



E-COMMERCE, DEELECONOMIE EN MAKERS

Positieve attitude, nog veel onbenut potentieel in gebruik

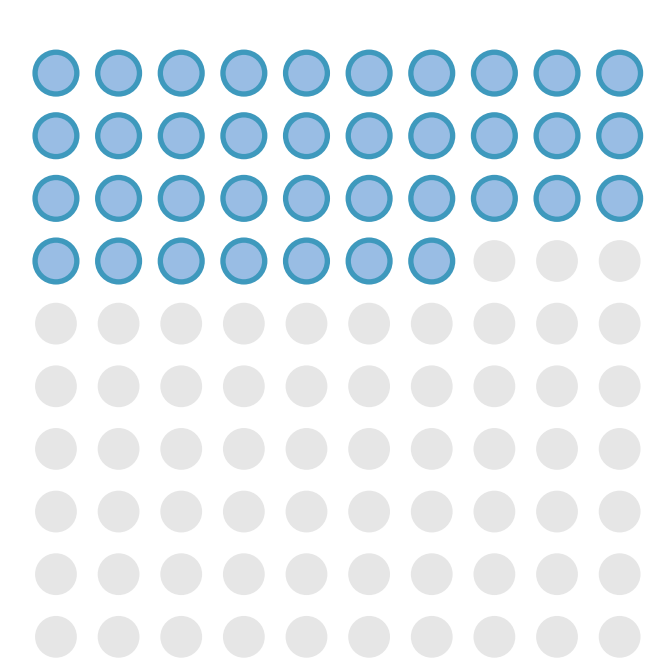
E-COMMERCE

Hoogst bij 25-44 jarigen

○ % MAANDELIJKS GEBRUIK ■ % ALLE LEEFTIJDEN ■ % LEEFTIJDGROEP



ONLINE KOPEN

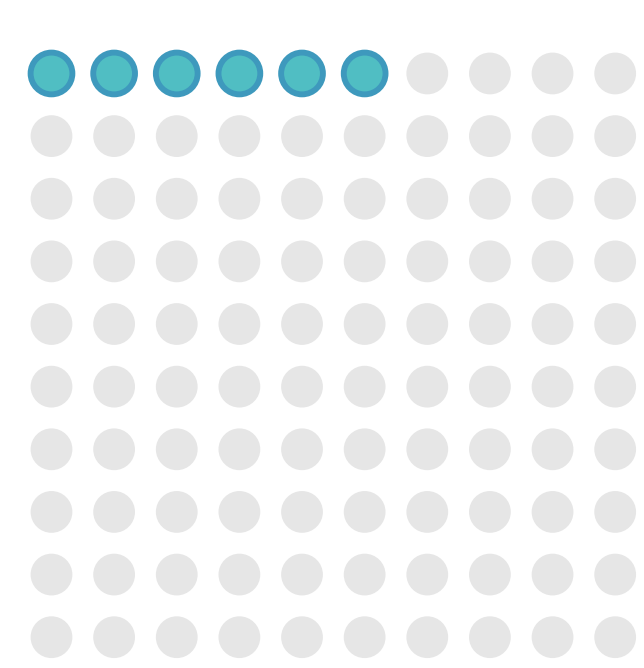


37%

KOOPT REGELMATIG* ONLINE



ONLINE VERKOPEN

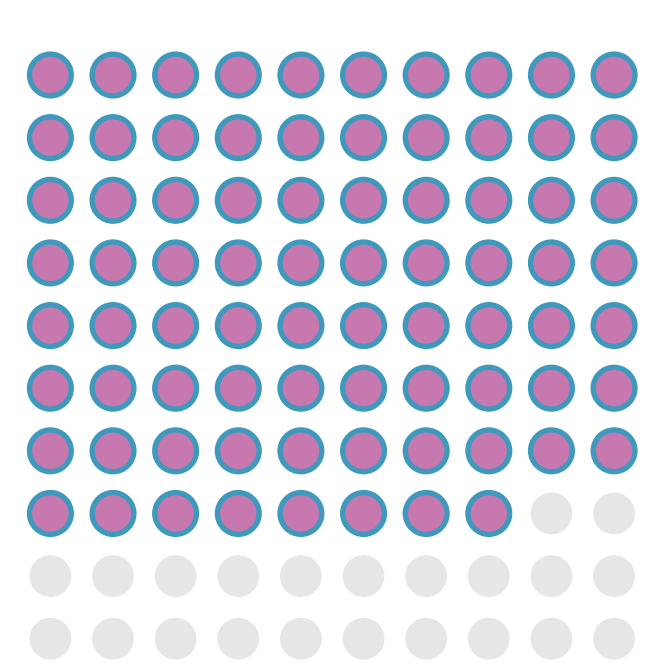


6%

VERKOOPT REGELMATIG* ONLINE



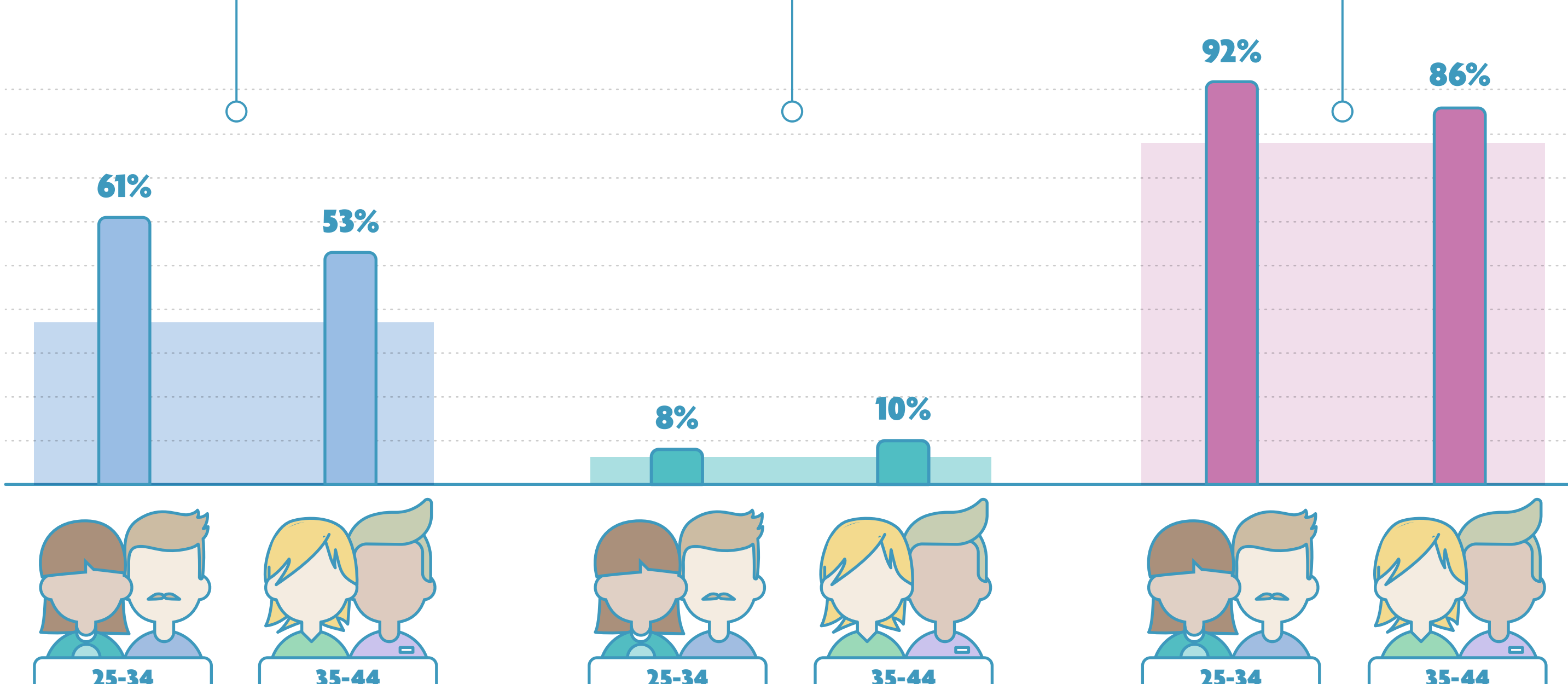
ONLINE BANKING



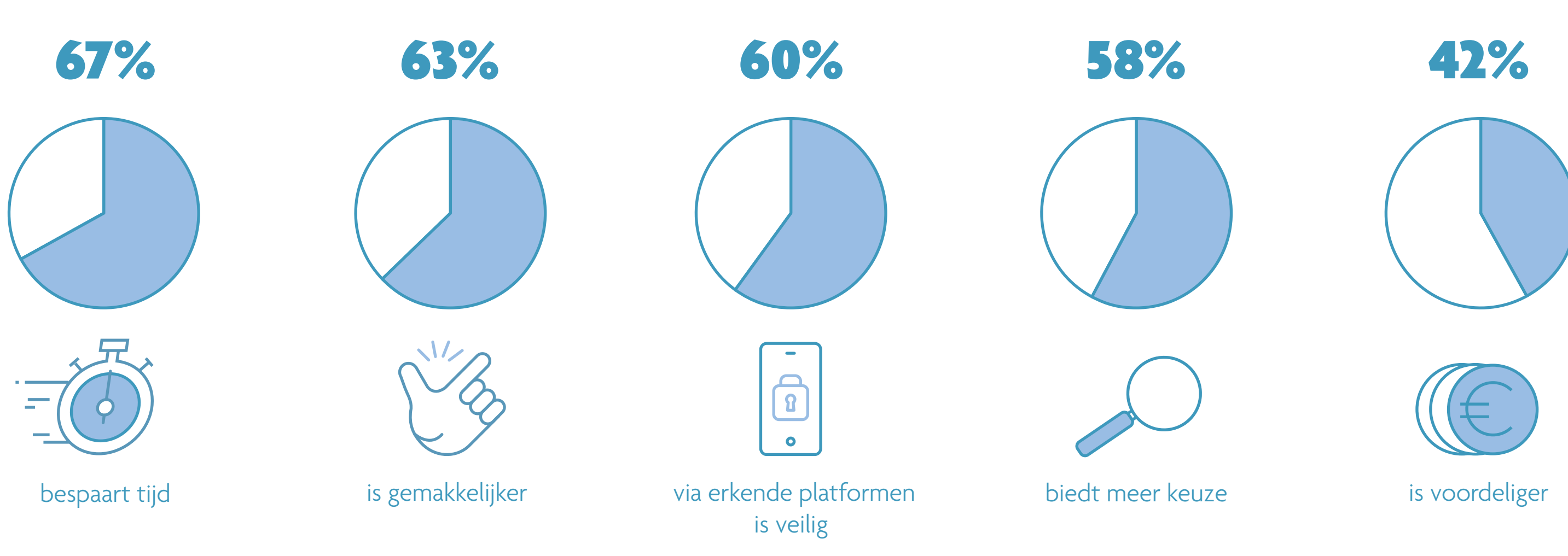
78%

BEHEERT BANKZAKEN* ONLINE

*MINSTENS 1 KEER PER MAAND



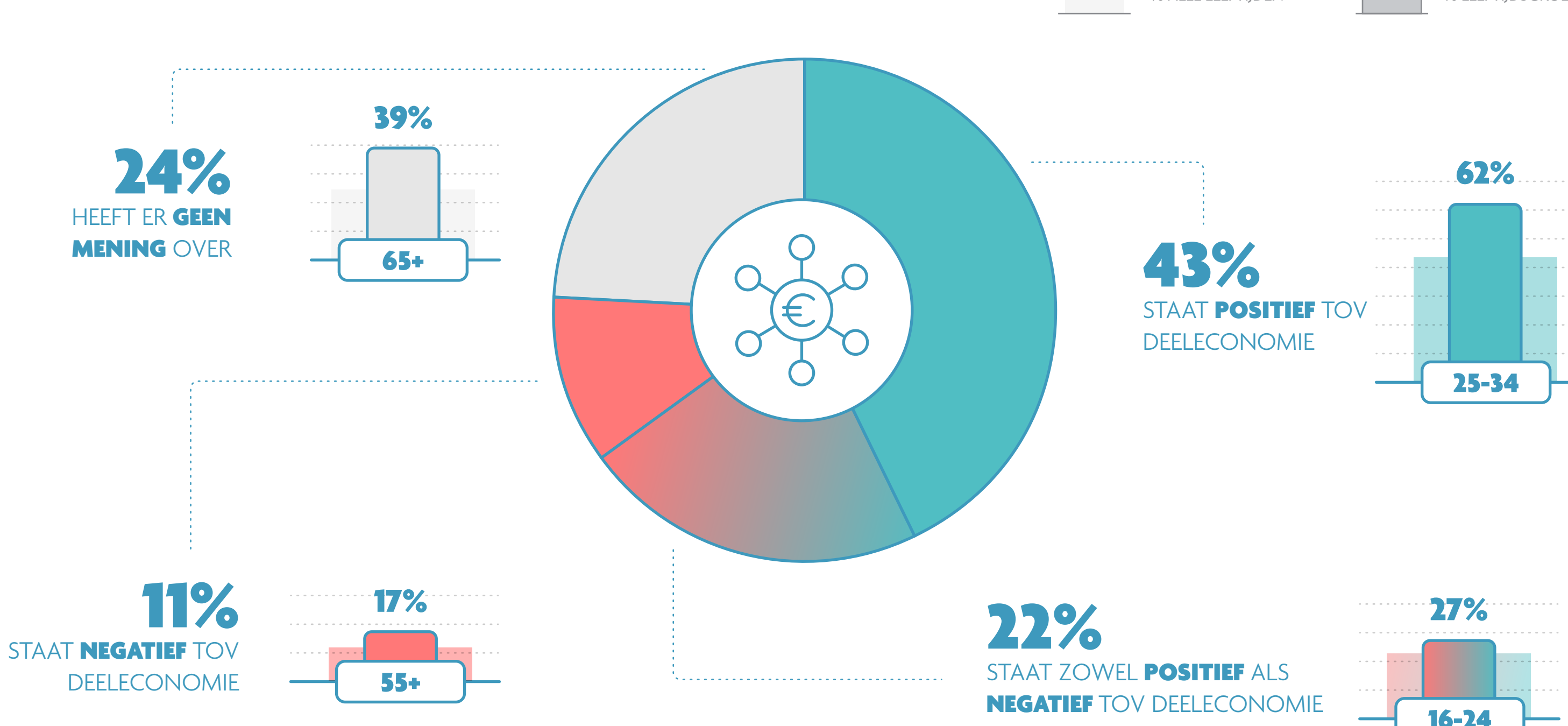
ATTITUDE TEN AANZIEN VAN ONLINE SHOPPEN



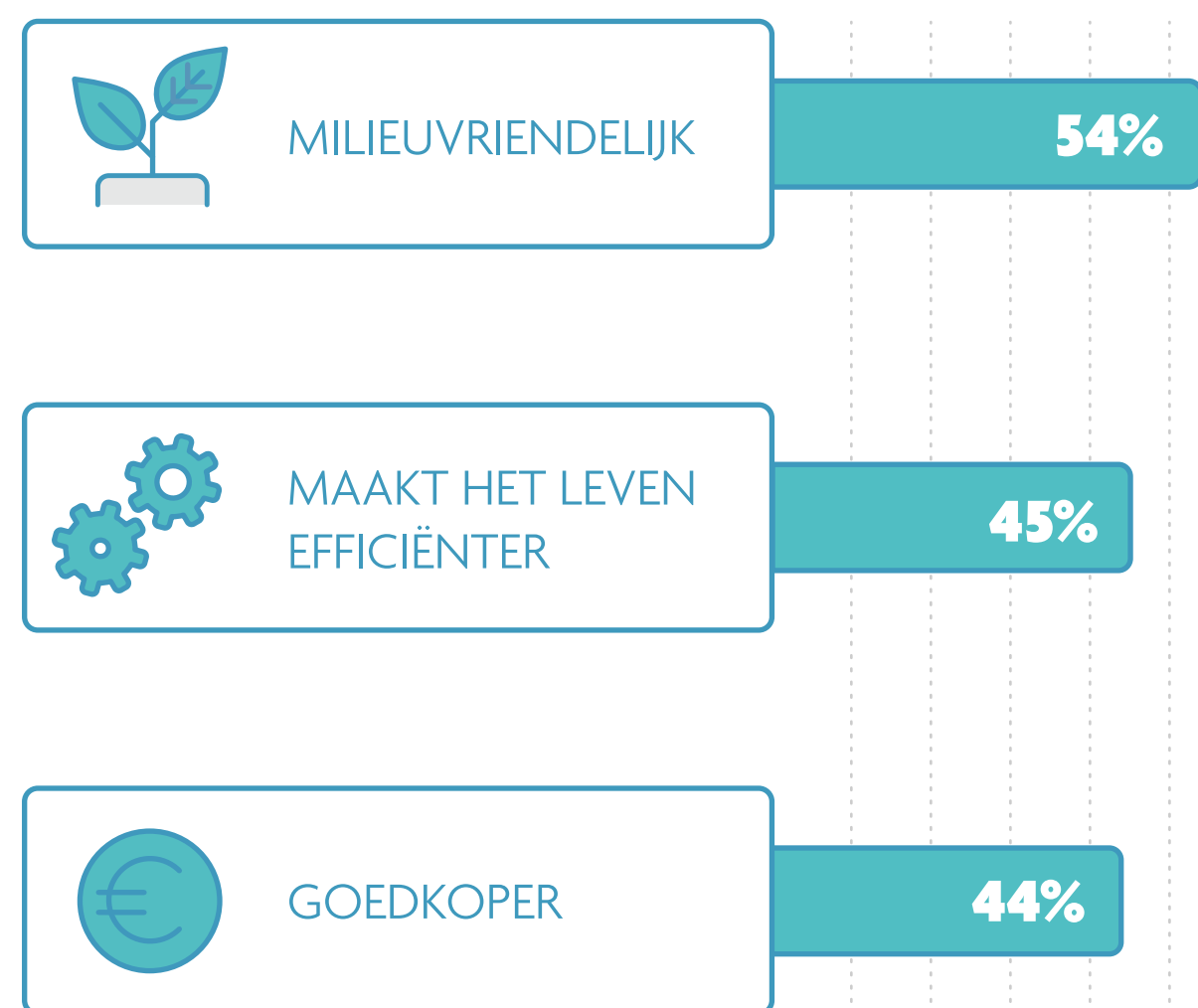
ATTITUDE TEN OPZICHTE VAN DEELECONOMIE

Vlamingen zijn voorzichtig positief, vooral omwille van de impact op milieu en efficiëntie

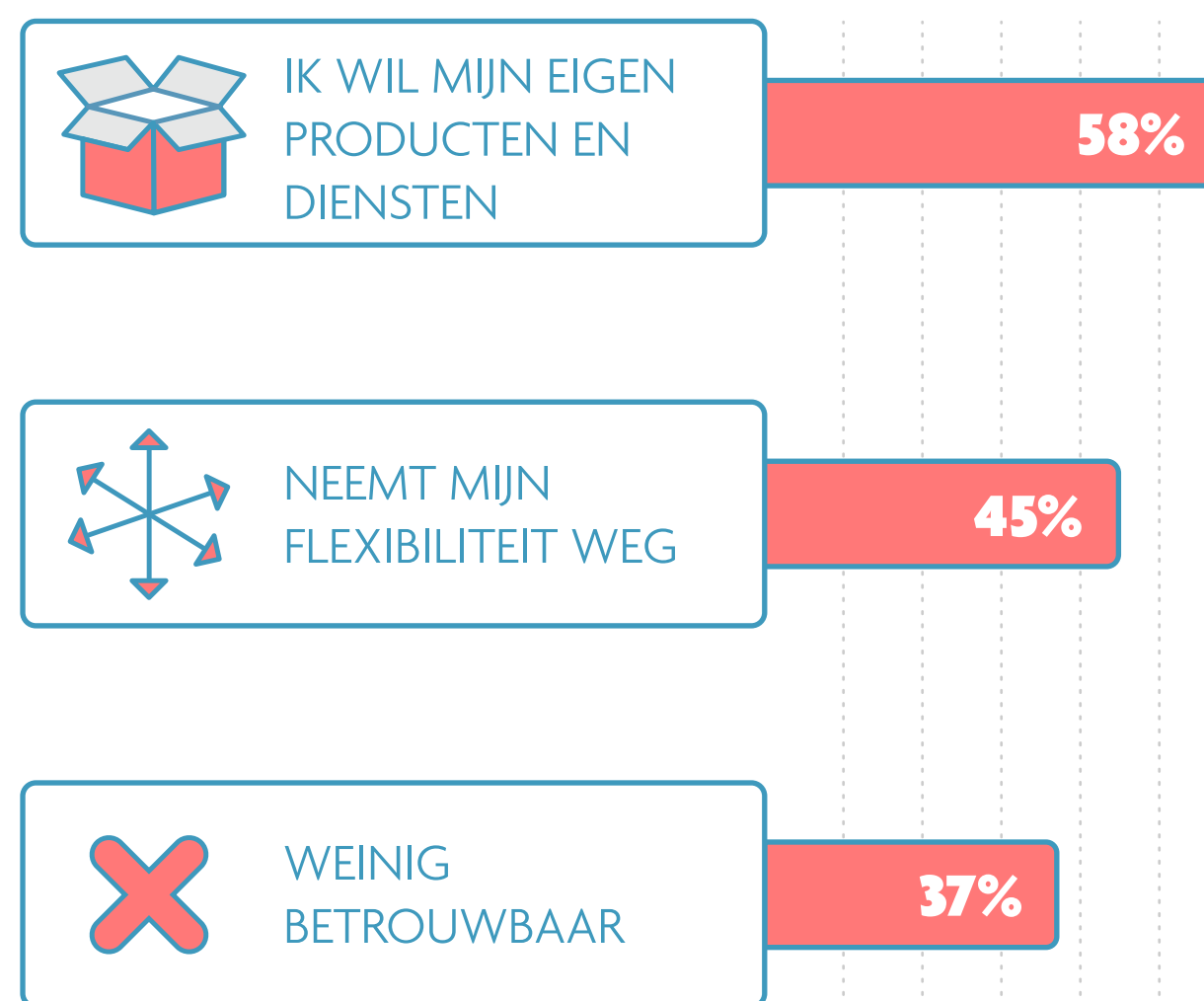
■ % ALLE LEEFTIJDEN ■ % LEEFTIJDGROEP



POSITIEVE ASPECTEN



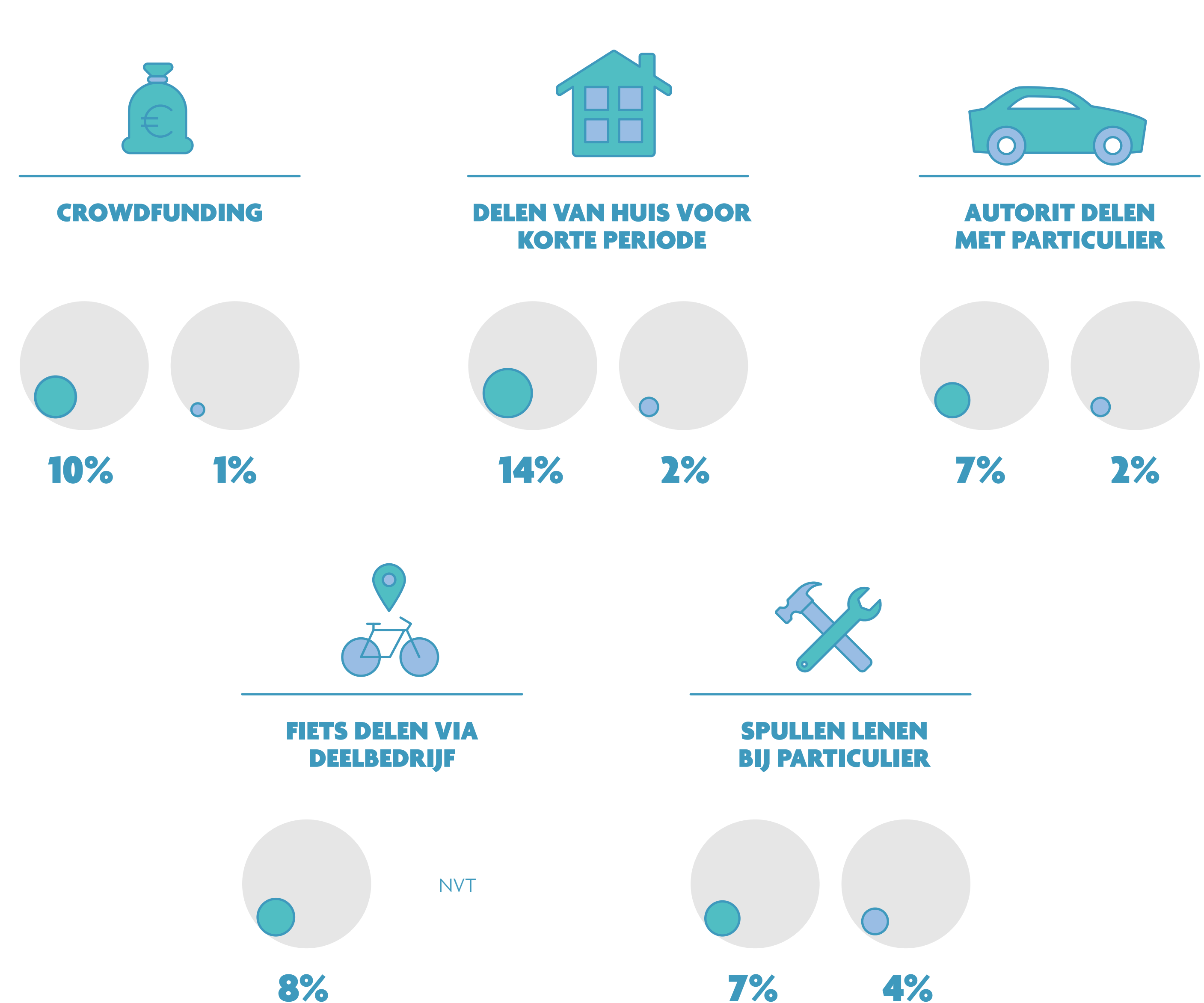
NEGATIEVE ASPECTEN



DEELPLATFORMEN

Gebruik blijft erg niche

○ % ALS KLANT ○ % ALS AANBIEDER



MAKERS

Hoogste aandeel bij jongere leeftijd

