
	2021	**91%**	**87%**	**74%**	**64%**	**52%**	**31%**	**63%**
Vimeo	2017	8%	15%	17%	10%	7%	1%	**9%**
	2018	7%	7%	12%	13%	6%	1%	**8%**
	2019	4%	13%	9%	12%	8%	3%	**8%**
	2020	2%	7%	11%	8%	3%	2%	**5%**
	2021	**4%**	**5%**	**11%**	**7%**	**6%**	**2%**	**6%**
Sociale media		2017	86%	79%	76%	60%	46%	**25%**
	2018	88%	81%	74%	68%	51%	40%	**65%**
	2019	91%	80%	75%	69%	58%	49%	**68%**
	2020	91%	76%	60%	47%	25%	21%	**49%**
	2021	**91%**	**76%**	**64%**	**46%**	**27%**	**16%**	**49%**
Nieuwswebsites	2017	66%	69%	75%	63%	63%	36%	**60%**
	2018	60%	70%	68%	62%	54%	44%	**59%**
	2019	65%	70%	68%	71%	65%	59%	**66%**
	2020	71%	72%	74%	72%	65%	55%	**67%**
	2021	**60%**	**68%**	**70%**	**69%**	**61%**	**46%**	**61%**
Illegale site	2017	22%	18%	10%	4%	1%	0%	**8%**
	2018	16%	18%	10%	4%	2%	1%	**8%**
	2019	21%	16%	8%	4%	1%	1%	**8%**
	2020	18%	14%	4%	4%	2%	1%	**6%**
	2021	**28%**	**18%**	**9%**	**3%**	**2%**	**1%**	**9%**
Gamingvideo's (bv. Twitch)	2017	12%	7%	7%	1%	1%	1%	**4%**
	2018	13%	9%	4%	1%	0%	0%	**4%**
	2019	19%	6%	4%	3%	1%	0%	**5%**
	2020	33%	17%	6%	2%	1%	1%	**9%**
	2021	**35%**	**24%**	**12%**	**4%**	**1%**	**1%**	**11%**

Hoe vaak kijk je naar video's via onderstaande online kanalen? Met 'video' bedoelen we alle filmpjes die je online kan bekijken op sociale media, YouTube of andere website. Tv-programma's, films en series die je online bekijkt zijn dus ook van toepassing. Filter op internetgebruikers

WEKELIJKS EN DAGELIJKS VIDEO KIJKEN VIA ONLINE KANALEN: ZENDERS OF PROVIDERS, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

		Jaar	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Website of app van een tv-zender of provider	Wekelijks	2019	44%	37%	40%	44%	36%	37%	**39%**
		2020	45%	40%	44%	37%	36%	36%	**39%**
		2021	**37%**	**42%**	**40%**	**41%**	**37%**	**31%**	**38%**
	Dagelijks	2019	17%	14%	10%	19%	15%	15%	**15%**
		2020	11%	12%	14%	13%	14%	17%	**14%**
		2021	**7%**	**12%**	**16%**	**15%**	**14%**	**12%**	**13%**
Website of app van een tv-zender	Wekelijks	2019	40%	36%	35%	37%	33%	35%	**36%**
		2020	41%	36%	39%	34%	34%	33%	**36%**
		2021	**33%**	**38%**	**35%**	**37%**	**34%**	**28%**	**34%**
	Dagelijks	2019	15%	13%	8%	17%	13%	14%	**13%**
		2020	10%	11%	13%	12%	13%	16%	**13%**
		2021	**6%**	**11%**	**13%**	**13%**	**12%**	**10%**	**11%**
Website of app van een provider	Wekelijks	2019	19%	10%	12%	17%	13%	11%	**14%**
		2020	12%	10%	10%	10%	8%	7%	**9%**
		2021	**10%**	**9%**	**12%**	**12%**	**9%**	**9%**	**10%**
	Dagelijks	2019	6%	3%	3%	6%	5%	4%	**4%**
		2020	2%	3%	2%	2%	3%	3%	**2%**
		2021	**2%**	**2%**	**4%**	**3%**	**3%**	**3%**	**3%**
VTM.GO	Wekelijks	2020	23%	17%	18%	13%	10%	10%	**14%**
		2021	**23%**	**20%**	**18%**	**14%**	**10%**	**8%**	**15%**
	Dagelijks	2020	6%	2%	5%	2%	1%	4%	**3%**
		2021	**4%**	**5%**	**4%**	**4%**	**1%**	**2%**	**3%**
VRT.NU	Wekelijks	2020	24%	27%	32%	27%	28%	30%	**28%**
		2021	**19%**	**28%**	**27%**	**30%**	**31%**	**25%**	**27%**
	Dagelijks	2020	5%	8%	10%	10%	11%	14%	**10%**
		2021	**2%**	**7%**	**10%**	**10%**	**10%**	**9%**	**8%**

Hoe vaak kijk je naar video's via onderstaande online kanalen? Met 'video' bedoelen we alle filmpjes die je online kan bekijken op sociale media, YouTube of andere website. Tv-programma's, films en series die je online bekijkt zijn dus ook van toepassing. Filter op internetgebruikers

WEKELIJKS EN DAGELIJKS VIDEO KIJKEN VIA ONLINE KANALEN: STREAMING, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

		Jaar	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Videostreamingplatform (bv. Netflix, ...)	Wekelijks	2019	61%	67%	43%	35%	16%	5%	**34%**
		2020	63%	63%	57%	40%	26%	14%	**41%**
		2021	**66%**	**70%**	**60%**	**41%**	**29%**	**14%**	**43%**
	Dagelijks	2019	36%	36%	20%	16%	8%	1%	**17%**
		2020	29%	32%	27%	13%	10%	6%	**18%**
		2021	**32%**	**36%**	**29%**	**17%**	**10%**	**6%**	**20%**
Amazon Prime Video	Wekelijks	2020	1%	5%	4%	3%	0%	0%	**2%**
		2021	**4%**	**6%**	**6%**	**3%**	**1%**	**1%**	**3%**
	Dagelijks	2020	0%	1%	1%	1%	0%	0%	**0%**
		2021	**1%**	**2%**	**1%**	**2%**	**0%**	**0%**	**1%**
Netflix	Wekelijks	2020	60%	60%	53%	37%	24%	10%	**38%**
		2021	**63%**	**67%**	**55%**	**37%**	**25%**	**12%**	**40%**
	Dagelijks	2020	27%	29%	24%	12%	10%	5%	**17%**
		2021	**30%**	**33%**	**26%**	**16%**	**9%**	**5%**	**18%**
Disney+	Wekelijks	2020	10%	14%	11%	4%	2%	1%	**6%**
		2021	**17%**	**25%**	**17%**	**7%**	**3%**	**1%**	**10%**
	Dagelijks	2020	2%	4%	3%	1%	0%	0%	**2%**
		2021	**4%**	**9%**	**6%**	**2%**	**1%**	**0%**	**3%**
YouTube Premium	Wekelijks	2020	2%	2%	2%	1%	1%	0%	**1%**
		2021	**2%**	**4%**	**2%**	**1%**	**0%**	**0%**	**2%**
	Dagelijks	2020	1%	2%	2%	0%	0%	0%	**1%**
		2021	**2%**	**3%**	**1%**	**1%**	**0%**	**0%**	**1%**
Streamz	Wekelijks	2020	4%	5%	8%	5%	4%	4%	**5%**
		2021	**6%**	**7%**	**8%**	**6%**	**7%**	**4%**	**6%**
	Dagelijks	2020	1%	2%	2%	1%	1%	1%	**1%**
		2021	**1%**	**2%**	**3%**	**1%**	**2%**	**1%**	**2%**

Hoe vaak kijk je naar video's via onderstaande online kanalen? Met 'video' bedoelen we alle filmpjes die je online kan bekijken op sociale media, YouTube of andere website. Tv-programma's, films en series die je online bekijkt zijn dus ook van toepassing. Filter op internetgebruikers

WEKELIJKS EN DAGELIJKS VIDEO KIJKEN VIA ONLINE KANALEN: OVERIGE, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

			16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
YouTube	Wekelijks	2019	86%	75%	64%	47%	39%	25%	**52%**
		2020	86%	73%	58%	46%	37%	30%	**52%**
		2021	**84%**	**76%**	**61%**	**51%**	**36%**	**23%**	**52%**
	Dagelijks	2019	57%	41%	23%	18%	13%	7%	**24%**
		2020	59%	37%	21%	14%	10%	9%	**23%**
		2021	**51%**	**39%**	**30%**	**16%**	**12%**	**6%**	**23%**
Vimeo	Wekelijks	2019	2%	5%	4%	4%	3%	1%	**3%**
		2020	1%	2%	4%	4%	2%	1%	**2%**
		2021	**1%**	**1%**	**4%**	**3%**	**3%**	**1%**	**2%**
	Dagelijks	2019	1%	2%	1%	0%	0%	0%	**1%**
		2020	1%	0%	1%	0%	0%	0%	**0%**
		2021	**0%**	**1%**	**1%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**
Sociale media	Wekelijks	2019	89%	71%	65%	62%	50%	44%	**61%**
		2020	89%	69%	52%	40%	21%	20%	**45%**
		2021	**90%**	**71%**	**58%**	**39%**	**24%**	**14%**	**45%**
	Dagelijks	2019	72%	45%	41%	44%	36%	29%	**43%**
		2020	77%	44%	33%	24%	10%	10%	**30%**
		2021	**76%**	**54%**	**37%**	**24%**	**13%**	**6%**	**31%**
Nieuwswebsites	Wekelijks	2019	51%	58%	57%	64%	56%	55%	**57%**
		2020	54%	60%	65%	64%	58%	51%	**58%**
		2021	**44%**	**59%**	**61%**	**61%**	**54%**	**42%**	**53%**
	Dagelijks	2019	18%	26%	26%	36%	37%	34%	**30%**
		2020	16%	30%	38%	38%	38%	36%	**33%**
		2021	**19%**	**28%**	**35%**	**38%**	**37%**	**27%**	**31%**
Illegale website	Wekelijks	2019	10%	7%	4%	3%	0%	1%	**4%**
		2020	9%	8%	2%	2%	1%	1%	**3%**
		2021	**15%**	**10%**	**4%**	**2%**	**2%**	**0%**	**5%**
	Dagelijks	2019	2%	3%	1%	1%	0%	0%	**1%**
		2020	3%	3%	1%	1%	0%	0%	**1%**
		2021	**3%**	**4%**	**1%**	**1%**	**1%**	**0%**	**1%**
Gamingvideo's (bv. Twitch)	Wekelijks	2019	12%	5%	3%	1%	0%	0%	**3%**
		2020	23%	12%	4%	2%	0%	1%	**6%**
		2021	**29%**	**16%**	**8%**	**2%**	**1%**	**0%**	**8%**
	Dagelijks	2019	5%	2%	1%	0%	0%	0%	**1%**
		2020	15%	7%	1%	1%	0%	0%	**3%**
		2021	**14%**	**8%**	**4%**	**2%**	**1%**	**0%**	**4%**

Hoe vaak kijk je naar video's via onderstaande online kanalen? Met 'video' bedoelen we alle filmpjes die je online kan bekijken op sociale media, YouTube of andere website. Tv-programma's, films en series die je online bekijkt zijn dus ook van toepassing. Filter op internetgebruikers

VLAMINGEN MET TOEGANG TOT EEN BETALEND STREAMINGPLATFORM, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Toegang tot betalend streamingplatform	2020	75%	72%	68%	53%	35%	19%	**50%**
	2021	**77%**	**80%**	**72%**	**56%**	**40%**	**24%**	**55%**

Bv: Amazon Prime Video, Netflix, Streamz, Disney+, YouTube Premium.

JONGLEREN MET BETALENDE VIDEOPLATFORMEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
2 of meer videobronnen dagelijks	2020	2%	6%	5%	2%	1%	1%	**3%**
	2021	**6%**	**9%**	**8%**	**3%**	**2%**	**1%**	**4%**
2 of meer videobronnen wekelijks	2020	13%	20%	16%	9%	4%	2%	**10%**
	2021	**21%**	**31%**	**24%**	**10%**	**6%**	**4%**	**15%**
2 of meer videobronnen maandelijks	2020	17%	24%	19%	10%	6%	2%	**12%**
	2021	**32%**	**42%**	**31%**	**14%**	**7%**	**5%**	**20%**

Bv: Amazon Prime Video, Netflix, Streamz, Disney+, YouTube Premium.

VIDEO CASTEN NAAR TV-SCHERM, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

	2019	2020	2021
Ik weet/begrijp het niet	18%	4%	**4%**
Nooit	40%	49%	**48%**
Zelden	17%	18%	**19%**
Maandelijks	9%	9%	**9%**
Wekelijks	11%	14%	**12%**
Dagelijks	6%	6%	**8%**

Hoe vaak cast je films, series, video's of tv-programma's naar je tv-scherm? Casten is het streamen van media naar een ander scherm. Bijvoorbeeld via je smartphone draadloos een film op je tv-scherm laten afspelen via bv. Google Chromecast of Apple AirPlay
Filter op tv-bezitters

VIDEO CASTEN NAAR TV-SCHERM, NAAR LEEFTIJD

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ik weet/begrijp het niet	1%	1%	1%	3%	5%	11%	**4%**
Nooit	29%	26%	34%	47%	61%	70%	**48%**
Zelden	24%	22%	22%	24%	17%	11%	**19%**
Maandelijks	16%	14%	13%	10%	8%	1%	**9%**
Wekelijks	19%	21%	17%	11%	7%	4%	**12%**
Dagelijks	11%	16%	13%	5%	2%	2%	**8%**

Hoe vaak cast je films, series, video's of tv-programma's naar je tv-scherm? Casten is het streamen van media naar een ander scherm. Bijvoorbeeld via je smartphone draadloos een film op je tv-scherm laten afspelen via bv. Google Chromecast of Apple AirPlay

FREQUENTIE LUISTEREN NAAR DE RADIO, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Nooit	2020	10%	10%	5%	4%	5%	3%	**6%**
	2021	**14%**	**11%**	**5%**	**3%**	**6%**	**3%**	**6%**
Zelden	2020	17%	11%	9%	9%	8%	12%	**11%**
	2021	**23%**	**13%**	**14%**	**13%**	**10%**	**12%**	**14%**
Maandelijks	2020	11%	7%	3%	2%	0%	1%	**4%**
	2021	**8%**	**6%**	**4%**	**1%**	**1%**	**0%**	**3%**
Wekelijks	2020	31%	26%	16%	15%	11%	9%	**17%**
	2021	**22%**	**27%**	**23%**	**18%**	**11%**	**7%**	**17%**
Dagelijks	2020	30%	46%	66%	69%	77%	74%	**63%**
	2021	**33%**	**44%**	**54%**	**65%**	**72%**	**78%**	**60%**

Hoe vaak luister je naar de radio? Welk toestel je gebruikt om te luisteren maakt niet uit.Met 'radio' bedoelen we het beluisteren van radiozenders. Luisteren naar muziek via bv. Spotify is hier niet van toepassing.

TOESTELLEN OM RADIO TE LUISTEREN (MINSTENS MAANDELIJKS), NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Autoradio	2019	76%	79%	83%	80%	77%	74%	**78%**
	2020	90%	87%	85%	86%	87%	73%	**84%**
	2021	**88%**	**81%**	**84%**	**86%**	**81%**	**79%**	82%
Computer	2017	21%	24%	26%	26%	18%	10%	**20%**
	2018	28%	31%	30%	31%	25%	20%	**27%**
	2019	19%	27%	22%	28%	22%	16%	**22%**
	2020	23%	26%	24%	21%	21%	15%	**21%**
	2021	**21%**	**27%**	**29%**	**25%**	**22%**	**17%**	23%
Smartphone	2017	22%	20%	29%	19%	12%	5%	**16%**
	2018	39%	35%	34%	26%	15%	13%	**25%**
	2019	21%	30%	30%	28%	18%	8%	**21%**
	2020	27%	30%	27%	31%	23%	12%	**24%**
	2021	**25%**	**36%**	**36%**	**32%**	**21%**	**10%**	25%
Tablet	2017	4%	7%	10%	12%	7%	4%	**7%**
	2018	10%	8%	12%	12%	11%	10%	**10%**
	2019	3%	5%	8%	8%	10%	9%	**8%**
	2020	4%	6%	6%	9%	11%	7%	**7%**
	2021	**3%**	**4%**	**7%**	**7%**	**8%**	**9%**	7%
Radiotoestel (FM/AM ontvangst)	2017	54%	54%	57%	66%	70%	70%	**63%**
	2018	51%	49%	56%	63%	69%	77%	**62%**
	2019	43%	39%	47%	53%	65%	75%	**57%**
	2020	48%	44%	44%	54%	63%	71%	**56%**
	2021	**40%**	**30%**	**36%**	**44%**	**57%**	**65%**	48%
DAB of DAB+	2017	4%	6%	7%	8%	4%	4%	**5%**
	2018	6%	7%	11%	12%	12%	10%	**10%**
	2019	12%	9%	18%	21%	18%	19%	**17%**
	2020	20%	16%	27%	30%	29%	24%	**25%**
	2021	**20%**	**26%**	**30%**	**36%**	**36%**	**34%**	32%
Tv-toestel	2017	23%	23%	27%	23%	25%	18%	**23%**
	2018	22%	32%	27%	32%	30%	24%	**27%**
	2019	21%	25%	26%	31%	30%	27%	**27%**
	2020	30%	28%	32%	33%	34%	31%	**31%**
	2021	**25%**	**27%**	**23%**	**30%**	**34%**	**27%**	28%
Audiostreamer/ Smart speaker zoals Sonos of Google Home	2018	4%	7%	9%	8%	4%	3%	**6%**
	2019	9%	9%	16%	14%	8%	4%	**9%**
	2020	10%	12%	14%	15%	9%	4%	**10%**
	2021	**10%**	**12%**	**17%**	**15%**	**12%**	**6%**	12%

Via welke toestellen luister je minstens één keer per maand naar de radio?
Filter op maandelijkse radio luisteraars

TOESTELLEN OM MUZIEK TE LUISTEREN (MINSTENS MAANDELIJKS), NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Cd-speler	2018	20%	21%	33%	37%	42%	53%	**36%**
	2019	11%	17%	23%	30%	39%	38%	**28%**
	2020	10%	14%	21%	30%	32%	40%	**26%**
	2021	**9%**	**10%**	**19%**	**24%**	**31%**	**36%**	**23%**
Platenspeler	2018	11%	10%	9%	11%	9%	14%	**11%**
	2019	8%	10%	9%	9%	8%	7%	**8%**
	2020	9%	13%	9%	12%	7%	11%	**10%**
	2021	**8%**	**8%**	**9%**	**12%**	**11%**	**8%**	**9%**
Computer	2018	70%	67%	55%	52%	44%	28%	**50%**
	2019	59%	55%	50%	48%	40%	27%	**44%**
	2020	74%	61%	42%	40%	37%	32%	**45%**
	2021	**61%**	**56%**	**47%**	**41%**	**36%**	**29%**	**43%**
Smartphone	2018	87%	77%	63%	44%	22%	12%	**47%**
	2019	86%	74%	66%	52%	32%	11%	**49%**
	2020	94%	76%	64%	51%	32%	18%	**51%**
	2021	**91%**	**83%**	**66%**	**53%**	**36%**	**18%**	**54%**
Televisie	2018	34%	39%	33%	40%	40%	48%	**40%**
	2019	36%	36%	35%	35%	37%	38%	**36%**
	2020	31%	37%	33%	35%	39%	42%	**37%**
	2021	**27%**	**31%**	**29%**	**34%**	**41%**	**42%**	**35%**
Tablet	2018	16%	17%	21%	22%	17%	16%	**18%**
	2019	14%	13%	17%	19%	20%	17%	**17%**
	2020	14%	11%	18%	19%	16%	14%	**15%**
	2021	**15%**	**14%**	**14%**	**18%**	**13%**	**16%**	**15%**
Smartwatch	2020	2%	1%	2%	1%	0%	0%	**1%**
	2021	**5%**	**2%**	**2%**	**1%**	**1%**	**0%**	**2%**
Audiosysteem zoals Sonos	2018	7%	9%	11%	11%	5%	4%	**7%**
	2019	11%	13%	17%	16%	9%	5%	**11%**
	2020	15%	15%	16%	16%	12%	7%	**13%**
	2021	**12%**	**16%**	**17%**	**15%**	**12%**	**6%**	**13%**
Smart speaker of smart display	2020	6%	8%	5%	3%	1%	1%	**4%**
	2021	**7%**	**9%**	**7%**	**6%**	**3%**	**2%**	**5%**

Via welke toestellen luister je minstens één keer per maand naar muziek?

BRONNEN OM MUZIEK TE STREAMEN IN DE AFGELOPEN MAAND, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Spotify	2017	59%	45%	42%	25%	10%	4%	**27%**
	2018	56%	51%	39%	30%	16%	6%	**30%**
	2019	59%	57%	46%	43%	23%	11%	**37%**
	2020	78%	61%	46%	40%	28%	14%	**41%**
	2021	**74%**	**67%**	**56%**	**45%**	**32%**	**17%**	**45%**
Google Play Music	2017	7%	6%	4%	4%	2%	1%	**4%**
	2018	13%	10%	9%	6%	3%	3%	**7%**
	2019	11%	6%	9%	7%	3%	3%	**6%**
	2020	3%	4%	3%	2%	2%	2%	**2%**
	2021	**1%**	**2%**	**3%**	**2%**	**2%**	**1%**	**2%**
YouTube	2017	80%	69%	57%	39%	22%	13%	**42%**
	2018	83%	76%	60%	45%	36%	18%	**49%**
	2019	80%	72%	61%	52%	42%	26%	**52%**
	2020	89%	77%	62%	44%	39%	31%	**53%**
	2021	**85%**	**74%**	**61%**	**53%**	**40%**	**27%**	**53%**
Apple Music	2017	12%	6%	6%	6%	4%	1%	**5%**
	2018	12%	6%	4%	5%	2%	1%	**5%**
	2019	12%	8%	5%	4%	4%	1%	**5%**
	2020	6%	4%	5%	4%	2%	1%	**3%**
	2021	**8%**	**5%**	**3%**	**5%**	**2%**	**2%**	**4%**
iTunes	2017	10%	7%	8%	10%	4%	3%	**6%**
	2018	14%	11%	15%	13%	8%	6%	**11%**
	2019	10%	11%	8%	9%	9%	5%	**8%**
	2020	7%	7%	7%	9%	4%	4%	**6%**
	2021	**4%**	**4%**	**6%**	**8%**	**5%**	**3%**	**5%**
Soundcloud	2017	16%	12%	8%	6%	1%	0%	**6%**
	2018	21%	16%	12%	7%	1%	1%	**9%**
	2019	19%	13%	12%	6%	2%	1%	**8%**
	2020	17%	7%	9%	4%	1%	0%	**6%**
	2021	**14%**	**8%**	**11%**	**6%**	**3%**	**0%**	**6%**
Shazam	2017	22%	14%	9%	10%	4%	0%	**9%**
	2018	28%	23%	16%	11%	6%	2%	**13%**
	2019	25%	17%	17%	14%	9%	3%	**13%**
	2020	31%	21%	16%	12%	9%	4%	**14%**
	2021	**26%**	**20%**	**18%**	**17%**	**10%**	**4%**	**15%**
TuneIn Radio	2017	1%	2%	4%	2%	1%	0%	**2%**
	2018	2%	5%	4%	4%	2%	2%	**3%**
	2019	3%	5%	8%	5%	3%	2%	**4%**
	2020	3%	4%	7%	5%	5%	1%	**4%**
	2021	**1%**	**3%**	**6%**	**5%**	**4%**	**2%**	**4%**

Via welke bronnen heb je afgelopen maand muziek gestreamd of opgezocht?

MUZIEKBETALERS, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Afgelopen jaar voor muziek betaald	2019	51%	45%	38%	33%	19%	7%	**29%**
	2020	55%	50%	40%	35%	18%	7%	**31%**
	2021	**54%**	**51%**	**43%**	**36%**	**21%**	**12%**	**33%**
Afgelopen jaar voor een muziekstreamingdienst betaald*	2019	49%	43%	34%	29%	16%	5%	**27%**
	2020	54%	48%	37%	31%	17%	6%	**29%**
	2021	**52%**	**49%**	**39%**	**32%**	**19%**	**10%**	**31%**

Voor welk van deze bronnen heb je het afgelopen jaar betaald? Met 'betaald' bedoelen we dat je een betalend abonnement hebt of muziek direct aangekocht hebt. *Onder muziekstreamingsdiensten zien we: Spotify, Google Play music, Apple Music, Amazon Music Unlimited, Deezer, Shazam, Youtube Premium, Tunein Radio, Beatport, Soundcloud

BRONNEN OM BETAALD MUZIEK TE STREAMEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2018

Dienst	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal 2021	Totaal 2020	Totaal 2019	Totaal 2018
Spotify	45%	44%	34%	27%	17%	8%	**27%**	25%	21%	17%
Google Play Music	0%	0%	1%	1%	0%	0%	**0%**	1%	2%	2%
Apple Music	6%	3%	2%	4%	2%	1%	**3%**	3%	4%	3%
iTunes	2%	1%	3%	6%	2%	3%	**3%**	3%	4%	5%
Shazam	0%	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**	1%	1%	0%
YouTube Premium	3%	3%	4%	2%	0%	0%	**2%**	2%	2%	0%
TuneIn Radio	0%	0%	0%	1%	0%	0%	**0%**	0%	0%	0%
Soundcloud	0%	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**	0%	0%	0%

Voor welk van deze bronnen heb je het afgelopen jaar betaald?

VERHOUDING BETALENDE GEBRUIKERS PER STREAMINGSPLATFORM. EVOLUTIE SINDS 2018

	2018	2019	2020	2021
Spotify	55%	59%	60%	**59%**
YouTube		4%	3%	**4%**
Apple Music	57%	72%	81%	**68%**
iTunes	42%	53%	53%	**48%**

Verhouding aantal dat afgelopen jaar betaald heeft voor deze muziekbron op maandelijkse gebruikers van de dienst

FREQUENTIE LUISTEREN NAAR PODCASTS, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2018

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ken ik niet	2018	27%	12%	16%	22%	38%	51%	**29%**
	2019	18%	11%	11%	16%	24%	38%	**21%**
	2020	2%	4%	6%	10%	15%	29%	**13%**
	2021	**2%**	**2%**	**3%**	**8%**	**7%**	**15%**	**7%**
Nooit	2018	36%	44%	38%	46%	39%	38%	**40%**
	2019	41%	37%	41%	42%	48%	45%	**43%**
	2020	36%	37%	48%	48%	51%	48%	**45%**
	2021	**33%**	**29%**	**37%**	**38%**	**52%**	**54%**	**42%**
Zelden	2018	21%	24%	28%	21%	16%	9%	**19%**
	2019	21%	29%	30%	27%	19%	14%	**22%**
	2020	33%	28%	26%	27%	22%	17%	**25%**
	2021	**38%**	**34%**	**34%**	**30%**	**29%**	**24%**	**31%**
Maandelijks	2018	7%	6%	6%	5%	3%	1%	**4%**
	2019	10%	7%	6%	7%	4%	2%	**6%**
	2020	17%	13%	8%	9%	8%	2%	**9%**
	2021	**15%**	**15%**	**11%**	**11%**	**5%**	**4%**	**9%**
Wekelijks	2018	7%	9%	7%	5%	3%	1%	**5%**
	2019	8%	12%	7%	5%	4%	1%	**6%**
	2020	10%	13%	9%	5%	3%	4%	**7%**
	2021	**10%**	**14%**	**13%**	**11%**	**5%**	**3%**	**9%**
Dagelijks	2018	2%	4%	4%	1%	1%	1%	**2%**
	2019	2%	4%	5%	3%	1%	0%	**2%**
	2020	1%	6%	3%	2%	1%	1%	**2%**
	2021	**2%**	**5%**	**3%**	**3%**	**1%**	**1%**	**2%**

Hoe vaak luister je naar podcasts? Een podcast is een opgenomen (praat)programma dat je online kan beluisteren. Dit kan een opname zijn van een bestaand radioprogramma, maar ook een op zichzelf staande serie of opname. Die serie of opname kan gemaakt zijn door mensen die niet voor een bestaand radiostation werken.

FREQUENTIE GEBRUIK PODCASTPLATFORMEN (ENKEL PODCASTLUISTERAARS), NAAR LEEFTIJD

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Apple podcast/iTunes	2019	15%	30%	23%	17%	17%	12%	**20%**
	2020	12%	13%	16%	14%	10%	11%	**13%**
	2021	**14%**	**13%**	**15%**	**16%**	**10%**	**13%**	**14%**
Spotify	2019	41%	35%	25%	28%	17%	5%	**27%**
	2020	66%	56%	36%	37%	23%	12%	**41%**
	2021	**68%**	**63%**	**45%**	**33%**	**23%**	**14%**	**43%**
Google podcast/ Google play	2019	13%	16%	14%	10%	9%	6%	**12%**
	2020	2%	13%	12%	8%	8%	17%	**10%**
	2021	**5%**	**8%**	**10%**	**6%**	**5%**	**7%**	**7%**
Stitcher	**2021**	**0%**	**0%**	**0%**	**1%**	**0%**	**0%**	**0%**
Overcast	**2021**	**0%**	**1%**	**1%**	**0%**	**1%**	**0%**	**1%**
YouTube	2020	54%	34%	23%	25%	27%	25%	**32%**
	2021	**43%**	**28%**	**25%**	**23%**	**24%**	**8%**	**26%**
TuneIn	**2021**	**0%**	**0%**	**1%**	**2%**	**2%**	**2%**	**1%**
App of website van een Vlaams mediamerk	**2021**	**5%**	**11%**	**18%**	**32%**	**38%**	**42%**	**23%**
Podcast Addict	**2021**	**1%**	**1%**	**2%**	**1%**	**1%**	**1%**	**1%**
Via websites	2019	32%	36%	51%	61%	70%	77%	**52%**
	2020	7%	17%	31%	47%	51%	51%	**31%**
	2021	**7%**	**11%**	**19%**	**26%**	**32%**	**32%**	**20%**

Via welke kanalen luister je naar podcasts?
Filter op podcastluisteraars

BEZIT GAMECONSOLES. EVOLUTIE SINDS 2009

Console	2009	2009/10	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Spel Console TV	30%	31%	36%	38%	36%	28%	29%	31%	32%	32%	32%	35%	33%	**35%**
Draagbare spelconsole	22%	26%	29%	30%	25%	14%	15%	16%	17%	15%	11%	10%	12%	**11%**
Hybride spelconsole										1%	2%	5%	6%	**7%**

Welke spelconsole(s) heb je in huis?

BEZIT GAMECONSOLES, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Spelconsole aangesloten op tv	2019	58%	48%	50%	40%	12%	2%	**31%**
	2020	64%	54%	47%	40%	13%	3%	**33%**
	2021	**67%**	**53%**	**48%**	**46%**	**14%**	**3%**	**35%**
Draagbare spelconsole	2019	22%	16%	16%	11%	3%	2%	**10%**
	2020	33%	16%	16%	12%	3%	1%	**12%**
	2021	**29%**	**16%**	**15%**	**11%**	**3%**	**1%**	**11%**
Hybride spelconsole	2019	8%	11%	9%	4%	1%	0%	**5%**
	2020	9%	14%	12%	4%	1%	0%	**6%**
	2021	**14%**	**13%**	**12%**	**7%**	**2%**	**0%**	**7%**

Welke spelconsole(s) heb je in huis?

TOESTELLEN WAAROP MAANDELIJKS GEGAMED WORDT, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Console (aangesloten op tv + draagbaar of hybride console)	2019	42%	33%	25%	12%	4%	1%	**17%**
	2020	35%	31%	21%	9%	2%	1%	**14%**
	2021	**37%**	**30%**	**23%**	**12%**	**3%**	**1%**	**16%**
Computer*	2017	40%	28%	21%	18%	23%	17%	**23%**
	2018	38%	34%	18%	17%	10%	11%	**20%**
	2019	41%	26%	18%	16%	12%	8%	**18%**
	2020	40%	28%	16%	17%	19%	22%	**23%**
	2021	**40%**	**32%**	**21%**	**19%**	**19%**	**27%**	**26%**
Tablet	2017	21%	15%	27%	17%	18%	14%	**18%**
	2018	12%	16%	18%	16%	11%	12%	**14%**
	2019	11%	11%	16%	12%	9%	12%	**12%**
	2020	13%	10%	15%	18%	16%	21%	**16%**
	2021	**13%**	**13%**	**13%**	**20%**	**19%**	**24%**	**18%**
Smartphone	2017	62%	42%	41%	28%	16%	6%	**29%**
	2018	55%	53%	33%	23%	14%	5%	**28%**
	2019	52%	42%	36%	18%	11%	7%	**25%**
	2020	62%	45%	39%	34%	21%	14%	**33%**
	2021	**61%**	**50%**	**45%**	**37%**	**27%**	**18%**	**37%**

Welk van onderstaande activiteiten doe je maandelijks
*Door een verduidelijking aan de vraagstelling is het voor veel senioren duidelijk dat ook zij gamen door bv. te schaken op de computer

ONLINE GAMEN (MAANDELIJKS), NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
eSports volgen	2020	10%	4%	0%	1%	1%	1%	**3%**
	2021	**10%**	**6%**	**1%**	**1%**	**0%**	**1%**	**3%**
Streams van gamers volgen	2020	25%	12%	2%	2%	0%	0%	**6%**
	2021	**21%**	**17%**	**6%**	**3%**	**1%**	**0%**	**7%**
Afspreken met vrienden om online een spel te spelen	2020	35%	16%	5%	3%	1%	2%	**9%**
	2021	**25%**	**19%**	**8%**	**4%**	**1%**	**2%**	**9%**

Welk van onderstaande activiteiten doe je maandelijks?

BESCHRIJVING VIDEOPROFIELEN WEKELIJKS GEBRUIK

	Klassieke TV Kijker	Cross-mediale TV kijker	Crossmediale gemakskijker	Zelfbeschikkende streamer	Totaal
Live tv kijken via tv-toestel	86%	77%	76%	19%	**67%**
Uitgesteld kijken	75%	79%	88%	20%	**63%**
Een film of serie (per stuk) huren via digitale televisie (diensten zoals Netflix zijn hier niet van toepassing)	3%	10%	15%	6%	**7%**
Via een betaalpakket om films, series en tv-programma's op aanvraag te bekijken (bv. Telenet Play More, Proximus All Stars)	1%	0%	35%	1%	**4%**
YouTube Premium	0%	1%	3%	4%	**2%**
YouTube	23%	70%	60%	80%	**51%**
Vimeo	0%	3%	3%	4%	**2%**
Sociale Media (bv. Instagram, TikTok)	13%	76%	58%	64%	**45%**
Nieuwswebsites (bv. HLN.be, Sporza.be)	38%	81%	67%	46%	**53%**
VTM.GO (zowel via website of applicatie)	3%	37%	18%	10%	**15%**
VRT.NU (zowel via website of applicatie)	17%	47%	23%	26%	**27%**
GoPlay (zowel via website of applicatie)	0%	23%	14%	5%	**8%**
Website of app van een provider (bv. Telenet Yelo of Proximus Pickx)	3%	19%	29%	5%	**10%**
Netflix	13%	54%	66%	62%	**40%**
Disney+	2%	15%	17%	19%	**10%**
Apple TV+	0%	1%	3%	4%	**2%**
Streamz	0%	0%	57%	4%	**6%**
Amazon Prime Video	0%	0%	0%	13%	**3%**
Via een illegale site of platformen (zoals Torrent websites, Popcorn Time, ...)	0%	5%	4%	13%	**5%**
Gamingvideo's (bv. via Twitch, YouTube Gaming, Discord, ...)	0%	7%	9%	22%	**8%**
16-24	2%	18%	16%	26%	**13%**
25-34	3%	20%	17%	30%	**15%**
34-44	8%	21%	20%	22%	**15%**
45-54	19%	17%	16%	13%	**17%**
55-65	25%	12%	16%	7%	**17%**
65+	43%	13%	16%	3%	**24%**
Personencultuur-video	3%	37%	30%	41%	**23%**

Beschrijving van de vier videoprofielen

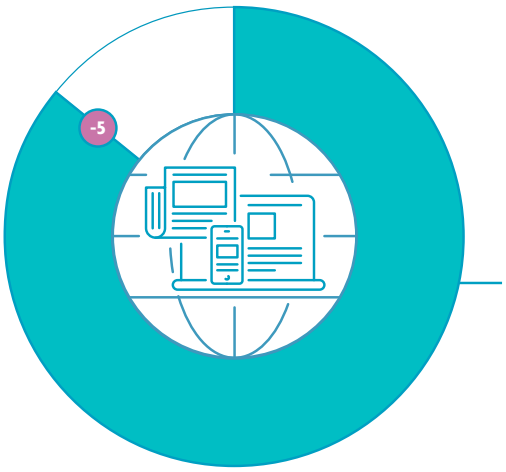
HOOFDSTUK 5

NIEUWS

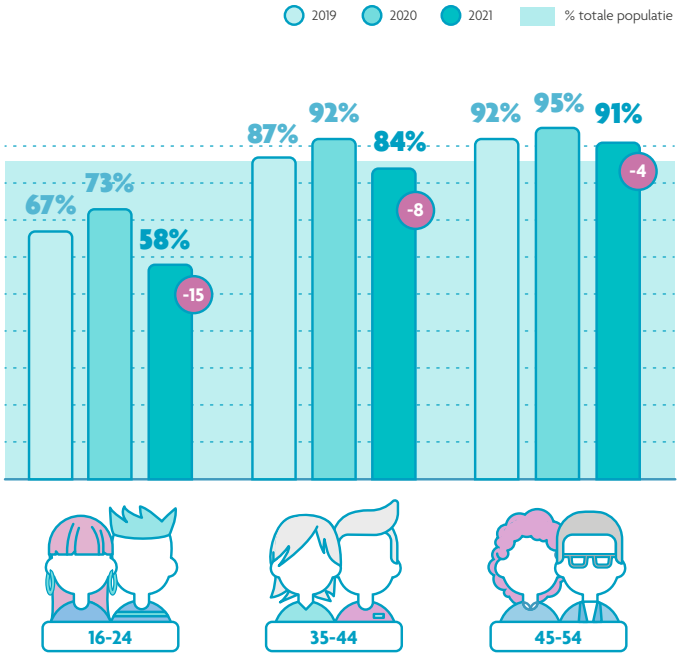
NIEUWS

Vlaming blijft ‘nieuws’gierig

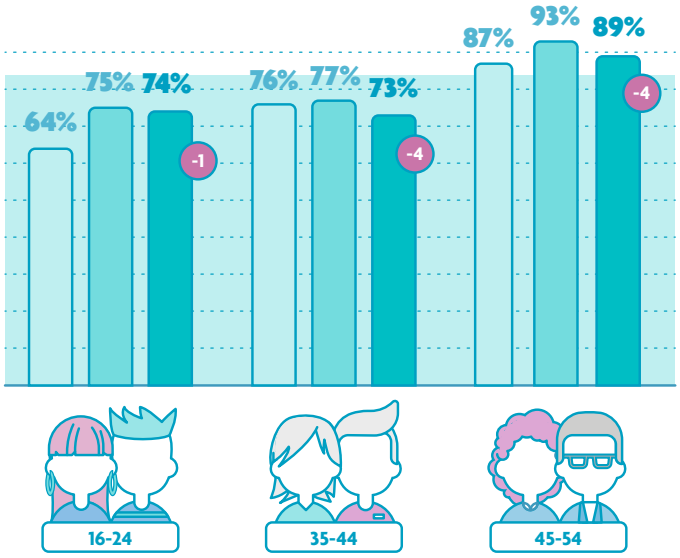
Maar de corona-gerelateerde nieuwshonger is voorbij



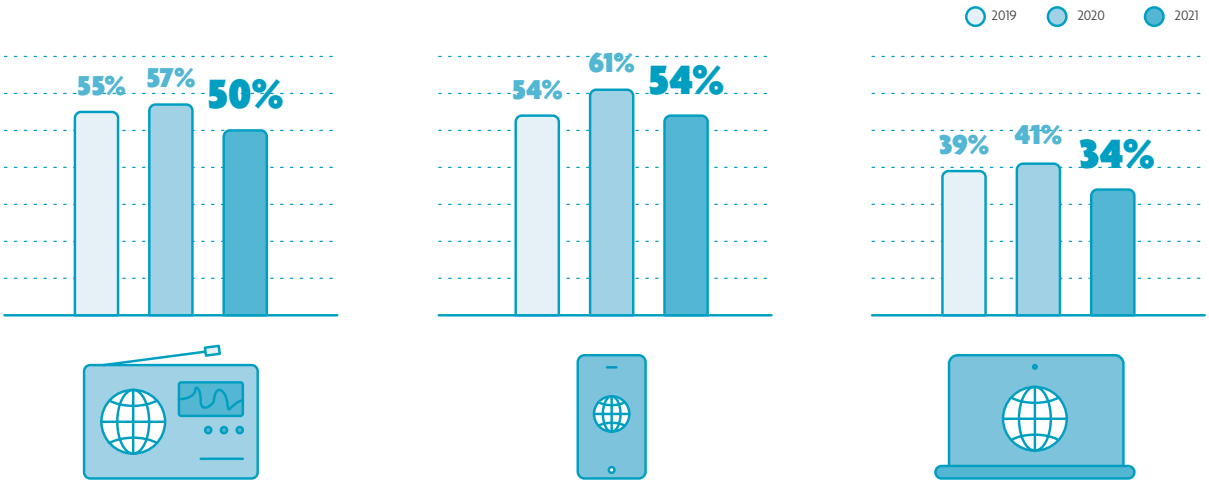
86%
volgt **dagelijks** het nieuws
op eender welk toestel



84%
vindt het **belangrijk** om het nieuws
te volgen

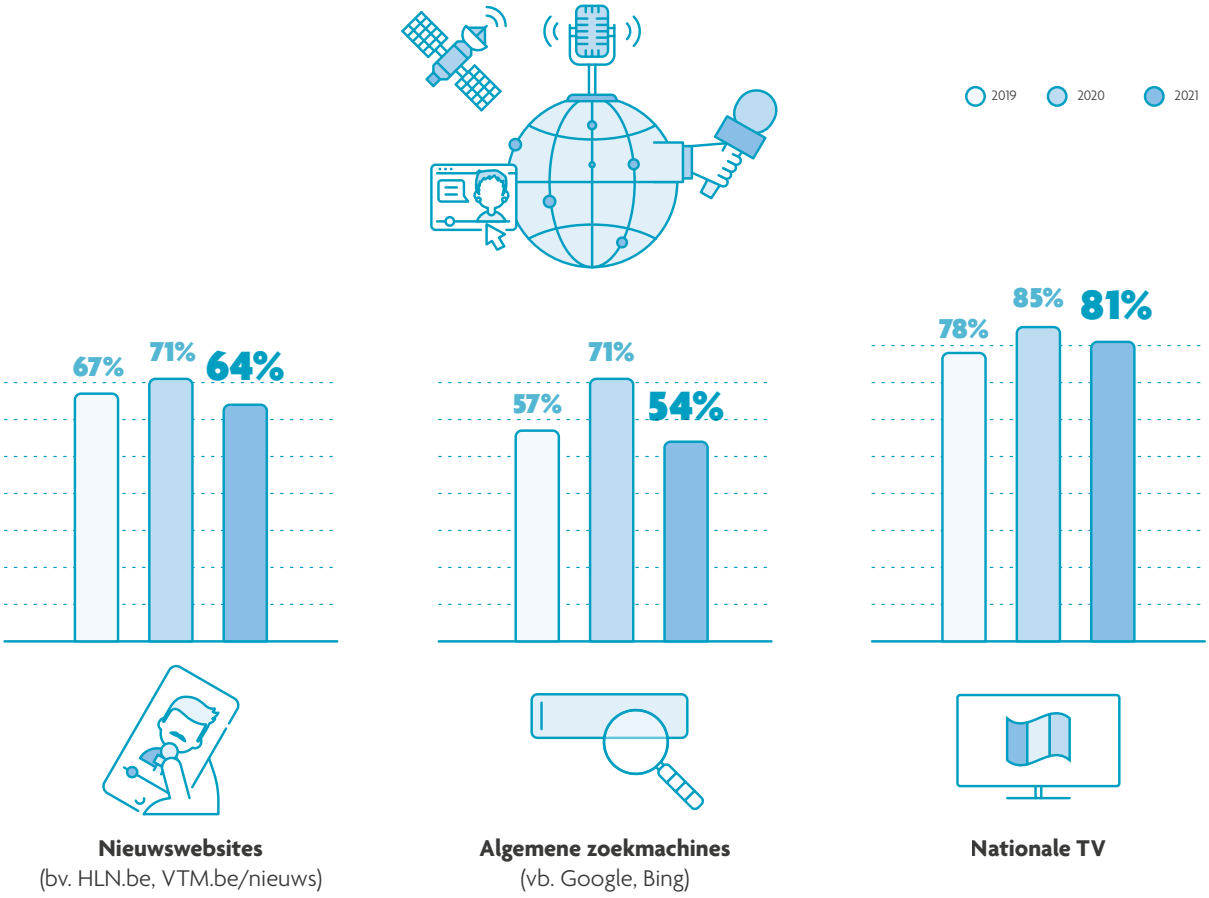


Daling in het **dagelijks gebruik** van nieuwsbronnen



Welke **digitale kanalen** heb je **afgelopen maand** gebruikt om het nieuws te volgen?

In tijden van desinformatie doen de platformen van de vertrouwde nieuwsmerken het goed



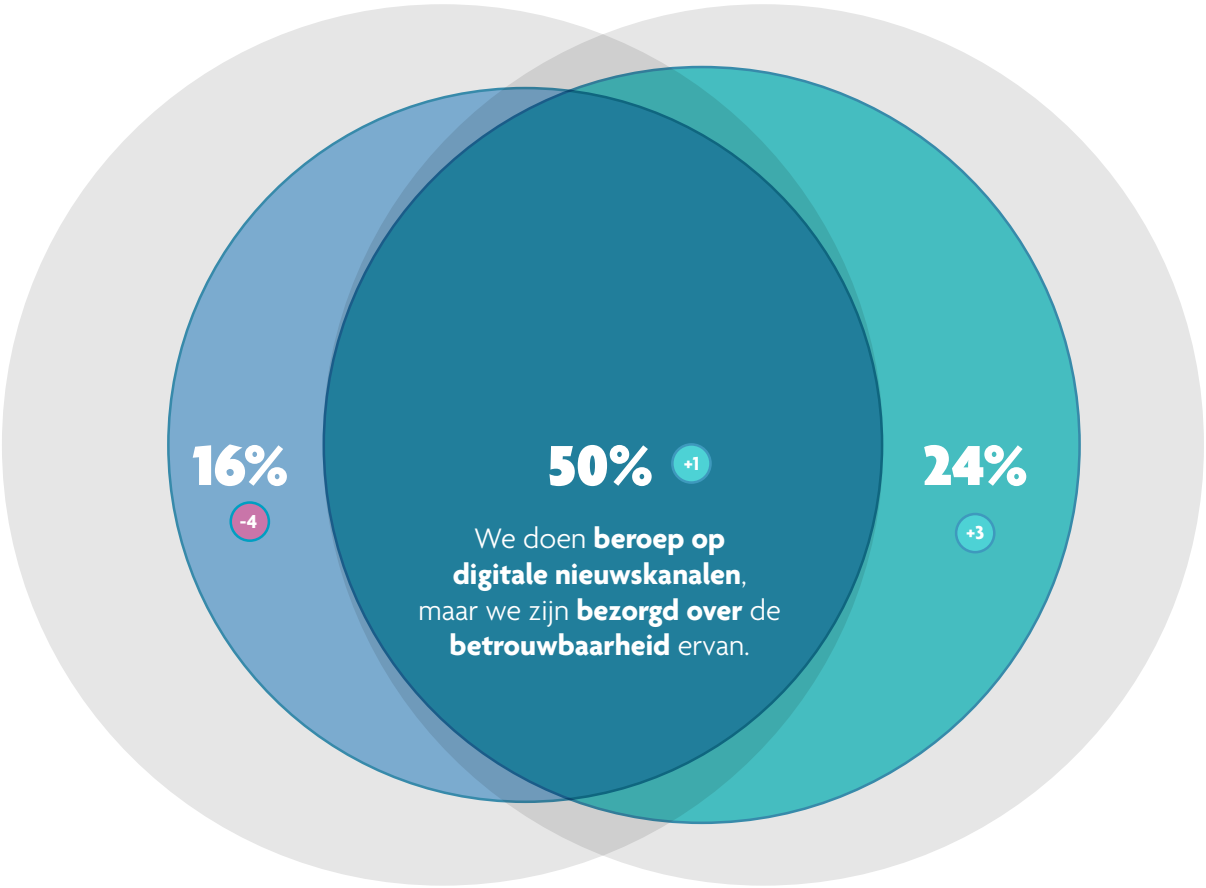
De **waarheidsparadox**

66% -3

"Dankzij het **internet** ben ik veel **beter geïnformeerd**."

74% +4

"Ik ben **bezorgd** om de **invloed** van **valse nieuwsberichten** op de maatschappij."

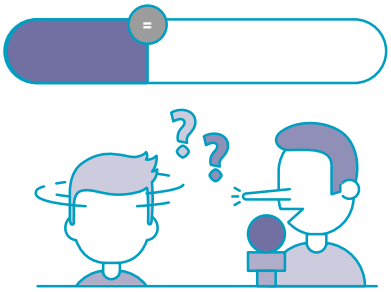


Vlaming is **bezorgd** over de impact van **fake news**

74%

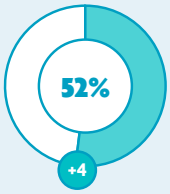
"Ik ben bezorgd om de **invloed** van valse nieuwsberichten op **de maatschappij**"

37%



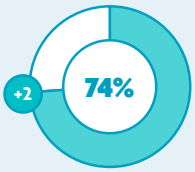
"Ik ben bezorgd om de **invloed** van valse nieuwsberichten op **mezelf**"

"Ik **controleer** soms hoe betrouwbaar een nieuwsartikel is"



"Ik wil **enkel** nieuws volgen over **onderwerpen** die mij **interesseren**"

"Wanneer ik een nieuwsartikel lees vind ik het belangrijk dat het artikel van een **bekende bron** komt"



"In het algemeen **vertrouw** ik het nieuws"

NIEUWS

Door de overvloed aan 'coronaberchtgeving' zagen we in 2020 een enorme stijging van nieuwscomsumptie. Nu zien we echter een terugval van nieuwscomsuptie op meerder vlakken naar het niveau van 2019. We maken een opdeling in drie lagen.

LAAG 1: DE KLASSIEKE LAAG

2020 was een jaar met een uitzonderlijke behoefte aan nieuws en dat is ook duidelijk te merken in de cijfers. De klassieke nieuwsmedia, waaronder de papieren krant en het journaal op radio en televisie worden gerekend, kenden in 2021 echter een lichte, maar duidelijke terugval ten opzichte van 2020. Zowel het dagelijks gebruik van nieuws op radio (50%, -7) en nationale televisie (56%, -6) keerden na een duidelijke stijging in 2020 terug naar hun 'pre-corona' niveau. Dagelijks gebruik van regionale televisie kende in 2020 een gelijkaardige, doch kleinere stijging, om in 2021 terug te vallen op het niveau van de voorgaande jaren. Papieren krant en magazines blijven (traag doch gestaag) verder dalen als dagelijkse nieuwsbron.

LAAG 2: DE ONLINE LAAG

De smartphone blijft met voorsprong het voornaamste digitale toestel om het nieuws te volgen. 54% van de Vlamingen die een smartphone bezitten, gebruikt het toestel dagelijks voor zijn/haar nieuwsbehoeften. Ten opzichte van 2020 is dat een daling met 7 procentpunten, maar net als bij de klassieke nieuwsmedia komt het dagelijks gebruik daarmee terug op het 'pre-corona' niveau. Ook de specifieke apps van lokale mediamerken gaan opnieuw licht vooruit als digitaal nieuwskanaal: dagelijks gebruikte 35% van de Vlamingen een nieuwsapp (+1 procentpunt ten opzichte van 2020). Hiermee lijkt de smartphone de kloof met het gebruik van de nieuwswebsites te hebben gedicht. In totaal 39% consulteerde dagelijks een nieuwswebsite (-6 ten opzichte van 2020), een daling die hand in hand gaat met de daling van de dagelijkse nieuwsconsumptie op computer (34%, -7). In tegenstelling tot de penetratie van klassieke dragers van nieuwsmedia die pieken bij ouderen en hogere SES, hebben de smartphone-apps van lokale nieuwsmerken een veel constanter en hoger bereik bij alle leeftijden en SES-niveaus.

De opvallende stijging in 2020 in het gebruik van zoekmachines voor nieuwsconsumptie, die meer dan waarschijnlijk te wijten was aan de gestegen informatiebehoefte tijdens het eerste jaar van de coronacrisis, keerde in 2021 terug naar het niveau van 2019.

LAAG 3: SOCIALE MEDIA

Dezelfde trend als bij klassieke en online nieuwsbronnen wordt ook waargenomen bij sociale media: een duidelijke stijging in het dagelijks gebruik in 2020, die in 2021 terugkeert naar het 'pre-corona' niveau. 42% van de Vlamingen doet dagelijks een beroep op sociale media voor zijn of haar nieuwsconsumptie. Voor 11% van hen zijn die social media (op dagelijkse basis) de enige bron van nieuwstoevoer en blik op de wereld.

VERTROUWEN IN NIEUWSBRONNEN

Ook in 2021 hecht de Vlaming een groot belang aan nieuws: 84% vindt het belangrijk om het nieuws te volgen. Vlamingen (incl. ouderen) hebben ook duidelijk vertrouwen in hun vaardigheden om online betrouwbare nieuwsbronnen te vinden (72%) en te consumeren (79%).

Toch lijkt het algemeen vertrouwen in het nieuws in 2021 een terugval gekend te hebben: 58% van de Vlamingen geeft aan de waarheid en de correctheid van al dat online nieuws te vertrouwen tegenover 63% in 2020. Daarmee komt het vertrouwen terug op het niveau van 2019 (57%). Daarnaast blijft het aantal Vlamingen dat bezorgd is over de invloed van desinformatie jaar na jaar stijgen: in 2021 gaf 74% aan bezorgd te zijn over de invloed van valse nieuwsberichten op de maatschappij, een stijging met 4 procentpunten ten opzichte van 2020. In het zog daarvan, geeft 52% aan soms te controleren hoe betrouwbaar een nieuwsbericht is, in 2020 was dat nog 48%. Op het kruispunt van die gewoonte om ons aan een toenemende mix van online nieuwsbronnen te laven en de toename in bezorgdheid om de waarheidsgetrouwheid van dat nieuws, kunnen we een zogenaamde 'waarheidsparadox' onderscheiden die ten opzichte van vorig jaar nog gestegen is.

DAGELIJKS GEBRUIK NIEUWSBRONNEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017.

	Jaar	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Radio	2017	32%	46%	63%	65%	66%	68%	**58%**
	2018	23%	42%	52%	61%	66%	76%	**56%**
	2019	22%	34%	45%	57%	64%	68%	**51%**
	2020	24%	39%	59%	65%	70%	70%	**57%**
	2021	**21%**	**33%**	**45%**	**53%**	**63%**	**68%**	**50%**
Nationale televisie	2017	21%	23%	42%	58%	72%	75%	**52%**
	2018	22%	24%	37%	62%	76%	90%	**56%**
	2019	21%	24%	35%	62%	78%	88%	**56%**
	2020	29%	31%	52%	65%	85%	90%	**62%**
	2021	**18%**	**23%**	**37%**	**62%**	**82%**	**88%**	**56%**
Papieren krant	2017	8%	13%	16%	28%	44%	49%	**29%**
	2018	6%	8%	12%	20%	27%	46%	**22%**
	2019	5%	9%	8%	17%	25%	51%	**22%**
	2020	5%	6%	11%	19%	28%	41%	**21%**
	2021	**3%**	**4%**	**7%**	**17%**	**21%**	**46%**	**19%**
Regionale televisie	2017	2%	3%	8%	12%	22%	26%	**14%**
	2018	3%	3%	6%	14%	16%	41%	**16%**
	2019	4%	4%	6%	14%	21%	36%	**16%**
	2020	3%	5%	9%	14%	23%	43%	**19%**
	2021	**4%**	**1%**	**7%**	**15%**	**24%**	**38%**	**17%**
Papieren magazine	2017	1%	0%	1%	2%	8%	8%	**4%**
	2018	1%	1%	1%	2%	3%	10%	**4%**
	2019	1%	0%	1%	2%	3%	7%	**3%**
	2020	1%	1%	2%	1%	4%	6%	**3%**
	2021	**0%**	**0%**	**1%**	**2%**	**2%**	**5%**	**2%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande bronnen of toestellen om het nieuws te volgen?

DAGELIJKS GEBRUIK NIEUWSBRONNEN, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Radio	40%	49%	60%	55%	**50%**
Nationale televisie	46%	63%	63%	55%	**56%**
Papieren krant	15%	21%	21%	19%	**19%**
Regionale televisie	14%	22%	18%	13%	**17%**
Papieren magazine	1%	2%	2%	3%	**2%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande bronnen of toestellen om het nieuws te volgen?

DAGELIJKS GEBRUIK NIEUWSBRONNEN, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Radio	48%	44%	40%	58%	58%	**50%**
Nationale televisie	44%	43%	44%	70%	79%	**56%**
Papieren krant	11%	11%	14%	24%	35%	**19%**
Regionale televisie	11%	8%	13%	23%	31%	**17%**
Papieren magazine	1%	1%	2%	2%	4%	**2%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande bronnen of toestellen om het nieuws te volgen?

DAGELIJKS GEBRUIK VAN TOESTELLEN OM HET NIEUWS TE VOLGEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Smartphone*	2017	62%	61%	65%	58%	36%	21%	**51%**
	2018	51%	68%	60%	46%	33%	20%	**44%**
	2019	55%	63%	67%	56%	47%	36%	**54%**
	2020	56%	65%	73%	66%	59%	51%	**61%**
	2021	**47%**	**64%**	**62%**	**60%**	**53%**	**41%**	**54%**
Computer*	2017	31%	42%	41%	42%	39%	35%	**38%**
	2018	26%	40%	39%	40%	41%	35%	**37%**
	2019	22%	35%	37%	44%	41%	46%	**39%**
	2020	24%	32%	40%	45%	46%	49%	**41%**
	2021	**20%**	**31%**	**33%**	**39%**	**37%**	**40%**	**34%**
Tablet*	2017	12%	19%	25%	26%	26%	14%	**20%**
	2018	6%	10%	19%	21%	22%	23%	**18%**
	2019	9%	10%	15%	23%	30%	32%	**22%**
	2020	7%	13%	19%	29%	36%	39%	**26%**
	2021	**8%**	**13%**	**15%**	**29%**	**28%**	**37%**	**24%**
Apps op smart tv*	2017	7%	8%	8%	11%	6%	6%	**7%**
	2018	9%	9%	10%	7%	4%	4%	**7%**
	2019	10%	14%	17%	18%	13%	6%	**14%**
	2020	11%	16%	19%	15%	13%	10%	**14%**
	2021	**10%**	**11%**	**13%**	**12%**	**10%**	**8%**	**11%**
Eender welke bron/toestel	2017	84%	87%	86%	89%	90%	89%	**88%**
	2018	69%	84%	84%	91%	95%	98%	**88%**
	2019	67%	79%	87%	92%	95%	99%	**88%**
	2020	73%	81%	92%	95%	99%	98%	**91%**
	2021	**58%**	**79%**	**84%**	**91%**	**95%**	**98%**	**86%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande bronnen of toestellen om het nieuws te volgen?
*Filter op toestelbezit

DAGELIJKS GEBRUIK VAN TOESTELLEN OM HET NIEUWS TE VOLGEN, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Smartphone*	51%	49%	54%	67%	**54%**
Computer*	29%	34%	35%	43%	**34%**
Tablet*	19%	23%	29%	27%	**24%**
Apps op smart tv*	11%	10%	11%	11%	**11%**
Eender welke bron/toestel	78%	88%	92%	91%	**86%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande bronnen of toestellen om het nieuws te volgen?
*Filter op toestelbezit

DAGELIJKS GEBRUIK VAN TOESTELLEN OM HET NIEUWS TE VOLGEN, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Smartphone*	59%	67%	56%	48%	34%	**54%**
Computer*	36%	45%	26%	34%	29%	**34%**
Tablet*	24%	23%	17%	24%	32%	**24%**
Apps op smart tv*	11%	13%	14%	9%	2%	**11%**
Eender welke bron/toestel	82%	87%	79%	90%	92%	**86%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande bronnen of toestellen om het nieuws te volgen?
*Filter op toestelbezit

DAGELIJKS EN WEKELIJKS GEBRUIK VAN DIGITALE NIEUWSKANALEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

			16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Nieuwswebsites (bv. HLN.be, VTM.be/nieuws)	Wekelijks	2019	41%	69%	64%	66%	61%	59%	**61%**
		2020	50%	66%	73%	72%	69%	57%	**64%**
		2021	**45%**	**60%**	**64%**	**65%**	**62%**	**52%**	**58%**
	Dagelijks	2019	21%	39%	42%	48%	48%	43%	**41%**
		2020	22%	41%	50%	51%	56%	44%	**45%**
		2021	**20%**	**35%**	**41%**	**47%**	**47%**	**37%**	**39%**
Apps van nieuwsmedia (bv. app van De Standaard, Sporza)	Wekelijks	2019	26%	41%	38%	37%	36%	29%	**34%**
		2020	41%	45%	49%	50%	54%	45%	**48%**
		2021	**42%**	**48%**	**53%**	**57%**	**52%**	**43%**	**49%**
	Dagelijks	2019	13%	26%	30%	26%	28%	22%	**24%**
		2020	24%	28%	35%	38%	43%	35%	**34%**
		2021	**22%**	**32%**	**36%**	**44%**	**40%**	**33%**	**35%**
Downloadbare versie van krant/ tijdschrift (identiek aan de papieren versie, vaak in pdf-formaat)	Wekelijks	2019	6%	12%	13%	24%	21%	27%	**18%**
		2020	6%	12%	19%	23%	29%	28%	**21%**
		2021	**5%**	**13%**	**15%**	**23%**	**28%**	**29%**	**20%**
	Dagelijks	2019	2%	6%	6%	15%	15%	17%	**11%**
		2020	3%	6%	11%	14%	21%	19%	**13%**
		2021	**2%**	**6%**	**8%**	**15%**	**19%**	**20%**	**13%**
Sociale media	Wekelijks	2019	72%	68%	62%	55%	48%	42%	**56%**
		2020	78%	68%	60%	61%	51%	49%	**60%**
		2021	**74%**	**68%**	**59%**	**55%**	**43%**	**42%**	**55%**
	Dagelijks	2019	52%	47%	41%	42%	36%	33%	**41%**
		2020	60%	48%	47%	45%	40%	41%	**46%**
		2021	**54%**	**49%**	**45%**	**41%**	**34%**	**34%**	**42%**
Algemene zoekmachine (bv. Google, Bing)	Wekelijks	2019	41%	46%	46%	50%	51%	51%	**48%**
		2020	53%	53%	59%	67%	74%	70%	**64%**
		2021	**35%**	**38%**	**43%**	**49%**	**47%**	**50%**	**45%**
	Dagelijks	2019	23%	24%	24%	31%	34%	29%	**28%**
		2020	33%	29%	38%	47%	47%	48%	**41%**
		2021	**17%**	**17%**	**27%**	**32%**	**29%**	**29%**	**26%**
Personaliseerbare nieuwsapps (bv. Flipboard, Feedly)	Wekelijks	2019	10%	11%	12%	10%	6%	4%	**8%**
		2020	8%	10%	11%	7%	5%	6%	**8%**
		2021	**6%**	**10%**	**11%**	**8%**	**5%**	**2%**	**7%**
	Dagelijks	2019	5%	6%	8%	7%	3%	1%	**5%**
		2020	4%	6%	5%	4%	3%	2%	**4%**
		2021	**4%**	**6%**	**6%**	**4%**	**3%**	**1%**	**4%**
Alerts via e-mail en nieuwsbrieven	Wekelijks	2019	17%	28%	28%	35%	26%	37%	**29%**
		2020	15%	24%	26%	27%	29%	29%	**26%**
		2021	**13%**	**23%**	**27%**	**33%**	**30%**	**29%**	**26%**
	Dagelijks	2019	9%	15%	17%	22%	16%	19%	**17%**
		2020	7%	12%	16%	14%	17%	16%	**14%**
		2021	**6%**	**10%**	**13%**	**17%**	**16%**	**17%**	**14%**
Nieuwsberichten op het startscherm van laptop, smartphone of internetbrowser	Wekelijks	2019	34%	30%	29%	33%	36%	36%	**33%**
		2020	34%	28%	27%	31%	35%	38%	**33%**
		2021	**34%**	**23%**	**27%**	**32%**	**31%**	**32%**	**30%**
	Dagelijks	2019	17%	14%	18%	20%	26%	27%	**21%**
		2020	18%	14%	17%	19%	25%	31%	**22%**
		2021	**20%**	**12%**	**17%**	**22%**	**22%**	**22%**	**19%**
Via messaging apps (bv. vrienden die je nieuws doorsturen via WhatsApp, Facebook Messenger, ...)	Wekelijks	2019	25%	23%	21%	23%	22%	25%	**23%**
		2020	28%	24%	22%	25%	29%	29%	**26%**
		2021	**19%**	**23%**	**19%**	**22%**	**20%**	**22%**	**21%**
	Dagelijks	2019	13%	11%	10%	13%	11%	14%	**12%**
		2020	11%	10%	12%	13%	16%	16%	**13%**
		2021	**7%**	**11%**	**11%**	**13%**	**11%**	**12%**	**11%**
Tv-journaal via een website of app (bv. VRT.NU, VTM.GO)	Wekelijks	2020	22%	21%	20%	22%	25%	24%	**22%**
		2021	**13%**	**18%**	**22%**	**22%**	**24%**	**22%**	**21%**
	Dagelijks	2020	8%	10%	10%	9%	12%	12%	**10%**
		2021	**4%**	**7%**	**8%**	**11%**	**10%**	**10%**	**9%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande digitale kanalen om het nieuws te volgen?
Filter op internetgebruikers

DAGELIJKS EN WEKELIJKS GEBRUIK VAN DIGITALE NIEUWSKANALEN, NAAR SES

		Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Nieuwswebsites (bv. HLN.be, VTM.be/nieuws)	Wekelijks	52%	54%	63%	70%	**58%**
	Dagelijks	33%	37%	44%	45%	**39%**
Apps van nieuwsmedia (bv. app van De Standaard, Sporza)	Wekelijks	42%	44%	55%	63%	**49%**
	Dagelijks	29%	32%	40%	46%	**35%**
Downloadbare versie van krant of tijdschrift (identiek aan de papieren versie, vaak in pdf-formaat)	Wekelijks	14%	19%	23%	29%	**20%**
	Dagelijks	8%	12%	16%	18%	**13%**
Sociale media	Wekelijks	60%	52%	51%	56%	**55%**
	Dagelijks	45%	41%	38%	41%	**42%**
Algemene zoekmachine (bv. Google, Bing)	Wekelijks	42%	48%	45%	42%	**45%**
	Dagelijks	25%	28%	27%	23%	**26%**
Personaliseerbare nieuwsapps (bv. Flipboard, Feedly)	Wekelijks	6%	6%	7%	9%	**7%**
	Dagelijks	4%	3%	4%	5%	**4%**
Alerts via e-mail en nieuwsbrieven	Wekelijks	22%	27%	29%	31%	**26%**
	Dagelijks	12%	15%	14%	15%	**14%**
Nieuwsberichten op het startscherm van laptop, smartphone of internetbrowser	Wekelijks	30%	29%	29%	32%	**30%**
	Dagelijks	20%	20%	20%	18%	**19%**
Via messaging apps (bv. vrienden die je nieuws doorsturen via WhatsApp, Facebook Messenger, ...)	Wekelijks	22%	22%	21%	21%	**21%**
	Dagelijks	10%	12%	10%	10%	**11%**
Tv-journaal via een website of app (bv. VRT.NU, VTM.GO)	Wekelijks	17%	22%	22%	22%	**21%**
	Dagelijks	8%	10%	8%	9%	**9%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande digitale kanalen om het nieuws te volgen?
Filter op internetgebruikers

DAGELIJKS EN WEKELIJKS GEBRUIK VAN DIGITALE NIEUWSKANALEN, NAAR ATTITUDEPROFIEL

		Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Nieuwswebsites (bv. HLN.be, VTM.be/nieuws)	Wekelijks	62%	67%	60%	58%	41%	**58%**
	Dagelijks	39%	47%	37%	40%	28%	**39%**
Apps van nieuwsmedia (bv. app van De Standaard, Sporza)	Wekelijks	55%	62%	50%	47%	28%	**49%**
	Dagelijks	39%	47%	33%	35%	19%	**35%**
Downloadbare versie van krant of tijdschrift (identiek aan de papieren versie, vaak in pdf-formaat)	Wekelijks	20%	23%	19%	22%	15%	**20%**
	Dagelijks	12%	15%	12%	15%	9%	**13%**
Sociale media	Wekelijks	65%	59%	72%	45%	34%	**55%**
	Dagelijks	52%	42%	57%	33%	26%	**42%**
Algemene zoekmachine (bv. Google, Bing)	Wekelijks	43%	41%	47%	49%	40%	**45%**
	Dagelijks	27%	24%	26%	29%	21%	**26%**
Personaliseerbare nieuwsapps (bv. Flipboard, Feedly)	Wekelijks	8%	13%	7%	5%	1%	**7%**
	Dagelijks	6%	7%	4%	2%	1%	**4%**
Alerts via e-mail en nieuwsbrieven	Wekelijks	29%	32%	26%	28%	16%	**26%**
	Dagelijks	16%	16%	12%	16%	8%	**14%**
Nieuwsberichten op het startscherm van laptop, smartphone of internetbrowser	Wekelijks	31%	29%	37%	30%	22%	**30%**
	Dagelijks	20%	17%	22%	22%	15%	**19%**
Via messaging apps (bv. vrienden die je nieuws doorsturen via WhatsApp, Facebook Messenger, ...)	Wekelijks	20%	19%	28%	20%	19%	**21%**
	Dagelijks	9%	11%	14%	11%	10%	**11%**
Tv-journaal via een website of app (bv. VRT.NU, VTM.GO)	Wekelijks	22%	24%	20%	21%	15%	**21%**
	Dagelijks	9%	10%	8%	10%	7%	**9%**

Hoe vaak gebruik je onderstaande digitale kanalen om het nieuws te volgen?
Filter op internetgebruikers

BETALEN VOOR NIEUWS, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ja	2020	11%	13%	20%	23%	26%	20%	**19%**
	2021	**7%**	**10%**	**21%**	**24%**	**28%**	**24%**	**20%**
Nee, maar zou er wel zelf voor betalen als dat moet	2020	6%	8%	4%	3%	2%	2%	**4%**
	2021	**5%**	**5%**	**4%**	**2%**	**2%**	**1%**	**3%**
Nee, ik betaal daar niet voor	2020	80%	77%	73%	72%	68%	69%	**73%**
	2021	**86%**	**84%**	**75%**	**72%**	**68%**	**70%**	**75%**
Weet ik niet	2020	4%	1%	2%	2%	2%	4%	**3%**
	2021	**2%**	**1%**	**0%**	**2%**	**1%**	**4%**	**2%**

Betaal je voor een digitaal nieuwsabonnement of nieuwsdienst? (bv. een betalend krantenabonnement op Het Nieuwsblad).
Het betalen kan zowel dagelijks, maandelijks als jaarlijks zijn.
Filter op internetgebruikers

BETALEN VOOR NIEUWS, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ja	14%	15%	24%	33%	**20%**
Nee, maar zou er wel zelf voor betalen als dat moet	3%	2%	4%	4%	**3%**
Nee, ik betaal daar niet voor	80%	80%	71%	63%	**75%**
Weet ik niet	3%	3%	1%	1%	**2%**

Betaal je voor een digitaal nieuwsabonnement of nieuwsdienst? (bv. een betalend krantenabonnement op Het Nieuwsblad).
Het betalen kan zowel dagelijks, maandelijks als jaarlijks zijn.
Filter op internetgebruikers

BETALEN VOOR NIEUWS, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Ja	20%	27%	16%	20%	14%	**20%**
Nee, maar zou er wel zelf voor betalen als dat moet	3%	5%	4%	3%	1%	**3%**
Nee, ik betaal daar niet voor	76%	67%	78%	76%	79%	**75%**
Weet ik niet	1%	1%	3%	1%	6%	**2%**

Betaal je voor een digitaal nieuwsabonnement of nieuwsdienst? (bv. een betalend krantenabonnement op Het Nieuwsblad).
Het betalen kan zowel dagelijks, maandelijks als jaarlijks zijn.
Filter op internetgebruikers

ATTITUDE MET BETREKKING TOT NIEUWS, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ik vind het belangrijk om het nieuws te volgen	2017	75%	77%	84%	87%	94%	93%	**86%**
	2018	65%	73%	75%	83%	87%	97%	**82%**
	2019	64%	76%	81%	84%	87%	95%	**83%**
	2020	75%	77%	84%	89%	93%	95%	**87%**
	2021	**74%**	**73%**	**76%**	**87%**	**89%**	**94%**	**84%**
Ik wil enkel het nieuws volgen over de topics die mij interesseren	2017	36%	44%	42%	38%	39%	30%	**38%**
	2018	43%	49%	50%	38%	38%	30%	**40%**
	2019	49%	51%	54%	48%	48%	57%	**52%**
	2020	46%	55%	50%	45%	48%	49%	**49%**
	2021	**53%**	**49%**	**50%**	**46%**	**45%**	**57%**	**50%**
Ik ben bezorgd om de invloed van valse nieuwsberichten op de maatschappij	2018	60%	66%	60%	62%	63%	61%	**62%**
	2019	60%	75%	71%	70%	66%	70%	**69%**
	2020	67%	70%	70%	68%	69%	75%	**70%**
	2021	**66%**	**77%**	**75%**	**74%**	**74%**	**77%**	**74%**
Ik ben bezorgd om de invloed van valse nieuwsberichten op mezelf	2018	36%	34%	31%	34%	35%	37%	**34%**
	2019	35%	37%	38%	37%	32%	45%	**38%**
	2020	34%	33%	34%	33%	37%	45%	**37%**
	2021	**36%**	**37%**	**37%**	**34%**	**34%**	**43%**	**37%**
In het algemeen vertrouw ik het nieuws	2019	46%	50%	58%	63%	57%	63%	**57%**
	2020	51%	60%	64%	65%	68%	67%	**63%**
	2021	**51%**	**51%**	**54%**	**59%**	**63%**	**67%**	**58%**
Ik controleer soms hoe betrouwbaar een nieuwsartikel is	2019	47%	56%	56%	54%	43%	35%	**47%**
	2020	48%	52%	53%	46%	49%	44%	**48%**
	2021	**49%**	**60%**	**58%**	**50%**	**49%**	**47%**	**52%**
Dankzij het internet ben ik veel beter geïnformeerd*	2019	69%	75%	73%	75%	63%	70%	**71%**
	2020	75%	68%	71%	67%	64%	70%	**69%**
	2021	**76%**	**72%**	**65%**	**63%**	**59%**	**62%**	**66%**
Ik heb voldoende vaardigheden om online nieuws te kunnen consumeren	**2021**	**78%**	**86%**	**84%**	**80%**	**79%**	**69%**	**79%**
Wanneer ik een nieuwsartikel lees vind ik het belangrijk dat het artikel van een bekende bron komt	2019	54%	68%	66%	69%	67%	73%	**67%**
	2020	61%	71%	74%	70%	76%	78%	**72%**
	2021	**66%**	**73%**	**75%**	**72%**	**74%**	**82%**	**74%**
Ik heb wel eens betaald voor een nieuwsartikel dat ik niet volledig kon lezen (door een betaalmuur)*	2020	6%	10%	8%	9%	4%	4%	**7%**
	2021	**5%**	**11%**	**13%**	**10%**	**8%**	**4%**	**8%**
Ik heb voldoende vaardigheden om online betrouwbare nieuwsbronnen te vinden	**2021**	**81%**	**80%**	**81%**	**76%**	**72%**	**54%**	**72%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
*Filter op internetgebruikers

ATTITUDE MET BETREKKING TOT NIEUWS, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ik vind het belangrijk om het nieuws te volgen	80%	82%	88%	88%	**84%**
Ik wil enkel het nieuws volgen over onderwerpen die mij interesseren	54%	54%	46%	40%	**50%**
Ik ben bezorgd over de invloed van valse nieuwsberichten op de maatschappij	70%	75%	74%	80%	**74%**
Ik ben bezorgd over de invloed van valse nieuwsberichten op mezelf	36%	40%	33%	38%	**37%**
In het algemeen vertrouw ik het nieuws	54%	54%	65%	67%	**58%**
Ik controleer soms hoe betrouwbaar een nieuwsartikel is	50%	49%	50%	60%	**52%**
Dankzij het internet ben ik veel beter geïnformeerd*	67%	62%	65%	70%	**66%**
Ik heb voldoende vaardigheden om online nieuws te kunnen consumeren	76%	73%	83%	88%	**79%**
Wanneer ik een nieuwsartikel lees, vind ik het belangrijk dat het artikel van een bekende bron komt	71%	73%	76%	81%	**74%**
Ik heb wel eens betaald voor een nieuwsartikel dat ik niet volledig kon lezen (door een betaalmuur)	6%	7%	10%	13%	**8%**
Ik heb voldoende vaardigheden om online betrouwbare nieuwsbronnen te vinden	72%	66%	73%	83%	**72%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
*Filter op internetgebruikers

ATTITUDE MET BETREKKING TOT NIEUWS, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Ik vind het belangrijk om het nieuws te volgen	81%	86%	82%	85%	85%	**84%**
Ik wil enkel het nieuws volgen over onderwerpen die mij interesseren	50%	46%	52%	48%	56%	**50%**
Ik ben bezorgd over de invloed van valse nieuwsberichten op de maatschappij	57%	94%	69%	78%	72%	**74%**
Ik ben bezorgd over de invloed van valse nieuwsberichten op mezelf	16%	50%	40%	37%	44%	**37%**
In het algemeen vertrouw ik het nieuws	63%	61%	58%	55%	56%	**58%**
Ik controleer soms hoe betrouwbaar een nieuwsartikel is	50%	75%	48%	50%	34%	**52%**
Dankzij het internet ben ik veel beter geïnformeerd*	75%	76%	74%	55%	47%	**66%**
Ik heb voldoende vaardigheden om online nieuws te kunnen consumeren	89%	93%	73%	83%	52%	**79%**
Wanneer ik een nieuwsartikel lees, vind ik het belangrijk dat het artikel van een bekende bron komt	70%	84%	72%	73%	72%	**74%**
Ik heb wel eens betaald voor een nieuwsartikel dat ik niet volledig kon lezen (door een betaalmuur)	10%	15%	8%	6%	3%	**8%**
Ik heb voldoende vaardigheden om online betrouwbare nieuwsbronnen te vinden	86%	90%	69%	73%	39%	**72%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
*Filter op internetgebruikers

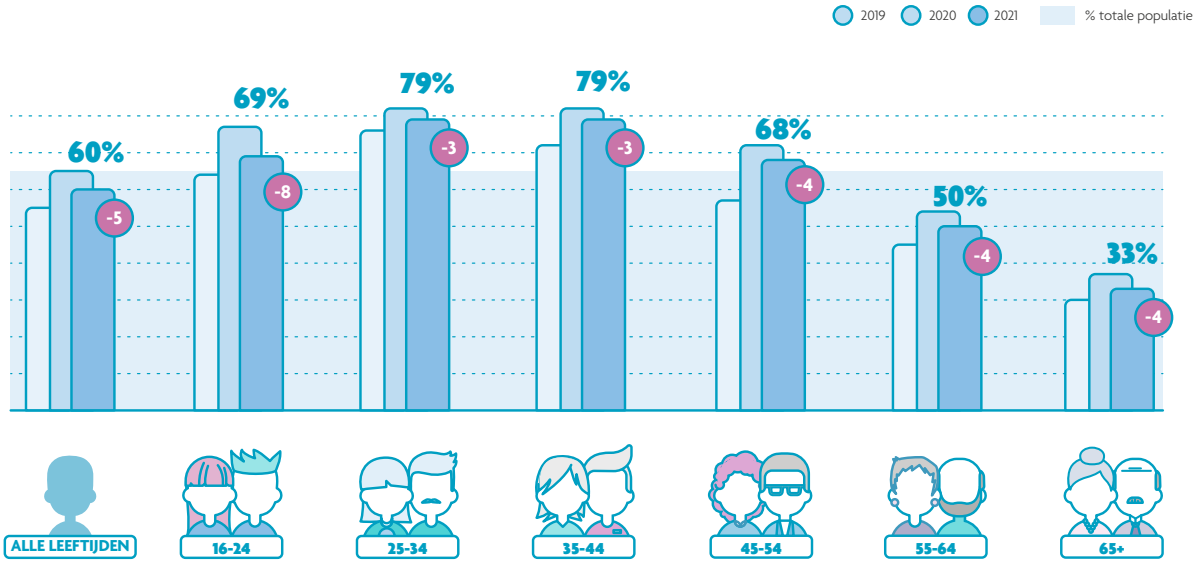
HOOFDSTUK 6

DIGITALE ECONOMIE

DIGITALE ECONOMIE

Online shoppen

Daalt opnieuw, maar netto corona-effect blijft positief



51%

gaat even vaak winkelen in een fysieke winkel in vergelijking met vòòr de coronapandemie

"Online shoppen via **erkende platformen** is **veilig**"

"Ik heb **voldoende vaardigheden** om **alles online** te kunnen kopen indien dat nodig zou zijn"

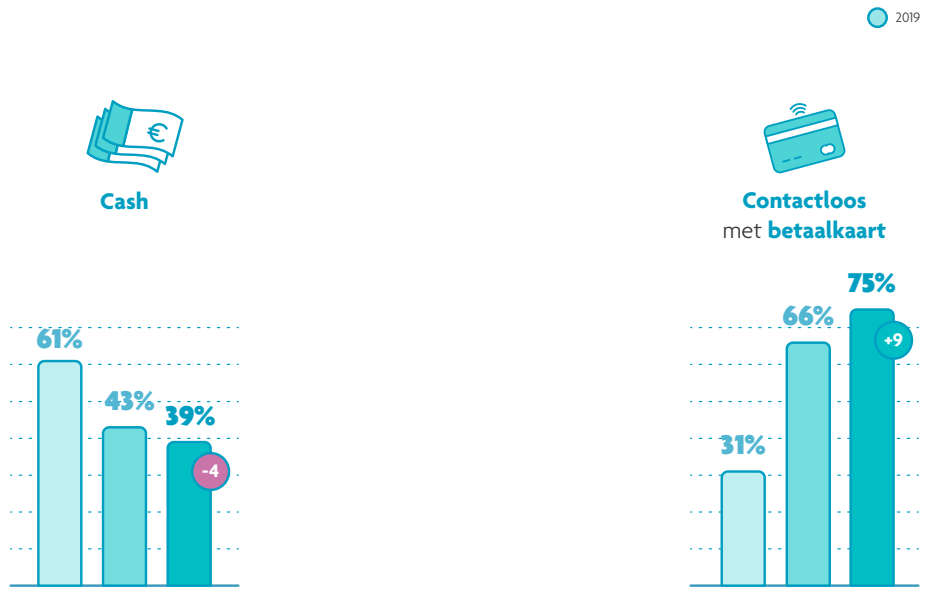
"Ik ga **minder vaak fysiek winkelen** door de mogelijkheid om online te shoppen"

"Ik vind het belangrijk dat de webshop van **Belgische oorsprong** is"

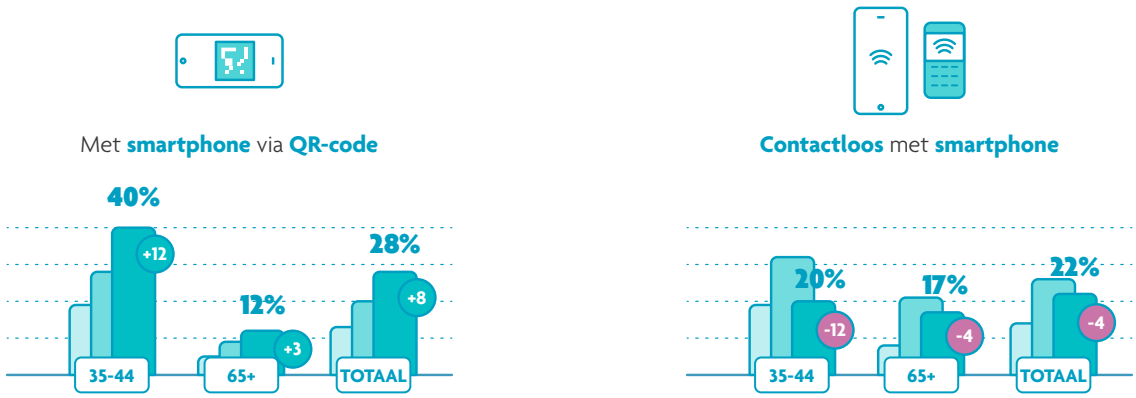
Betalen

Cash maakt plaats voor contactloos

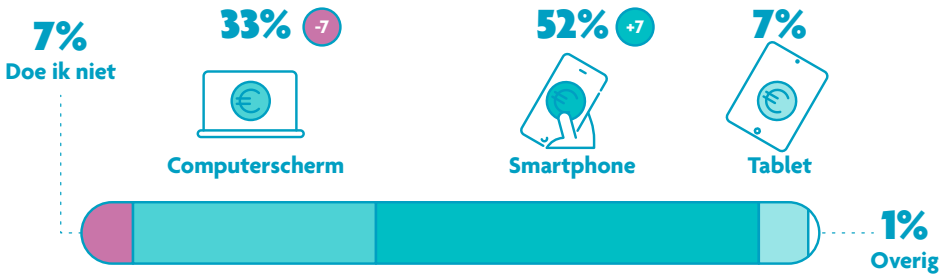
Gebruik je deze **betaalmethodes wekelijks**?



QR-code **voorbij contactloos** met smartphone (wekelijks gebruik)



De **smartphone** is het **meest gebruikte scherm** voor online geldzaken

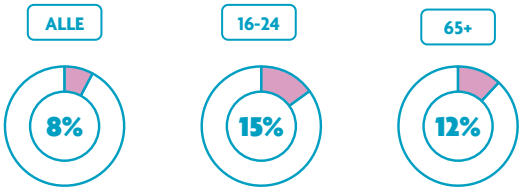


"Online of via een app mijn **saldo raadplegen** is **gemakkelijk**"

"Online of via een app **geld overschrijven** is **moeilijk**"

Vooral jongeren en ouderen ondervinden moeite met hun online geldzaken

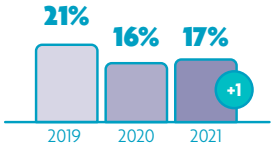
"**Zonder ondersteuning** van vrienden of familie zou ik het **moeilijk** hebben met het **online** regelen van mijn **financiële zaken**"



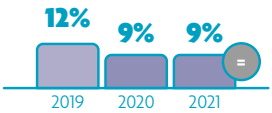
De **deeleconomie**

Nog niet hersteld van corona

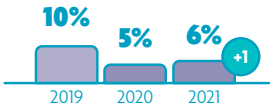
Huis of kamer **huren**
bij particulier



Fiets/step delen
via deelbedrijf



Delen van rit
met een particulier



DIGITALE ECONOMIE

Onder de vlag van de digitale economie volgen we de Vlaming in zijn relatie tot online shoppen, online betalen en de participatie in de deeleconomie. Wat dat laatste betreft, merken we weinig evolutie ten opzichte van 2020. De pandemie blijft een duidelijke rem zetten op het gebruik van deelplatformen voor mobiliteit en verblijf. Voor online shoppen en online betalen geldt het omgekeerde. 2021 was opnieuw een jaar waarin de Vlaming een duidelijke stap voorwaarts zette inzake digitale participatie in de economie. Al blijft er een vaardigheidskloof aanwezig waardoor deze digitale versnelling zich niet op elk domein en bij iedereen even hard doorgezet heeft in 2021.

ONLINE SHOPPEN

Online shoppen kende in 2020 een duidelijke groei ten opzichte van 2019. Toen gaf 65% van de Vlamingen aan minstens maandelijks online producten te kopen en 19% zei dat wekelijks te doen. De coronacrisis en de (eerste) lockdown speelden daarin een belangrijke rol. In 2021 liep het aantal maandelijkse online shoppers licht terug tot 60%. Toch zien we nog altijd een stijging van het maandelijks online shoppen van 5 procentpunten tegenover 2019 (55%). 46% zegt expliciet minder fysiek te winkelen sinds de pandemie door de mogelijkheid om online te shoppen. Bij 25 tot 54-jarigen is dat zelfs meer dan de helft.

Online shoppen blijft dus zijn opmars verderzetten, maar van een volledige substitutie lijkt niet meteen sprake. Daarvoor zien we een drieledige verklaring:

- Fysieke winkels blijven een complementaire aantrekkingskracht hebben;
- Vaardigheden blijven een drempel vormen. Vooral bij de lagere sociaal economische klassen valt op dat ze minder dan anderen het vertrouwen hebben in de vaardigheden om online te shoppen (68% tov 85% bij hogere ses);
- De Vlaming werd zich naast de voordelen ook bewuster van de beperkingen van online shopping. Noodgedwongen gingen we met z'n allen meer online aankopen doen, maar die ervaringen waren niet altijd even positief. Problemen met betalingen, laattijdige leveringen en phishing deden de attitude omtrent online shoppen terug dalen.

ATTITUDE ONLINE SHOPPEN

Over het algemeen staat de Vlaming positief ten opzichte van online shoppen. 74% vindt van zichzelf dat ze voldoende digitale vaardigheden hebben om alles online te kopen indien dat nodig zou zijn en 69% vindt online shoppen veilig. Toch is dat een daling ten opzichte van 2020 (76%), maar een stijging ten opzichte van 2019 (60%). Ook hier kan het coronajaar 2020 een vertekening in de resultaten gegeven hebben.

De meerderheid vindt dat online shoppen hen meer keuze biedt dan fysiek winkelen. Vooral de 25-34 jarigen zijn deze mening toegedaan. 31% vindt het belangrijk dat een online shop van Belgische oorsprong is. Bij de 65+ ers is dat zelfs 43%.

BETAALMETHODES

Cash is op de terugweg als betaalmiddel. Waar in 2020 nog 61% van de Vlamingen aangaf maandelijks met cash te betalen, was dat in 2021 nog 54%. 39% (-4) geeft aan nog wekelijks met cash te betalen. Dé grote vervanger is contactloos betalen met de bankkaart: 81% van de Vlamingen geeft aan dat ze maandelijks op deze manier een betaling verrichten en zelfs 75% doet dit wekelijks.

Daarnaast zijn ook de nieuwe, digitale betaalmethodes via smartphone aan een gestage opmars bezig. Betalingen via een bankapp op de smartphone waren pre-coronacrisis al wijdverspreid en blijven terrein winnen. In 2021 gebruikte 57% (+3) van de smartphone bezitters een bankapp om een betaling uit te voeren. 37% (+4) doet dit wekelijks. Vorig jaar merkten we echter ook op dat andere mobiele betalingsvormen, meer bepaald contactloos en in mindere mate betalingen via een QR-code op de smartphone, op de drempel van niche naar massamarkt kwamen te staan. Deze trend heeft zich in 2021 duidelijk doorgezet en van betalingen via een QR-code op de smartphone zelfs een belangrijkere betalingsvorm gemaakt dan contactloos betalen via smartphone. Bijna de helft van de smartphone bezitters geeft aan maandelijks via QR-code een betaling

uit te voeren (48%). Dit betekent opnieuw een stijging van 10 procentpunten tegenover 2020, terwijl ook het wekelijkse gebruik (28%, +8) significant stijgt. De QR-code is dus helemaal terug en in 2021 belangrijker geworden dan contactloos betalen via de smarphone (34% maandelijks, 22% wekelijks).

Los van deze mobiele extensies van de 'traditionele lokale banken' lijken de mobiele betalingsoplossingen via Apple of Google Pay bij jongeren (onder 35 jaar) stilaan de niche-status te ontgroeien. Op maandelijks niveau gebruikt 16% (+6) van de jongeren die diensten al geregeld, op wekelijks niveau is dat 10% (+3).

De ervaringen met die diensten lijken ook goed te zijn want de perceptie van de veiligheid van online betalen maakte in 2021 een serieuze sprong voorwaarts: 26% (-14) van de Vlamingen lijkt zich nog zorgen te maken over de veiligheid van online betalen, een sterke daling ten opzichte van vorig jaar.

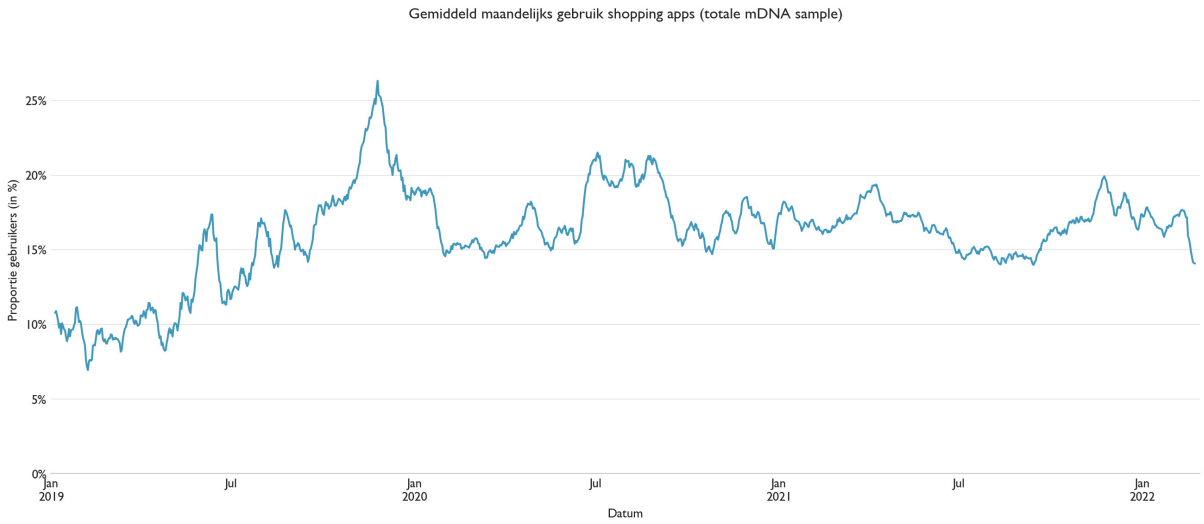
MOEILIJKHEDEN MET ONLINE GELDZAKEN

Positief is dat 85% van de Vlamingen het online of via een applicatie bijhouden van hun rekeningen eenvoudig vinden. Dat is een lichte stijging van 4 procentpunten tegenover 2020. Zelfs bij de 65+ is dat 78%. Slechts 6% van de Vlamingen geeft aan moeite te hebben om online overschrijvingen uit te voeren terwijl 58% zegt zo goed als geen nood meer te hebben aan een fysiek bankkantoor. Daarmee lijkt online bankieren het traditionele bankieren te hebben overgenomen. Toch lijkt ook ¼ (26%) van de Vlamingen zich in zekere mate zorgen te maken over de veiligheid van online betalen.

DEELECONOMIE

De deeleconomie kent door de pandemie een periode van relatieve stilstand. Het delen van ritten of huren van een auto bij particulieren bleef gelijk aan vorig jaar, net als het delen van auto's of steps bij deelbedrijven. Ook het huren van een huis of kamer bij particulieren voor een korte periode bleef zo goed als gelijk aan vorig jaar.

MOBILEDNA



FREQUENTIE ONLINE SHOPPEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

	Jaar	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Minstens maandelijks	2019	64%	76%	72%	57%	45%	30%	**55%**
	2020	77%	82%	82%	72%	54%	37%	**65%**
	2021	**69%**	**79%**	**79%**	**68%**	**50%**	**33%**	**60%**
Minstens wekelijks	2019	14%	24%	24%	15%	11%	3%	**14%**
	2020	13%	29%	33%	25%	12%	8%	**19%**
	2021	**15%**	**20%**	**22%**	**18%**	**10%**	**5%**	**14%**

Hoe vaak koop je producten online?

FREQUENTIE ONLINE SHOPPEN, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Nooit	6%	10%	6%	2%	**7%**
Zelden	36%	38%	31%	20%	**33%**
Maandelijks	46%	41%	46%	57%	**46%**
Wekelijks	11%	10%	16%	20%	**13%**
Dagelijks	1%	1%	0%	1%	**1%**

Hoe vaak koop je producten online?

FREQUENTIE ONLINE SHOPPEN, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Nooit	1%	1%	3%	5%	26%	**7%**
Zelden	20%	15%	30%	43%	57%	**33%**
Maandelijks	57%	59%	52%	46%	15%	**46%**
Wekelijks	21%	24%	14%	6%	1%	**13%**
Dagelijks	1%	1%	1%	0%	0%	**1%**

Hoe vaak koop je producten online?

ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN ONLINE SHOPPEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2018

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Online shoppen via erkende platformen is veilig	2018	65%	79%	74%	61%	54%	38%	**60%**
	2019	75%	73%	67%	64%	52%	41%	**60%**
	2020	85%	84%	86%	76%	73%	60%	**76%**
	2021	**88%**	**87%**	**81%**	**69%**	**59%**	**45%**	**69%**
Online shoppen is gemakkelijker	2018	69%	77%	74%	63%	56%	50%	**63%**
	2019	73%	81%	79%	72%	59%	53%	**68%**
	2020	75%	82%	86%	75%	70%	62%	**74%**
	2021	**63%**	**71%**	**70%**	**54%**	**48%**	**40%**	**56%**
Online shoppen biedt meer keuze	2018	69%	77%	70%	54%	48%	40%	**58%**
	2019	74%	77%	71%	63%	48%	39%	**60%**
	2020	74%	75%	75%	61%	49%	40%	**60%**
	2021	**79%**	**82%**	**74%**	**59%**	**47%**	**35%**	**60%**
Wanneer ik online shop vind ik het belangrijk dat de webshop van Belgische oorsprong is	2020	15%	24%	28%	34%	37%	49%	**33%**
	2021	**19%**	**21%**	**30%**	**31%**	**36%**	**43%**	**31%**
Ik ga minder vaak fysiek winkelen door de mogelijkheid om online te shoppen	**2021**	**49%**	**64%**	**62%**	**50%**	**35%**	**25%**	**46%**
Ik heb voldoende vaardigheden om alles online te kunnen kopen indien dat nodig zou zijn	**2021**	**78%**	**89%**	**86%**	**76%**	**70%**	**56%**	**74%**
Ik weet hoe ik kan verifiëren of een online shop betrouwbaar is	**2021**	**69%**	**76%**	**66%**	**53%**	**43%**	**30%**	**53%**
Ik ga even vaak winkelen in een fysieke winkel in vergelijking met voor de coronapandemie	**2021**	**51%**	**53%**	**46%**	**47%**	**54%**	**55%**	**51%**

In welke mate ga je akkoord met onderstaande stellingen? - (helemaal) akkoord

ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN ONLINE SHOPPEN, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Online shoppen via erkende platformen is veilig	70%	60%	71%	79%	**69%**
Online shoppen is gemakkelijker dan naar de winkel gaan (bv. levering aan huis)	54%	52%	56%	65%	**56%**
Online shoppen biedt meer keuze	61%	53%	60%	69%	**60%**
Wanneer ik online shop vind ik het belangrijk dat de webshop van Belgische oorsprong is	26%	33%	36%	32%	**31%**
Ik ga minder vaak fysiek winkelen door de mogelijkheid om online te shoppen	43%	41%	47%	60%	**46%**
Ik heb voldoende vaardigheden om alles online te kunnen kopen indien dat nodig zou zijn	72%	68%	76%	85%	**74%**
Ik weet hoe ik kan verifiëren of een online shop betrouwbaar is	54%	45%	55%	64%	**53%**
Ik ga even vaak winkelen in een fysieke winkel in vergelijking met voor de coronapandemie	51%	51%	54%	49%	**51%**

In welke mate ga je akkoord met onderstaande stellingen? - (helemaal) akkoord

ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN ONLINE SHOPPEN, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Online shoppen via erkende platformen is veilig	90%	87%	75%	60%	29%	**69%**
Online shoppen is gemakkelijker dan naar de winkel gaan (bv. levering aan huis)	72%	77%	59%	43%	27%	**56%**
Online shoppen biedt meer keuze	76%	80%	65%	49%	26%	**60%**
Wanneer ik online shop vind ik het belangrijk dat de webshop van Belgische oorsprong is	21%	33%	28%	37%	38%	**31%**
Ik ga minder vaak fysiek winkelen door de mogelijkheid om online te shoppen	61%	68%	47%	32%	16%	**46%**
Ik heb voldoende vaardigheden om alles online te kunnen kopen indien dat nodig zou zijn	90%	93%	72%	78%	31%	**74%**
Ik weet hoe ik kan verifiëren of een online shop betrouwbaar is	76%	80%	46%	49%	12%	**53%**
Ik ga even vaak winkelen in een fysieke winkel in vergelijking met voor de coronapandemie	50%	48%	47%	57%	54%	**51%**

In welke mate ga je akkoord met onderstaande stellingen? - (helemaal) akkoord

GEBRUIK VAN KLASSIEKE BETAALMETHODES, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

			16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Cash	Maandelijks	2019	73%	72%	71%	71%	69%	67%	**70%**
		2020	71%	58%	59%	62%	62%	56%	**61%**
		2021	**66%**	**46%**	**50%**	**55%**	**58%**	**51%**	**54%**
	Wekelijks	2019	59%	57%	60%	63%	63%	61%	**61%**
		2020	39%	33%	40%	46%	49%	49%	**43%**
		2021	**38%**	**28%**	**32%**	**41%**	**46%**	**44%**	**39%**
Contactloos met de betaalkaart	Maandelijks	2019	52%	54%	45%	37%	31%	22%	**38%**
		2020	73%	74%	74%	73%	75%	68%	**72%**
		2021	**81%**	**87%**	**84%**	**82%**	**79%**	**76%**	**81%**
	Wekelijks	2019	43%	45%	39%	31%	24%	17%	**31%**
		2020	58%	68%	66%	70%	70%	63%	**66%**
		2021	**69%**	**80%**	**79%**	**77%**	**74%**	**71%**	**75%**
Via de betaalkaart	Maandelijks	2019	82%	94%	91%	92%	89%	82%	**88%**
		2020	86%	95%	96%	97%	95%	92%	**94%**
		2021	**84%**	**93%**	**93%**	**96%**	**92%**	**89%**	**91%**
	Wekelijks	2019	71%	87%	84%	84%	81%	74%	**80%**
		2020	64%	84%	86%	93%	89%	87%	**85%**
		2021	**66%**	**81%**	**83%**	**88%**	**86%**	**81%**	**81%**
Via een kredietkaart	Maandelijks	2019	20%	49%	44%	51%	47%	43%	**43%**
		2020	12%	42%	46%	49%	43%	39%	**39%**
		2021	**15%**	**36%**	**42%**	**43%**	**37%**	**37%**	**36%**
	Wekelijks	2019	8%	11%	14%	20%	18%	17%	**15%**
		2020	4%	10%	12%	15%	12%	15%	**12%**
		2021	**4%**	**9%**	**10%**	**15%**	**15%**	**17%**	**12%**
Via een kaartlezer	Maandelijks	2019	38%	43%	46%	59%	58%	51%	**50%**
		2020	36%	42%	46%	55%	62%	53%	**50%**
		2021	**33%**	**33%**	**40%**	**48%**	**44%**	**41%**	**40%**
	Wekelijks	2019	12%	14%	19%	30%	29%	30%	**23%**
		2020	10%	15%	15%	26%	31%	35%	**23%**
		2021	**8%**	**11%**	**17%**	**20%**	**24%**	**23%**	**18%**

Hoe vaak betaal jij met onderstaande methodes?
Je betaalt contactloos wanneer je jouw smartphone of betaalkaart tegen een betaalterminal houdt. Soms moet je ook nog je PIN-code ingeven.
Je betaalt via QR-code wanneer je met jouw smartphone een vierkante barcode met zwarte blokken scant

GERBUIK VAN KLASSIEKE BETAALMETHODES, NAAR SES

		Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Cash	Maandelijks	56%	55%	52%	49%	**54%**
	Wekelijks	39%	42%	38%	33%	**39%**
Contactloos met de betaalkaart	Maandelijks	78%	79%	84%	87%	**81%**
	Wekelijks	69%	75%	79%	82%	**75%**
Via de betaalkaart	Maandelijks	86%	92%	93%	95%	**91%**
	Wekelijks	74%	83%	83%	89%	**81%**
Via een kredietkaart	Maandelijks	25%	32%	43%	52%	**36%**
	Wekelijks	10%	11%	15%	17%	**12%**
Via een kaartlezer	Maandelijks	37%	41%	41%	43%	**40%**
	Wekelijks	14%	19%	20%	21%	**18%**

Hoe vaak betaal jij met onderstaande methodes?
Je betaalt contactloos wanneer je jouw smartphone of betaalkaart tegen een betaalterminal houdt. Soms moet je ook nog je PIN-code ingeven.
Je betaalt via QR-code wanneer je met jouw smartphone een vierkante barcode met zwarte blokken scant

GEBRUIK VAN KLASSIEKE BETAALMETHODES, NAAR ATTITUDEPROFIEL

		Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Cash	Maandelijks	46%	41%	62%	59%	61%	**54%**
	Wekelijks	28%	26%	44%	44%	51%	**39%**
Contactloos met de betaalkaart	Maandelijks	87%	87%	83%	81%	66%	**81%**
	Wekelijks	80%	84%	74%	74%	61%	**75%**
Via de betaalkaart	Maandelijks	92%	94%	91%	91%	87%	**91%**
	Wekelijks	79%	83%	81%	84%	78%	**81%**
Via een kredietkaart	Maandelijks	41%	51%	27%	35%	21%	**36%**
	Wekelijks	13%	15%	10%	13%	10%	**12%**
Via een kaartlezer	Maandelijks	38%	39%	41%	46%	34%	**40%**
	Wekelijks	16%	17%	16%	23%	17%	**18%**

Hoe vaak betaal jij met onderstaande methodes?
Je betaalt contactloos wanneer je jouw smartphone of betaalkaart tegen een betaalterminal houdt. Soms moet je ook nog je PIN-code ingeven.
Je betaalt via QR-code wanneer je met jouw smartphone een vierkante barcode met zwarte blokken scant

GEBRUIK VAN NIEUWE BETAALMETHODES, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

	Frequentie	Jaar	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Met de smartphone via QR-code	Maandelijks	2019	29%	50%	40%	32%	21%	10%	**28%**
		2020	42%	60%	51%	45%	29%	15%	**38%**
		2021	**54%**	**72%**	**62%**	**52%**	**40%**	**22%**	**48%**
	Wekelijks	2019	15%	21%	19%	13%	9%	5%	**13%**
		2020	15%	30%	28%	25%	15%	9%	**20%**
		2021	**29%**	**42%**	**40%**	**30%**	**24%**	**12%**	**28%**
Contactloos met de smartphone	Maandelijks	2019	28%	30%	29%	19%	16%	11%	**21%**
		2020	36%	45%	46%	44%	33%	25%	**37%**
		2021	**36%**	**43%**	**34%**	**38%**	**34%**	**23%**	**34%**
	Wekelijks	2019	17%	20%	19%	11%	10%	8%	**14%**
		2020	21%	30%	32%	30%	26%	21%	**26%**
		2021	**20%**	**29%**	**20%**	**25%**	**24%**	**17%**	**22%**
Via een bank-app op de smartphone	Maandelijks	2019	61%	72%	61%	53%	45%	26%	**50%**
		2020	59%	71%	67%	58%	49%	32%	**54%**
		2021	**63%**	**79%**	**69%**	**62%**	**53%**	**30%**	**57%**
	Wekelijks	2019	32%	40%	36%	34%	27%	18%	**30%**
		2020	24%	43%	41%	39%	30%	23%	**33%**
		2021	**34%**	**52%**	**45%**	**41%**	**34%**	**21%**	**37%**
Via een andere aanbieder op de smartphone (bv. Google Pay)	Maandelijks	2019	9%	13%	8%	3%	4%	1%	**6%**
		2020	8%	11%	8%	7%	3%	3%	**6%**
		2021	**15%**	**16%**	**11%**	**7%**	**4%**	**2%**	**8%**
	Wekelijks	2019	4%	6%	4%	1%	2%	1%	**3%**
		2020	5%	7%	4%	3%	1%	2%	**3%**
		2021	**10%**	**9%**	**7%**	**3%**	**3%**	**1%**	**5%**
Via online betaalsystemen (bv. PayPal)	Maandelijks	2019	28%	32%	30%	26%	18%	12%	**23%**
		2020	24%	35%	32%	28%	21%	11%	**24%**
		2021	**29%**	**37%**	**30%**	**24%**	**17%**	**12%**	**24%**
	Wekelijks	2019	7%	14%	12%	7%	7%	3%	**8%**
		2020	8%	15%	12%	10%	8%	5%	**9%**
		2021	**9%**	**12%**	**9%**	**9%**	**6%**	**5%**	**8%**
Contactloos via een wearable*	Maandelijks	2019	5%	3%	3%	1%	2%	0%	**2%**
		2020	6%	7%	6%	7%	3%	6%	**6%**
		2021	**7%**	**8%**	**5%**	**4%**	**6%**	**2%**	**5%**
	Wekelijks	2019	3%	2%	2%	0%	1%	0%	**1%**
		2020	5%	4%	4%	5%	2%	4%	**4%**
		2021	**5%**	**6%**	**3%**	**3%**	**4%**	**1%**	**4%**

Hoe vaak betaal jij met onderstaande methodes?
Je betaalt contactloos wanneer je jouw smartphone of betaalkaart tegen een betaalterminal houdt. Soms moet je ook nog je PIN-code ingeven.
Je betaalt via QR-code wanneer je met jouw smartphone een vierkante barcode met zwarte blokken scant
* Filter op bezit van toestel

GEBRUIK VAN NIEUWE BETAALMETHODES, NAAR SES.

		Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Met de smartphone via QR-code	Maandelijks	42%	37%	54%	69%	**48%**
	Wekelijks	24%	20%	32%	44%	**28%**
Contactloos met de smartphone	Maandelijks	32%	29%	36%	42%	**34%**
	Wekelijks	20%	18%	25%	30%	**22%**
Via een bank-app op de smartphone	Maandelijks	55%	49%	61%	69%	**57%**
	Wekelijks	31%	32%	42%	48%	**37%**
Via een andere aanbieder op de smartphone (bv. Google Pay)	Maandelijks	10%	5%	8%	12%	**8%**
	Wekelijks	5%	2%	5%	9%	**5%**
Via online betaalsystemen (bv. PayPal)	Maandelijks	22%	20%	25%	31%	**24%**
	Wekelijks	7%	6%	11%	11%	**8%**
Contactloos via een wearable*	Maandelijks	5%	3%	3%	10%	**5%**
	Wekelijks	4%	2%	2%	7%	**4%**

Hoe vaak betaal jij met onderstaande methodes?
Je betaalt contactloos wanneer je jouw smartphone of betaalkaart tegen een betaalterminal houdt. Soms moet je ook nog je PIN-code ingeven.
Je betaalt via QR-code wanneer je met jouw smartphone een vierkante barcode met zwarte blokken scant
* Filter op bezit van toestel

GEBRUIK VAN NIEUWE BETAALMETHODES, NAAR ATTITUDEPROFIEL

		Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Met de smartphone via QR-code	Maandelijks	69%	75%	47%	36%	11%	**48%**
	Wekelijks	43%	46%	24%	20%	4%	**28%**
Contactloos met de smartphone	Maandelijks	45%	41%	40%	28%	11%	**34%**
	Wekelijks	33%	27%	24%	19%	7%	**22%**
Via een bank-app op de smartphone	Maandelijks	73%	77%	64%	49%	19%	**57%**
	Wekelijks	48%	52%	38%	33%	11%	**37%**
Via een andere aanbieder op de smartphone (bv. Google Pay)	Maandelijks	14%	16%	9%	3%	1%	**8%**
	Wekelijks	8%	9%	5%	2%	0%	**5%**
Via online betaalsystemen (bv. PayPal)	Maandelijks	35%	37%	22%	16%	6%	**24%**
	Wekelijks	12%	13%	8%	5%	2%	**8%**
Contactloos via een wearable*	Maandelijks	5%	9%	5%	2%	0%	**5%**
	Wekelijks	4%	6%	3%	1%	0%	**4%**

Hoe vaak betaal jij met onderstaande methodes?
Je betaalt contactloos wanneer je jouw smartphone of betaalkaart tegen een betaalterminal houdt. Soms moet je ook nog je PIN-code ingeven.
Je betaalt via QR-code wanneer je met jouw smartphone een vierkante barcode met zwarte blokken scant
* Filter op bezit van toestel

MOEILIJKHEDEN MET ONLINE GELDZAKEN, NAAR LEEFTIJD

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Online of via een applicatie geld overschrijven van mijn bankrekening naar een andere bankrekening is moeilijk	7%	4%	3%	6%	7%	8%	**6%**
Online of via een applicatie bijhouden hoeveel geld op mijn bankrekening staat is gemakkelijk	90%	91%	90%	86%	82%	78%	**85%**
Door het mobiel en internetbankieren heb ik zo goed als geen nood meer aan een fysiek bankkantoor	61%	66%	64%	56%	57%	48%	**58%**
Indien ik niet naar een bankloket zou kunnen gaan om overschrijvingen en andere financiële zaken te regelen, zou ik moeilijkheden ervaren om dat zelf online en digitaal te doen	12%	5%	6%	9%	7%	11%	**9%**
Zonder ondersteuning van vrienden of familie zou ik het moeilijk hebben met het online regelen van mijn financiële zaken (bv. bankrekening openen en beheren, ...)	15%	5%	3%	5%	7%	12%	**8%**
Ik maak me zorgen over de veiligheid van online betalen	17%	22%	25%	28%	33%	29%	**26%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (Helemaal) akkoord

MOEILIJKHEDEN MET ONLINE GELDZAKEN, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Online of via een applicatie geld overschrijven van mijn bankrekening naar een andere bankrekening is moeilijk	7%	7%	4%	3%	**6%**
Online of via een applicatie bijhouden hoeveel geld op mijn bankrekening staat is gemakkelijk	83%	83%	86%	93%	**85%**
Door het mobiel en internetbankieren heb ik zo goed als geen nood meer aan een fysiek bankkantoor	53%	52%	64%	69%	**58%**
Indien ik niet naar een bankloket zou kunnen gaan om overschrijvingen en andere financiële zaken te regelen, zou ik moeilijkheden ervaren om dat zelf online en digitaal te doen	10%	12%	4%	3%	**9%**
Zonder ondersteuning van vrienden of familie zou ik het moeilijk hebben met het online regelen van mijn financiële zaken (bv. bankrekening openen en beheren, ...)	12%	9%	4%	2%	**8%**
Ik maak me zorgen over de veiligheid van online betalen	27%	31%	21%	22%	**26%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (Helemaal) akkoord

MOEILIJKHEDEN MET ONLINE GELDZAKEN, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Online of via een applicatie geld overschrijven van mijn bankrekening naar een andere bankrekening is moeilijk	2%	1%	8%	6%	14%	**6%**
Online of via een applicatie bijhouden hoeveel geld op mijn bankrekening staat is gemakkelijk	93%	92%	86%	87%	66%	**85%**
Door het mobiel en internetbankieren heb ik zo goed als geen nood meer aan een fysiek bankkantoor	75%	71%	56%	54%	30%	**58%**
Indien ik niet naar een bankloket zou kunnen gaan om overschrijvingen en andere financiële zaken te regelen, zou ik moeilijkheden ervaren om dat zelf online en digitaal te doen	4%	3%	10%	5%	23%	**9%**
Zonder ondersteuning van vrienden of familie zou ik het moeilijk hebben met het online regelen van mijn financiële zaken (bv. bankrekening openen en beheren, ...)	2%	1%	12%	3%	25%	**8%**
Ik maak me zorgen over de veiligheid van online betalen	4%	22%	31%	29%	45%	**26%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (Helemaal) akkoord

GEBRUIK VAN DE DEELECONOMIE, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2018

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal 2018	Totaal 2019	Totaal 2020	Totaal 2021
Delen van een rit met een particulier	Nog niet gebruikt*	92%	87%	92%	94%	96%	98%	94%	89%	92%	**94%**
	Als gebruiker/klant	8%	13%	8%	5%	3%	2%	5%	10%	7%	**6%**
	Als aanbieder	1%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	2%	**0%**
Een auto huren bij een particulier	Nog niet gebruikt*	96%	96%	97%	97%	98%	99%	97%	96%	96%	**97%**
	Als gebruiker/klant	4%	4%	3%	2%	2%	1%	2%	4%	3%	**3%**
	Als aanbieder	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	**0%**
Een auto huren via een bedrijf	Nog niet gebruikt*	97%	93%	93%	95%	96%	98%	96%	95%	96%	**96%**
	Als gebruiker/klant	2%	7%	7%	4%	3%	2%	3%	5%	4%	**4%**
	Als aanbieder	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	**0%**
Een fiets of step delen via een deelbedrijf	Nog niet gebruikt*	81%	78%	92%	92%	95%	98%	91%	87%	92%	**90%**
	Als gebruiker/klant	19%	22%	8%	8%	5%	2%	9%	12%	8%	**9%**
	Als aanbieder	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**
Een huis of kamer huren gedurende een korte periode bij een particulier	Nog niet gebruikt*	78%	69%	74%	83%	86%	95%	83%	78%	85%	**82%**
	Als gebruiker/klant	21%	31%	26%	16%	14%	5%	16%	21%	14%	**17%**
	Als aanbieder	1%	1%	2%	1%	1%	0%	1%	1%	2%	**1%**

Welke van onderstaande online diensten heb je het afgelopen jaar gebruikt en/of aangeboden?
* Geen internetgebruiker / Dat ken ik niet / Nog niet gebruikt

GEBRUIK VAN DE DEELECONOMIE, NAAR SES

		Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Delen van een rit met een particulier	Nog niet gebruikt*	92%	97%	93%	90%	**94%**
	Als gebruiker/klant	7%	3%	6%	10%	**6%**
	Als aanbieder	1%	0%	1%	1%	**0%**
Een auto huren bij een particulier	Nog niet gebruikt*	96%	98%	98%	96%	**97%**
	Als gebruiker/klant	4%	1%	2%	4%	**3%**
	Als aanbieder	0%	0%	0%	0%	**0%**
Een auto huren via een bedrijf	Nog niet gebruikt*	96%	96%	95%	95%	**96%**
	Als gebruiker/klant	3%	3%	5%	5%	**4%**
	Als aanbieder	0%	0%	0%	0%	**0%**
Een fiets of step delen via een deelbedrijf	Nog niet gebruikt*	90%	94%	91%	85%	**90%**
	Als gebruiker/klant	10%	6%	9%	15%	**9%**
	Als aanbieder	0%	0%	0%	0%	**0%**
Een huis of kamer huren gedurende een korte periode bij een particulier	Nog niet gebruikt*	81%	89%	82%	71%	**82%**
	Als gebruiker/klant	18%	11%	17%	29%	**17%**
	Als aanbieder	1%	1%	1%	1%	**1%**

Welke van onderstaande online diensten heb je het afgelopen jaar gebruikt en/of aangeboden?
* Geen internetgebruiker / Dat ken ik niet / Nog niet gebruikt

GEBRUIK VAN DE DEELECONOMIE, NAAR ATTITUDEPROFIEL

		Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Delen van een rit met een particulier	Nog niet gebruikt*	94%	88%	92%	96%	98%	**94%**
	Als gebruiker/klant	6%	11%	7%	3%	1%	**6%**
	Als aanbieder	0%	1%	1%	0%	0%	**0%**
Een auto huren bij een particulier	Nog niet gebruikt*	97%	96%	97%	98%	98%	**97%**
	Als gebruiker/klant	3%	4%	3%	2%	1%	**3%**
	Als aanbieder	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**
Een auto huren via een bedrijf	Nog niet gebruikt*	96%	92%	96%	96%	98%	**96%**
	Als gebruiker/klant	4%	8%	4%	4%	1%	**4%**
	Als aanbieder	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**
Een fiets of step delen via een deelbedrijf	Nog niet gebruikt*	88%	83%	89%	94%	97%	**90%**
	Als gebruiker/klant	12%	17%	11%	6%	2%	**9%**
	Als aanbieder	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**
Een huis of kamer huren gedurende een korte periode bij een particulier	Nog niet gebruikt*	79%	69%	79%	88%	95%	**82%**
	Als gebruiker/klant	21%	30%	21%	12%	4%	**17%**
	Als aanbieder	1%	2%	1%	1%	0%	**1%**

Welke van onderstaande online diensten heb je het afgelopen jaar gebruikt en/of aangeboden?
* Geen internetgebruiker / Dat ken ik niet / Nog niet gebruikt

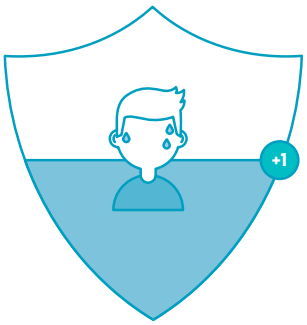
HOOFDSTUK 7

PRIVACY EN DIGITALE OVERHEID

PRIVACY & DIGITALE OVERHEID

Bezorgdheid

Stijgende bezorgdheid om (online) privacy, niet in het minst bij jongeren



52%
is **bezorgd**
over zijn online privacy

Jongeren worden **bezorgder**

45%

16-24

13%

PASSIONELE MINNAAR

76%

HAAT-LIEFDE VERHOUDING

53%

PLATONISCHE RELATIE

59%

LAT-RELATIE

61%

GEEN RELATIE

"Het stoort me dat **bedrijven niet transparant** zijn over welke **gegevens** ze **van mij** bezitten en verzamelen"

73%

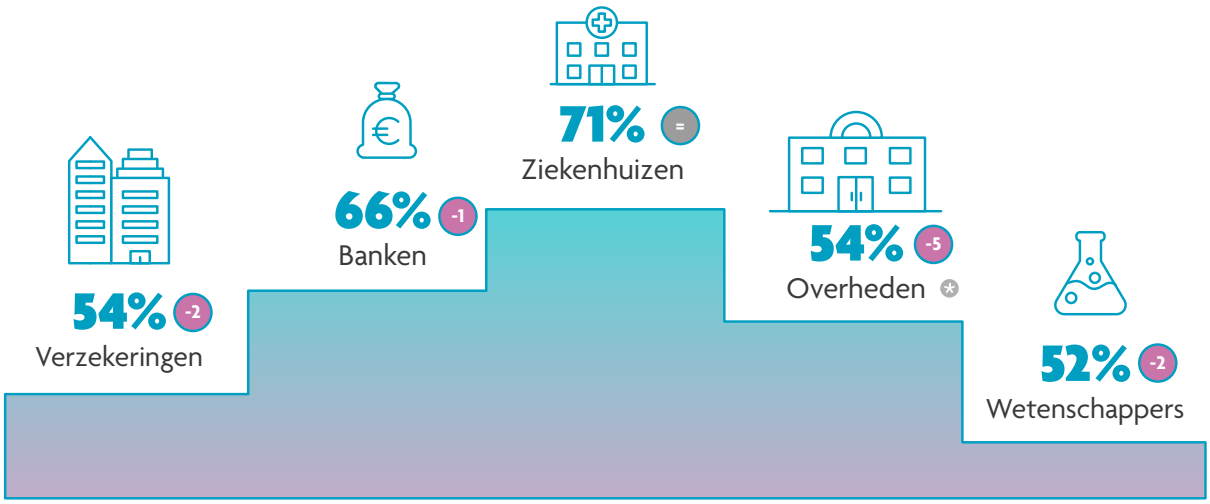
"Het **stoort me** dat er nog **oude gegevens** van me **circuleren** op het internet"

49%

"Ik ben bezorgd over de **impact** van **sociale media** op **mijn privacy**"

61%

Welke **organisaties vertrouw** je het meest met je **persoonlijke gegevens**?



Federale overheid, Vlaamse overheid & lokaal gemeentebestuur

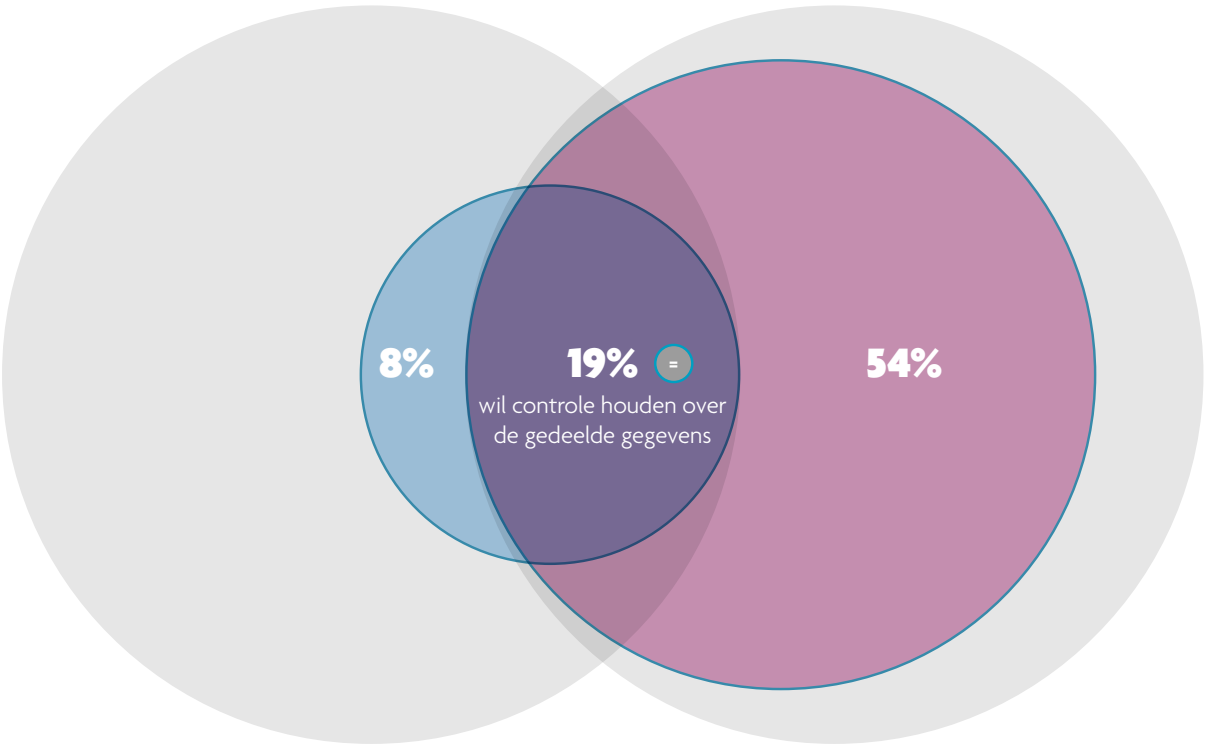
De privacyparadox

27% -2

"Ik vind het oké om **persoonlijke gegevens** te **delen** zolang ik daarvoor **iets in de plaats** krijg" (vb. voordelen, informatie, ...)

73% +4

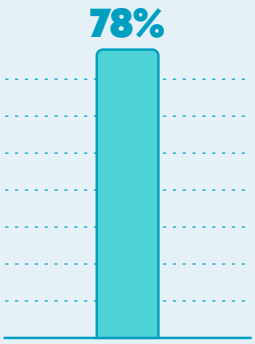
"**Bedrijven** zijn **niet transparant** over welke **data** ze over mij verzamelen"



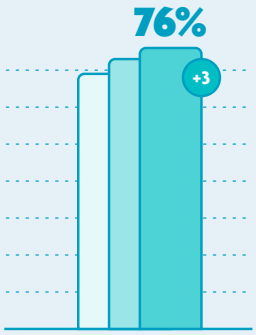
Controle over privacy

2019 2020 2021

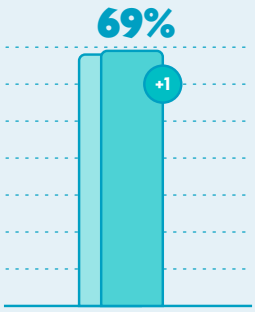
"ik wil de mogelijkheid om bepaalde types **gegevens niet meer** te **delen** met **organisaties** of zelfs al mijn data terug te roepen' "



"Ik denk goed na voor ik een applicatie **toegang** geef tot mijn locatie, microfoon, contactlijst, camera, ..."

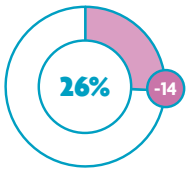


"Als gebruiker heb ik **geen controle** meer over welke **persoonlijke informatie** van mij verzameld en gebruikt wordt' "

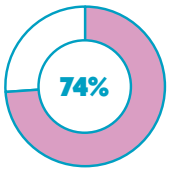


Cybersecurity

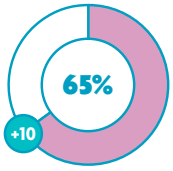
"Ik maak me zorgen over de **veiligheid** van **online betalen**"



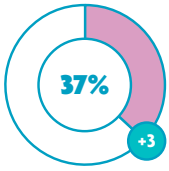
"Wanneer ik op een **link** uit een e-mail, chatbericht of sms **klik** denk ik na over de **veiligheid** van mijn **gegevens**"



"Ik ben bezorgd dat mijn **persoonlijke** online gegevens **niet veilig** worden bewaard door websites en apps"

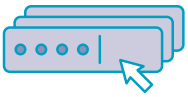


"Ik gebruik bewust meer producten en diensten van **bedrijven** die **privacy** vooropplaatsen"



Digitale overheid

Gebruiksgemak en **opportuniteiten** voor de digitale overheid



35% +9

"Ik moet vaak **dezelfde gegevens meerdere keren** doorgeven aan de overheid"

31% +4

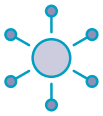
"Websites van overheden zijn **duidelijk en toegankelijk**"

27% -5

"Ik ga liever langs bij het **loket** om zaken te regelen in plaats van het online te doen"

36% +7

"De overheid **weet** teveel **over mij**"



80% +3

"Ik wil één **centrale online plaats** waar ik al mijn formulieren en documenten van en voor de overheid kan beheren en consulteren"

PRIVACY EN DIGITALE OVERHEID

Ook in 2021 komt de 'data- en privacyparadox' weer wat scherper te staan. Enerzijds zien we de adoptie en het gebruik van de online dienstverlening, samen met een veelheid aan platformen, opnieuw toenemen. Anderzijds stijgen ook de frustraties omtrent het gebrek aan transparantie in wat bedrijven en overheden doen met onze persoonlijke data, omtrent het ongecontroleerd circuleren van diezelfde data en het herhaaldelijk moeten ingeven van bepaalde data. Dit resulteert in een stijgende haat-liefde verhouding met de 'dataficatie' van dienstverlening. Aan gebruikerszijde gaat dit gepaard met een toegenomen zoektocht naar 'controle' over de persoonlijke data en privacy (zeker op smartphone-niveau), terwijl aan de aanbodzijde privacy alsmaar meer een differentiator wordt (zeker voor jongeren).

ONLINE PRIVACY

De helft van de Vlamingen is bezorgd om zijn online privacy. Dat is een status quo tegenover 2020. Ook het aantal Vlamingen dat minstens één maatregel treft om zijn online privacy te bewaren, bleef dit jaar gelijk aan 2020 (91%). Toch zijn er een aantal stijgers onder deze maatregelen te zien, vooral wat betreft het gebruik van apps op onze smartphone: 56% zegt geen toegang te geven tot persoonlijke gegevens (+4), 44% past de privacy instellingen van zijn/haar sociale media aan (+4) en 42% past deze op hun smartphone aan (+6). Vooral bij de leeftijdsgroepen van 16 tot 44 jaar en Vlamingen uit gezinnen met hogere inkomens komen deze maatregelen vaak voor.

61% van de Vlamingen lijkt ook enigszins bezorgd om de impact van sociale media op privacy. In 2020 was dat 59%. Bij jongeren (53%, +7) en 35-44 jarigen (62%, +5), valt een stijging op te merken. De jongeren storen zich ook in stijgende mate over oude gegevens die blijven circuleren op het internet (61%, +7).

Men is dus in toenemende mate voorzichtiger met het delen van zijn online data. Dat blijkt ook uit de antwoorden op de stelling 'Het stoort me dat bedrijven niet transparant zijn over welke gegevens ze van mij bezitten en verzamelen'. In 2020 gaf 67% van de Vlamingen aan hier mee (helemaal) akkoord te zijn, in 2021 is dat 73%. Daarnaast wil 78% van de Vlamingen de mogelijkheid hebben om bepaalde gegevens niet meer te delen met organisaties of al hun data te kunnen terugroepen. Over de verschillende leeftijdscategorieën heen zijn daar zelfs weinig grote verschillen in op te merken. Bovendien wensen alsmaar meer mensen een overzicht te hebben van wie welke persoonlijke gegevens over hen heeft (84%, +5). Een bezorgdheid die op 'cybersecurity'-vlak samengaat met een gestegen bezorgdheid om het veilig bewaren van online gegevens door websites en apps (65%, +10). Bij jongeren vertaalt die zorg zich ook duidelijk in een zoektocht naar dienstenaanbieders die privacy voorop plaatsen. In het licht van die stijgende noden of pijnpunten, lijken nieuwe technologieën als Solid, waar de Vlaamse overheid ook mee aan de kar trekt, alvast een te verkennen potentieel in hun mars te hebben.

Best geplaatst om dat potentieel te verzilveren lijken ziekenhuizen, banken en overheden te zijn. Zij worden het meest vertrouwd door de Vlaming om met hun persoonlijke data om te gaan. In tegenstelling tot vorig jaar boet vooral de overheid wat van dat vertrouwen in. In een periode waarin Covid Safe Tickets alomtegenwoordig zijn, is de Vlaming vaker bezorgd of overheden niet teveel informatie vergaren. Het vertrouwen in het lokale gemeentebestuur daalt van 59% naar 55%, bij de Vlaamse overheid is dat een daling van 59% naar 54% en ook het vertrouwen in de federale overheid daalt van 59% naar 54%. Sociale media, internationale media en internetbedrijven blijven het minst van al het vertrouwen te genieten van de Vlaming.

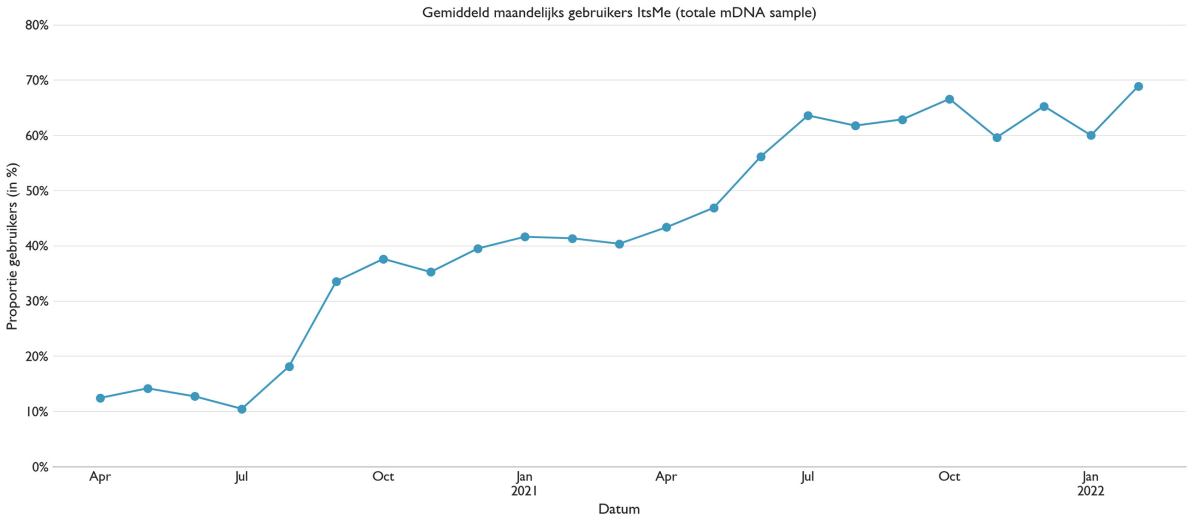
DIGITALE OVERHEID

De overheid zette de afgelopen jaren gewaardeerde stappen richting digitalisering en dat vertaalt zich duidelijk in de dalende gepercipieerde noodzaak van fysieke loketten. 27% van de Vlamingen zegt liever langs te gaan bij het loket dan dezelfde zaken online te regelen, in 2020 was dat nog 32%. Vooral bij jongeren zien we hier een duidelijke sprong voorwaarts. De groeiende perceptie dat overheidswebsites toegankelijker en duidelijker geworden zijn, draagt hier zeker toe bij. Hoe ouder de Vlaming, hoe vaker hij toch liever fysiek bij een loket langsgaat. Ook voor mensen uit gezinnen met lagere inkomens is dat het geval.

Daarnaast lijkt er wel een groeiende irritatie te ontstaan omtrent het 'vaak dezelfde gegevens te moeten doorgeven aan de overheid' (35%, +9) en de perceptie dat de overheid teveel over ons weet (36%, +7), een gevoel dat vooral bij mensen met lagere inkomens lijkt te leven.

ITSME

Een indicator van het gebruik van gedigitaliseerde overheidsdiensten is het gebruik van de app 'Itsme'. Op onderstaande figuur is te zien hoe de app, mede dankzij de corona crisis een versnelling maakte. Anno 2021 gebruikt 70% van de mobileDNA loggers minstens één keer per maand Itsme.



BEZORGDHEID ROND ONLINE PRIVACY, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Helemaal niet bezorgd	2019	5%	3%	2%	2%	3%	1%	**3%**
	2020	4%	3%	3%	4%	4%	5%	**4%**
	2021	**5%**	**5%**	**5%**	**3%**	**3%**	**5%**	**4%**
Niet bezorgd	2019	13%	12%	13%	11%	11%	8%	**11%**
	2020	24%	13%	14%	13%	12%	13%	**15%**
	2021	**19%**	**13%**	**15%**	**13%**	**13%**	**11%**	**14%**
Noch niet bezorgd, noch bezorgd	2019	33%	28%	27%	24%	26%	21%	**26%**
	2020	33%	33%	32%	28%	29%	29%	**30%**
	2021	**32%**	**32%**	**26%**	**27%**	**25%**	**34%**	**30%**
Bezorgd	2019	36%	42%	44%	46%	44%	48%	**44%**
	2020	33%	43%	41%	44%	42%	40%	**41%**
	2021	**39%**	**43%**	**44%**	**43%**	**46%**	**39%**	**42%**
Heel bezorgd	2019	13%	16%	14%	17%	17%	22%	**17%**
	2020	6%	8%	10%	11%	12%	13%	**10%**
	2021	**6%**	**7%**	**10%**	**14%**	**13%**	**11%**	**10%**

Hoe bezorgd ben je over jouw online privacy?

BEZORGDHEID ROND ONLINE PRIVACY, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Helemaal niet bezorgd	4%	4%	5%	4%	**4%**
Niet bezorgd	11%	14%	16%	15%	**14%**
Noch niet bezorgd, noch bezorgd	31%	30%	27%	29%	**30%**
Bezorgd	43%	39%	45%	42%	**42%**
Heel bezorgd	11%	13%	7%	9%	**10%**

Hoe bezorgd ben je over jouw online privacy?

BEZORGDHEID ROND ONLINE PRIVACY, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Helemaal niet bezorgd	15%	0%	1%	2%	3%	**4%**
Niet bezorgd	36%	4%	13%	9%	7%	**14%**
Noch niet bezorgd, noch bezorgd	36%	20%	33%	30%	29%	**30%**
Bezorgd	12%	60%	45%	47%	45%	**42%**
Heel bezorgd	1%	16%	9%	12%	15%	**10%**

Hoe bezorgd ben je over jouw online privacy?

ACTIES OM PRIVACY TE BESCHERMEN, NAAR LEEFTIJD

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ik geef geen toegang tot sommige gegevens	62%	59%	59%	55%	57%	50%	**56%**
Ik download bepaalde apps bewust niet	46%	51%	50%	53%	52%	48%	**50%**
Ik gebruik beveiligingssoftware	40%	41%	43%	50%	55%	49%	**47%**
Ik wijzig mijn wachtwoorden af en toe	37%	47%	49%	45%	41%	33%	**41%**
Ik pas de privacy settings van sociale media aan	61%	68%	62%	45%	33%	16%	**44%**
Ik verwijder regelmatig cookies	22%	34%	42%	39%	42%	39%	**37%**
Ik pas de privacy settings (via 'Instellingen') op mijn smartphone aan	53%	58%	54%	45%	37%	20%	**42%**
Ik accepteer zo weinig mogelijk cookies	31%	39%	35%	32%	34%	36%	**35%**
Ik verwijder applicaties of accounts	30%	38%	31%	25%	24%	17%	**26%**
Ik gebruik geen publieke wifi-netwerken	20%	24%	26%	21%	27%	27%	**25%**
Ik surf in 'incognito' modus	30%	35%	27%	20%	15%	6%	**21%**
Ik gebruik valse informatie bij registratie	21%	23%	19%	13%	7%	2%	**13%**
Ik koop bepaalde producten bewust niet meer online of stap over naar een andere leverancier	6%	9%	11%	10%	8%	7%	**8%**
Ik onderneem andere acties(s)	2%	3%	4%	1%	2%	1%	**2%**
Ik onderneem geen acties	8%	6%	6%	10%	7%	14%	**9%**
Minstens 1 regeltje	**92%**	**94%**	**94%**	**90%**	**92%**	**86%**	**91%**

Welke acties onderneem je wel eens om persoonlijke data te beschermen?
Filter op internetgebruikers

ACTIES OM PRIVACY TE BESCHERMEN. EVOLUTIE SINDS 2018

	2018	2019	2020	2021
Ik geef geen toegang tot sommige gegevens	57%	67%	52%	**56%**
Ik download bepaalde apps bewust niet	44%	51%	49%	**50%**
Ik gebruik beveiligingssoftware		38%	44%	**47%**
Ik wijzig mijn wachtwoorden af en toe		41%	40%	**41%**
Ik pas de privacy settings van sociale media aan	43%	49%	40%	**44%**
Ik verwijder regelmatig cookies			39%	**37%**
Ik pas de privacy settings (via 'Instellingen') op mijn smartphone aan	42%	45%	36%	**42%**
Ik accepteer zo weinig mogelijk cookies			33%	**35%**
Ik verwijder applicaties of accounts	33%	37%	26%	**26%**
Ik gebruik geen publieke wifi-netwerken		19%	23%	**25%**
Ik surf in 'incognito' modus	18%	23%	19%	**21%**
Ik gebruik valse informatie bij registratie	14%	16%	12%	**13%**
Ik koop bepaalde producten bewust niet meer online of stap over naar een andere leverancier	8%	8%	9%	**8%**
Ik onderneem andere acties(s)		3%	2%	**2%**
Ik onderneem geen acties		10%	9%	**9%**
Minstens 1 regeltje		**89%**	**91%**	**91%**

Welke acties onderneem je wel eens om persoonlijke data te beschermen?
Filter op internetgebruikers

ACTIES OM PRIVACY TE BESCHERMEN, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ik geef geen toegang tot sommige gegevens	57%	55%	57%	58%	**56%**
Ik download bepaalde apps bewust niet	48%	48%	51%	57%	**50%**
Ik gebruik beveiligingssoftware	47%	45%	46%	51%	**47%**
Ik wijzig mijn wachtwoorden af en toe	39%	40%	40%	49%	**41%**
Ik pas de privacy settings van sociale media aan	47%	37%	46%	52%	**44%**
Ik verwijder regelmatig cookies	33%	40%	36%	39%	**37%**
Ik pas de privacy settings (via 'Instellingen') op mijn smartphone aan	43%	37%	44%	50%	**42%**
Ik accepteer zo weinig mogelijk cookies	35%	35%	32%	35%	**35%**
Ik verwijder applicaties of accounts	26%	22%	28%	33%	**26%**
Ik gebruik geen publieke wifi-netwerken	25%	24%	22%	27%	**25%**
Ik surf in 'incognito' modus	21%	15%	20%	29%	**21%**
Ik gebruik valse informatie bij registratie	14%	9%	12%	18%	**13%**
Ik koop bepaalde producten bewust niet meer online of stap over naar een andere leverancier	9%	8%	6%	12%	**8%**
Ik onderneem andere acties(s)	2%	1%	2%	3%	**2%**
Ik onderneem geen acties	9%	11%	9%	5%	**9%**
Minstens 1 regeltje	**91%**	**89%**	**91%**	**95%**	**91%**

Welke acties onderneem je wel eens om persoonlijke data te beschermen?
Filter op internetgebruikers

ACTIES OM PRIVACY TE BESCHERMEN, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Ik geef geen toegang tot sommige gegevens	54%	69%	51%	60%	44%	**56%**
Ik download bepaalde apps bewust niet	47%	65%	41%	55%	39%	**50%**
Ik gebruik beveiligingssoftware	49%	55%	38%	52%	40%	**47%**
Ik wijzig mijn wachtwoorden af en toe	43%	60%	33%	41%	28%	**41%**
Ik pas de privacy settings van sociale media aan	56%	68%	46%	38%	12%	**44%**
Ik verwijder regelmatig cookies	33%	50%	26%	43%	30%	**37%**
Ik pas de privacy settings (via 'Instellingen') op mijn smartphone aan	47%	68%	40%	39%	13%	**42%**
Ik accepteer zo weinig mogelijk cookies	23%	50%	25%	39%	34%	**35%**
Ik verwijder applicaties of accounts	26%	44%	23%	26%	12%	**26%**
Ik gebruik geen publieke wifi-netwerken	19%	28%	19%	30%	25%	**25%**
Ik surf in 'incognito' modus	24%	40%	17%	17%	4%	**21%**
Ik gebruik valse informatie bij registratie	13%	29%	13%	8%	3%	**13%**
Ik koop bepaalde producten bewust niet meer online of stap over naar een andere leverancier	6%	13%	8%	8%	7%	**8%**
Ik onderneem andere acties(s)	2%	5%	1%	1%	1%	**2%**
Ik onderneem geen acties	8%	1%	11%	7%	20%	**9%**
Minstens 1 regeltje	**92%**	**99%**	**89%**	**93%**	**79%**	**91%**

Welke acties onderneem je wel eens om persoonlijke data te beschermen?
Filter op internetgebruikers

VERTROUWEN IN ORGANISATIES MET ZIJN/HAAR PERSOONLIJKE GEGEVENS, NAAR LEEFTIJD

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ziekenhuizen	86%	75%	70%	64%	65%	71%	**71%**
Banken	78%	65%	63%	62%	64%	66%	**66%**
De federale overheid	54%	49%	57%	52%	55%	56%	**54%**
Mijn lokaal gemeentebestuur	62%	51%	53%	53%	55%	58%	**55%**
De Vlaamse overheid	55%	50%	56%	50%	55%	56%	**54%**
Verzekeringsmaatschappijen	57%	52%	52%	51%	55%	57%	**54%**
Wetenschappers	64%	58%	51%	41%	46%	55%	**52%**
Internet providers	55%	35%	32%	31%	33%	39%	**37%**
Vlaamse publieke mediabedrijven	45%	31%	29%	27%	29%	34%	**32%**
Vlaamse commerciële mediabedrijven	38%	23%	18%	16%	16%	22%	**22%**
Internationale internetbedrijven	31%	19%	14%	17%	15%	21%	**19%**
Internationale mediabedrijven	35%	21%	15%	11%	9%	5%	**15%**
Sociale media bedrijven	12%	10%	8%	8%	7%	8%	**9%**

Welke organisaties vertrouw je het meest met je persoonlijke gegevens? - Vertrouw ik (zeker)

VERTROUWEN IN ORGANISATIES MET ZIJN/HAAR PERSOONLIJKE GEGEVENS, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ziekenhuizen	70%	67%	73%	78%	**71%**
Banken	66%	62%	70%	68%	**66%**
De federale overheid	47%	51%	62%	64%	**54%**
Mijn lokaal gemeentebestuur	53%	50%	62%	62%	**55%**
De Vlaamse overheid	47%	50%	61%	64%	**54%**
Verzekeringsmaatschappijen	52%	53%	57%	57%	**54%**
Wetenschappers	50%	45%	56%	66%	**52%**
Internet providers	39%	35%	38%	35%	**37%**
Vlaamse publieke mediabedrijven	33%	30%	33%	36%	**32%**
Vlaamse commerciële mediabedrijven	25%	21%	19%	20%	**22%**
Internationale internetbedrijven	20%	20%	18%	17%	**19%**
Internationale mediabedrijven	19%	11%	12%	17%	**15%**
Sociale media bedrijven	8%	10%	7%	8%	**9%**

Welke organisaties vertrouw je het meest met je persoonlijke gegevens? - Vertrouw ik (zeker)

VERTROUWEN IN ORGANISATIES MET ZIJN/HAAR PERSOONLIJKE GEGEVENS, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Ziekenhuizen	84%	75%	69%	65%	62%	**71%**
Banken	80%	68%	67%	60%	55%	**66%**
De federale overheid	71%	56%	50%	53%	39%	**54%**
Mijn lokaal gemeentebestuur	70%	56%	54%	51%	45%	**55%**
De Vlaamse overheid	70%	54%	51%	52%	40%	**54%**
Verzekeringsmaatschappijen	69%	53%	51%	51%	46%	**54%**
Wetenschappers	66%	62%	50%	44%	41%	**52%**
Internet providers	49%	33%	43%	29%	32%	**37%**
Vlaamse publieke mediabedrijven	43%	33%	35%	26%	26%	**32%**
Vlaamse commerciële mediabedrijven	34%	13%	28%	16%	18%	**22%**
Internationale internetbedrijven	30%	13%	25%	15%	14%	**19%**
Internationale mediabedrijven	28%	14%	20%	7%	5%	**15%**
Sociale media bedrijven	16%	4%	13%	5%	6%	**9%**

Welke organisaties vertrouw je het meest met je persoonlijke gegevens? - Vertrouw ik (zeker)

ATTITUDE ROND PRIVACY, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Als gebruiker heb ik geen controle meer over welke persoonlijke informatie van mij verzameld en gebruikt wordt	2018	53%	66%	67%	66%	70%	72%	**66%**
	2019	54%	60%	61%	63%	72%	73%	**65%**
	2020	59%	65%	63%	71%	73%	75%	**68%**
	2021	**61%**	**67%**	**67%**	**70%**	**72%**	**74%**	**69%**
Het stoort me dat bedrijven niet transparant zijn over welke gegevens ze van mij bezitten en verzamelen*	2018	56%	66%	66%	67%	69%	68%	**66%**
	2019	59%	72%	73%	74%	75%	79%	**73%**
	2020	55%	62%	64%	68%	74%	72%	**67%**
	2021	**62%**	**70%**	**73%**	**75%**	**75%**	**78%**	**73%**
Ik vind het oké om persoonlijke data te delen als daar iets tegenover staat (bv. informatie en service op maat)	2018	32%	46%	36%	27%	24%	20%	**30%**
	2019	32%	37%	33%	28%	20%	15%	**26%**
	2020	33%	40%	32%	28%	25%	23%	**29%**
	2021	**33%**	**40%**	**31%**	**26%**	**21%**	**20%**	**27%**
Ik denk goed na voor ik een applicatie toegang geef tot mijn locatie, microfoon, contactlijst, camera, ...	2019	56%	67%	71%	74%	74%	73%	**69%**
	2020	64%	66%	70%	76%	78%	79%	**73%**
	2021	**63%**	**74%**	**78%**	**78%**	**81%**	**80%**	**76%**
Ik ben bezorgd over de impact van sociale media op mijn privacy	2017	50%	47%	52%	56%	67%	55%	**55%**
	2018	53%	56%	57%	55%	59%	58%	**56%**
	2019	50%	56%	57%	59%	64%	30%	**51%**
	2020	46%	57%	57%	59%	64%	68%	**59%**
	2021	**53%**	**60%**	**62%**	**61%**	**59%**	**68%**	**61%**
Het stoort me dat er nog oude gegevens van me circuleren op het internet	2020	54%	52%	38%	40%	45%	49%	**46%**
	2021	**61%**	**55%**	**45%**	**45%**	**40%**	**52%**	**49%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
* In 2019 was de vraagstelling: "Bedrijven zijn niet transparant over welke data ze over mij verzamelen"
Filter op internetgebruikers

ATTITUDE ROND ONLINE PRIVACY, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Als gebruiker heb ik geen controle meer over welke persoonlijke informatie van mij verzameld en gebruikt wordt	66%	70%	71%	71%	**69%**
Het stoort me dat bedrijven niet transparant zijn over welke gegevens ze van mij bezitten en verzamelen*	72%	74%	74%	72%	**73%**
Ik vind het oké om persoonlijke data te delen als daar iets tegenover staat (bv. informatie en service op maat)	26%	24%	26%	38%	**27%**
Ik denk goed na voor ik een applicatie toegang geef tot mijn locatie, microfoon, contactlijst, camera, ...	74%	77%	77%	78%	**76%**
Ik ben bezorgd over de impact van sociale media op mijn privacy	60%	64%	58%	62%	**61%**
Het stoort me dat er nog oude gegevens van me circuleren op het internet	52%	53%	44%	45%	**49%**
Ik wil de mogelijkheid om bepaalde types gegevens niet meer te delen met organisaties of zelfs al mijn data terug te kunnen roepen	77%	76%	79%	82%	**78%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
* In 2019 was de vraagstelling: "Bedrijven zijn niet transparant over welke data ze over mij verzamelen"
Filter op internetgebruikers

ATTITUDE ROND ONLINE PRIVACY, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Als gebruiker heb ik geen controle meer over welke persoonlijke informatie van mij verzameld en gebruikt wordt	50%	75%	70%	75%	75%	**69%**
Het stoort me dat bedrijven niet transparant zijn over welke gegevens ze van mij bezitten en verzamelen*	43%	92%	70%	80%	78%	**73%**
Ik vind het oké om persoonlijke data te delen als daar iets tegenover staat (bv. informatie en service op maat)	44%	34%	28%	17%	15%	**27%**
Ik denk goed na voor ik een applicatie toegang geef tot mijn locatie, microfoon, contactlijst, camera, ...	73%	85%	66%	83%	73%	**76%**
Ik ben bezorgd over de impact van sociale media op mijn privacy	18%	84%	60%	70%	73%	**61%**
Het stoort me dat er nog oude gegevens van me circuleren op het internet	27%	63%	53%	52%	51%	**49%**
Ik wil de mogelijkheid om bepaalde types gegevens niet meer te delen met organisaties of zelfs al mijn data terug te kunnen roepen	65%	94%	74%	82%	71%	**78%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
* In 2019 was de vraagstelling: "Bedrijven zijn niet transparant over welke data ze over mij verzamelen"
Filter op internetgebruikers

ATTITUDE ROND CYBERSECURITY, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ik maak me zorgen over de veiligheid van online betalen	2020	39%	28%	30%	40%	44%	52%	**40%**
	2021	**17%**	**22%**	**25%**	**28%**	**33%**	**29%**	**26%**
Ik voel me goed geïnformeerd omtrent de risico's van cybercriminaliteit	2020	49%	52%	52%	49%	46%	38%	**47%**
	2021	**56%**	**60%**	**57%**	**47%**	**45%**	**39%**	**49%**
Ik ben bezorgd dat mijn persoonlijke online gegevens niet veilig worden bewaard door websites en apps	2020	45%	52%	56%	58%	58%	60%	**55%**
	2021	**62%**	**67%**	**62%**	**67%**	**65%**	**67%**	**65%**
Ik gebruik bewust meer producten en diensten van bedrijven die privacy vooropplaatsen	2020	23%	31%	34%	33%	36%	42%	**34%**
	2021	**34%**	**38%**	**37%**	**35%**	**37%**	**41%**	**37%**
Ik vind het moeilijk om een overzicht te houden van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	2020	80%	82%	78%	80%	80%	76%	**79%**
	2021	**77%**	**87%**	**85%**	**80%**	**80%**	**77%**	**81%**
Ik wil een overzicht van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	2020	73%	77%	75%	79%	85%	82%	**79%**
	2021	**79%**	**86%**	**84%**	**83%**	**84%**	**86%**	**84%**
Wanneer ik op een weblink uit een e-mail, chatbericht of sms klik denk ik na over de veiligheid van mijn gegevens	**2021**	**69%**	**79%**	**80%**	**73%**	**76%**	**71%**	**74%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
Filter op internetgebruikers

ATTITUDE ROND CYBERSECURITY, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ik maak me zorgen over de veiligheid van online betalen	27%	31%	21%	22%	**26%**
Ik voel me goed geïnformeerd omtrent de risico's van cybercriminaliteit	48%	45%	50%	60%	**49%**
Ik ben bezorgd dat mijn persoonlijke online gegevens niet veilig worden bewaard door websites en apps	68%	65%	59%	66%	**65%**
Ik gebruik bewust meer producten en diensten van bedrijven die privacy vooropplaatsen)	34%	40%	36%	40%	**37%**
Ik vind het moeilijk om een overzicht te houden van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	78%	79%	82%	88%	**81%**
Ik wil een overzicht van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	84%	83%	84%	85%	**84%**
Wanneer ik op een weblink uit een e-mail, chatbericht of sms klik denk ik na over de veiligheid van mijn gegevens	71%	74%	74%	80%	**74%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
Filter op internetgebruikers

ATTITUDE ROND CYBERSECURITY, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Ik maak me zorgen over de veiligheid van online betalen	4%	22%	31%	29%	45%	**26%**
Ik voel me goed geïnformeerd omtrent de risico's van cybercriminaliteit	76%	72%	34%	43%	21%	**49%**
Ik ben bezorgd dat mijn persoonlijke online gegevens niet veilig worden bewaard door websites en apps	29%	88%	66%	72%	69%	**65%**
Ik gebruik bewust meer producten en diensten van bedrijven die privacy vooropplaatsen)	27%	53%	33%	40%	32%	**37%**
Ik vind het moeilijk om een overzicht te houden van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	68%	93%	83%	83%	75%	**81%**
Ik wil een overzicht van wie welke persoonlijke gegevens van me heeft	68%	96%	84%	87%	83%	**84%**
Wanneer ik op een weblink uit een e-mail, chatbericht of sms klik denk ik na over de veiligheid van mijn gegevens	75%	87%	66%	78%	63%	**74%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
Filter op internetgebruikers

ATTITUDE ROND DIGITALE OVERHEID, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ik moet vaak dezelfde gegevens meerdere keren doorgeven aan de overheid	2020	20%	35%	34%	29%	26%	18%	**26%**
	2021	**31%**	**41%**	**41%**	**36%**	**34%**	**28%**	**35%**
Websites van overheden zijn duidelijk en toegankelijk	2020	29%	28%	27%	27%	29%	24%	**27%**
	2021	**40%**	**33%**	**36%**	**31%**	**28%**	**25%**	**31%**
De overheid weet te veel over mij	2020	21%	26%	29%	33%	30%	31%	**29%**
	2021	**31%**	**31%**	**35%**	**37%**	**41%**	**39%**	**36%**
Ik vertrouw de overheid met mijn persoonlijke gegevens	2020	44%	44%	42%	45%	45%	49%	**45%**
	2021	**46%**	**41%**	**47%**	**43%**	**43%**	**44%**	**44%**
De overheid is transparant over wat ze met mijn persoonlijke gegevens doet	2020	19%	19%	20%	18%	22%	21%	**20%**
	2021	**26%**	**19%**	**22%**	**23%**	**19%**	**18%**	**21%**
Ik ga liever langs bij het loket om zaken te regelen in plaats van het online te doen	2020	32%	24%	23%	27%	32%	46%	**32%**
	2021	**20%**	**19%**	**17%**	**23%**	**33%**	**40%**	**27%**
Ik wil proactief informatie digitaal ontvangen rond levensgebeurtenissen die op mij van toepassing zijn	2020	52%	65%	63%	66%	67%	56%	**61%**
	2021	**60%**	**68%**	**67%**	**67%**	**66%**	**53%**	**63%**
Ik wil één centrale online plaats waar ik al mijn formulieren en documenten van en voor de overheid kan beheren en consulteren	2020	75%	84%	82%	80%	83%	65%	**77%**
	2021	**77%**	**90%**	**86%**	**84%**	**81%**	**69%**	**80%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
Filter op internetgebruikers

ATTITUDE ROND DIGITALE OVERHEID, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ik moet vaak dezelfde gegevens meerdere keren doorgeven aan de overheid	29%	36%	37%	37%	**35%**
Websites van overheden zijn duidelijk en toegankelijk	30%	31%	31%	34%	**31%**
De overheid weet teveel over mij	39%	42%	31%	26%	**36%**
Ik vertrouw de overheid met mijn persoonlijke gegevens	37%	42%	48%	55%	**44%**
De overheid is transparant over wat ze met mijn persoonlijke gegevens doet	19%	19%	22%	25%	**21%**
Ik ga liever langs bij het loket om zaken te regelen in plaats van het online te doen	29%	35%	21%	12%	**27%**
Ik wil proactief informatie digitaal ontvangen rond levensgebeurtenissen die op mij van toepassing zijn	54%	61%	69%	75%	**63%**
Ik wil één centrale online plaats waar ik al mijn formulieren en documenten van en voor de overheid kan beheren en consulteren	75%	77%	84%	91%	**80%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
Filter op internetgebruikers

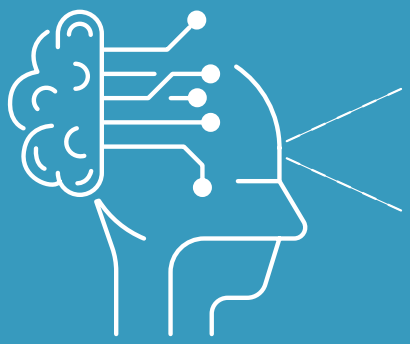
ATTITUDE ROND DIGITALE OVERHEID, NAAR ATTITUDEPROFIEL

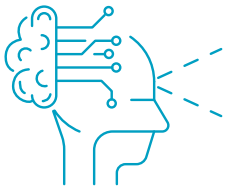
	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Ik moet vaak dezelfde gegevens meerdere keren doorgeven aan de overheid	30%	43%	38%	32%	30%	**35%**
Websites van overheden zijn duidelijk en toegankelijk	43%	35%	31%	32%	13%	**31%**
De overheid weet teveel over mij	19%	37%	38%	39%	49%	**36%**
Ik vertrouw de overheid met mijn persoonlijke gegevens	63%	46%	39%	41%	30%	**44%**
De overheid is transparant over wat ze met mijn persoonlijke gegevens doet	29%	21%	22%	19%	11%	**21%**
Ik ga liever langs bij het loket om zaken te regelen in plaats van het online te doen	9%	9%	28%	28%	63%	**27%**
Ik wil proactief informatie digitaal ontvangen rond levensgebeurtenissen die op mij van toepassing zijn	67%	76%	62%	61%	46%	**63%**
Ik wil één centrale online plaats waar ik al mijn formulieren en documenten van en voor de overheid kan beheren en consulteren	88%	92%	79%	80%	59%	**80%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
Filter op internetgebruikers

HOOFDSTUK 8

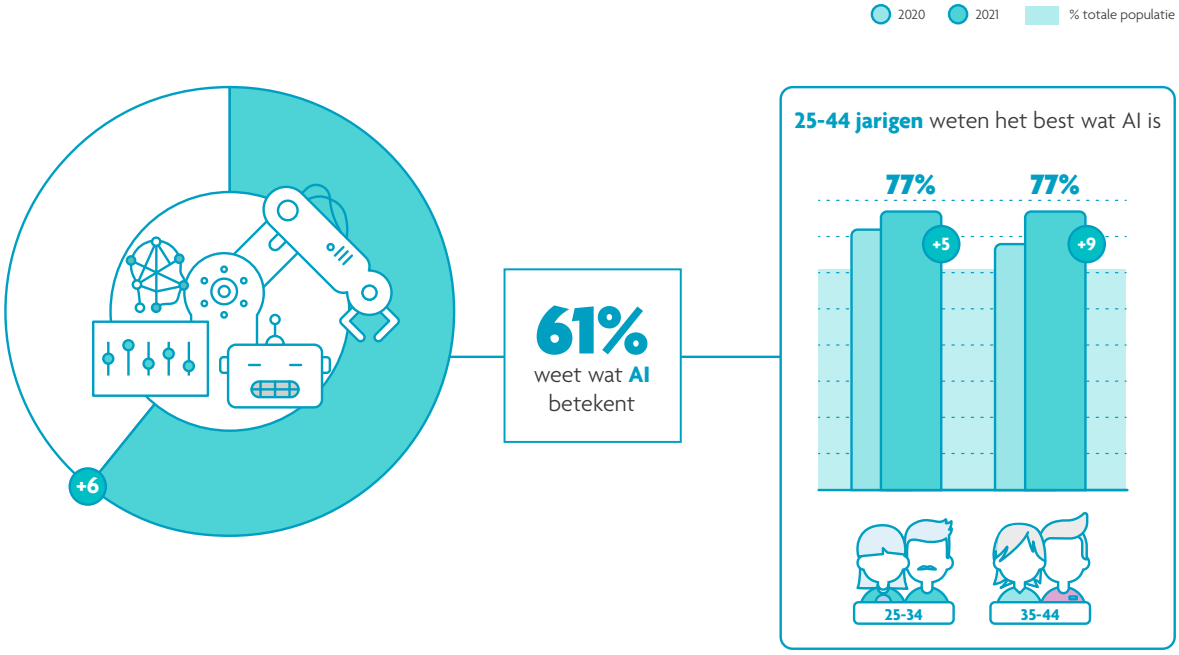
ARTIFICIËLE INTELLIGENTIE



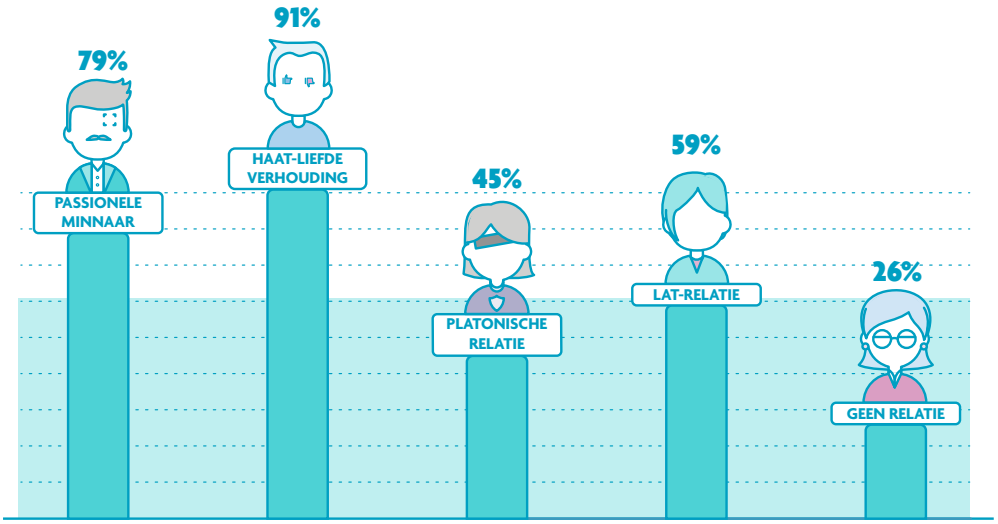


AI

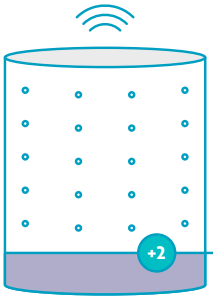
Kennis over AI **stijgt**, maar ook de **bezorgdheden**



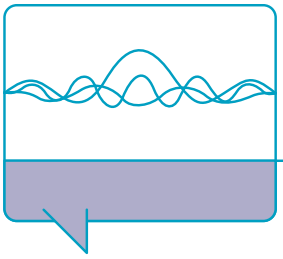
De **Haat-Liefde Verhouding** begrijpt het best wat AI inhoudt



Gebruik van AI

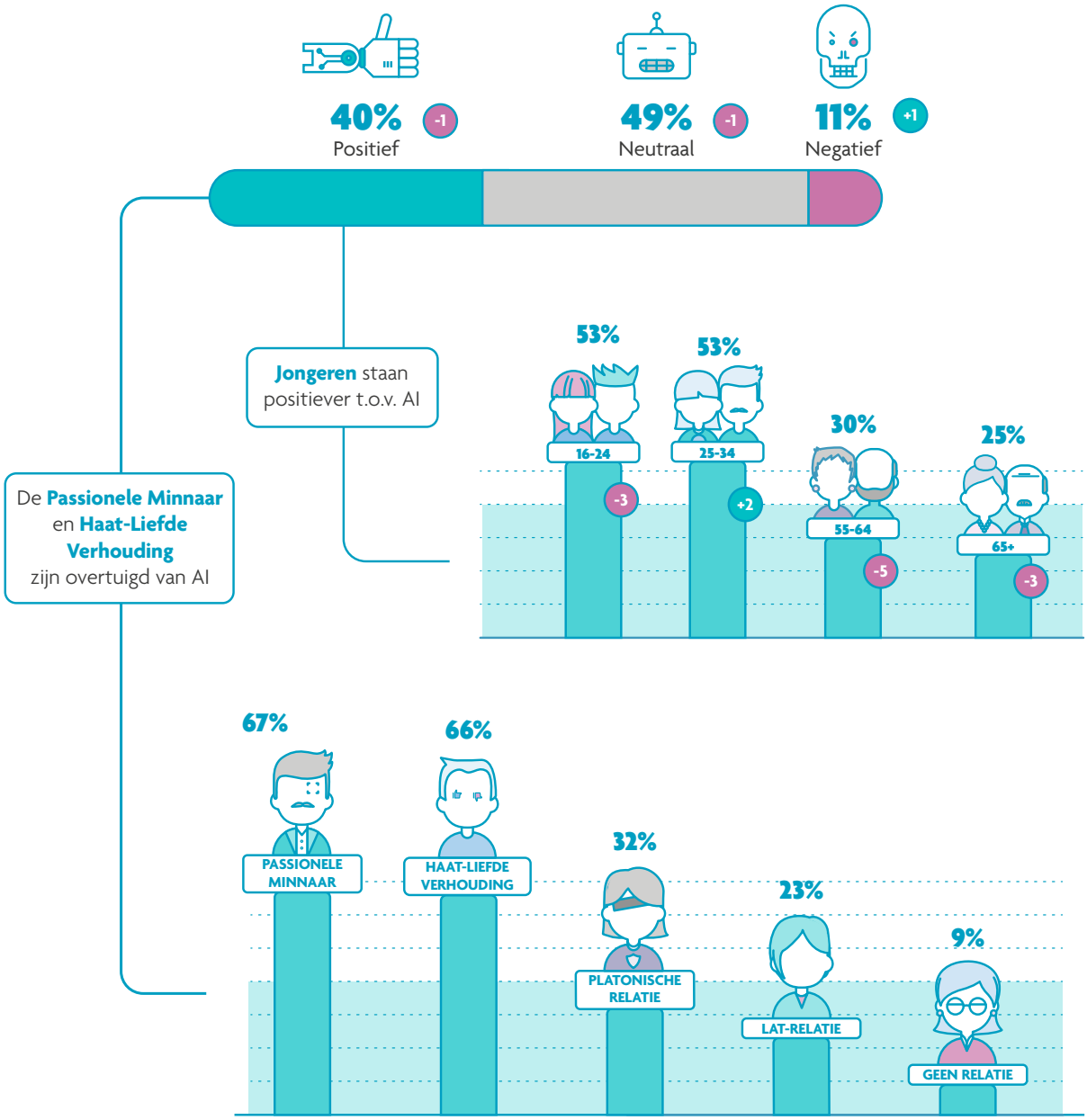


16%
bezit een smart speaker

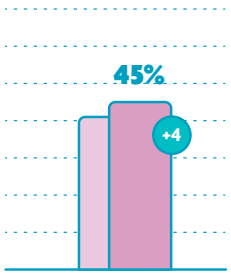


28%
heeft al eens een spraakassistent gebruikt

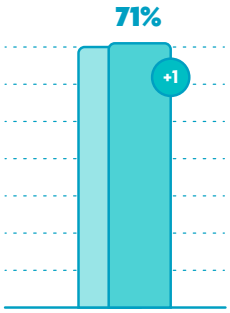
Attitude t.o.v. AI



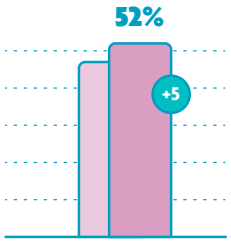
"Ik maak me **zorgen over** de **impact** van AI op **mijn privacy**"



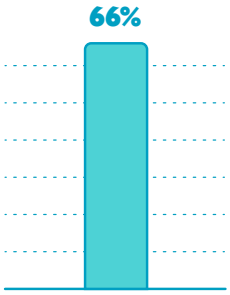
"Ik ben **nieuwsgierig** over de **toepassingen** en **mogelijkheden** van AI"



"Ik ben **bezorgd** over de **negatieve impact** die AI kan hebben"



"Ik wil graag **meer** te **weten** komen over AI"



ARTIFICIËLE INTELLIGENTIE

De relatie van de Vlaming ten aanzien van Artificiële Intelligentie (AI) is illustratief voor de relatie die de Vlaming in het algemeen ten aanzien van technologie lijkt te ontwikkelen. Men is zich alsmaar bewuster van en geïnteresseerder in technologie, maar is hierdoor ook in toenemende mate bezorgd om de mogelijks ongewenste effecten. Betreffende AI meent 6 op 10 Vlamingen te weten wat de technologie inhoudt. Dat is een stijging met 5 procentpunten ten opzichte van 2020. Vooral bij de 25-44 jarigen lijkt deze kennis het afgelopen jaar duidelijk te zijn toegenomen. De attitude ten aanzien van AI bleef echter stabiel: 40% van de Vlamingen staat (heel) positief tegenover AI (in 2020 was dat 41%). 71% is dan ook nieuwsgierig naar de mogelijkheden van AI en 66% wil er meer over te weten komen.

Tegelijkertijd zien we dat de bezorgdheid omtrent AI is toegenomen, daar 45% (+4) bezorgd is over de impact van AI op onze privacy. Vooral de 65+-ers lijken zich daar zorgen over te maken. Ook de potentiële impact op werkgelegenheid is iets wat de Vlaming zorgen baart (52%, +5). Verder zien we dat Vlamingen uit gezinnen met lagere inkomens zich minder zorgen maken over het gevaar van discriminatie door AI-algoritmes, maar wel meer bezig zijn met de gevolgen op vlak van privacy ervan. Daarnaast is deze groep over het algemeen minder geïnteresseerd in de mogelijkheden.

Betreffende concrete toepassingen van AI zien we een opvallende daling bij het gebruik van spraakassistenten. Hoewel in 2020 36% van de Vlamingen aangaf in het afgelopen jaar gebruik gemaakt te hebben van een spraakassistent, is dat dit jaar slechts 28%. De adoptie van smart speakers/smart displays ging er nochtans licht op vooruit van 14% naar 16%. We concluderen hieruit dat de markt van spraakgestuurde interfaces voorlopig moeilijk loskomt van een nichestatus.

KENNIS VAN AI, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019.

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ja	2019	52%	75%	71%	68%	53%	31%	**56%**
	2020	61%	72%	68%	61%	50%	37%	**56%**
	2021	**57%**	**77%**	**77%**	**65%**	**57%**	**41%**	**60%**
Neen	2019	32%	15%	15%	17%	26%	42%	**26%**
	2020	24%	12%	16%	17%	24%	32%	**22%**
	2021	**27%**	**13%**	**9%**	**17%**	**19%**	**29%**	**20%**
Ik weet het niet zeker	2019	17%	10%	14%	15%	21%	27%	**18%**
	2020	15%	16%	16%	22%	26%	31%	**22%**
	2021	**16%**	**10%**	**14%**	**18%**	**24%**	**30%**	**20%**

Weet je wat artificiële intelligentie betekent?

KENNIS VAN AI, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ja	55%	53%	64%	81%	**60%**
Nee	25%	23%	15%	9%	**20%**
Ik weet het niet zeker	20%	24%	22%	10%	**20%**

Weet je wat artificiële intelligentie betekent?

KENNIS VAN AI, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Ja	79%	91%	45%	59%	26%	**60%**
Nee	11%	4%	30%	15%	43%	**20%**
Ik weet het niet zeker	11%	5%	25%	27%	31%	**20%**

Weet je wat artificiële intelligentie betekent?

MENING OVER AI, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Geen mening	2019	15%	7%	8%	9%	12%	18%	**12%**
	2020	8%	7%	7%	7%	11%	19%	**11%**
	2021	**11%**	**4%**	**6%**	**7%**	**8%**	**15%**	**9%**
Heel negatief	2019	2%	1%	2%	1%	2%	4%	**2%**
	2020	1%	1%	2%	3%	3%	1%	**2%**
	2021	**1%**	**1%**	**2%**	**3%**	**2%**	**2%**	**2%**
Negatief	2019	10%	6%	7%	9%	9%	5%	**8%**
	2020	7%	7%	6%	9%	8%	9%	**8%**
	2021	**6%**	**7%**	**8%**	**11%**	**13%**	**11%**	**9%**
Noch negatief, noch positief	2019	28%	30%	34%	29%	35%	42%	**34%**
	2020	29%	34%	41%	39%	42%	44%	**39%**
	2021	**29%**	**36%**	**38%**	**41%**	**47%**	**46%**	**41%**
Positief	2019	30%	39%	32%	38%	35%	24%	**32%**
	2020	46%	44%	37%	39%	32%	26%	**36%**
	2021	**48%**	**44%**	**40%**	**34%**	**27%**	**23%**	**35%**
Heel positief	2019	14%	17%	18%	14%	7%	7%	**12%**
	2020	10%	8%	6%	3%	3%	2%	**5%**
	2021	**5%**	**9%**	**6%**	**4%**	**3%**	**2%**	**5%**

Hoe sta jij tegenover artificiële intelligentie?

MENING OVER AI, NAAR SES

	Student/geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Geen mening	12%	11%	5%	3%	**9%**
Heel negatief	2%	2%	1%	1%	**2%**
Negatief	8%	11%	12%	7%	**9%**
Noch negatief, noch positief	40%	45%	41%	33%	**41%**
Positief	33%	28%	35%	49%	**35%**
Heel positief	4%	4%	6%	6%	**5%**

Hoe sta jij tegenover artificiële intelligentie?

MENING OVER AI, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Geen mening	4%	0%	8%	9%	26%	**9%**
Heel negatief	0%	1%	1%	3%	4%	**2%**
Negatief	2%	4%	10%	14%	17%	**9%**
Noch negatief, noch positief	26%	29%	49%	52%	44%	**41%**
Positief	56%	56%	30%	23%	8%	**35%**
Heel positief	11%	10%	2%	1%	1%	**5%**

Hoe sta jij tegenover artificiële intelligentie?

ATTITUDE MET BETREKKING TOT AI, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

	Jaar	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ik maak me zorgen over de impact van AI op mijn privacy	2019	40%	43%	40%	47%	42%	46%	**43%**
	2020	33%	40%	39%	41%	43%	45%	**41%**
	2021	**32%**	**38%**	**42%**	**47%**	**47%**	**54%**	**45%**
Ik ben nieuwsgierig over de toepassingen en mogelijkheden van AI	2019	61%	73%	69%	65%	54%	43%	**60%**
	2020	80%	78%	74%	67%	67%	59%	**70%**
	2021	**78%**	**84%**	**77%**	**71%**	**63%**	**59%**	**71%**
Ik ben bezorgd over de negatieve impact die AI kan hebben	2019	40%	50%	45%	50%	40%	44%	**45%**
	2020	40%	47%	46%	46%	48%	52%	**47%**
	2021	**51%**	**49%**	**52%**	**55%**	**50%**	**55%**	**52%**
Technologie die AI gebruikt kan discriminerend werken	2019	27%	38%	39%	35%	26%	26%	**31%**
	2020	33%	36%	38%	34%	33%	34%	**35%**
	2021	**35%**	**44%**	**40%**	**34%**	**34%**	**32%**	**36%**
Ik wil graag meer over AI te weten komen	**2021**	**72%**	**76%**	**68%**	**65%**	**58%**	**61%**	**66%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord

ATTITUDE MET BETREKKING TOT AI, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ik maak me zorgen over de impact van AI op mijn privacy	42%	49%	43%	41%	**45%**
Ik ben nieuwsgierig over de toepassingen en mogelijkheden van AI	68%	65%	73%	82%	**71%**
Ik ben bezorgd over de negatieve impact die AI kan hebben	52%	54%	51%	50%	**52%**
Technologie die AI gebruikt, kan discriminerend werken	33%	34%	35%	45%	**36%**
Ik wil graag meer over AI te weten komen	63%	63%	67%	75%	**66%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord

ATTITUDE MET BETREKKING TOT AI, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Ik maak me zorgen over de impact van AI op mijn privacy	8%	52%	44%	56%	60%	**45%**
Ik ben nieuwsgierig over de toepassingen en mogelijkheden van AI	86%	96%	67%	62%	40%	**71%**
Ik ben bezorgd over de negatieve impact die AI kan hebben	19%	66%	54%	60%	62%	**52%**
Technologie die AI gebruikt, kan discriminerend werken	27%	54%	31%	35%	33%	**36%**
Ik wil graag meer over AI te weten komen	74%	86%	68%	56%	44%	**66%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord

GEBRUIK SPRAAKASSISTENT, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ja	2019	53%	53%	48%	35%	27%	15%	**36%**
	2020	61%	49%	44%	36%	23%	19%	**36%**
	2021	**45%**	**39%**	**37%**	**29%**	**20%**	**12%**	**28%**
Neen	2019	42%	47%	50%	63%	71%	80%	**61%**
	2020	37%	50%	56%	63%	76%	79%	**63%**
	2021	**53%**	**60%**	**62%**	**70%**	**79%**	**88%**	**71%**
Ik weet het niet zeker	2019	5%	1%	1%	2%	2%	5%	**3%**
	2020	1%	1%	0%	1%	1%	2%	**1%**
	2021	**2%**	**1%**	**1%**	**1%**	**0%**	**1%**	**1%**

Heb je al eens een spraakassistent gebruikt?

GEBRUIK SPRAAKASSISTENT, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ja	29%	22%	28%	38%	**28%**
Nee	69%	77%	72%	62%	**71%**
Weet ik niet	2%	1%	1%	0%	**1%**

Heb je al eens een spraakassistent gebruikt?

BEZIT SMART SPEAKER. EVOLUTIE SINDS 2018

	2018	2019	2020	2021
Smart speaker/smart display	8%	9%	14%	**16%**

Bezit je een smart speaker of een smart display?

BEZIT SMART SPEAKER, NAAR LEEFTIJD

Bezit je een smart speaker?	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ken ik niet	14%	9%	16%	26%	31%	48%	**27%**
Ken ik wel, maar wil ik niet	55%	53%	46%	42%	42%	31%	**43%**
Wil ik wel, maar heb ik nog niet	16%	17%	17%	16%	12%	11%	**14%**
Heb ik al	10%	15%	16%	12%	14%	9%	**12%**
Ik heb er meerdere	4%	6%	5%	4%	2%	1%	**3%**

Bezit je een smart speaker of een smart display?

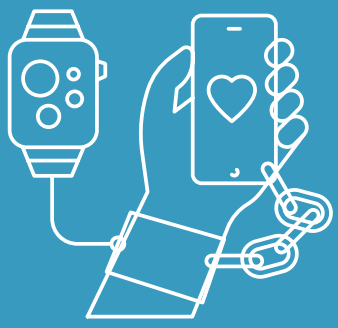
BEZIT SMART SPEAKER, NAAR SES

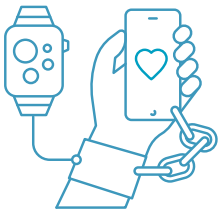
	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ken ik niet	25%	34%	28%	13%	**27%**
Ken ik wel, maar wil ik niet	46%	38%	40%	51%	**43%**
Wil ik wel, maar heb ik nog niet	12%	16%	15%	14%	**14%**
Heb ik al	13%	10%	12%	17%	**12%**
Ik heb er meerdere	4%	2%	5%	6%	**3%**

Bezit je een smart speaker of een smart display?

HOOFDSTUK 9

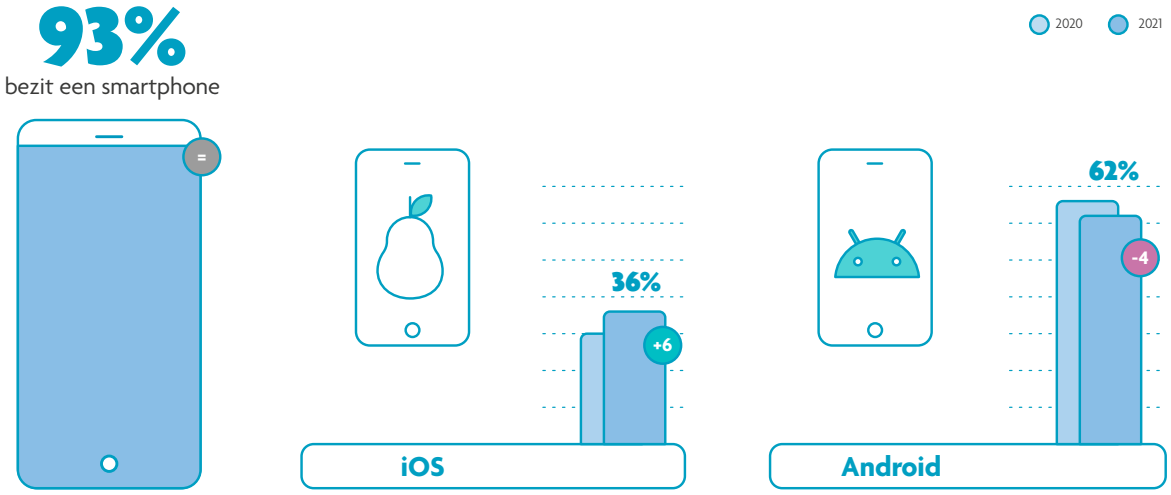
SMARTPHONE EN DIGITALE GEZONDHEID



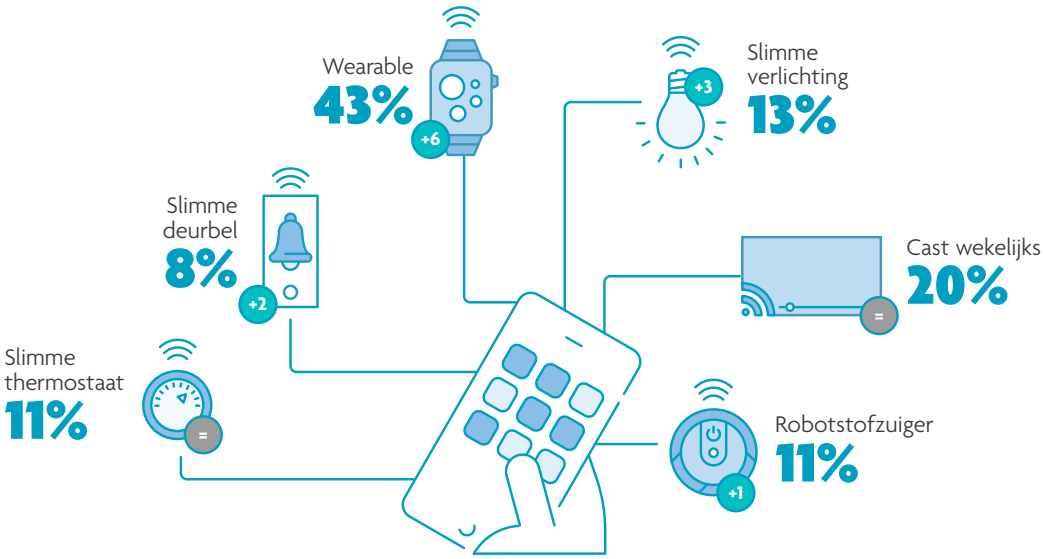


SMARTPHONE & DIGITALE GEZONDHEID

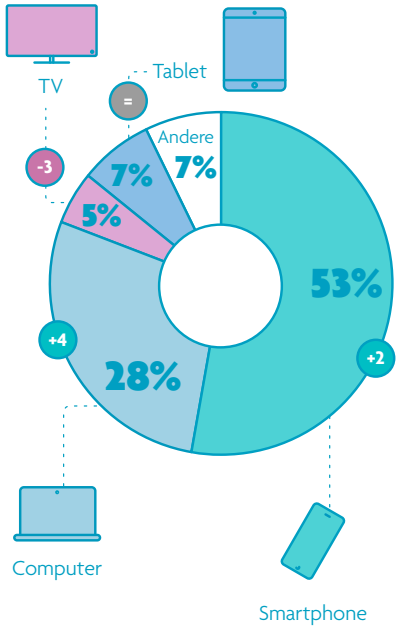
Smartphone

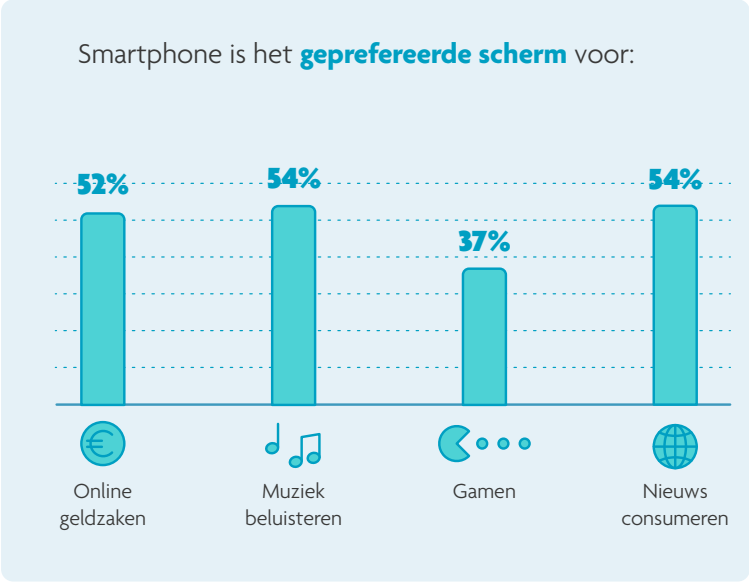


Smartphone als **universele afstandsbediening**



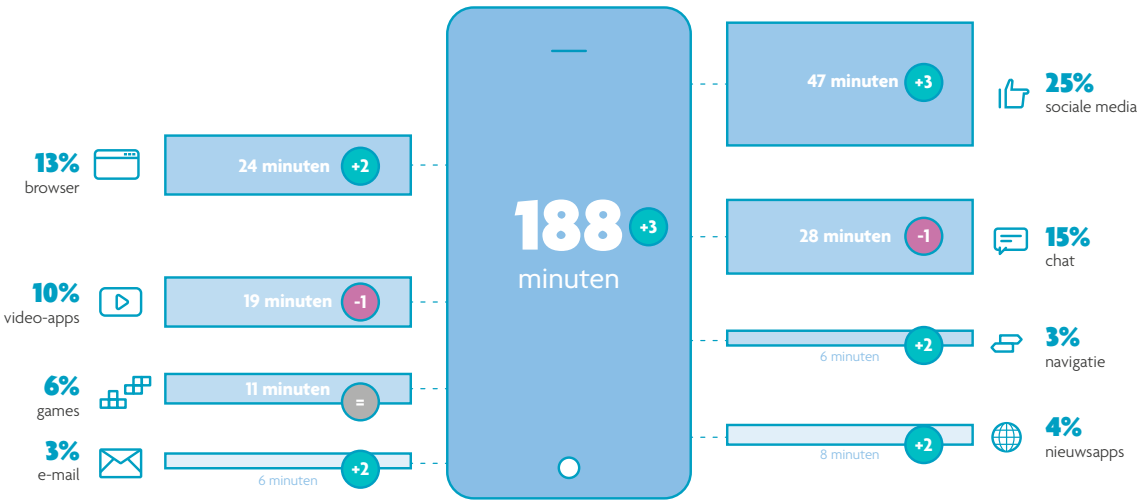
De smartphone is het **belangrijkste (meest onmisbare) toestel**





Schermtijd

Wat doet de Vlaming zoal op zijn smartphonescherm?



Smartphone **afhankelijkheid**

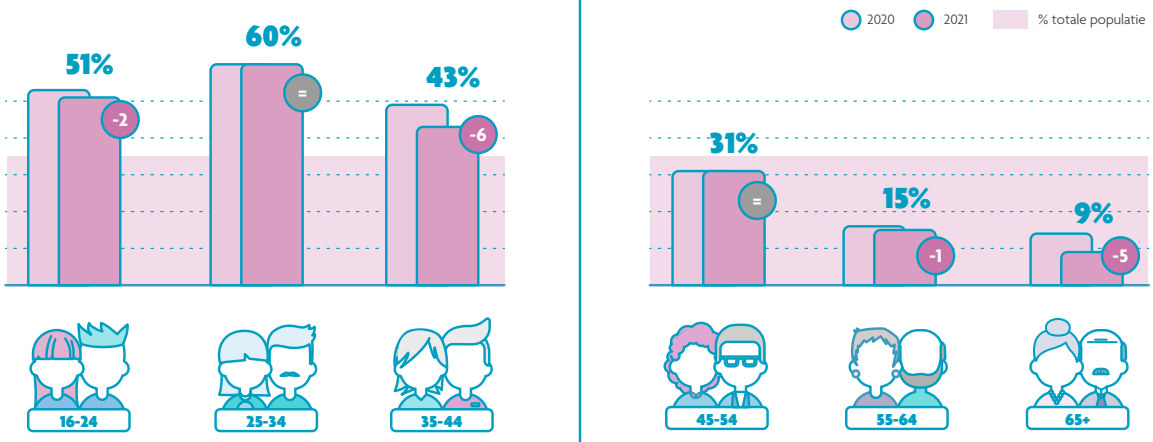
"Ik vind van mezelf dat ik **te veel tijd** spendeer op mijn smartphone"

33%
vindt zichzelf **smartphone-afhankelijk**

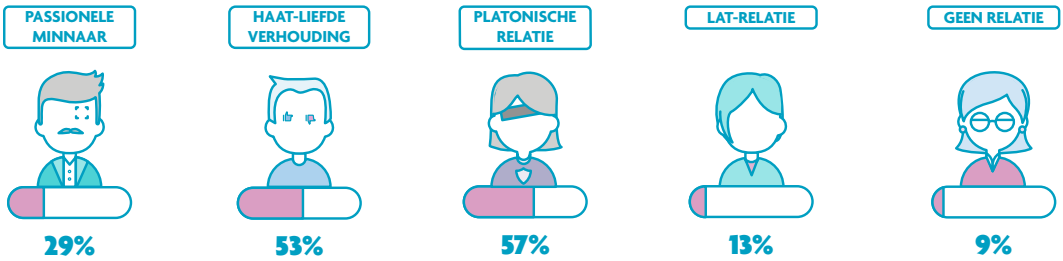
"Ik voel me **verslaafd** aan mijn smartphone"

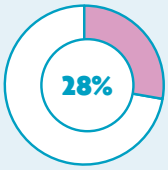
Filter op smartphonebezitters van toepassing

De **jongere generaties** zijn **veel afhankelijker**

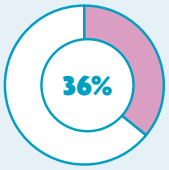


Vooral **Platonische Relatie** is smartphone afhankelijk





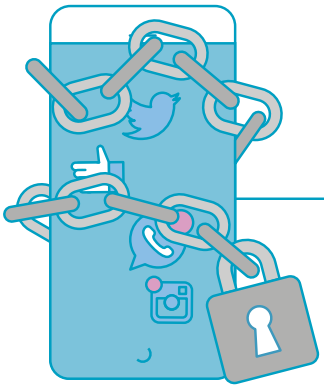
"Ik wil **minder tijd** op mijn smartphone doorbrengen"

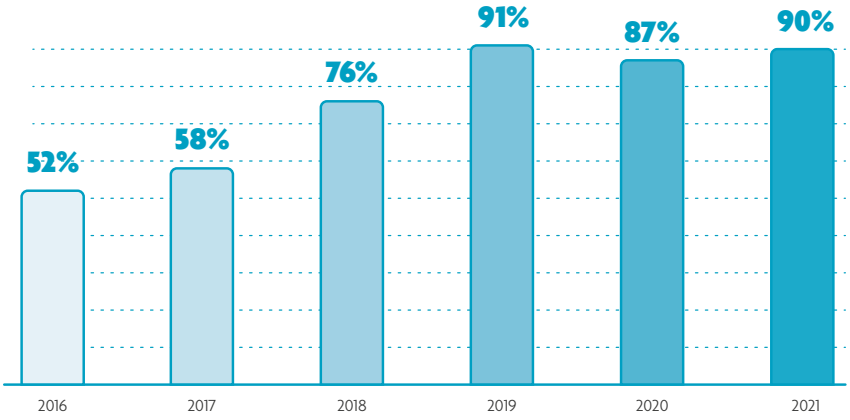


"Door mijn smartphone ervaar ik **druk om altijd bereikbaar** te zijn"

Regeltjes

We gebruiken regeltjes om onze smartphone te controleren



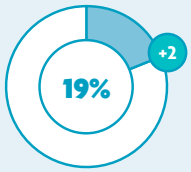


90% +3

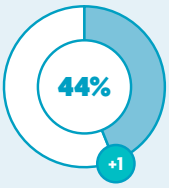
gebruikt minstens
één regeltje *

"**Vlak voor** het **slapen** gaan gebruik ik **geen smartphone** meer"

"Ik leg mijn smartphone soms bewust waar ik hem **niet kan zien**"

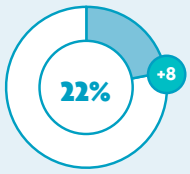


"Tijdens het **rijden** bewust mijn **smartphone wegstoppen** om niet afgeleid te zijn (bv. in de koffer)"



"ik zet de **notificaties** of meldingen van bepaalde apps **uit**"

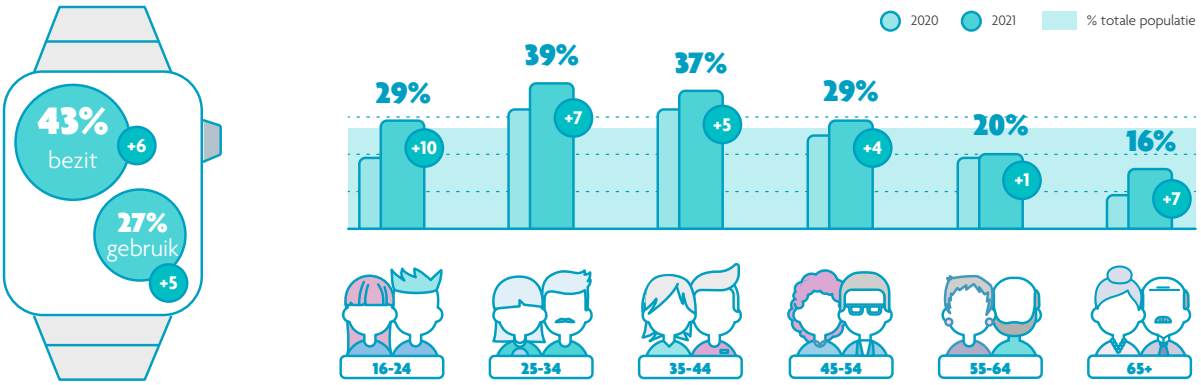
"Ik heb **bepaalde apps verwijderd** om mijn smartphone zo bewust anders te gebruiken"



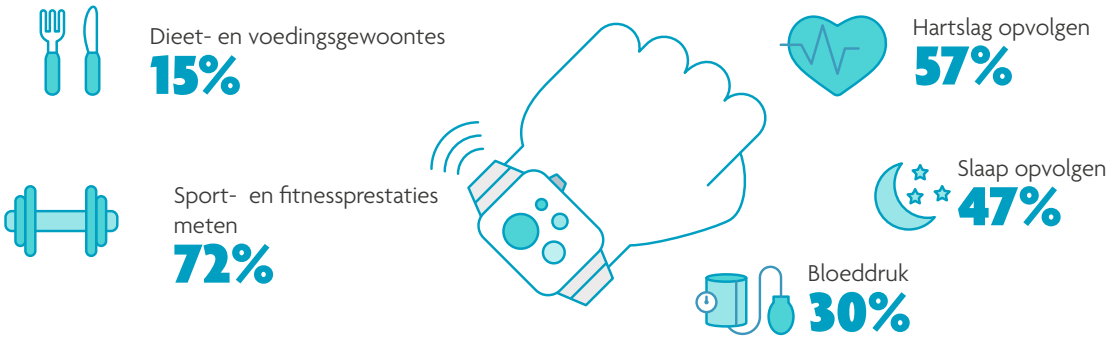
* Filter op smartphonebezitters

Digitale gezondheid

Minstens maandelijks gebruik van een wearable stijgt

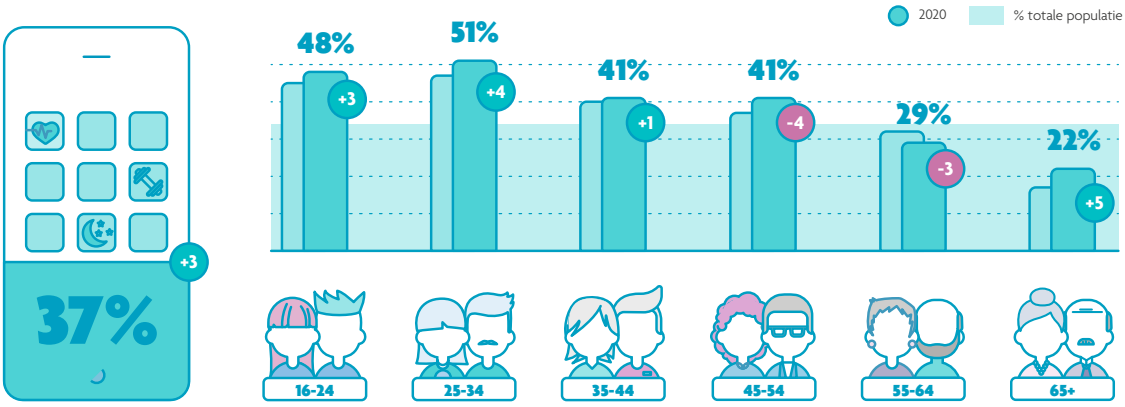


Waarvoor gebruik je een wearable?



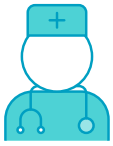
filter op bezitters wearable

Maandelijks gebruik van een gezondheids- of sportapplicatie

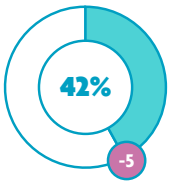


filter op smartphone-/tabletbezitters

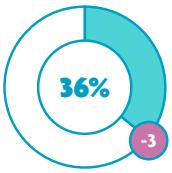
Attitudes omtrent sport- en gezondheidsapps



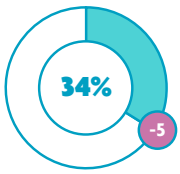
"Gegevens van mijn fitness/gezondheidsapps of wearable wil ik **delen met een arts**"



"Het gebruik van fitness/gezondheidsapps of een wearable heeft me **geholpen** om **gezonder en actiever** te gaan leven"



"Ik heb het gevoel dat mijn **persoonlijke gegevens veilig** zijn op mijn wearable en/of gezondheidsapps"



Filter op gebruikers gezondheidsapps en/of wearables

SMARTPHONE EN DIGITALE GEZONDHEID

Net als vorig jaar heeft 93% van de Vlamingen een smartphone in het bezit. Ook bij de oudste doelgroep (65+) komen we boven de 80% uit. 53% van de Vlamingen beschouwt zijn smartphone als zijn/haar meest onmisbare toestel en daarmee blijft die smartphone jaar na jaar aan belang toenemen ten koste van de andere (slimme) toestellen en schermen in huis. Dit uit zich ook in specifieke digitale activiteiten zoals online geldzaken waar 52% van de Vlamingen aangeeft dit het liefst via de smartphone te doen. Dit betekent een toename van 7 procentpunten ten opzichte van 2021, een stijging die vooral ten koste gaat van de computer als voorkeursscherm. Daarnaast wordt de smartphone meer gebruikt dan andere toestellen om te gamen (37%), het nieuws te volgen (54%) en muziek te luisteren (54%). Voor online shoppen wordt echter nog altijd de voorkeur gegeven aan de computer: 58% van de Vlamingen verkiest hun computer voor online shoppen tegenover 27% (+5) die de smartphone verkiest.

DE SMARTPHONE AFHANKELIJKSHEIDSPARADOX

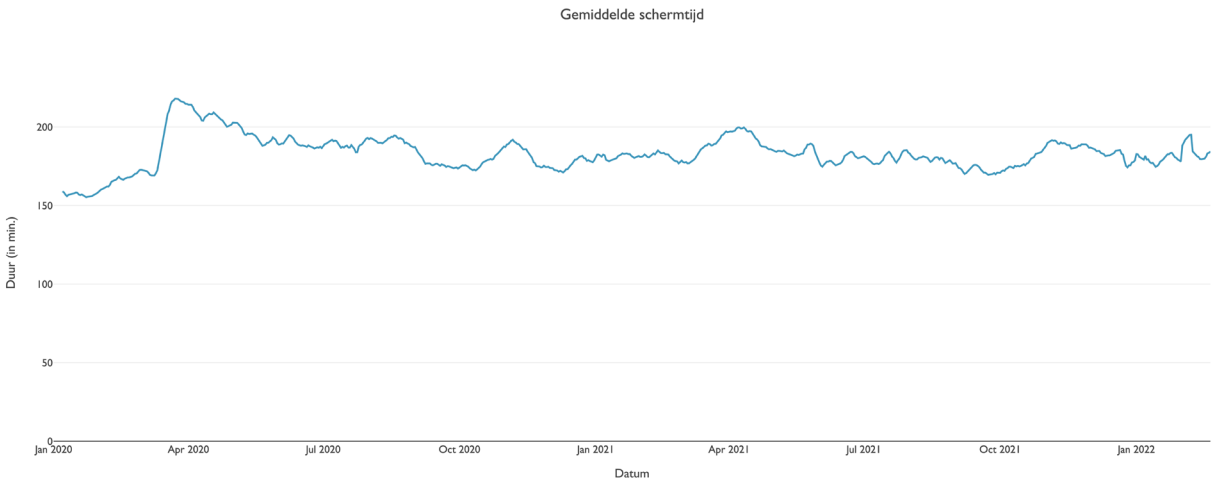
Het groeiend belang en gebruik van de smartphone blijft net als voorgaande jaren gepaard gaan met een gevoel van afhankelijkheid: 33% (-2) van de Vlamingen voelt zich afhankelijk van zijn smartphone en het aantal Vlamingen dat zichzelf minstens één regeltje oplegt om zijn/haar smartphonegebruik te reguleren neemt toe (90%, +3). Notificaties afzetten is één van de 'populairste' maatregelen met 50% van de Vlamingen die dit in de praktijk brengt, een fikse stijging ten opzichte van 2020 (+11). Ook de smartphone op stil of 'trilstand' zetten steeg met 8 procentpunten tot 60%. Daarnaast gingen ook meer Vlamingen de smartphone minder gebruiken voor het slapengaan (20%, +3) en verwijderden meer Vlamingen apps van hun smartphone om het toestel anders te gebruiken (22%, +6). Echter, deze zelf opgelegde regels brengen niet altijd soelaas. Zo geeft maar liefst 18% van de Vlamingen (30% bij 16-45!) aan dat men eerder van een verslavings- dan een afhankelijkheidsproblematiek spreekt.

GEMIDDELDE SMARTPHONE SCHERMTIJD

De pandemie verhoogde ons smartphonegebruik van +/- 150 min naar +/- 185 min per dag in 2020. Die impact zette zich door in 2021 met nog eens drie minuten extra schermtijd per dag. In periodes waarin de coronacrisis terug opflakkerde (april en november), piekt het gemiddelde smartphonegebruik zelfs naar +/-200 min per dag; maar ook in periodes van meer vrijheid zakten we niet meer onder de 175 min per dag, ongeveer 25 minuten per dag meer dan vóór de pandemie. Deze verhoging zet zich ook door over alle leeftijdsgroepen heen.

Sociale media en chat blijven ook in 2021 de motor van ons smartphonegebruik. 40% van de tijd die we spenderen op onze smartphone, ofte 75 min per dag, gaat naar sociale media en chatapps. Gemiddeld spendeert de Vlaming dus 2 minuten per dag extra aan dergelijke apps in vergelijking met vorig jaar. Het leeuwendeel van die 'mobile social media eyeballs' gaat nog steeds naar het bedrijf Meta: van die 75 minuten gaan er 55 naar de Meta apps (Facebook, Facebook Messenger, WhatsApp en Instagram).

GEMIDDELDE MOBIELE SCHERMTIJD

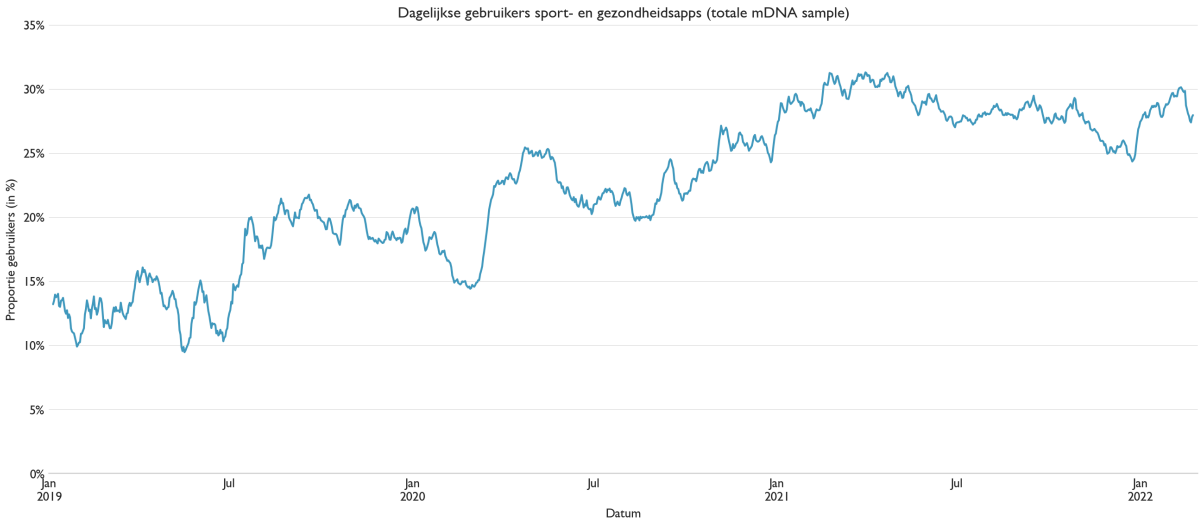


DIGITALE GEZONDHEID

In het spoor van de smartphone zagen we de voorbije jaren ook de opmars van de wearables. In 2021 zette die trend zich verder: 43% van de Vlamingen bezit een wearable, tegenover 37% in 2020. Vaak wordt die wearable gebruikt in combinatie met sport- of gezondheidsapplicaties op de smartphone. Sport- en fitness prestaties worden door 72% van de wearable gebruikers opgevolgd met een gekoppelde smartphone-applicatie.

Daarnaast trackt 57% van de wearable gebruikers zijn/haar hartslag en 47% volgt zijn/haar slaap op. Ondanks de hype van wandelen en sporten in coronatijden lijkt de wearable het nog steeds moeilijk te hebben om het gadgetniveau te overstijgen. Men is minder overtuigd dat wearables echt helpen om gezonder te leven (36%, -3) en minder bereid om de gegevens van de wearable te delen met bijvoorbeeld een arts (42%, -5).

GEBRUIKERS SPORT- EN GEZONDHEIDSAPPS



SMARTPHONEBEZIT, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
2017	95%	92%	94%	84%	75%	48%	**78%**
2018	95%	95%	96%	87%	80%	52%	**81%**
2019	98%	98%	97%	94%	90%	73%	**90%**
2020	98%	98%	97%	95%	94%	82%	**93%**
2021	**100%**	**99%**	**97%**	**95%**	**93%**	**82%**	**93%**

Ik heb een smartphone

BESTURINGSSYSTEEM VAN DE SMARTPHONE, NAAR LEEFTIJD

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
iOS (Apple iPhone)	54%	38%	36%	35%	30%	28%	**36%**
Android (bv. Samsung, HTC, LG, Huawei)	46%	61%	63%	64%	68%	68%	**62%**
Weet ik niet	0%	0%	1%	1%	2%	4%	**1%**
Andere	0%	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**

Welk besturingssysteem heeft de smartphone die je het meest gebruikt?
Filter op smartphone bezitter

BESTURINGSSYSTEEM VAN DE SMARTPHONE, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
iOS (Apple iPhone)	43%	28%	35%	40%	**36%**
Android (bv. Samsung, HTC, LG, Huawei)	55%	70%	64%	60%	**62%**
Weet ik niet	2%	2%	1%	0%	**1%**
Andere	0%	0%	0%	0%	**0%**

Welk besturingssysteem heeft de smartphone die je het meest gebruikt?
Filter op smartphone bezitter

VOORKEURSSCHERM VOOR ONLINE ACTIVITEITEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

		16-24	25-34	35-44	45-55	55-64	65+	Totaal 2021	Totaal 2020
Online geldzaken regelen	Deze activiteit doe ik niet	17%	2%	3%	3%	8%	10%	**7%**	7%
	Computerscherm (=vaste computer of laptop)	13%	15%	23%	31%	41%	56%	**32%**	40%
	Smartphone scherm	68%	82%	67%	57%	41%	20%	**52%**	45%
	Tablet scherm	2%	1%	6%	7%	9%	14%	**7%**	7%
	Tv-scherm	0%	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**	0%
	Ander scherm	0%	0%	1%	2%	1%	0%	**1%**	1%
Online shoppen	Deze activiteit doe ik niet	3%	2%	1%	3%	3%	9%	**4%**	6%
	Computerscherm (=vaste computer of laptop)	43%	46%	50%	61%	70%	69%	**58%**	59%
	Smartphone scherm	51%	46%	38%	22%	13%	4%	**27%**	22%
	Tablet scherm	2%	5%	10%	13%	13%	18%	**11%**	11%
	Tv-scherm	0%	0%	1%	0%	0%	1%	**0%**	1%
	Ander scherm	1%	0%	0%	1%	1%	0%	**0%**	1%
Online producten vergelijken	Deze activiteit doe ik niet	11%	4%	5%	6%	12%	23%	**11%**	12%
	Computerscherm (=vaste computer of laptop)	56%	57%	59%	61%	59%	57%	**58%**	59%
	Smartphone scherm	32%	33%	26%	20%	13%	4%	**20%**	17%
	Tablet scherm	1%	4%	9%	12%	15%	15%	**10%**	11%
	Tv-scherm	0%	0%	1%	0%	0%	1%	**0%**	1%
	Ander scherm	0%	0%	0%	1%	1%	0%	**0%**	1%

Welk scherm gebruik je het meest voor onderstaande zaken?
*Bij deze vraag zijn zowel gebruiks- als bezitssfilters van toepassing

MEEST ONMISBARE TOESTEL. EVOLUTIE SINDS 2015

Toestel	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Computer	28%	25%	25%	29%	28%	24%	**28%**
Tablet	6%	6%	6%	6%	8%	7%	**7%**
Smart tv	2%	2%	4%	4%	2%	4%	**2%**
Gewone tv	29%	17%	13%	5%	10%	8%	**5%**
Smartphone	26%	35%	39%	45%	47%	51%	**53%**
GSM	8%	8%	8%	6%	3%	5%	**3%**
Spelconsole	1%	1%	2%	3%	1%	0%	**1%**
Wearable	0%	0%	0%	0%	1%	0%	**0%**
VR-Bril	0%	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**
AR-bril	0%	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**
Smart speaker/smart display	0%	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**
Ander toestel	0%	7%	3%	2%	1%	1%	**1%**

Welk toestel zou je het meest missen voor persoonlijk gebruik?

MEEST ONMISBARE TOESTEL, NAAR LEEFTIJD

	16-24	25-34	35-44	45-55	55-64	65+	Totaal
Computer (vast of draagbaar)	22%	27%	24%	25%	30%	36%	**28%**
Tablet	3%	1%	3%	8%	8%	13%	**7%**
Smart tv (tv die verbonden kan worden met het internet)	1%	2%	2%	2%	4%	3%	**2%**
TV toestel (geen smart tv)	0%	0%	3%	4%	7%	12%	**5%**
Smartphone	68%	65%	63%	57%	45%	32%	**53%**
Gsm	2%	1%	2%	2%	4%	3%	**3%**
Spelconsole	3%	2%	2%	0%	0%	0%	**1%**
Wearable	1%	1%	0%	0%	0%	0%	**0%**
VR-bril	0%	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**
AR-bril	0%	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**
Smart speaker/ smart display	0%	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**
Een ander toestel	0%	1%	1%	2%	1%	1%	**1%**

Welk toestel zou je het meest missen voor persoonlijk gebruik?

MEEST ONMISBARE TOESTEL, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Computer (vast of draagbaar)	27%	34%	23%	24%	**28%**
Tablet	6%	6%	8%	6%	**7%**
Smart tv (tv die verbonden kan worden met het internet)	2%	2%	3%	2%	**2%**
TV toestel (geen smart tv)	4%	8%	4%	2%	**5%**
Smartphone	56%	43%	56%	63%	**53%**
Gsm	2%	3%	4%	0%	**3%**
Spelconsole	1%	1%	1%	1%	**1%**
Wearable	1%	0%	1%	0%	**0%**
VR-bril	0%	0%	0%	0%	**0%**
AR-bril	0%	0%	0%	0%	**0%**
Smart speaker/ smart display	0%	0%	0%	0%	**0%**
Een ander toestel	1%	1%	1%	0%	**1%**

Welk toestel zou je het meest missen voor persoonlijk gebruik?

MEEST ONMISBARE TOESTEL, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Computer (vast of draagbaar)	26%	32%	19%	34%	30%	**28%**
Tablet	4%	6%	5%	8%	10%	**7%**
Smart tv (tv die verbonden kan worden met het internet)	2%	1%	1%	3%	4%	**2%**
TV toestel (geen smart tv)	1%	1%	2%	7%	16%	**5%**
Smartphone	63%	58%	69%	45%	30%	**53%**
Gsm	1%	1%	2%	2%	6%	**3%**
Spelconsole	2%	0%	2%	0%	0%	**1%**
Wearable	1%	0%	0%	0%	0%	**0%**
VR-bril	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**
AR-bril	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**
Smart speaker/ smart display	0%	0%	0%	0%	0%	**0%**
Een ander toestel	0%	0%	0%	1%	3%	**1%**

Welk toestel zou je het meest missen voor persoonlijk gebruik?

ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN DE SMARTPHONE, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2018

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ik ben bezorgd over de impact van stralingen door smartphones op de gezondheid	2018	31%	27%	34%	30%	35%	34%	**32%**
	2019	24%	30%	34%	33%	29%	31%	**30%**
	2020	22%	22%	19%	18%	13%	17%	**18%**
	2021	**30%**	**21%**	**23%**	**20%**	**22%**	**15%**	**21%**
Anderen zeggen me dat ik te vaak bezig ben met mijn smartphone*	2018	24%	18%	17%	11%	7%	9%	**14%**
	2019	13%	20%	14%	11%	5%	7%	**12%**
	2020	10%	20%	16%	12%	7%	7%	**12%**
	2021	**13%**	**15%**	**13%**	**9%**	**5%**	**5%**	**10%**
Ik vind van mezelf dat ik te veel tijd spendeer op mijn smartphone*	2018	41%	42%	36%	18%	9%	7%	**26%**
	2019	47%	43%	40%	26%	15%	10%	**29%**
	2020	48%	54%	45%	27%	15%	12%	**32%**
	2021	**46%**	**57%**	**40%**	**29%**	**14%**	**8%**	**31%**
Ik voel me verslaafd aan mijn smartphone*	2018	29%	31%	21%	13%	6%	6%	**18%**
	2019	29%	30%	23%	15%	8%	5%	**17%**
	2020	29%	35%	25%	17%	8%	9%	**19%**
	2021	**31%**	**35%**	**27%**	**13%**	**7%**	**3%**	**18%**

Ga je akkoord met onderstaande stellingen? - (helemaal) akkoord
*Filter op smartphonebezitter

ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN DE SMARTPHONE, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ik ben bezorgd over de impact van stralingen door smartphones op de gezondheid	27%	22%	16%	15%	**21%**
Anderen zeggen me dat ik te vaak bezig ben met mijn smartphone*	9%	9%	9%	12%	**10%**
Ik vind van mezelf dat ik te veel tijd spendeer op mijn smartphone*	32%	28%	28%	37%	**31%**
Ik voel me verslaafd aan mijn smartphone*	21%	16%	16%	20%	**18%**

Ga je akkoord met onderstaande stellingen? - (helemaal) akkoord
*Filter op smartphonebezitter

ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN DE SMARTPHONE, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Ik ben bezorgd over de impact van stralingen door smartphones op de gezondheid	6%	25%	34%	19%	22%	**21%**
Anderen zeggen me dat ik te vaak bezig ben met mijn smartphone*	9%	16%	18%	2%	4%	**10%**
Ik vind van mezelf dat ik te veel tijd spendeer op mijn smartphone*	25%	51%	54%	12%	8%	**31%**
Ik voel me verslaafd aan mijn smartphone*	16%	30%	36%	3%	4%	**18%**

Ga je akkoord met onderstaande stellingen? - (helemaal) akkoord
*Filter op smartphonebezitter

SMARTPHONE-AFHANKELIJKHEID, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2018

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
2018	48%	49%	40%	22%	11%	10%	**31%**
2019	52%	48%	46%	29%	17%	12%	**33%**
2020	53%	60%	49%	31%	16%	14%	**35%**
2021	**51%**	**60%**	**43%**	**31%**	**15%**	**9%**	**33%**

Voelt zich verslaafd aan zijn smartphone of vindt van zichzelf er teveel tijd op te spenderen
Filter op smartphonebezitter

SMARTPHONE-AFHANKELIJKHEID, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Smartphone-afhankelijkheid	35%	30%	30%	39%	**33%**

Voelt zich verslaafd aan zijn smartphone of vindt van zichzelf er teveel tijd op te spenderen
Filter op smartphonebezitter

SMARTPHONE-AFHANKELIJKHEID, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Smartphone-afhankelijkheid	29%	53%	57%	13%	9%	**33%**

Voelt zich verslaafd aan zijn smartphone of vindt van zichzelf er teveel tijd op te spenderen
Filter op smartphonebezitter

REGELTJES ROND SMARTPHONEGEBRUIK. EVOLUTIE SINDS 2016

	2016	2017	2018	2019	2020	**2021**
Ik zet mijn smartphone op 'stil' of 'trillen'	0%	0%	0%	59%	52%	**60%**
Ik gebruik geen smartphone tijdens het eten	0%	0%	0%	0%	47%	**45%**
Tijdens het rijden bewust mijn smartphone wegstoppen om niet afgeleid te zijn (bv. in de koffer leggen)	17%	22%	30%	49%	44%	**45%**
Tijdens een gesprek, vergadering of les bewust mijn smartphone wegstoppen om niet afgeleid te zijn	28%	36%	47%	49%	40%	**41%**
Ik zet de notificaties of meldingen van bepaalde apps uit	0%	0%	0%	51%	39%	**50%**
Ik schakel (soms) mijn wifi/mobiele data uit om minder meldingen te krijgen	0%	0%	0%	0%	23%	**23%**
Ik houd smartphones uit de slaapkamer	12%	20%	25%	26%	23%	**24%**
Ik zet mijn smartphone soms in 'vliegtuigstand'	0%	0%	25%	22%	18%	**23%**
Ik leg mijn smartphone soms bewust waar ik hem niet kan zien	0%	0%	0%	16%	17%	**19%**
Vlak voor het slapen gaan geen smartphone meer gebruiken	12%	16%	26%	21%	17%	**20%**
Ik heb bepaalde apps verwijderd om mijn smartphone zo bewust anders te gebruiken	0%	0%	0%	20%	16%	**22%**
Ik onderneem geen regeltjes	0%	0%	0%	9%	13%	**10%**
Bijhouden hoeveel tijd ik spendeer per dag op mijn smartphone	2%	1%	5%	8%	6%	**7%**
Mijn smartphone vaker uitschakelen	7%	10%	9%	8%	6%	**6%**
Af en toe een gewone gsm gebruiken in plaats van een smartphone	3%	2%	3%	3%	3%	**2%**
Ik plaats een limiet op mijn schermtijd	0%	0%	0%	0%	3%	**3%**
Een ander regeltje	0%	0%	0%	3%	2%	**3%**
Minstens 1 regeltje	**52%**	**58%**	**76%**	**91%**	**87%**	**90%**

Welke van onderstaande regeltjes onderneem je met betrekking tot je smartphone?
Filter op smartphonebezitter

REGELTJES ROND SMARTPHONEGEBRUIK, NAAR LEEFTIJD

	16-24	**25-34**	**35-44**	**45-54**	**55-64**	**65+**	**Totaal**
Ik zet mijn smartphone op 'stil' of 'trillen'	85%	78%	67%	58%	47%	34%	**60%**
Ik gebruik geen smartphone tijdens het eten	45%	33%	45%	48%	45%	53%	**45%**
Tijdens het rijden bewust mijn smartphone wegstoppen om niet afgeleid te zijn (bv. in de koffer leggen)	40%	45%	44%	41%	46%	50%	**45%**
Tijdens een gesprek, vergadering of les bewust mijn smartphone wegstoppen om niet afgeleid te zijn	48%	48%	45%	40%	40%	30%	**41%**
Ik zet de notificaties of meldingen van bepaalde apps uit	69%	64%	66%	49%	36%	27%	**50%**
Ik schakel (soms) mijn wifi/mobiele data uit om minder meldingen te krijgen	48%	28%	23%	20%	14%	11%	**23%**
Ik houd smartphones uit de slaapkamer	7%	5%	16%	27%	36%	46%	**24%**
Ik zet mijn smartphone soms in 'vliegtuigstand'	35%	25%	22%	22%	20%	17%	**23%**
Ik leg mijn smartphone soms bewust waar ik hem niet kan zien	42%	26%	22%	12%	11%	7%	**19%**
Vlak voor het slapen gaan geen smartphone meer gebruiken	13%	12%	18%	21%	23%	31%	**20%**
Ik heb bepaalde apps verwijderd om mijn smartphone zo bewust anders te gebruiken	32%	33%	24%	18%	15%	15%	**22%**
Ik onderneem geen regeltjes	3%	6%	6%	12%	14%	15%	**10%**
Bijhouden hoeveel tijd ik spendeer per dag op mijn smartphone	16%	9%	9%	4%	3%	4%	**7%**
Mijn smartphone vaker uitschakelen	7%	3%	5%	6%	5%	9%	**6%**
Af en toe een gewone gsm gebruiken in plaats van een smartphone	2%	2%	1%	2%	2%	4%	**2%**
Ik plaats een limiet op mijn schermtijd	8%	3%	3%	2%	1%	3%	**3%**
Een ander regeltje	3%	4%	3%	3%	3%	3%	**3%**
Minstens 1 regeltje	**97%**	**94%**	**94%**	**88%**	**86%**	**85%**	**90%**

Welke van onderstaande regeltjes onderneem je met betrekking tot je smartphone?
Filter op smartphonebezitter

REGELTJES ROND SMARTPHONEGEBRUIK, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ik zet mijn smartphone op 'stil' of 'trillen'	65%	54%	54%	65%	**60%**
Ik gebruik geen smartphone tijdens het eten	48%	43%	45%	44%	**45%**
Tijdens het rijden bewust mijn smartphone wegstoppen om niet afgeleid te zijn (bv. in de koffer leggen)	43%	47%	45%	45%	**45%**
Tijdens een gesprek, vergadering of les bewust mijn smartphone wegstoppen om niet afgeleid te zijn	41%	41%	42%	41%	**41%**
Ik zet de notificaties of meldingen van bepaalde apps uit	54%	43%	49%	59%	**50%**
Ik schakel (soms) mijn wifi/mobiele data uit om minder meldingen te krijgen	29%	22%	17%	21%	**23%**
Ik houd smartphones uit de slaapkamer	21%	24%	28%	25%	**24%**
Ik zet mijn smartphone soms in 'vliegtuigstand'	27%	20%	22%	22%	**23%**
Ik leg mijn smartphone soms bewust waar ik hem niet kan zien	26%	12%	17%	21%	**19%**
Vlak voor het slapen gaan geen smartphone meer gebruiken	17%	24%	20%	19%	**20%**
Ik heb bepaalde apps verwijderd om mijn smartphone zo bewust anders te gebruiken	23%	23%	18%	24%	**22%**
Ik onderneem geen regeltjes	9%	11%	11%	8%	**10%**
Bijhouden hoeveel tijd ik spendeer per dag op mijn smartphone	9%	5%	5%	9%	**7%**
Mijn smartphone vaker uitschakelen	7%	8%	3%	5%	**6%**
Af en toe een gewone gsm gebruiken in plaats van een smartphone	2%	3%	2%	1%	**2%**
Ik plaats een limiet op mijn schermtijd	4%	2%	3%	2%	**3%**
Een ander regeltje	3%	4%	4%	3%	**3%**
Minstens 1 regeltje	**91%**	**89%**	**89%**	**92%**	**90%**

Welke van onderstaande regeltjes onderneem je met betrekking tot je smartphone?
Filter op smartphonebezitter

REGELTJES ROND SMARTPHONEGEBRUIK, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Ik zet mijn smartphone op 'stil' of 'trillen'	65%	71%	67%	53%	34%	**60%**
Ik gebruik geen smartphone tijdens het eten	43%	45%	39%	51%	47%	**45%**
Tijdens het rijden bewust mijn smartphone wegstoppen om niet afgeleid te zijn (bv. in de koffer leggen)	42%	49%	41%	47%	46%	**45%**
Tijdens een gesprek, vergadering of les bewust mijn smartphone wegstoppen om niet afgeleid te zijn	40%	51%	41%	43%	27%	**41%**
Ik zet de notificaties of meldingen van bepaalde apps uit	59%	70%	53%	41%	19%	**50%**
Ik schakel (soms) mijn wifi/mobiele data uit om minder meldingen te krijgen	21%	24%	31%	21%	15%	**23%**
Ik houd smartphones uit de slaapkamer	21%	18%	16%	31%	38%	**24%**
Ik zet mijn smartphone soms in 'vliegtuigstand'	22%	29%	27%	20%	15%	**23%**
Ik leg mijn smartphone soms bewust waar ik hem niet kan zien	19%	25%	23%	14%	9%	**19%**
Vlak voor het slapen gaan geen smartphone meer gebruiken	17%	17%	16%	24%	30%	**20%**
Ik heb bepaalde apps verwijderd om mijn smartphone zo bewust anders te gebruiken	19%	31%	25%	20%	13%	**22%**
Ik onderneem geen regeltjes	10%	6%	7%	11%	16%	**10%**
Bijhouden hoeveel tijd ik spendeer per dag op mijn smartphone	7%	10%	11%	4%	2%	**7%**
Mijn smartphone vaker uitschakelen	3%	5%	6%	7%	11%	**6%**
Af en toe een gewone gsm gebruiken in plaats van een smartphone	1%	2%	1%	3%	4%	**2%**
Ik plaats een limiet op mijn schermtijd	3%	4%	5%	1%	2%	**3%**
Een ander regeltje	4%	4%	2%	4%	3%	**3%**
Minstens 1 regeltje	**90%**	**94%**	**93%**	**89%**	**84%**	**90%**

Welke van onderstaande regeltjes onderneem je met betrekking tot je smartphone?
Filter op smartphonebezitter

DOELTREFFENDHEID VAN SMARTPHONEGEBRUIK BEHEREN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2019

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ik pas deze regeltjes niet toe voor een specifiek doel	2019	34%	28%	36%	34%	43%	37%	**35%**
	2020	24%	23%	22%	29%	39%	38%	**29%**
	2021	**22%**	**23%**	**24%**	**23%**	**30%**	**31%**	**26%**
Helpt me helemaal niet	2019	3%	1%	2%	1%	3%	2%	**2%**
	2020	2%	3%	1%	2%	2%	3%	**2%**
	2021	**1%**	**3%**	**3%**	**3%**	**2%**	**3%**	**2%**
Helpt me niet	2019	7%	5%	4%	2%	3%	4%	**4%**
	2020	6%	9%	6%	5%	4%	3%	**5%**
	2021	**5%**	**6%**	**3%**	**3%**	**2%**	**2%**	**3%**
Neutraal	2019	28%	28%	23%	27%	31%	36%	**29%**
	2020	35%	32%	34%	33%	36%	39%	**35%**
	2021	**30%**	**29%**	**34%**	**35%**	**43%**	**46%**	**36%**
Helpt me	2019	24%	35%	30%	29%	17%	18%	**25%**
	2020	27%	31%	33%	27%	17%	16%	**25%**
	2021	**34%**	**35%**	**32%**	**33%**	**21%**	**17%**	**28%**
Helpt me zeer sterk	2019	4%	4%	6%	7%	3%	4%	**5%**
	2020	5%	3%	4%	3%	2%	2%	**3%**
	2021	**7%**	**5%**	**4%**	**4%**	**2%**	**2%**	**4%**

Helpen deze regeltjes je om een bepaald doel te bereiken (bv. je smartphone minder gebruiken, een betere slaapgewoonte ontwikkelen, ...)?
Filter op smarpthonebezitters die gebruik beheren

WEARABLE BEZIT. EVOLUTIE SINDS 2015

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Wearable	8%	13%	19%	22%	30%	37%	**43%**

Bezit je een wearable? - Ja

WEARABLE GEBRUIK, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

	Jaar	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Dat heb ik niet	2020	65%	49%	49%	59%	67%	78%	**63%**
	2021	**54%**	**44%**	**46%**	**53%**	**65%**	**72%**	**57%**
Nooit	2020	10%	9%	15%	10%	9%	11%	**11%**
	2021	**8%**	**9%**	**11%**	**11%**	**11%**	**9%**	**10%**
Zelden	2020	6%	9%	4%	6%	5%	2%	**5%**
	2021	**9%**	**9%**	**6%**	**7%**	**4%**	**3%**	**6%**
Maandelijks	2020	3%	2%	1%	1%	2%	1%	**1%**
	2021	**1%**	**2%**	**3%**	**1%**	**0%**	**0%**	**1%**
Wekelijks	2020	4%	7%	5%	5%	3%	2%	**4%**
	2021	**3%**	**6%**	**4%**	**5%**	**2%**	**3%**	**3%**
Dagelijks	2020	12%	24%	26%	19%	14%	6%	**16%**
	2021	**25%**	**32%**	**30%**	**24%**	**18%**	**13%**	**23%**

Hoe vaak gebruik jij een wearable?

WEARABLE GEBRUIK, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Dat heb ik niet	58%	65%	53%	46%	**57%**
Nooit	10%	10%	11%	8%	**10%**
Zelden	7%	4%	7%	6%	**6%**
Maandelijks	1%	1%	1%	2%	**1%**
Wekelijks	3%	2%	4%	6%	**3%**
Dagelijks	22%	17%	24%	32%	**23%**

Hoe vaak gebruik jij een wearable?

WEARABLE GEBRUIK, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Dat heb ik niet	47%	37%	56%	65%	82%	**57%**
Nooit	7%	9%	11%	12%	8%	**10%**
Zelden	6%	9%	8%	4%	2%	**6%**
Maandelijks	1%	2%	2%	1%	1%	**1%**
Wekelijks	3%	6%	4%	3%	1%	**3%**
Dagelijks	35%	37%	19%	15%	7%	**23%**

Hoe vaak gebruik jij een wearable?

FREQUENTIE GEBRUIK VAN SPORT EN GEZONDHEIDSAPPS OP DE SMARTPHONE. EVOLUTIE SINDS 2020

	2020	2021
Nooit	47%	**40%**
Zelden	19%	**23%**
Maandelijks	6%	**9%**
Wekelijks	15%	**16%**
Dagelijks	12%	**13%**

Hoe vaak gebruik je een gezondheidsapp op je smartphone of tablet?
Filter op smartphone/tablet bezitters

IN WELKE MATE VOLG JE ZAKEN MET BETREKKING TOT GEZONDHEID OP VIA EEN APP OF EEN WEARABLE, NAAR LEEFTIJD

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Sport- en fitnessprestaties	77%	76%	78%	75%	66%	53%	**72%**
Dieet- en voedingsgewoontes	10%	19%	19%	13%	15%	6%	**15%**
Meditatiemomenten	7%	9%	7%	5%	6%	5%	**7%**
Menstruatiecyclus	22%	19%	17%	4%	1%	0%	**12%**
Slaap	53%	49%	47%	48%	42%	39%	**47%**
Zwangerschap	0%	7%	4%	1%	0%	0%	**2%**
Bloeddruk	11%	7%	12%	13%	17%	27%	**13%**
Suikergehalte	0%	0%	0%	2%	4%	3%	**1%**
Tandverzorging	2%	2%	2%	1%	2%	0%	**2%**
Hartslag	61%	61%	52%	54%	58%	59%	**57%**
Andere	4%	5%	6%	5%	5%	5%	**5%**
Ik volg geen van bovenstaande zaken op	8%	5%	5%	11%	11%	13%	**8%**

In welke mate volg je deze zaken op via een app of een wearable?

IN WELKE MATE VOLG JE ZAKEN MET BETREKKING TOT GEZONDHEID OP VIA EEN APP OF EEN WEARABLE, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Sport- en fitnessprestaties	71%	65%	73%	80%	**72%**
Dieet- en voedingsgewoontes	17%	15%	13%	13%	**15%**
Meditatiemomenten	6%	8%	5%	7%	**7%**
Menstruatiecyclus	16%	9%	9%	13%	**12%**
Slaap	50%	43%	53%	43%	**47%**
Zwangerschap	3%	1%	2%	5%	**2%**
Bloeddruk	12%	22%	13%	6%	**13%**
Suikergehalte	2%	1%	1%	1%	**1%**
Tandverzorging	1%	1%	2%	2%	**2%**
Hartslag	56%	63%	55%	55%	**57%**
Andere	7%	8%	3%	3%	**5%**
Ik volg geen van bovenstaande zaken op	6%	11%	9%	8%	**8%**

In welke mate volg je deze zaken op via een app of een wearable?

IN WELKE MATE VOLG JE DEZE ZAKEN OP VIA EEN APP OF EEN WEARABLE, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Sport- en fitnessprestaties	77%	76%	68%	63%	61%	**72%**
Dieet- en voedingsgewoontes	14%	16%	17%	13%	4%	**15%**
Meditatiemomenten	6%	8%	8%	4%	4%	**7%**
Menstruatiecyclus	12%	13%	17%	8%	0%	**12%**
Slaap	48%	48%	44%	46%	48%	**47%**
Zwangerschap	3%	3%	0%	3%	0%	**2%**
Bloeddruk	13%	9%	15%	18%	26%	**13%**
Suikergehalte	1%	1%	3%	1%	0%	**1%**
Tandverzorging	2%	2%	2%	0%	0%	**2%**
Hartslag	60%	58%	54%	53%	61%	**57%**
Andere	4%	4%	4%	10%	4%	**5%**
Ik volg geen van bovenstaande zaken op	9%	5%	9%	14%	7%	**8%**

In welke mate volg je deze zaken op via een app of een wearable?

ATTITUDE MET BETREKKING TOT GEZONDHEIDSAPPS, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Gegevens van mijn gezondheidsapps of wearable wil ik delen met een arts	2020	45%	53%	51%	41%	48%	41%	**47%**
	2021	**34%**	**48%**	**46%**	**40%**	**43%**	**39%**	**42%**
Het gebruik van gezondheidsapps of een wearable heeft me geholpen om gezonder en actiever te gaan leven	2020	31%	47%	45%	39%	36%	34%	**39%**
	2021	**34%**	**46%**	**45%**	**34%**	**30%**	**24%**	**36%**
Ik heb het gevoel dat mijn persoonlijke gegevens veilig zijn op mijn wearable en/of gezondheidsapps	2020	44%	42%	42%	36%	33%	31%	**39%**
	2021	**43%**	**43%**	**35%**	**27%**	**29%**	**27%**	**34%**

Ga je akkoord met onderstaande stellingen? - (helemaal) akkoord
Filter op zelden of meer gezondheidsapp/wearable gebruiken

ATTITUDE MET BETREKKING TOT GEZONDHEIDSAPPS, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Gegevens van mijn gezondheidsapps of wearable wil ik delen met een arts	38%	42%	40%	50%	**42%**
Het gebruik van gezondheidsapps of een wearable heeft me geholpen om gezonder en actiever te gaan leven	35%	33%	34%	43%	**36%**
Ik heb het gevoel dat mijn persoonlijke gegevens veilig zijn op mijn wearable en/of gezondheidsapps	35%	30%	33%	39%	**34%**

Ga je akkoord met onderstaande stellingen? - (helemaal) akkoord
Filter op zelden of meer gezondheidsapp/wearable gebruiken

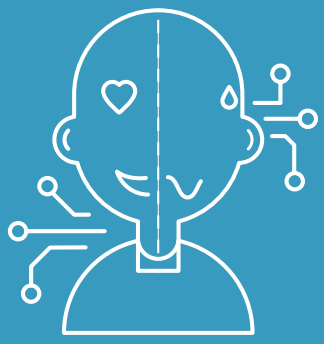
ATTITUDE MET BETREKKING TOT GEZONDHEIDSAPPS, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Gegevens van mijn gezondheidsapps of wearable wil ik delen met een arts	49%	55%	30%	35%	31%	**42%**
Het gebruik van gezondheidsapps of een wearable heeft me geholpen om gezonder en actiever te gaan leven	40%	51%	33%	24%	17%	**36%**
Ik heb het gevoel dat mijn persoonlijke gegevens veilig zijn op mijn wearable en/of gezondheidsapps	57%	34%	29%	21%	19%	**34%**

Ga je akkoord met onderstaande stellingen? - (helemaal) akkoord
Filter op zelden of meer gezondheidsapp/wearable gebruiken

HOOFDSTUK 10

ATTITUDES EN VAARDIGHEDEN



ATTITUDES & VAARDIGHEDEN

% (helemaal) akkoord

Attitudes over technologie

Vlaming is **positiever** over technologie, maar dat neemt een **aantal bezorgdheden** niet weg

78% +4
Digitale technologieën maken ons **leven gemakkelijker**

72% +5
Digitale technologieën gebruiken is **leuk**

12% -2
In het algemeen **vertrouw** ik technologie **niet**

65% +5
Mensen zijn **te afhankelijk** van technologie

37% +5
Digitale technologieën helpen me **meer of betere relaties** te hebben met **vrienden en familie**

78% +9
Ik ben **geïnteresseerd** in digitale technologieën

19% +2
Digitale technologieën maken de **werk-privébalans** moeilijk ✱

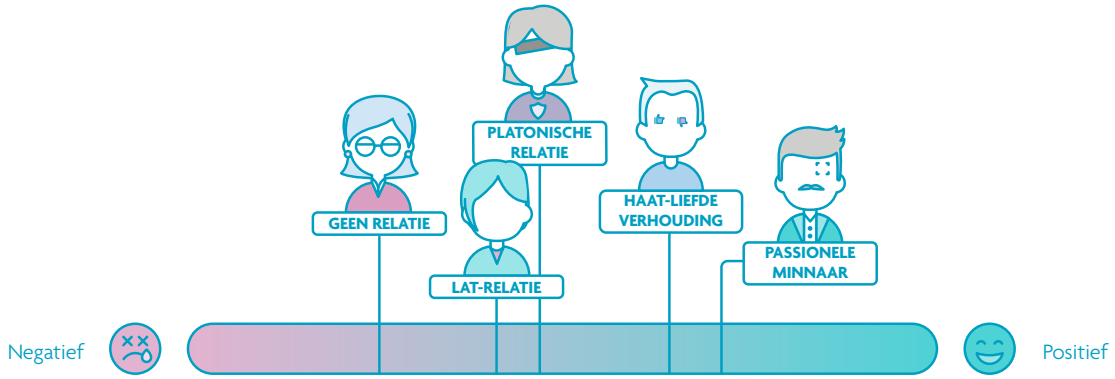
22% -2
Digitale technologieën maken mensen **dommer**

65% +9
Omgaan met digitale technologieën is **gemakkelijk voor mij**

48% +3
Technologische veranderingen en **innovaties** komen **te vlug** na elkaar

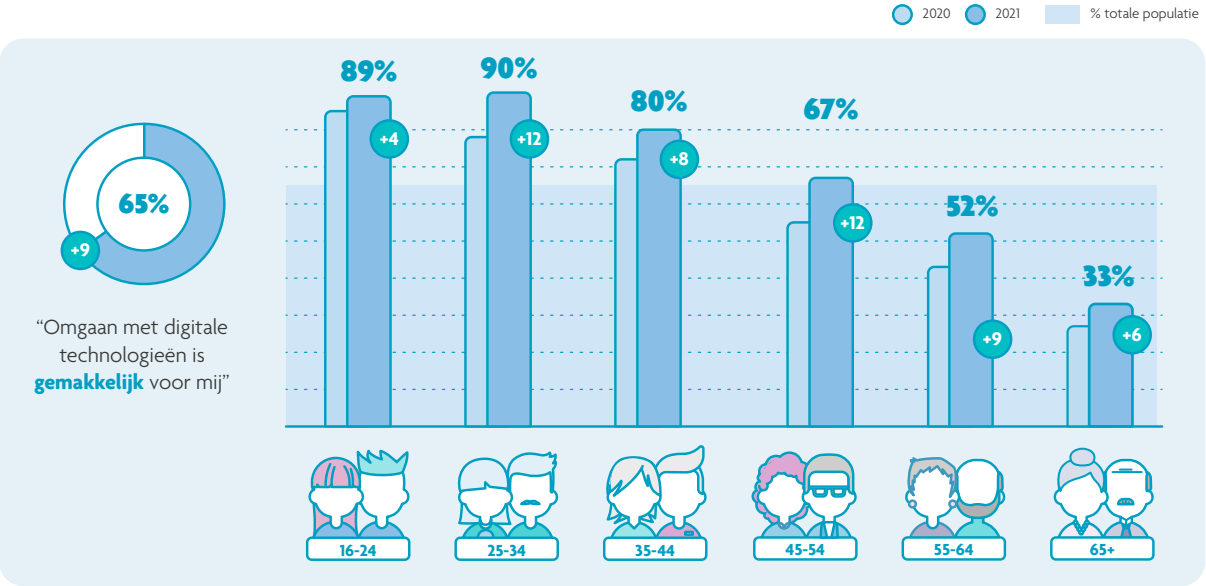
✱ Filter op professioneel actieve respondenten

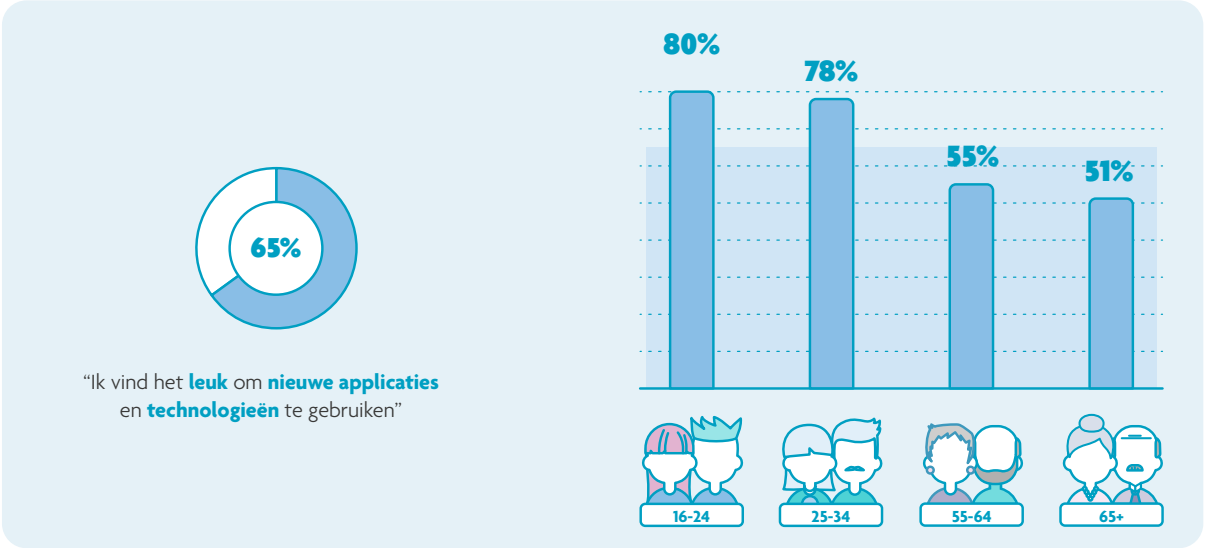
Passionele Minnaar staat duidelijk **positiever** t.o.v. technologie



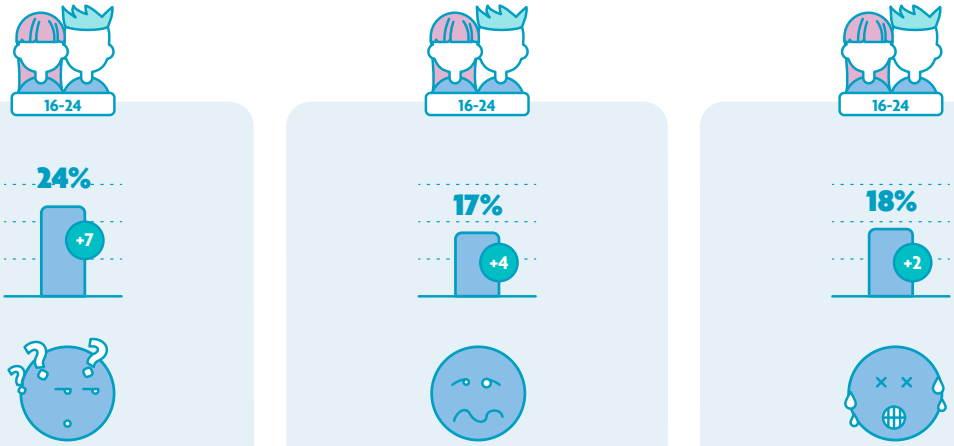
Digitale vaardigheden

Ook de (**perceptie** van) **digitale vaardigheden** namen een **versnelling**





‘**Digital by birth**’ betekent niet noodzakelijk ‘**digital by nature**’
Groeiend aantal jongeren ervaart technostress

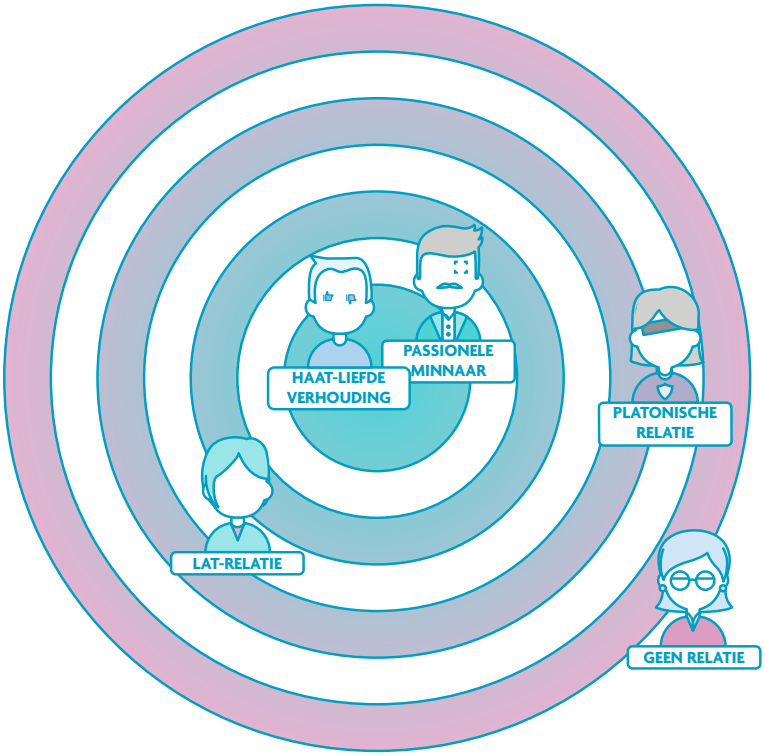


“Termen gelinkt aan digitale toepassingen vind ik **verwarrend**”

“Ik heb digitale toepassingen **vermeden** omdat ik er **niet vertrouwd** mee ben”

“Ik **twijfel** om digitale toepassingen te gebruiken omdat ik **vrees fouten te maken** die ik niet kan rechtzetten”

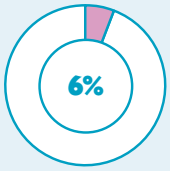
4 op 10 Vlamingen (of 2 digiprofielen) ervaren **geen vaardigheidsdrempels**



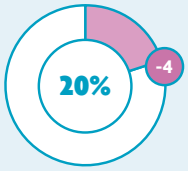
Digitale moeilijkheden ⊛

% (eerder) wel moeilijkheden met deze opdracht

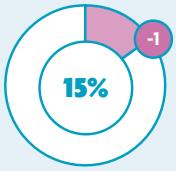
Online aankopen doen

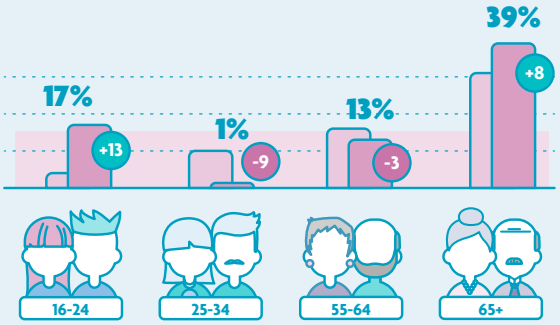


Online een **uitkering aanvragen** bij de overheid



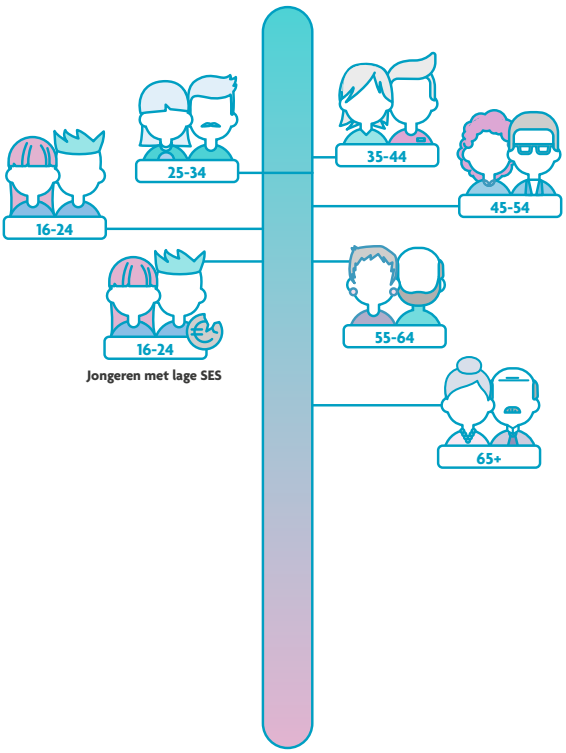
Online inschrijven als werkzoekend bij de overheid (bv. VDAB-dossier aanmaken)



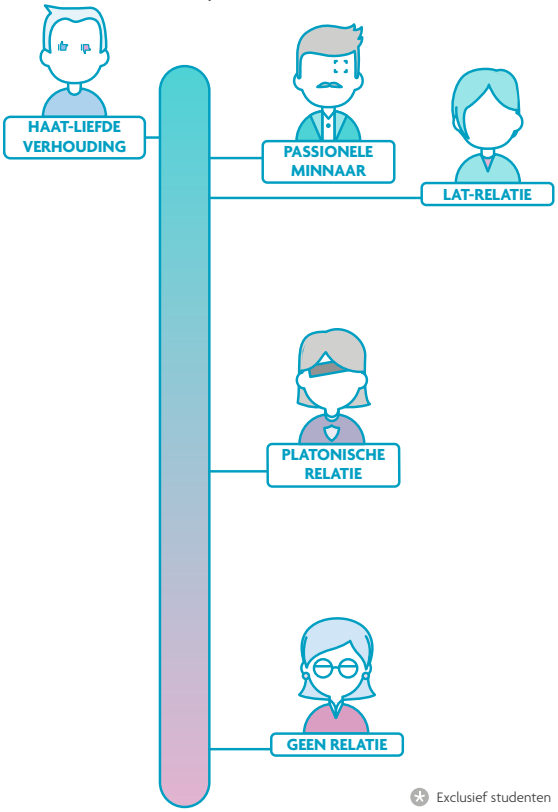


Digitale basisvaardigheden **lager** bij **65+** en het '**Geen Relatie**'-profiel

Ik ondervind **weinig** moeilijkheden



Ik ondervind **weinig** moeilijkheden



⊛ Exclusief studenten

Corona-impact

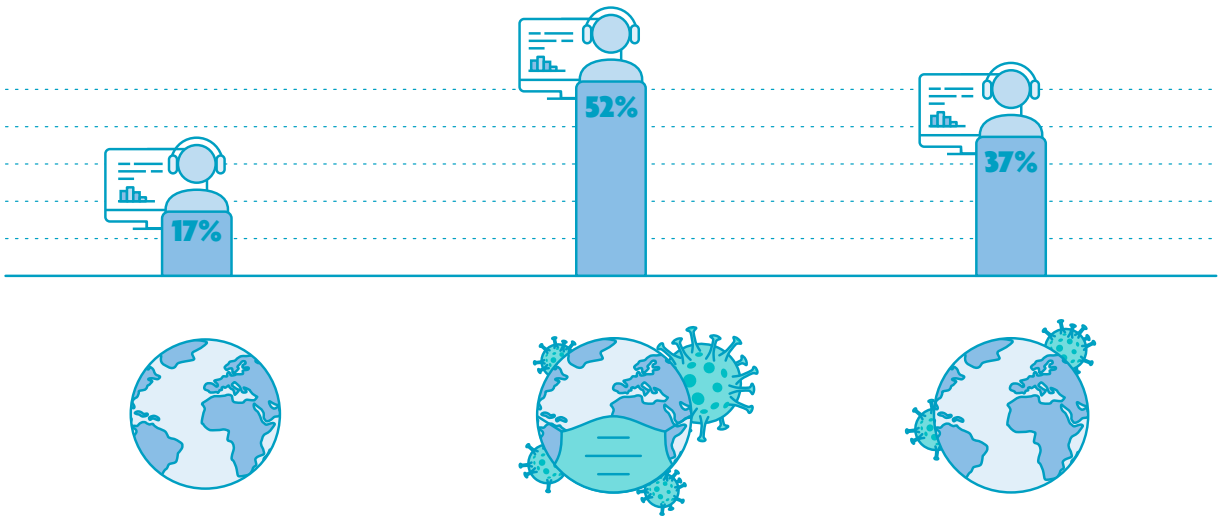
"Ik beschik over **voldoende digitale vaardigheden** om zorgeloos thuis te kunnen werken of les te kunnen volgen"

"Mijn **baas/manager** vindt het **oké** dat ik **thuis werk**"

"Door de **coronacrisis** sta ik **positiever** ten opzichte van **digitale technologieën** "

"Dankzij **digitale technologieën** was de **coronacrisis aangenamer**"

Thuis werken of **les volgen** wordt **nog steeds meer** gedaan dan voor de coronacrisis



ATTITUDES EN VAARDIGHEDEN

Het gezegde 'Nood breekt wet' bleek de voorbije twee jaar tijdens de pandemie op te gaan voor een aantal oude gewoontes en 'analoge' wetmatigheden. Door de uitzonderlijke omstandigheden, denk bijvoorbeeld aan 'social distancing', stapte men versneld over naar een aantal digitale alternatieven, zoals contactloos betalen. In Digimeter 2020 was deze evolutie al merkbaar en op basis van de resultaten van dit jaar lijkt er op meerdere vlakken een blijvende impact inzake adoptie en gebruik van digitale technologie te zijn. Deze digitale versnelling blijkt ook te resulteren in een positievere attitude ten aanzien van technologie. Dit uit zich in een sterk gestegen interesse voor digitale technologieën en een positievere score voor stellingen die technologie als leuk en gemakkelijk beschouwen en die technologie zien als iets dat onze levens comfortabeler maakt.

Ondanks deze positievere attitude wordt niet alles wat technologisch mogelijk is ook wenselijk geacht. Eerder in het rapport zagen we al een toegenomen bezorgdheid en nood aan controle over persoonlijke data. Er is tevens een stijging van het aantal Vlamingen dat ervan overtuigd is dat mensen te afhankelijk worden van technologie (65%, +5), alsook 19% (+2) die aangeeft moeite te hebben met het handhaven van zijn/haar werk-privébalans door het doorgedreven gebruik van digitale technologie. Vooral bij jongeren is het afhankelijkheidsgevoel met betrekking tot technologie het meest aanwezig.

VERSCHILLENDE SNELHEDEN NA DE GEDWONGEN DIGITALE VERSNELLING

De coronacrisis bracht een enorme digitale versnelling met zich mee. Net als in een wielerwedstrijd gaat een versnelling vaak gepaard met een groep die het tempo niet aankan (de "gelosten" of zij die niet meegaan in de snelle technologische evoluties), een groep die wel mee is met die versnelling, maar zich daarbij wat vergaloppeerd heeft (een groep die meeging in het telewerken, kinderen van thuis uit onderwijs te laten volgen, het gebruik van CST en aanverwante applicaties,...etc.) en een groep die gezwind meefietst en misschien zelfs nog sneller zou willen gaan.

Over de volledige populatie beschouwd lijkt de Vlaming de afgelopen twee jaar alvast vertrouwen getankt te hebben betreffende zijn/haar digitale vaardigheden. Omgaan met digitale technologie wordt als gemakkelijker gepercipieerd door 65% van de populatie (+9) en waarschijnlijk daarmee samenhangend ook als leuker (72%, +5). Er is een grotere overtuiging dat technologie ons leven makkelijker en comfortabel kan maken (78%, +4). Het overgrote merendeel (88%, +2) heeft ook voldoende vertrouwen in zichzelf om de nodige digitale vaardigheden aan te leren en wanneer dat eens niet zou lukken, is 70% er gerust in dat ze in hun nabije omgeving altijd wel bij iemand terecht kunnen voor een vraag rond digitale technologie.

Toch blijft het duidelijk dat niet iedereen het tempo kan volgen. Voor 48% (+3) van de Vlamingen volgen technologische innovaties elkaar te snel op. Daarmee samenhangend zien we ook een lichte stijging in het aantal Vlamingen voor wie termen gelinkt aan digitale toepassingen te verwarrend zijn (28%, +2). Die stijging is zelfs het grootst bij jongeren in de leeftijdscategorie 16-24 jaar (24%, +7).

DIGITALE KLOOF – ATTITUDE

Hoewel het gestegen zelfvertrouwen en gepercipieerde gemak om met technologieën om te gaan een positieve zaak is, mogen we er ons niet blind op staren. Voor 35% van de Vlamingen (overwegend ouderen), maar ook voor 1 op 10 jongeren wordt de omgang met digitale technologieën niet als makkelijk en evident ervaren. Ook voor meer dan 3 op 10 jongeren (30% bij 16-24 en 37% bij 25-34) komen technologische veranderingen en innovaties te snel achter elkaar. 6% van de 16-24-jarigen hebben onvoldoende vertrouwen in zichzelf om digitale vaardigheden aan te leren, en in tegenstelling tot de daling in het aantal Vlamingen (23%, -3) dat technologieën heeft vermeden omdat ze er niet vertrouwd mee zijn, stijgt dat vermijdingsgedrag bij de jongsten tot 17% (+4). Hetzelfde zien we voor het aantal Vlamingen dat twijfelt om digitale toepassingen te gebruiken omdat ze fouten vrezen te maken. Dit aantal blijft stabiel voor de totale populatie (23%), maar stijgt licht bij jongeren (18%, +2).

Ook een aantal digitale basisvaardigheden als online overschrijvingen (5%), tickets (10%) of andere zaken online aankopen (6%) en het zoeken naar een online vacature (11%) blijven voor een deel van de Vlamingen nog steeds geen evidentie, ook niet voor jongeren.

In het spoor van de digitale versnelling door de coronacrisis is de digitale kloof niet alleen op vlak van connectiviteit (zie ook eerder in dit rapport), maar zeker ook op vlak van vaardigheid en attitude nog steeds een feit. In de Digiprofielen komt dat tot uiting in de 17% Vlamingen die geen relatie met technologie heeft weten op te bouwen.

CORONA EN THUISWERKEN

Ook in 2021 was thuiswerken grotendeels de norm in Vlaanderen voor wie dit een optie was. 52% van de Vlamingen zegt in staat geweest te zijn om minstens een aantal dagen per week thuis te werken of les te volgen. Vooral bij mensen uit gezinnen met hogere inkomens was dat het geval (68%). De Vlamingen die geregeld thuiswerkten of les volgden, hadden doorgaans de nodige hardware (89%) en software (92%) om dit te kunnen doen. Echter, voor 1 op 10 is dat nog steeds niet het geval en bij gezinnen met een laag inkomen stijgt dit zelfs tot 14%.

Het merendeel van de Vlamingen voelt zich goed bij deze nieuwe manier van werken, al geeft 1 op 5 (19%) aan dat het moeilijk is om de digitale balans te handhaven. Bij jongeren (onder 35 jaar) en de leeftijdsgroep 35-44 stijgt dat zelfs respectievelijk naar 22% (+2) en 23% (+5). De voordelen van telewerken en afstandsonderwijs zijn met andere woorden duidelijk, maar het ‘empoweren’ van mensen om hun digitale balans te handhaven blijft een even duidelijk aandachtspunt.

ATTITUDE MET BETREKKING TOT TECHNOLOGIE, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2018

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ik ben geïnteresseerd in digitale technologieën	2018	68%	78%	73%	68%	59%	51%	**65%**
	2019	70%	74%	77%	77%	68%	56%	**69%**
	2020	78%	78%	73%	71%	65%	58%	**69%**
	2021	**84%**	**89%**	**83%**	**77%**	**74%**	**68%**	**78%**
Omgaan met digitale technologieën is gemakkelijk voor mij	2018	74%	79%	69%	50%	38%	29%	**54%**
	2019	79%	79%	74%	63%	47%	31%	**59%**
	2020	85%	78%	72%	55%	43%	27%	**56%**
	2021	**89%**	**90%**	**80%**	**67%**	**52%**	**33%**	**65%**
In het algemeen vertrouw ik technologie niet	2018	11%	12%	11%	10%	8%	7%	**10%**
	2019	15%	13%	14%	11%	10%	11%	**12%**
	2020	13%	14%	13%	15%	13%	13%	**14%**
	2021	**10%**	**13%**	**12%**	**15%**	**10%**	**14%**	**12%**
Digitale technologieën gebruiken is leuk	2018	76%	81%	72%	66%	54%	45%	**64%**
	2019	78%	74%	76%	72%	59%	52%	**67%**
	2020	84%	82%	73%	66%	57%	51%	**67%**
	2021	**85%**	**86%**	**85%**	**70%**	**63%**	**56%**	**72%**
Digitale technologieën maken ons leven gemakkelijker en comfortabel	2018	73%	78%	72%	68%	63%	58%	**68%**
	2019	79%	83%	80%	76%	71%	64%	**74%**
	2020	82%	83%	80%	77%	69%	63%	**74%**
	2021	**87%**	**89%**	**86%**	**77%**	**69%**	**68%**	**78%**
Mensen zijn te afhankelijk van technologie	2019	61%	64%	63%	60%	57%	58%	**60%**
	2020	68%	69%	61%	57%	57%	56%	**60%**
	2021	**68%**	**74%**	**68%**	**65%**	**59%**	**58%**	**65%**
Technologische veranderingen en innovaties komen te vlug na elkaar	2019	30%	27%	33%	44%	48%	55%	**41%**
	2020	30%	34%	37%	45%	53%	59%	**45%**
	2021	**30%**	**37%**	**42%**	**49%**	**54%**	**64%**	**48%**
Digitale technologieën maken mensen dommer	2019	29%	34%	32%	25%	20%	15%	**25%**
	2020	29%	35%	27%	27%	19%	14%	**24%**
	2021	**29%**	**33%**	**28%**	**20%**	**16%**	**12%**	**22%**
Digitale technologieën helpen me meer of betere relaties te hebben met vrienden en familie	2019	34%	35%	27%	24%	22%	24%	**27%**
	2020	45%	35%	35%	27%	25%	31%	**32%**
	2021	**51%**	**45%**	**41%**	**27%**	**30%**	**32%**	**37%**
Digitale technologieën maken het voor mij moeilijk om de werk-privébalans te handhaven*	2020	20%	20%	18%	16%	13%	18%	**17%**
	2021	**22%**	**22%**	**23%**	**17%**	**14%**	**0%**	**19%**
In mijn dagelijkse leven ben ik afhankelijk van digitale technologie	**2021**	**71%**	**76%**	**66%**	**58%**	**45%**	**27%**	**54%**

Ga je akkoord met deze stellingen over digitale technologieën? - (helemaal) akkoord
*Filter op professioneel actieve respondenten

ATTITUDE MET BETREKKING TOT TECHNOLOGIE, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ik ben geïnteresseerd in digitale technologieën	75%	75%	79%	89%	**78%**
Omgaan met digitale technologieën is gemakkelijk voor mij	67%	56%	62%	80%	**65%**
In het algemeen vertrouw ik technologie niet	13%	16%	9%	7%	**12%**
Digitale technologieën gebruiken is leuk	72%	66%	72%	84%	**72%**
Digitale technologieën maken ons leven gemakkelijker en comfortabel	77%	70%	81%	90%	**78%**
Mensen zijn te afhankelijk van technologie	68%	66%	61%	60%	**65%**
Technologische veranderingen en innovaties komen te vlug na elkaar	45%	58%	46%	36%	**48%**
Digitale technologieën maken mensen dommer	24%	20%	21%	23%	**22%**
Digitale technologieën helpen me meer of betere relaties te hebben met vrienden en familie	39%	34%	37%	38%	**37%**
Digitale technologieën maken het voor mij moeilijk om de werk-privébalans te handhaven*	17%	23%	21%	17%	**19%**
In mijn dagelijkse leven ben ik afhankelijk van digitale technologie	56%	45%	54%	69%	**54%**

Ga je akkoord met deze stellingen over digitale technologieën? - (helemaal) akkoord
*Filter op professioneel actieve respondenten

ATTITUDE MET BETREKKING TOT TECHNOLOGIE, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Ik ben geïnteresseerd in digitale technologieën	96%	99%	80%	72%	42%	**78%**
Omgaan met digitale technologieën is gemakkelijk voor mij	95%	98%	63%	53%	12%	**65%**
In het algemeen vertrouw ik technologie niet	2%	6%	15%	16%	23%	**12%**
Digitale technologieën gebruiken is leuk	95%	96%	78%	62%	28%	**72%**
Digitale technologieën maken ons leven gemakkelijker en comfortabel	97%	96%	83%	70%	41%	**78%**
Mensen zijn te afhankelijk van technologie	39%	66%	73%	70%	75%	**65%**
Technologische veranderingen en innovaties komen te vlug na elkaar	18%	31%	52%	62%	76%	**48%**
Digitale technologieën maken mensen dommer	12%	28%	24%	24%	22%	**22%**
Digitale technologieën helpen me meer of betere relaties te hebben met vrienden en familie	50%	45%	43%	25%	22%	**37%**
Digitale technologieën maken het voor mij moeilijk om de werk-privébalans te handhaven*	10%	23%	28%	19%	12%	**19%**
In mijn dagelijkse leven ben ik afhankelijk van digitale technologie	62%	80%	65%	40%	26%	**54%**

Ga je akkoord met deze stellingen over digitale technologieën? - (helemaal) akkoord
*Filter op professioneel actieve respondenten

TECHNOLOGISCHE VAARDIGHEDEN, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2017

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ik heb er vertrouwen in dat ik in staat ben om digitale vaardigheden te leren	2017	78%	87%	81%	75%	70%	55%	**72%**
	2018	80%	89%	88%	83%	77%	67%	**80%**
	2019	80%	86%	85%	85%	80%	74%	**81%**
	2020	91%	93%	92%	89%	84%	73%	**86%**
	2021	**94%**	**96%**	**96%**	**89%**	**84%**	**77%**	**88%**
Termen gelinkt aan digitale toepassingen vind ik verwarrend	2017	10%	14%	12%	23%	34%	41%	**25%**
	2018	19%	14%	19%	29%	34%	35%	**26%**
	2019	21%	17%	18%	22%	32%	39%	**26%**
	2020	17%	15%	15%	25%	33%	43%	**26%**
	2021	**24%**	**17%**	**20%**	**26%**	**31%**	**42%**	**28%**
Ik heb digitale toepassingen vermeden omdat ik er niet vertrouwd mee ben	2017	13%	15%	14%	27%	35%	41%	**26%**
	2018	15%	12%	17%	21%	27%	35%	**22%**
	2019	16%	15%	18%	23%	24%	34%	**23%**
	2020	13%	19%	18%	26%	29%	40%	**26%**
	2021	**17%**	**14%**	**19%**	**24%**	**27%**	**32%**	**23%**
Ik twijfel om digitale toepassingen te gebruiken omdat ik vrees fouten te maken die ik niet kan rechtzetten	2017	7%	11%	9%	22%	28%	36%	**21%**
	2018	16%	10%	12%	19%	27%	28%	**20%**
	2019	15%	13%	14%	21%	26%	30%	**21%**
	2020	16%	10%	12%	23%	29%	39%	**23%**
	2021	**18%**	**13%**	**15%**	**19%**	**28%**	**38%**	**23%**
Ik denk dat ik op professioneel vlak niet genoeg met techologie kan omgaan	2019	26%	22%	19%	32%	36%	31%	**28%**
	2020	16%	12%	16%	23%	30%	40%	**25%**
	2021	**18%**	**11%**	**18%**	**24%**	**28%**	**39%**	**24%**
Ik kan de meest voorkomende problemen, die gepaard gaan met het gebruik van digitale technologie, oplossen	2019	59%	69%	65%	57%	39%	28%	**51%**
	2020	71%	71%	66%	54%	41%	30%	**53%**
	2021	**73%**	**80%**	**72%**	**58%**	**46%**	**32%**	**57%**
Omgaan met digitale technologieën is gemakkelijk voor mij	2018	74%	79%	69%	50%	38%	29%	**54%**
	2019	79%	79%	74%	63%	47%	31%	**59%**
	2020	85%	78%	72%	55%	43%	27%	**56%**
	2021	**89%**	**90%**	**80%**	**67%**	**52%**	**33%**	**65%**
Ik vind het leuk om nieuwe applicaties en technologieën te gebruiken	**2021**	**80%**	**78%**	**74%**	**63%**	**55%**	**51%**	**65%**
Mijn omgeving verwacht dat ik goed met technologie kan omgaan	**2021**	**77%**	**87%**	**78%**	**72%**	**58%**	**38%**	**65%**
In mijn nabije omgeving kan ik terecht bij vrienden, familie, wanneer ik een vraag heb rond digitale technologieën	**2021**	**77%**	**73%**	**67%**	**63%**	**66%**	**72%**	**70%**
Ik ervaar moeilijkheden wanneer de lay-out of werking van een app, website of computerprogramma verandert	**2021**	**15%**	**15%**	**18%**	**24%**	**33%**	**46%**	**27%**

Ga je akkoord met deze stellingen over digitale technologieën? - (helemaal) akkoord

TECHNOLOGISCHE VAARDIGHEDEN, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ik heb er vertrouwen in dat ik in staat ben om digitale vaardigheden te leren	87%	83%	92%	95%	**88%**
Termen gelinkt aan digitale toepassingen vind ik verwarrend	29%	32%	27%	20%	**28%**
Ik heb digitale toepassingen vermeden omdat ik er niet vertrouwd mee ben	23%	28%	23%	17%	**23%**
Ik twijfel om digitale toepassingen te gebruiken omdat ik vrees fouten te maken die ik niet kan rechtzetten	23%	30%	21%	14%	**23%**
Ik denk dat ik op professioneel vlak niet genoeg met techologie kan omgaan	23%	34%	21%	12%	**24%**
Ik kan de meest voorkomende problemen, die gepaard gaan met het gebruik van digitale technologie, oplossen	56%	50%	58%	72%	**57%**
Omgaan met digitale technologieën is gemakkelijk voor mij	67%	56%	62%	80%	**65%**
Ik vind het leuk om nieuwe applicaties en technologieën te gebruiken	65%	59%	64%	75%	**65%**
Mijn omgeving verwacht dat ik goed met technologie kan omgaan	65%	57%	66%	80%	**65%**
In mijn nabije omgeving kan ik terecht bij vrienden, familie, wanneer ik een vraag heb rond digitale technologieën	71%	65%	69%	75%	**70%**
Ik ervaar moeilijkheden wanneer de lay-out of werking van een app, website of computerprogramma verandert	24%	35%	30%	16%	**27%**

Ga je akkoord met deze stellingen over digitale technologieën? - (helemaal) akkoord

TECHNOLOGISCHE VAARDIGHEDEN, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Ik heb er vertrouwen in dat ik in staat ben om digitale vaardigheden te leren	99%	100%	91%	91%	55%	**88%**
Termen gelinkt aan digitale toepassingen vind ik verwarrend	8%	8%	37%	28%	62%	**28%**
Ik heb digitale toepassingen vermeden omdat ik er niet vertrouwd mee ben	6%	6%	30%	23%	56%	**23%**
Ik twijfel om digitale toepassingen te gebruiken omdat ik vrees fouten te maken die ik niet kan rechtzetten	4%	3%	33%	20%	62%	**23%**
Ik denk dat ik op professioneel vlak niet genoeg met techologie kan omgaan	6%	7%	33%	23%	58%	**24%**
Ik kan de meest voorkomende problemen, die gepaard gaan met het gebruik van digitale technologie, oplossen	86%	91%	45%	48%	13%	**57%**
Omgaan met digitale technologieën is gemakkelijk voor mij	95%	98%	63%	53%	12%	**65%**
Ik vind het leuk om nieuwe applicaties en technologieën te gebruiken	92%	93%	66%	51%	22%	**65%**
Mijn omgeving verwacht dat ik goed met technologie kan omgaan	82%	90%	66%	56%	32%	**65%**
In mijn nabije omgeving kan ik terecht bij vrienden, familie, wanneer ik een vraag heb rond digitale technologieën	70%	68%	73%	73%	62%	**70%**
Ik ervaar moeilijkheden wanneer de lay-out of werking van een app, website of computerprogramma verandert	9%	9%	35%	23%	65%	**27%**

Ga je akkoord met deze stellingen over digitale technologieën? - (helemaal) akkoord

MOEILIJKHEDEN MET TECHNOLOGIE, NAAR LEEFTIJD

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Online (= via een app of website) overschrijvingen doen	9%	1%	0%	4%	5%	8%	**5%**
Online aankopen doen (bv. voeding, kleren, werkmateriaal)	3%	1%	1%	5%	8%	13%	**6%**
Online een ticket kopen voor openbaar vervoer (bv. trein- of busticket)	5%	1%	3%	7%	12%	22%	**10%**
Online een reservatie of afspraak maken (bv. doktersafspraak, boek in de bib reserveren)	2%	2%	2%	3%	6%	8%	**4%**
Online jobvacatures zoeken	5%	2%	1%	5%	8%	33%	**11%**
Online solliciteren voor een job (bv. je CV of motivatiebrief uploaden) *	6%	2%	3%	10%	13%	38%	**14%**
Zich online inschrijven als werkzoekend bij de overheid (bv. VDAB-dossier aanmaken) *	17%	1%	3%	7%	13%	39%	**15%**
Online een uitkering aanvragen bij de overheid (bv. werkloosheid, ziekte, invaliditeit) *	34%	9%	9%	12%	17%	35%	**20%**
Online een premie of subsidie aanvragen bij de overheid (bv. voor onderschapsverlof, verbouwing) *	42%	11%	9%	16%	17%	26%	**20%**
Online info vinden over de diensten of hulpverlening van sociale organisaties (bv. OCMW, CAW)	15%	5%	4%	10%	9%	15%	**10%**
Online info vinden over ziekte-, brand-, familiale verzekeringen (bv. over de kostprijs of terugbetaling)	20%	6%	7%	12%	12%	15%	**12%**

In welke mate heb je moeilijkheden met onderstaande taken?
*Exclusief studenten

MOEILIJKHEDEN MET TECHNOLOGIE, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Online (= via een app of website) overschrijvingen doen	9%	5%	2%	0%	**5%**
Online aankopen doen (bv. voeding, kleren, werkmateriaal)	8%	8%	4%	1%	**6%**
Online een ticket kopen voor openbaar vervoer (bv. trein- of busticket)	12%	13%	7%	2%	**10%**
Online een reservatie of afspraak maken (bv. doktersafspraak, boek in de bib reserveren)	6%	5%	3%	0%	**4%**
Online jobvacatures zoeken	12%	15%	11%	3%	**11%**
Online solliciteren voor een job (bv. je CV of motivatiebrief uploaden) *	16%	19%	14%	4%	**14%**
Zich online inschrijven als werkzoekend bij de overheid (bv. VDAB-dossier aanmaken) *	20%	18%	14%	4%	**15%**
Online een uitkering aanvragen bij de overheid (bv. werkloosheid, ziekte, invaliditeit) *	29%	22%	14%	7%	**20%**
Online een premie of subsidie aanvragen bij de overheid (bv. voor onderschapsverlof, verbouwing) *	31%	22%	12%	7%	**20%**
Online info vinden over de diensten of hulpverlening van sociale organisaties (bv. OCMW, CAW)	14%	11%	7%	3%	**10%**
Online info vinden over ziekte-, brand-, familiale verzekeringen (bv. over de kostprijs of terugbetaling)	18%	13%	9%	4%	**12%**

In welke mate kan je volgende zaken uitvoeren zonder hulp van anderen? (zeker/eerder) niet
*Exclusief studenten

MOEILIJKHEDEN MET TECHNOLOGIE, NAAR ATTITUDEPROFIEL

	Passionele Minnaar	Haat-liefde verhouding	Platonische relatie	LAT-relatie	Geen relatie	Totaal
Online (= via een app of website) overschrijvingen doen	2%	0%	5%	0%	19%	**5%**
Online aankopen doen (bv. voeding, kleren, werkmateriaal)	1%	1%	2%	0%	30%	**6%**
Online een ticket kopen voor openbaar vervoer (bv. trein- of busticket)	1%	1%	6%	1%	46%	**10%**
Online een reservatie of afspraak maken (bv. doktersafspraak, boek in de bib reserveren)	1%	0%	2%	0%	20%	**4%**
Online jobvacatures zoeken	1%	0%	6%	1%	54%	**11%**
Online solliciteren voor een job (bv. je CV of motivatiebrief uploaden) *	2%	1%	8%	2%	68%	**14%**
Zich online inschrijven als werkzoekend bij de overheid (bv. VDAB-dossier aanmaken) *	3%	0%	13%	1%	69%	**15%**
Online een uitkering aanvragen bij de overheid (bv. werkloosheid, ziekte, invaliditeit) *	7%	2%	28%	2%	71%	**20%**
Online een premie of subsidie aanvragen bij de overheid (bv. voor onderschapsverlof, verbouwing) *	8%	3%	36%	2%	61%	**20%**
Online info vinden over de diensten of hulpverlening van sociale organisaties (bv. OCMW, CAW)	1%	1%	16%	1%	37%	**10%**
Online info vinden over ziekte-, brand-, familiale verzekeringen (bv. over de kostprijs of terugbetaling)	1%	1%	23%	1%	39%	**12%**

In welke mate kan je volgende zaken uitvoeren zonder hulp van anderen? (zeker/eerder) niet
*Exclusief studenten

MOGELIJKHEID OM THUIS TE WERKEN OF LES TE VOLGEN, NAAR LEEFTIJD

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ja	62%	50%	57%	48%	44%	45%	**52%**
Nee	28%	39%	33%	39%	39%	40%	**36%**
Ik weet het niet	10%	11%	10%	12%	18%	15%	**12%**

Laat je job of je studie toe dat je een aantal dagen in de week van thuis uit kan werken of les kan volgen?
(bijvoorbeeld: een bakker, verpleegkundige of loodgieter kan niet van thuis uit werken)
Exclusief gepensioneerd en niet actief op de arbeidsmarkt

MOGELIJKHEID OM THUIS TE WERKEN OF LES TE VOLGEN, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ja	54%	38%	54%	68%	**52%**
Nee	32%	40%	41%	30%	**36%**
Ik weet het niet	13%	22%	5%	1%	**12%**

Laat je job of je studie toe dat je een aantal dagen in de week van thuis uit kan werken of les kan volgen?
(bijvoorbeeld: een bakker, verpleegkundige of loodgieter kan niet van thuis uit werken)
Exclusief gepensioneerd en niet actief op de arbeidsmarkt

FREQUENTIE THUISWERKEN OF LES VOLGEN VOOR/TIJDENS/NA DE CORONACRISIS, NAAR LEEFTIJD

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Thuiswerken of les volgen voor de coronacrisis	Maandelijks	15%	22%	28%	26%	21%	31%	**23%**
	Wekelijks	11%	14%	20%	20%	19%	25%	**17%**
	Dagelijks	4%	4%	4%	5%	6%	0%	**5%**
Thuiswerken of les volgen tijdens de coronacrisis	Maandelijks	82%	53%	61%	48%	40%	31%	**57%**
	Wekelijks	78%	48%	56%	43%	36%	31%	**52%**
	Dagelijks	63%	36%	42%	33%	25%	18%	**39%**
Thuiswerken of les volgen na de coronacrisis	Maandelijks	47%	43%	51%	37%	32%	31%	**42%**
	Wekelijks	39%	38%	44%	34%	28%	31%	**37%**
	Dagelijks	7%	13%	12%	11%	10%	0%	**11%**

Hoe vaak heb je reeds thuis gewerkt of les gevolgd?
Exclusief gepensioneerd en niet actief op de arbeidsmarkt

FREQUENTIE THUISWERKEN OF LES VOLGEN VOOR/TIJDENS/NA DE CORONACRISIS, NAAR SES

		Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Thuiswerken of les volgen voor de coronacrisis	Maandelijks	20%	17%	28%	32%	**23%**
	Wekelijks	15%	12%	22%	22%	**17%**
	Dagelijks	7%	4%	3%	4%	**5%**
Thuiswerken of les volgen tijdens de coronacrisis	Maandelijks	66%	35%	57%	72%	**57%**
	Wekelijks	62%	31%	54%	65%	**52%**
	Dagelijks	49%	20%	40%	51%	**39%**
Thuiswerken of les volgen na de coronacrisis	Maandelijks	42%	28%	46%	60%	**42%**
	Wekelijks	35%	24%	42%	54%	**37%**
	Dagelijks	8%	9%	13%	14%	**11%**

Hoe vaak heb je reeds thuis gewerkt of les gevolgd?
Exclusief gepensioneerd en niet actief op de arbeidsmarkt

TECHNOLOGISCHE CONTEXT ROND THUISWERKEN, NAAR LEEFTIJD

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Ik heb de nodige hardware om thuis te werken of les te volgen	89%	88%	90%	87%	94%	100%	**89%**
Ik heb de nodige software om thuis te werken of les te volgen	92%	94%	94%	89%	93%	100%	**92%**
Mijn baas/manager vindt het oké dat ik thuis werk	53%	70%	75%	73%	76%	76%	**72%**
Thuiswerken is beter voor mijn privé-werkbalans	35%	54%	64%	67%	58%	11%	**59%**
Ik krijg meer gedaan op een dag wanneer ik thuiswerk	42%	47%	55%	56%	52%	16%	**50%**
Ik beschik over voldoende digitale vaardigheden om zorgeloos thuis te kunnen werken of les te kunnen volgen	90%	94%	92%	88%	86%	76%	**90%**
Er is een rustige ruimte waar ik thuis kan werken of les kan volgen	83%	81%	84%	81%	90%	100%	**83%**
Ik vind het leuk om thuis te werken of les te volgen	55%	65%	70%	70%	68%	73%	**65%**
Door de mogelijkheden van thuis te werken of les te volgen wil ik minder fysiek aanwezig zijn op school of op het werk	46%	52%	60%	55%	48%	24%	**52%**
Ik heb voldoende digitale vaardigheden om mijn kinderen te ondersteunen op het vlak van teleonderwijs	100%	74%	85%	80%	71%	0%	**80%**
Mijn gezin beschikt over voldoende toestellen om thuis te kunnen werken en les te volgen	88%	91%	89%	87%	89%	100%	**89%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
Exclusief gepensioneerd en niet actief op de arbeidsmarkt

TECHNOLOGISCHE CONTEXT ROND THUISWERKEN, NAAR SES

	Student/ geen info	Laag SES	Midden SES	Hoog SES	Totaal
Ik heb de nodige hardware om thuis te werken of les te volgen	90%	86%	92%	90%	**89%**
Ik heb de nodige software om thuis te werken of les te volgen	91%	87%	95%	97%	**92%**
Mijn baas/manager vindt het oké dat ik thuis werk	64%	68%	72%	78%	**72%**
Thuiswerken is beter voor mijn privé-werkbalans	53%	59%	62%	60%	**59%**
Ik krijg meer gedaan op een dag wanneer ik thuiswerk	48%	48%	49%	55%	**50%**
Ik beschik over voldoende digitale vaardigheden om zorgeloos thuis te kunnen werken of les te kunnen volgen	89%	87%	92%	95%	**90%**
Er is een rustige ruimte waar ik thuis kan werken of les kan volgen	83%	78%	86%	87%	**83%**
Ik vind het leuk om thuis te werken of les te volgen	60%	63%	67%	74%	**65%**
Door de mogelijkheden van thuis te werken of les te volgen wil ik minder fysiek aanwezig zijn op school of op het werk	49%	49%	54%	58%	**52%**
Ik heb voldoende digitale vaardigheden om mijn kinderen te ondersteunen op het vlak van teleonderwijs	75%	74%	86%	85%	**80%**
Mijn gezin beschikt over voldoende toestellen om thuis te kunnen werken en les te volgen	87%	81%	93%	95%	**89%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord
Exclusief gepensioneerd en niet actief op de arbeidsmarkt

TECHNOLOGIEGEBRUIK TIJDENS DE CORONACRISIS, NAAR LEEFTIJD. EVOLUTIE SINDS 2020

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Door de lockdown/coronacrisis is het voor mij duidelijk dat ik niet klaar ben om alles online en digitaal te doen	2020	32%	19%	16%	20%	27%	31%	**24%**
	2021	**24%**	**13%**	**12%**	**13%**	**15%**	**21%**	**17%**
Het was voor mij moeilijk om in de lockdown/coronacrisis privé en werkgelerateerde/studiegerelateerde zaken plots allemaal digitaal te doen	2020	37%	16%	16%	16%	17%	20%	**20%**
	2021	**26%**	**13%**	**13%**	**15%**	**13%**	**28%**	**16%**
Door de lockdown/coronacrisis sta ik positiever ten opzichte van digitale technologieën	2020	37%	36%	40%	36%	37%	40%	**38%**
	2021	**45%**	**41%**	**37%**	**34%**	**34%**	**34%**	**37%**
Dankzij digitale technologieën was de lockdown/coronacrisis aangenamer	2020	81%	76%	68%	61%	60%	48%	**64%**
	2021	**80%**	**74%**	**73%**	**64%**	**54%**	**42%**	**62%**

Ga je akkoord met deze stellingen? - (helemaal) akkoord

BIJLAGEN

VIDEOPROFIELEN SEGMENTATIE

De kijkpatronen in Vlaanderen kunnen we opsplitsen in vier verschillende profielen. Het eerste profiel is de **Klassieke TV kijker** (42%). Dit is gemiddeld het oudste van de vier profielen (59 jaar). Ze houden vast aan de conventionele manier van televisie kijken. Ze kijken vooral live, maar ook uitgesteld tv op het tv-scherm. Hun kijkpatroon is zeer volgend, het wordt quasi exclusief bepaald door wat de lokale zenders voor hen cureren, selecteren en programmeren. Dit is met andere woorden het traditionele segment van kijkers bij wie de kijkervaring beperkt blijft tot het kijken naar televisiecontent van televisiezenders op een televisiescherm. Al komt ook dat laatste wat in het gedrang, omdat we in 2021 ook bij dit oudere segment een opmerkelijke stijging kunnen waarnemen van het gebruik van de online zenderplatformen (+9 naar 21% van dit segment dat de stap naar online zenderplatformen zette).

Het tweede en derde profiel hebben een breed crossmediaal kijkpatroon. Ze hebben een mediarijk huishouden, een gemiddelde leeftijd van 42 en zijn niet bang om via verschillende toestellen en platformen video's te kijken. Hierin herkennen we de **Crossmediale TV kijker** (25%) en de **Crossmediale gemakskijker** (9%). Beide profielen kijken nog live en uitgesteld tv, maar combineren dat met websites en apps van tv-zenders, betalende streamingplatformen en het volgen van personenmerken op sociale media. Het verschil tussen de twee profielen kan gevonden worden in de intensiteit waarmee ze deze gebruiken.

De **Crossmediale TV kijker** (25%) bestaat vooral uit volwassenen met al wat oudere, nog thuiswonende kinderen. Ze blijven vasthouden aan de lokale mediamerken als gids van hun kijkervaring. Ze kijken zeer vaak live en uitgesteld naar tv, maar vullen dit aan met gratis online video's van tv-zenders of providers (VRT.NU, VTM.GO, GO.PLAY). Meer dan de helft van hen gebruikt ondertussen ook een betalend abonnement op een streamingplatform. Zo heeft meer dan de helft Netflix en 15% Disney+. Cumuleren van streamingabonnementen doen ze bijna nooit. Streaming is bij hen een extra laagje dat er bovenop komt, maar de referentie voor de kijkervaring is wel nog steeds het aanbod van de lokale televisiezenders. Streamz lijkt het coronamomentum te hebben gemist in deze groep. Opmerkelijkste verandering in dit segment in het voorbije jaar is de sterk gestegen consumptie van video in sociale media (vooral Youtube en Instagram) en het volgen van personenmerken (37%, +16) via allerlei video- en audio (podcast)-platformen

De **Crossmediale gemakskijker** (9%) heeft grotendeels dezelfde gewoontes als het vorige segment, maar onderscheidt zich vooral in zijn bestedingsgedrag om te kijken naar wat ze willen wanneer ze willen. Ook zij kijken zeer vaak live en uitgesteld tv, maar blijven het meest van al vasthouden aan de extra betaalpakketten (sport, films, series) van de operator, en cumuleren ook opvallend meer dan de anderen in streamingplatformen, 43% heeft twee en 20% heeft zelfs drie streamingplatformen. Binnen deze cumulerende Streamingprofielen, lijkt Streamz wel een vaste waarde te worden. Het gratis online aanbod en sociale media worden door dit segment dan weer minder gebruikt dan door het vorige segment.

Het laatste profiel, de **Zelfbeschikkende Streamer** (24%) is het jongste van de vier (gemiddeld 35 jaar). Voor dit profiel zijn personenmerken heel belangrijk: ze volgen influencers op sociale media (Tiktok!) en kijken geregeld gaming video's via Youtube of Twitch. Naast deze sociale media, zijn vooral de betalende streamingplatformen het referentiepunt in hun kijkervaring. Netflix is bij hen het meest populair, maar ook Disney+ en Amazon Prime Video worden af en toe gebruikt om de avond door te komen. In tegenstelling tot de andere drie profielen maakt deze nog amper gebruik van live of uitgesteld tv kijken. De cord-cutters in Vlaanderen bevinden zich quasi uitsluitend in dit segment (1 op 5 binnen dit profiel).

Tijdens twee jaar pandemie werden onze levens grondig dooreen geschud, waaronder onze digitale gewoontes en gebruiken. Zo kwam er een 'gedwongen' versnelling in de digitale transformatie rond online shoppen, digitaal betalen en online streamen. Hierdoor werd de digitale kloof op een aantal vlakken en bij een aantal segmenten net nog dieper, waaronder ook bij jongeren.

Sinds 2009 brengt imec.digimeter de tendensen rond bezit en gebruik van media en digitale technologie in Vlaanderen in kaart met aandacht voorde attitudes en verwachtingen tegenover nieuwe technologieën. De resultaten en bevindingen in dit rapport zijn gebaseerd op een bevraging bij 2.972 Vlamingen van minstens 16 jaar.

www.imec.be/digimeter

imec

embracing a better life