

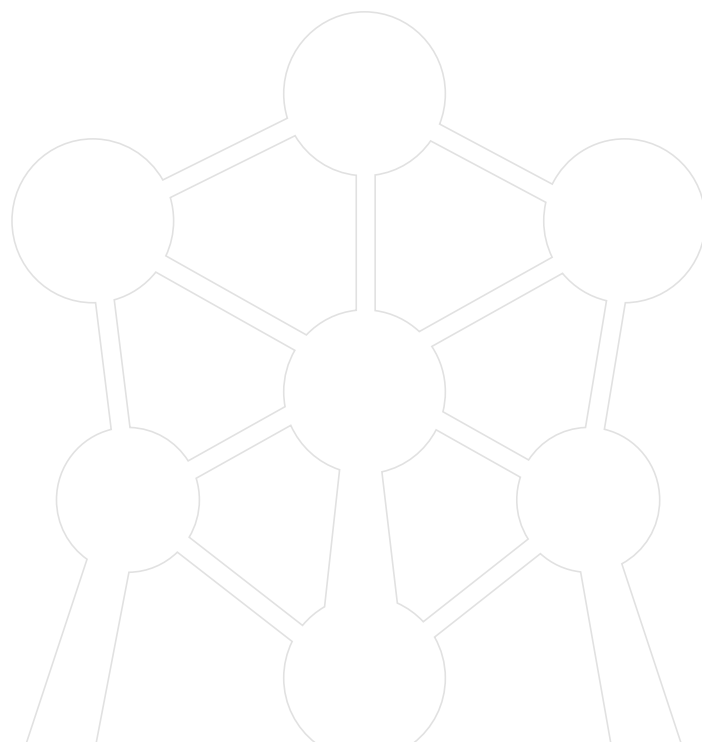


COUNTRY FACTSHEET | APRIL 2016

# België

# Inhoud

<b>01</b>	Inleiding	3
<b>02</b>	Wie is de Belgische consument?	5
<b>03</b>	Wat en hoe kopen Belgische e-shoppers?	7
<b>04</b>	Welke leveringsmethoden verkiezen de Belgen?	9
<b>05</b>	Hoe sterk is de cross-border markt?	10
	Bronnen	12



# 01 Inleiding

België is een belangrijke speler geworden in de wereldwijde e-commerce, gelet op zijn unieke ligging in het hart van Europa. België kan rekenen op een heterogene bevolking, een groeiende markt en een rijke cultuur. Zo biedt dit land een uitstekende e-tailoportunititeit voor bedrijven overal ter wereld.

De positie van de Belgische e-commerce zal mogelijk ook vooruit worden geholpen door een beleidswijziging. Eind 2015 bood een nieuwe wet de mogelijkheid tot nachtwerk in om het even welke sector. Dit bracht nieuwe mogelijkheden met zich mee om te voorzien in de verzendings- en leveringsbehoeften. Vóór de toepassing van deze wet stond het Belgische beleid niet toe dat e-tailers 's nachts leveringen verwerkten, wat het proces vertraagde. Nu mag er ook 's nachts worden gewerkt zodat e-tailers door nachtwerk kunnen zorgen voor een snellere levering indien zij dat willen.



**België<sup>4</sup>**



Nederlands/Frans/Duits



30.528 km<sup>2</sup>



11.250.585 (inwoners)



€ 25.891/jaar  
(\$ 29.467/jaar)

**25%**

wilt een product graag uitproberen

**24%**

aarzelt door de leveringskosten

**19%**

twijfelt of het product wel op het juiste adres wordt geleverd

## Wat verwachten de Belgische e-shoppers?

Belgen gaan op zoek naar lage prijzen, gemak en risicoloos uitproberen<sup>1</sup>, en e-tailers zoals Amazon, Bol.com en Zalando<sup>2</sup> hebben hierop ingespeeld. Het gevolg is dat de Belgische retailers een inspanning hebben gedaan om competitief te blijven op de digitale markt.

Sommige klanten zijn niet overtuigd van het e-commerceverhaal. Bijna 25% wilt een product graag uitproberen - zeker zijn dat kleding past of een product kunnen vasthouden om de kwaliteit te beoordelen. 24% aarzelt door de leveringskosten, terwijl 19% twijfelt of de e-tailers het product wel op het juiste adres zullen leveren.<sup>3</sup>

Deze consumenten zijn misschien nog niet vertrouwd met de recente ontwikkelingen op het vlak van nauwkeurigheid en betrouwbaarheid in de e-commerce. Naarmate de sector zich ontwikkelt en uitbreidt, zullen meer Belgen het online aankoopproces waarschijnlijk net zo goed vertrouwen als een product in de fysieke winkel kopen.

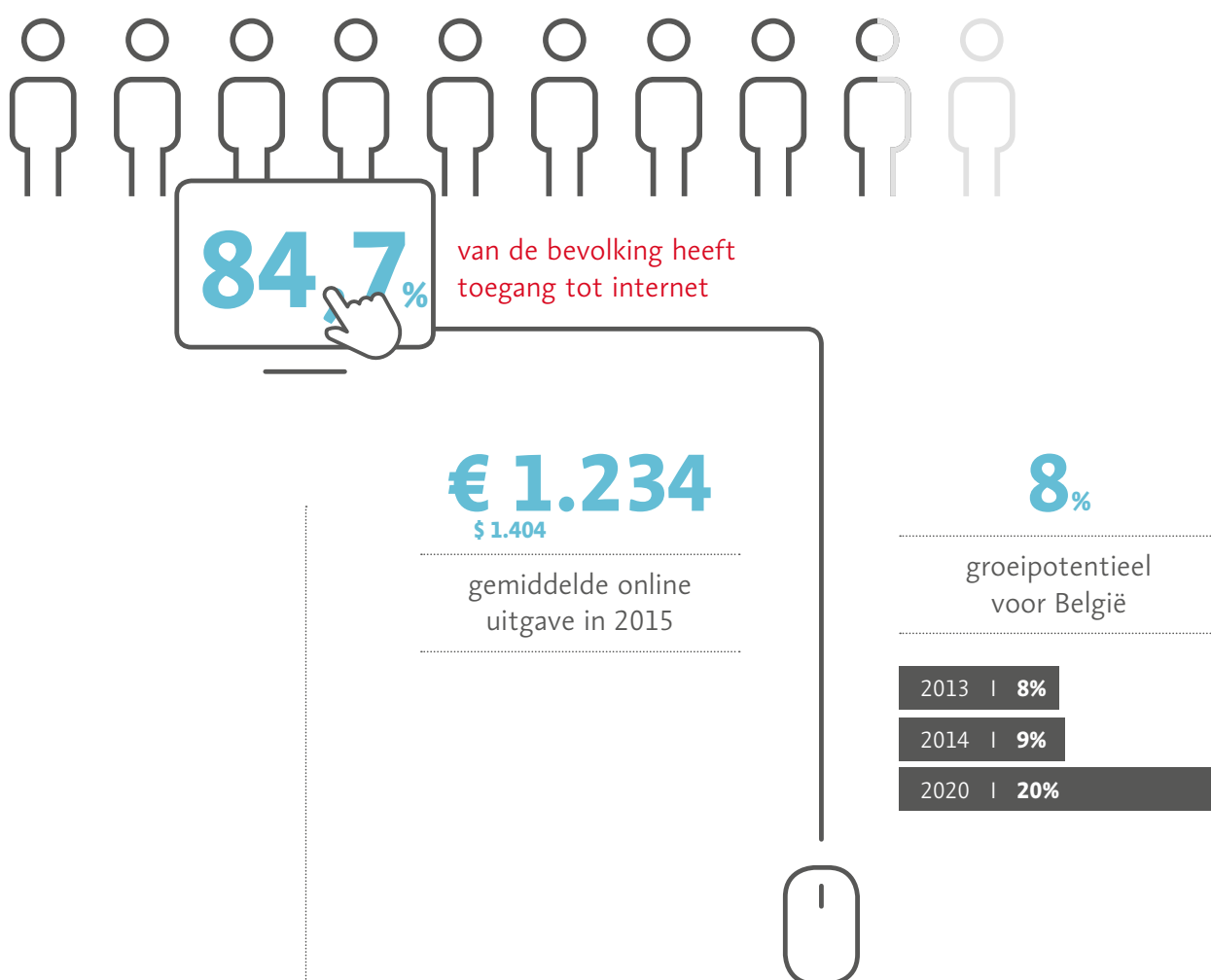
De Belgische e-commerce is aan een opmars bezig, vooral omdat e-tailers competitief moeten blijven en omdat consumenten in online winkels vinden wat ze nodig hebben op een gemakkelijkere en voordeligere manier.



Dankzij een nieuwe wet die nachtarbeid toelaat, bieden zich nieuwe mogelijkheden aan om te voorzien in de **verzendings- en leveringsbehoeften**.

## 02 Wie is de Belgische consument?

Uit een onderzoek uit 2015 blijkt dat 84,7% van de Belgische bevolking internettoegang heeft, wat neerkomt op 9,5 miljoen gebruikers in totaal. Van die 9,5 miljoen winkelen 5 miljoen mensen online, waarbij ze jaarlijks gemiddeld € 1.234 (\$ 1.404) per persoon uitgeven.<sup>5</sup> In 2013 besteedde de gemiddelde Belgische consument 8% van zijn budget online, in 2014 was dat 9%. Er wordt voorspeld dat dit percentage zal oplopen tot 16% in 2020.<sup>6</sup>



Volgens de “2015 Global Retail E-Commerce”-index van A.T. Kearney staat België op de negende plaats, net voor Australië en Canada - België maakt zo een aanzienlijke sprong voorwaarts: 15 plaatsen vooruit in vergelijking met de index in 2014.<sup>7</sup> De redenen voor deze stijging zijn een verbonden consumentenbasis, een betrouwbare infrastructuur en een competitieve markt – België heeft nu een groeipotentieel van 8%.

In 2015 kocht 75% van de Belgen ouder dan 15 jaar een product online. In 2014 was dat nog 60%.<sup>8</sup> Algemeen gesteld wennen de Belgen steeds meer aan het idee van online kopen, zonder dat ze eerst naar de winkel gaan om het product te bekijken.



Een verbonden consumentenbasis, **een betrouwbare infrastructuur en een competitieve markt** bepalen het Belgische groeipotentieel in e-commerce.

## 03 Wat en hoe kopen Belgische e-shoppers?

Naar analogie met andere Europese landen zoals Denemarken en Finland, voert mode ook in België de ranking van de meest online gekochte producten aan. Hetzelfde kan gezegd van de rest van de top vijf.

Belgen kopen online het vaakst volgende producten:<sup>9</sup>

**1**

Kleding en  
accessoires

**2**

Interieur-  
inrichting

**3**

Multimedia en  
hardware

**4**

Speelgoed

**5**

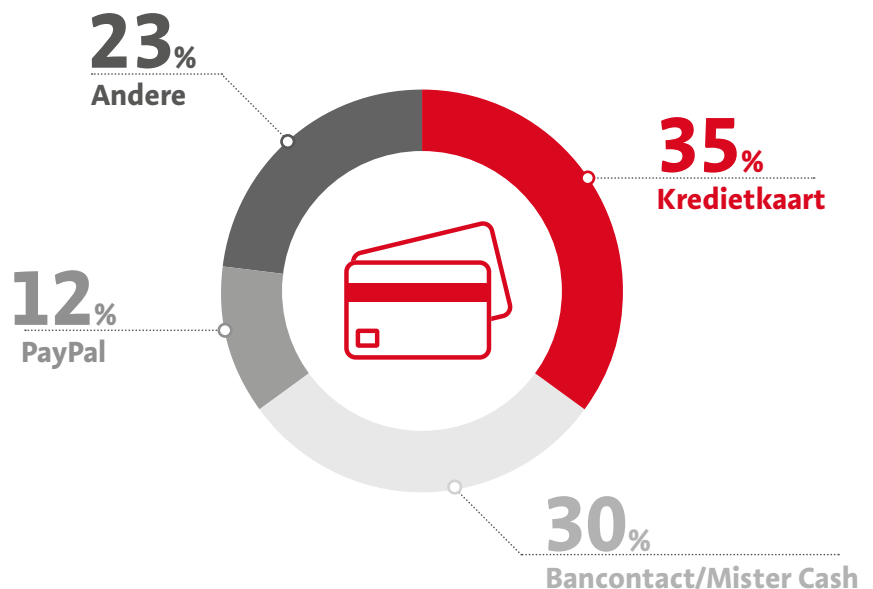
Keuken-  
toestellen

### Hoe shoppen Belgen online?

Een groot deel van de groei van e-commerce is gekoppeld aan de stijgende internetverbinding op verschillende toestellen. Klanten kunnen tegenwoordig bijna overal online winkelen, waar ze ook zijn. Door de opmars van tablets en smartphones kunnen klanten altijd en overal rondneuzen in hun favoriete winkels, als er maar een internetverbinding is.

Toch gebruiken de meeste Belgen liever hun laptop of computer voor online aankopen. Die twee toestellen zijn goed voor 83,9% van de online aankopen in België tijdens het tweede kwartaal van 2015: 52% via de laptop en 33,9% via de computer.<sup>10</sup> 10% van de online aankopen wordt verricht met de tablet, wat duidt op een groeiende aanhang. Het gebruik van de smartphone voor online shopping is nog steeds beperkt, het percentage bedraagt 2,6%.

Zoals in veel andere e-commerce markten is de kredietkaart ook in België de betaalmethode bij uitstek.<sup>11</sup> In het tweede kwartaal van 2015 gebruikte 35% van de Belgen zijn kredietkaart voor aankopen, terwijl 30% koos voor Bancontact/Mister Cash en 12% opteerde voor PayPal.



De meeste Belgen gebruiken liefst hun laptop of desktop om online te shoppen, **met een groeiend belang voor de tablet.**



## 04 Welke leveringsmethoden verkiezen de Belgen?



### Afhaling

**63%** thuis  
**7%** op het werk  
**3%** ander adres



### Levering

**19%** ophaalpunt  
**4%** pakjesautomaat  
**1%** in een winkel

Belgische consumenten hebben een duidelijke voorkeur voor thuislevering boven andere leveringsmogelijkheden in de e-commerce. Volgens een enquête van bpost geeft 63% van de ondervraagden de voorkeur aan thuislevering boven alle andere leveringsmogelijkheden. Als thuislevering niet mogelijk is, wil 19% zijn aankoop ophalen in een specifiek ophaalpunt. Andere leveringsmogelijkheden zijn levering op het werk (verkozen door 7%), ophalen in een pakjesautomaat (4%), levering op een ander adres (3%) en levering in een winkel (1%). Deze mogelijkheden zijn momenteel nog niet zo populair, maar hun aandeel groeit.

Men kiest voor levering omdat het makkelijk is (geen extra inspanning, tijd uitsparen). Die keuze voor gemak wordt ook weerspiegeld in het feit dat ca. 60% van de consumenten kiest voor levering op weekdays, met een grote voorkeur voor levering na 6 uur 's avonds.<sup>12</sup>

In een enquête uit het tweede kwartaal van 2015 zetten de ondervraagden bpost op nummer 1 als leverancier, gevolgd door DHL, Kiala, UPS en FedEx.<sup>13</sup> Bijna 40% van de ondervraagden zei dat ze geen voorkeur had voor levering op een specifieke weekday, hoewel 9% zei dat ze graag een levering wilde overdag tijdens het weekend.



Belgische consumenten hebben een **duidelijke voorkeur voor thuislevering.**

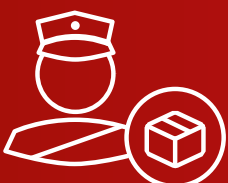
## 05 Hoe sterk is de cross-border markt?

Belgische klanten kopen online heel wat producten in buitenlandse webshops, gelet op de voordelige ligging van België in het hart van Europa. Bovendien zette België zijn eerste stappen in de e-commerce markt relatief laat. Daarom kochten veel Belgen online producten uit buurlanden zoals Nederland, Duitsland en Frankrijk.

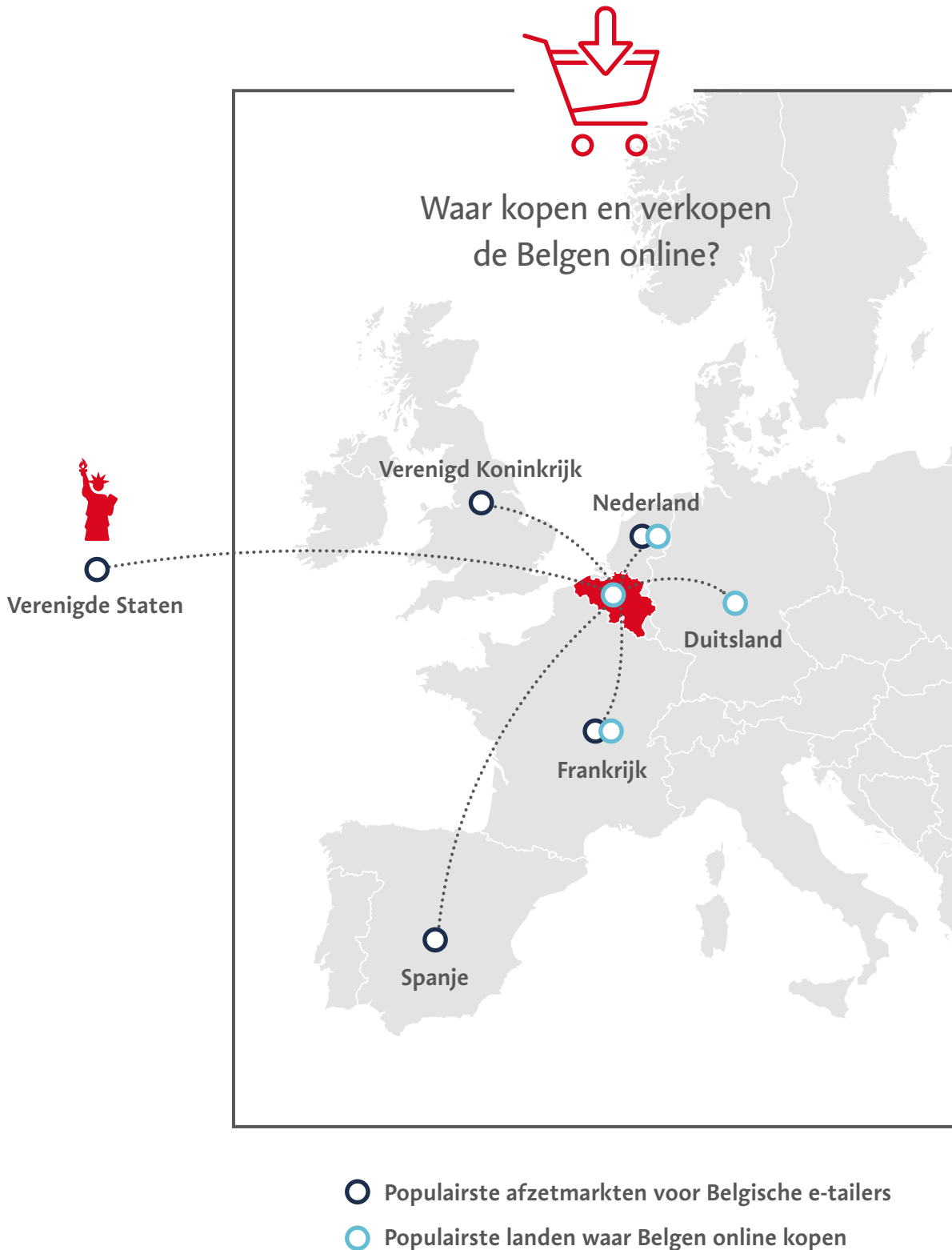
België is opgedeeld in twee gebieden, Vlaanderen en Wallonië, elk met hun eigen taal en cultuur. Belgische e-tailers die het hele land willen bereiken, staan voor dezelfde uitdagingen als wanneer ze op verschillende buitenlandse markten zouden mikken. Tot op een zekere hoogte voelen Waalse consumenten zich meer op hun gemak bij Franse e-tailers dan bij Vlaamse, terwijl sommige Vlaamse consumenten mogelijk de voorkeur geven aan Nederlandse handelszaken.

De top 100 online winkels in België haalden van 2014 tot 2015 een omzet van € 2,6 miljard (\$ 2,96 miljard), maar 72% van die omzet was afkomstig van buitenlandse consumenten.<sup>14</sup> Dat is een groot aandeel, maar minder dan tijdens het jaar ervoor, toen het percentage 75% bedroeg. Van dat percentage vormen Frankrijk, Nederland, de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk en Spanje de top 5 buitenlandse markten voor de Belgische e-tailers.

[Ontdek hier in welke landen buiten België de Belgen bij voorkeur e-shoppen](#)



Tussen 2014 en 2015 haalde de top 100 online winkels in België **72% van hun omzet bij buitenlandse consumenten.**



- 1 <http://ecommercenews.eu/3-4-consumers-belgium-search-online-shop-offline/>
- 2 <http://ecommercenews.eu/ecommerce-per-country/ecommerce-belgium/>
- 3 <http://ecommercenews.eu/3-4-consumers-belgium-search-online-shop-offline/>
- 4 [http://www.belgium.be/nl/nieuws/2012/news\\_kerncijfers\\_belgie\\_2012](http://www.belgium.be/nl/nieuws/2012/news_kerncijfers_belgie_2012)  
<http://www.ibz.rrn.fgov.be/nl/bevolking/statistieken-van-bevolking/>  
<http://www.oecdbetterlifeindex.org/countries/belgium/>
- 5 <http://www.ecommerce-europe.eu/belgium>
- 6 <http://ecommercenews.eu/3-4-consumers-belgium-search-online-shop-offline/>
- 7 [https://www.atkearney.com/consumer-products-retail/e-commerce-index/full-report/-/asset\\_publisher/87xbENNHPZ3D/content/global-retail-e-commerce-keeps-on-clicking/10192?\\_101\\_INSTANCE\\_87xbENNHPZ3D\\_redirect=%2Fconsumer-products-retail%2Fe-commerce-index](https://www.atkearney.com/consumer-products-retail/e-commerce-index/full-report/-/asset_publisher/87xbENNHPZ3D/content/global-retail-e-commerce-keeps-on-clicking/10192?_101_INSTANCE_87xbENNHPZ3D_redirect=%2Fconsumer-products-retail%2Fe-commerce-index)
- 8 BeCommerce Market Monitor Belgium Q2
- 9 <http://nrw.nl/wp-content/uploads/2015/07/European-b2c-e-commerce-report-2015.pdf>
- 10 <http://ecommercenews.eu/ecommerce-in-belgium-e1-97-billion-in-q2-2015/>
- 11 <http://ecommercenews.eu/ecommerce-in-belgium-e1-97-billion-in-q2-2015/>
- 12 Hoe wil de Belg zijn online aankopen geleverd hebben? Feiten en cijfers over hun behoeften en voorkeuren (bpost 2013).
- 13 BeCommerce Market Monitor Belgium Q2
- 14 <http://ecommercenews.eu/belgium-is-still-a-country-full-of-foreign-ecommerce-players/>

## Meer weten?

Bent u op zoek naar nog meer insights rond e-commerce?

**Surf dan snel naar [bpost.be/ecommerce](https://bpost.be/ecommerce)**

Heeft u nog vragen rond onze insights?

**Contacteer ons via [ecommerce@bpost.be](mailto:ecommerce@bpost.be)**

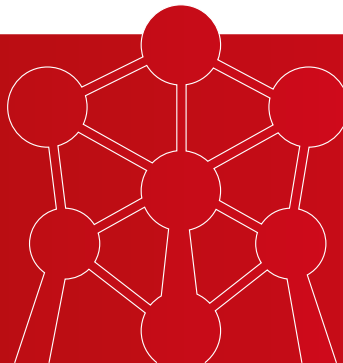
Wilt u meer weten over ons aanbod?

**Neem een kijkje op [www.bpost.be/pakketoplossingen](https://www.bpost.be/pakketoplossingen)**



# België

E-COMMERCE COUNTRY FACTSHEET | APRIL 2016



Nederlands/Frans/Duits

30.528 km<sup>2</sup>

11.250.585 (inwoners)

€ 25.891/jaar  
(\$ 29.467/jaar)

## Wat kopen Belgische e-shoppers?



**1** Kleding en accessoires



**2** Interieur-inrichting



**3** Multimedia en hardware



**4** Speelgoed



**5** Keuken-toestellen

## Wat verwachten de Belgische e-shoppers?

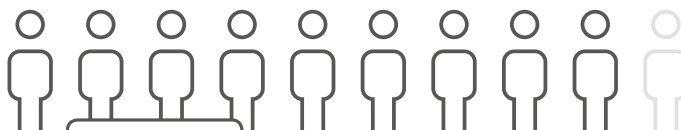


**25%** wilt een product graag uitproberen



**24%** aarzelt door de leveringskosten

## Wie is de Belgische consument?



**84,7%**  
van de bevolking heeft toegang tot internet

**€ 1.234** gemiddelde online uitgave in 2015  
\$ 1.404

**8%** groeipotentieel voor België

## Welke leveringsmethoden verkiezen de Belgen?



### Afhaling

63% thuis  
7% op het werk  
3% ander adres



### Levering

19% ophaalpunt  
4% pakjesautomaat  
1% in een winkel

## Waar kopen en verkopen de Belgen online?

