

E-COMMERCE BIJ DE KMO



Unie van Zelfstandige Ondernemers

www.unizo.be

UNIZO · STUDIEDIENST

Inhoudsopgave

Inleiding	2
Methodologie	3
Definiëren van e-commerce	4
Kopen via het internet	5
Aankopen verrichten	5
Betaalmiddel	6
Kwaliteitslabels.....	8
Verkopen via het internet	9
De domeinnaam	9
De ondernemingssite.....	10
Verkopen via de site	11
Omzet.....	13
Betaalmiddelen	14
Kwaliteitslabels.....	15
Wetgeving	16
Elektronische facturatie	18
Algemene conclusie	20
Het UNIZO e-Commerce label	22
Wat is het UNIZO e-commercelabel?	22
Waarom een UNIZO e-Commercelabel?	22
Bijkomende UNIZO e-Commerce acties	24
Juridische handleiding voor de KMO	24
Sensibilisering via online films	24
Ledenvoordeel voor online betalingen.....	24
ICT Coach.....	25
Beleidsaanbevelingen	25

Inleiding

Dit onderzoek peilt naar het belang van e-commerce voor zelfstandigen en KMO-ondernemers in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Enerzijds als koper, anderzijds als verkoper.

Daarnaast onderzochten we ook in welke mate zelfstandigen en KMO-ondernemers werken met elektronische facturatie, als verzender en als ontvanger van elektronische facturen.

Meer gedetailleerd:

- √ Kopen via het internet
 - prospectie
 - aankopen
 - betaalmiddelen
 - kwaliteitslabels

- √ Verkopen via het internet
 - het eigen verkoopskanaal
 - betaalmiddelen
 - wettelijke conformiteit
 - privacy

- √ Het gebruik van e-facturatie

Methodologie

Voor deze studie zijn 1.100 zelfstandigen en KMO-ondernemers bevroegd via een online enquête. Deze manier van ondervragen geeft de respondent de mogelijkheid snel en wanneer hij wil te antwoorden.

Zowel natuurlijke personen (eenmanszaken) als rechtspersonen (vennootschappen) werden bevroegd.

Bij deze manier van bevroegen kunnen echter enkel ondernemers worden bereikt die over een internetverbinding beschikken. Toch kan de keuze voor dit kanaal gemotiveerd worden omdat uit UNIZO-cijfers van december 2008 blijkt meer dan 97% van de KMO's een internetaansluiting heeft.

Waar mogelijk en opportuun worden de cijfers in dit onderzoek vergeleken met de cijfers van de UNIZO-onderzoeken in 2008 en 2006.

Definiëren van e-commerce

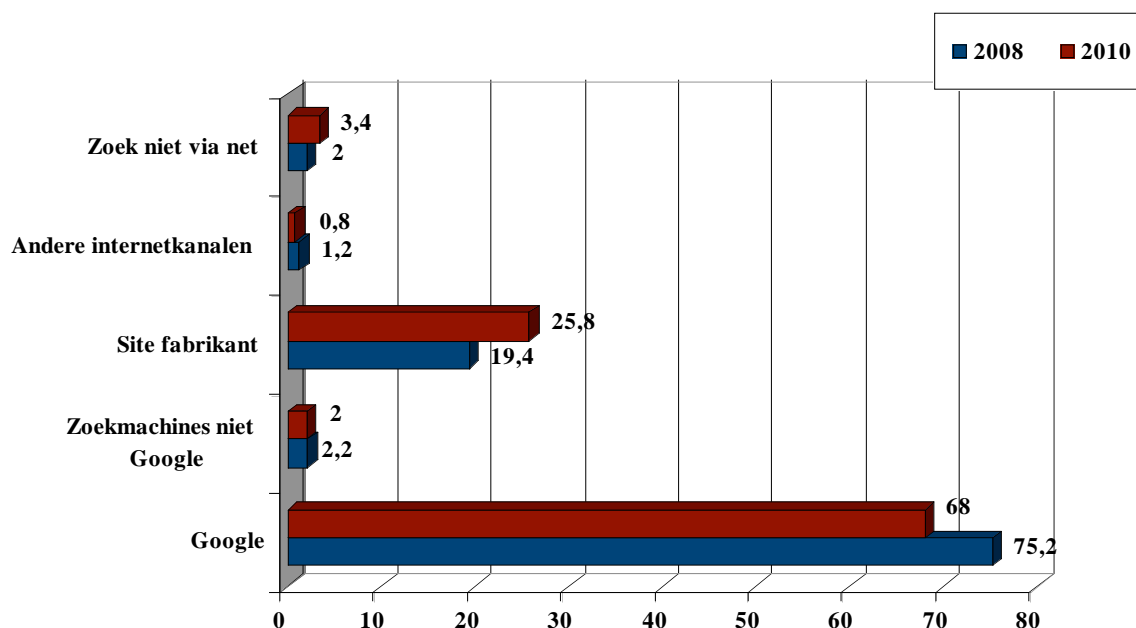
E-commerce, ook wel electronic commerce of elektronische handel genoemd is de verzamelnaam van manieren waarop via digitale wegen (bijvoorbeeld het internet) handel kan gedreven worden.

Kopen via het internet

Als ondernemers productinformatie zoeken via het internet, gebruikt 68% de zoekmachine google. Het aandeel van de andere zoekmachines samen is slechts 2% .

Meer dan één vierde van de ondernemers vandaag rechtstreeks naar de site van de fabrikant. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat ondernemingen ook meer aandacht besteden aan het offline promoten van hun website. Op die manier groeit de bekendheid van de website bij klanten en prospecten, zodat deze gemakkelijker hun weg vinden naar de website van hun leverancier. Een verwaarloosbaar aantal ondernemers (0,8%) zoekt in eerste instantie productinformatie via andere internetkanalen. (startpagina's, portaalsites, internetfora, enz). 3,4% van de ondernemers zoekt geen productinformatie via het internet.

Grafiek 1: Wanneer ik productinformatie zoek via het internet gebruik ik in eerste instantie:



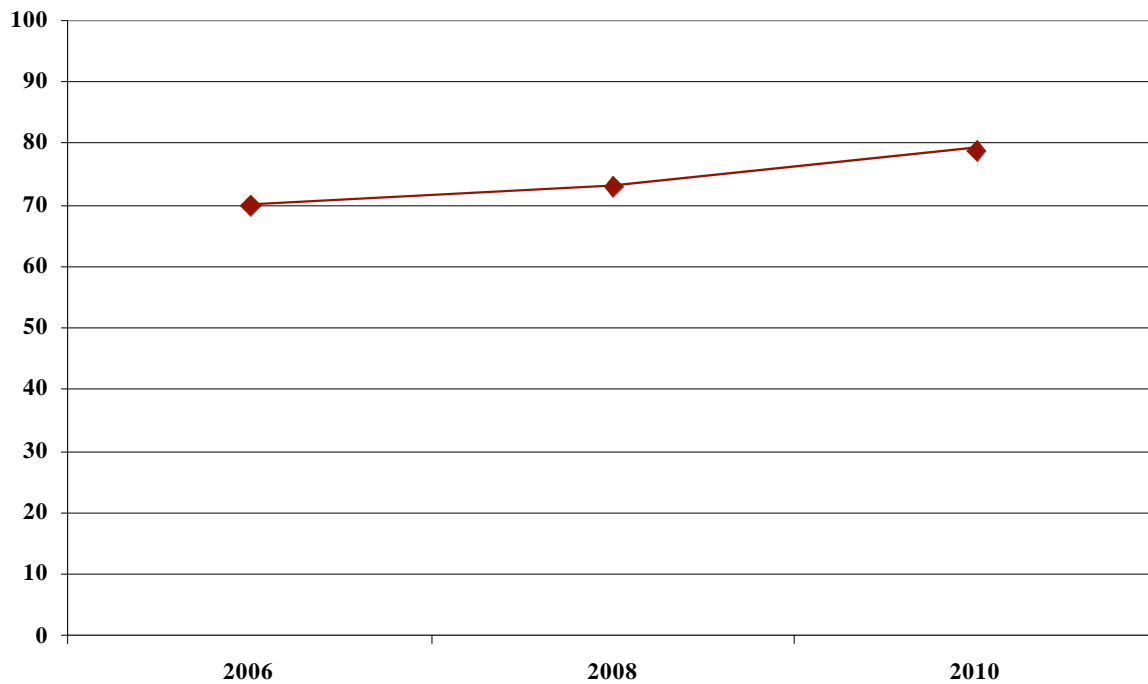
AANKOPEN VERRICHTEN

78,9% van de ondernemers heeft al producten gekocht via het internet. Dat is 9 % meer dan in 2006.

73,9% koopt ook van op buitenlandse sites.

Merk op dat hier niet gepeild wordt naar het aantal aankopen, noch naar het bedrag per aankoop.

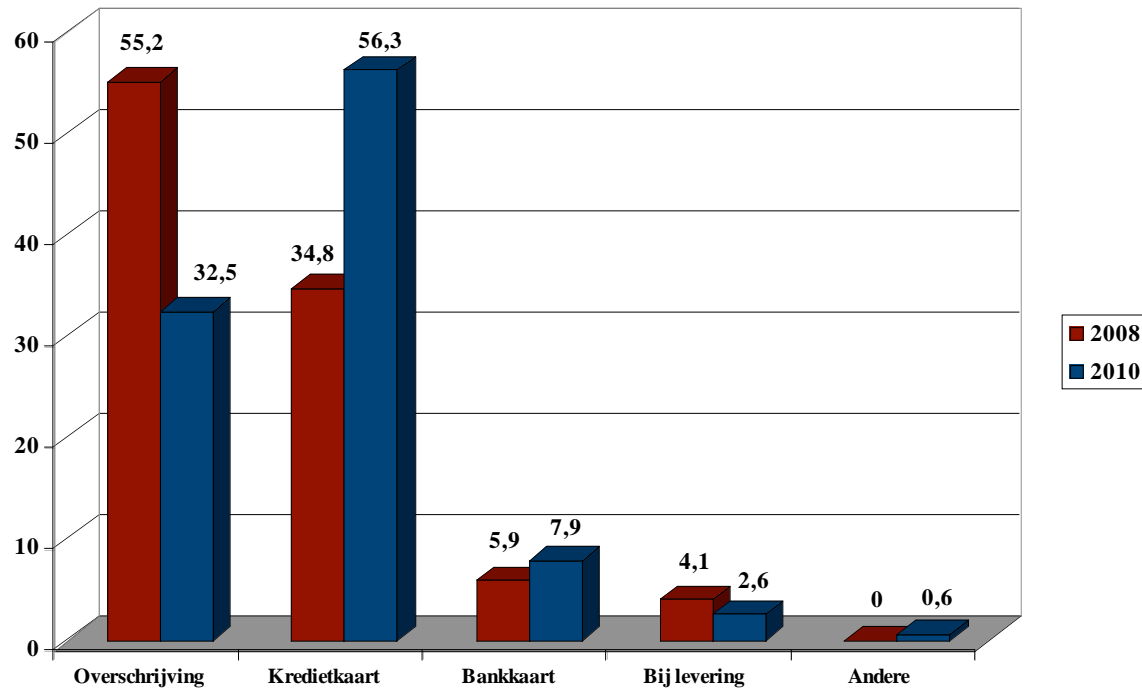
Grafiek 2: Heeft u al producten gekocht via het internet?



BETAALMIDDEL

Wie koopt via het internet, doet dat in 56,3% van de gevallen met een kredietkaart (amex, visa, mastercard). Een derde (32,5%) verkiest de overschrijving. Andere soorten betalingen, zoals online betalen met debetkaarten (7,9 %) en betaling bij aflevering (2,6%) blijken minder populair. Uitzonderlijk werden ook betaalsystemen zoals Western Union, direct buttons of domiciliëring vernoemd als favoriet betaalmiddel.

Grafiek 3: Met welk betaalmiddel betaal ik het liefst voor mijn aankopen via internet?



Opvallend: de kredietkaart werd ten opzichte van 2008 een populairder online betaalmiddel dan de overschrijving. Dit is te verklaren door het feit dat de kredietkaart, al dan niet gebruikt in een beveiligde betaalomgeving, gebruiksvriendelijker is dan de overschrijving. Bij betaling met kredietkaart dient men immers alleen de gegevens die op de kaart vermeld staan in te voeren in het betaalsysteem op de website, terwijl men bij betaling met overschrijving moet inloggen in het eigen pc-bankingsysteem om daar de nodige stappen te zetten voor het invoeren van de overschrijving. Het hoeft geen betoog dat die laatste optie tijdrovender is voor de klant.

Het aandeel van de bankkaart in online betalingen blijft beperkt. Steeds minder ondernemers betalen bij aflevering of 'onder rembours'.

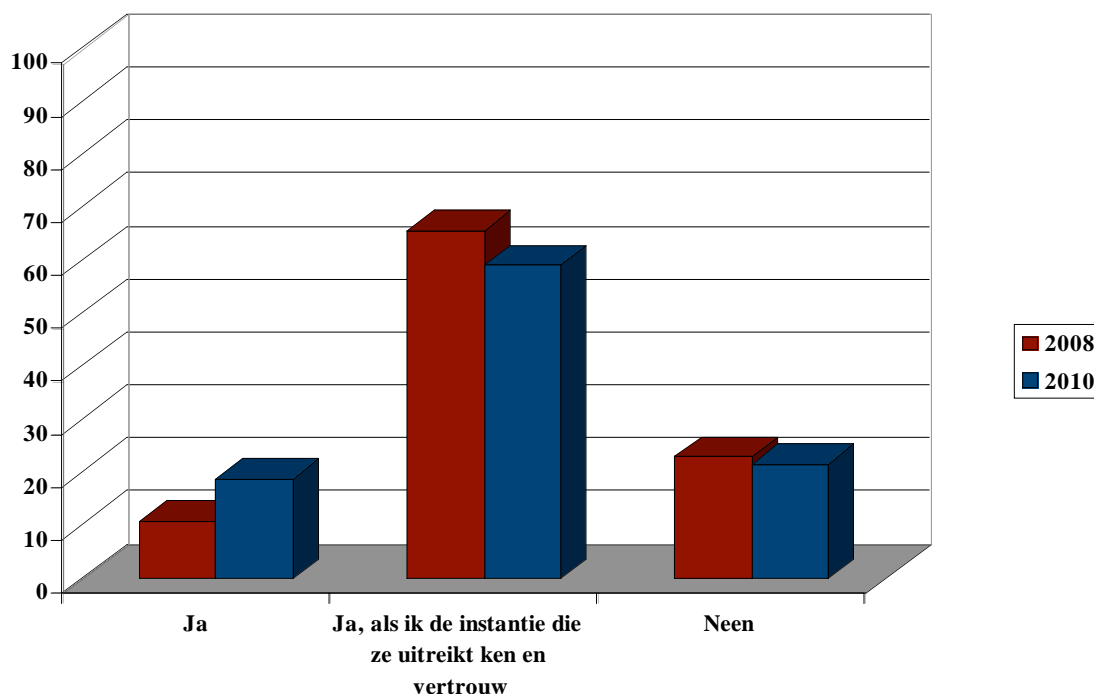
78,9% van de respondenten geeft ook aan dat zij bij online betalingen letten op de beveiliging van de betaaltransactie (<https://>, SSL, TLS)¹.

¹ **Secure Sockets Layer (SSL)** en **Transport Layer Security (TLS)** (zijn opvolger), zijn encryptie-protocollen die communicatie op het Internet beveiligen. Deze beide protocollen leveren door middel van cryptografie zowel authenticatie als een beveiligde verbinding met het Internet. In alledaags gebruik wordt alleen de authenticiteit van de server gecontroleerd, terwijl de client geheel onbekend blijft. Door het gebruik van PKI is het ook mogelijk om clients te authenticeren. De protocollen kunnen ook gebruikt worden om client/server-applicaties te beveiligen tegen bijvoorbeeld afluisteren. Indien men SSL en TLS gebruikt om <http://> te beveiligen, wordt het "<http://>" gedeelte in een URL vervangen door "<https://>", waarbij de s staat voor "secure". Veiligheid inzake online betalingstransacties is dus duidelijk een belangrijke bekommernis van onze ondernemers.

KWALITEITSLABELS

Ter bevordering van het internetvertrouwen reiken sommige instanties labels uit die een product, dienst of proces certificeren als het een bepaald kwaliteitsniveau haalt. Concreet: als voldaan is aan een aantal wettelijke en beveiligingsvoorwaarden. 78,2% stelt vertrouwen in dergelijke labels, waarbij 59,2% de belangrijke nuance maakt dat het label moet uitgaan van een betrouwbare en gekende partij. 21,8% vertrouwt niet op zo'n label.

Grafiek 4: Stelt u vertrouwen in kwaliteitslabels op internet inzake de betrouwbaarheid van de webshop?

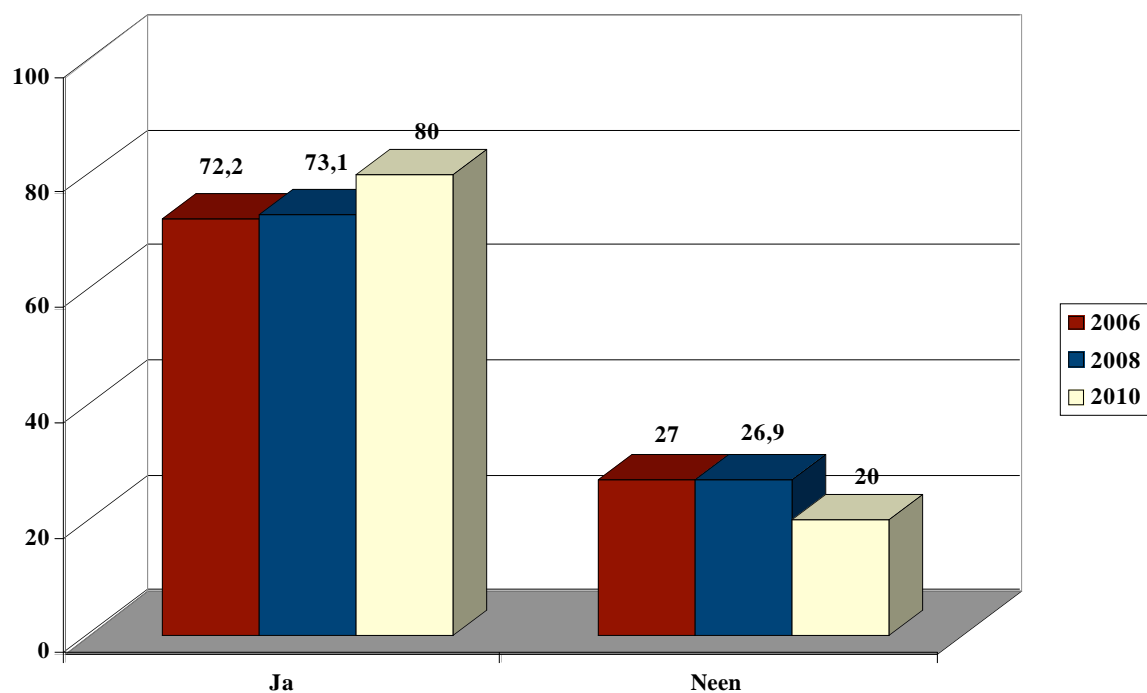


Verkopen via het internet

DE DOMEINNAAM

80% van de ondernemers heeft een eigen domeinnaam². Dit is 7 % meer dan in 2008.

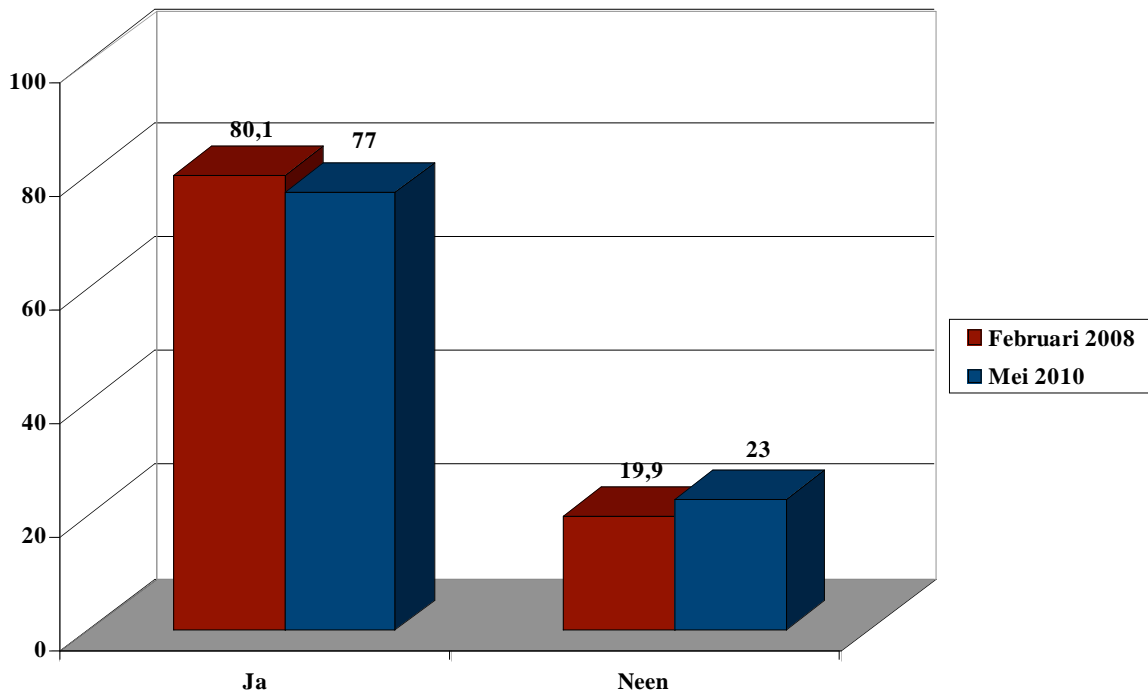
Grafiek 5: Beschikt u over een eigen domeinnaam (www.denaamvanmijnbedrijf.be)?



² Een **domeinnaam** (of, afgekort, 'domein') is een naam in het *Domain Name System* (DNS), het naamgevingssysteem op internet waarmee netwerken, computers, webservers, mailservers en andere toepassingen worden geïdentificeerd.

Een domeinnaam verwijst naar een IP-adres, bijvoorbeeld 208.80.152.2. Een IP-adres is het adres van de fysieke server waar de webpagina op staat. Omdat domeinnamen veel eenvoudiger te onthouden zijn dan IP-adressen, worden IP-adressen door de meeste mensen niet direct gebruikt. Ook bij FTP en dergelijke diensten wordt een server doorgaans benaderd door middel van de domeinnaam, al dan niet vooraf gegaan met het subdomein `ftp`.

Grafiek 6: Heeft uw onderneming een eigen website³?



77% van de ondernemers heeft een eigen website. Dat is 3% minder dan in 2008. We hebben een voorlopig maximum bereikt van ondernemers met een eigen website. Dit schommelt rond de 80%. Er mogelijke verklaring voor het feit dat nog steeds 20% van de ondernemers geen website heeft is dat zij er de meerwaarde niet van inzien of zelf de kennis niet in huis hebben om er een op te zetten.

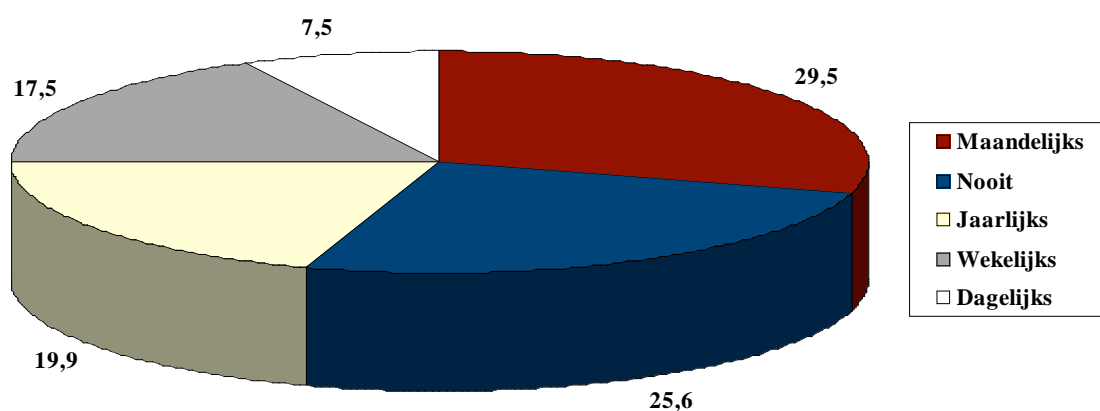
65,3% van de ondernemers met een eigen website kan die zelf inhoudelijk aanpassen. Maar liefst 85% van de ondernemers plaatste de eigen producten/dienstencatalogus op haar website.

De ondernemingswebsite kan dus vaak fungeren als een dynamisch uithangbord van de onderneming eerder dan een statische online "aanwezigheid". Toch valt op dat een aantal ondernemers niet zelf zijn website aanpast maar hiervoor een beroep doet op een IT partner.

³ Een website (het woorddeel web verwijst naar het World Wide Web en het Engelse site betekent plek) is een verzameling samenhangende webpagina's met data, zoals tekst, afbeeldingen of video's, die gehost (= letterlijk: 'geherbergd, onderdak geboden', dus: opgeslagen, en vervolgens (meestal) opvraagbaar gemaakt via internet) worden op een of meerdere webservern en meestal toegankelijk zijn via het internet.

Dit vermoeden wordt bevestigd door het aantal updates van de site. Een derde van de ondernemers update maandelijks. 25% doet dit zelfs wekelijks (17,5%) of dagelijks (7,5%). 19,9% zorgt jaarlijks voor een update. Een kwart update de site nooit.

Grafiek 6: Houdt u uw bedrijfswebsite up to date?



41,4% meet het gedrag van de bezoekers op de website met specifieke tools (bijvoorbeeld google analytics). 35,7% volgt deze statistieken ook daadwerkelijk op.

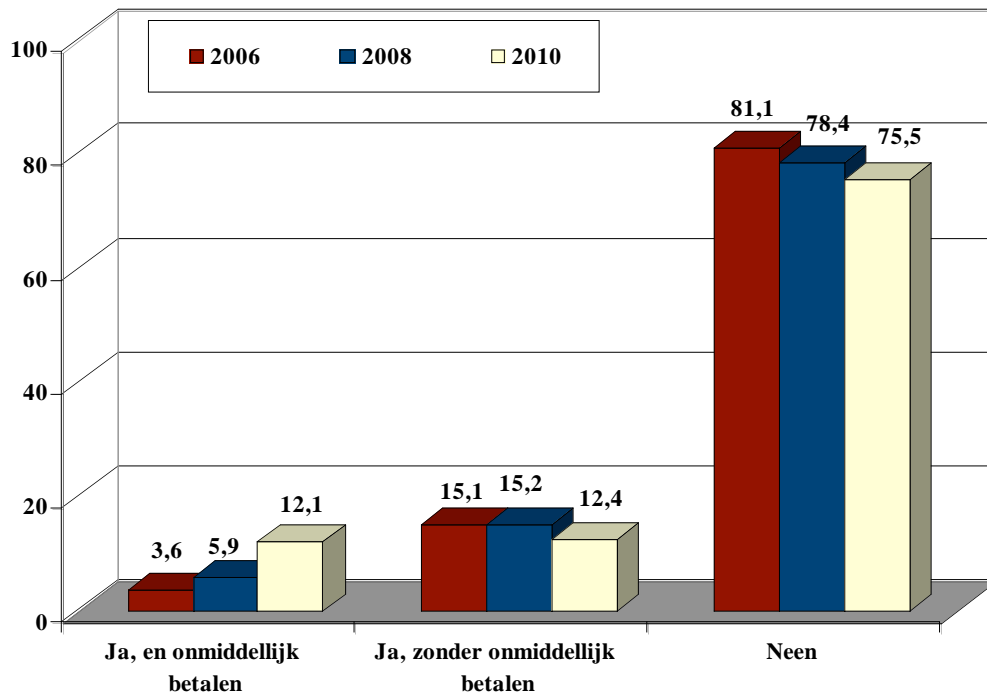
VERKOPEN VIA DE SITE

Een vierde van de ondernemers verkoopt via de eigen website. Dit is zowel voor B2B als B2C. Bij bijna de helft hiervan is het mogelijk om rechtstreeks via de site te betalen. Dit is een grote stijging ten opzichte van 2008. Toen konden klanten slechts bij 5,9% onmiddellijk afrekenen via de website.

24,5% van de ondervraagde ondernemers verkoopt online. Dat is iets meer dan in 2008 (21,1%).

Nog steeds 75% van de ondernemers verkoopt (nog) niet via de eigen website.

Grafiek 7: Kunnen klanten kopen via uw website?

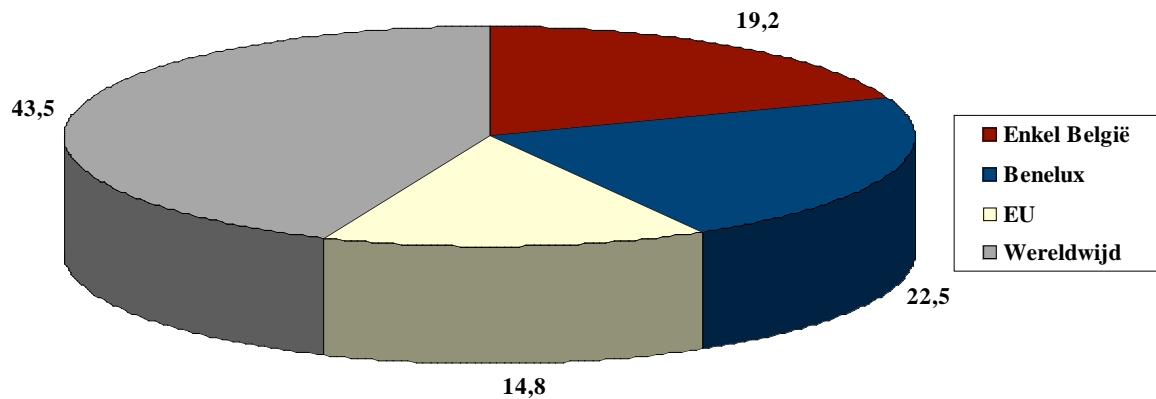


Hier ligt dus voor onze Belgische ondernemers nog steeds een enorme ‘virtuele’ markt open.

Opvallend: bij 43,5% van de ondernemers met een webshop kan de hele wereld er kopen. Bij 14,8% kan enkel binnen de EU gekocht worden. Bij 22,5% enkel binnen de Benelux. 19,2% verkoopt via de webshop uitsluitend aan klanten uit België.⁴

⁴ De toegang tot de eigen webshop voor klanten kan men beperken, door bijvoorbeeld te werken met een landenoverzicht in de bestelprocedure kan je bepaalde landen of groepen van landen beletten om bestellingen te plaatsen. Ook inzake de levering van producten is het perfect mogelijk om landen/werelddelen uit te sluiten.

Grafiek 8: Kunnen ook buitenlandse klanten online producten bij u kopen?



OMZET

Ongeveer een vijfde van de ondernemers die online verkopen, haalt maximum 1% van de totale omzet uit online verkopen.

Meer dan een vierde van de ondernemers haalt 1% à 5% van de totale omzet uit online verkopen.

15% van de ondernemers geeft aan tussen de 5% en de 10% van de omzet uit online verkopen te halen.

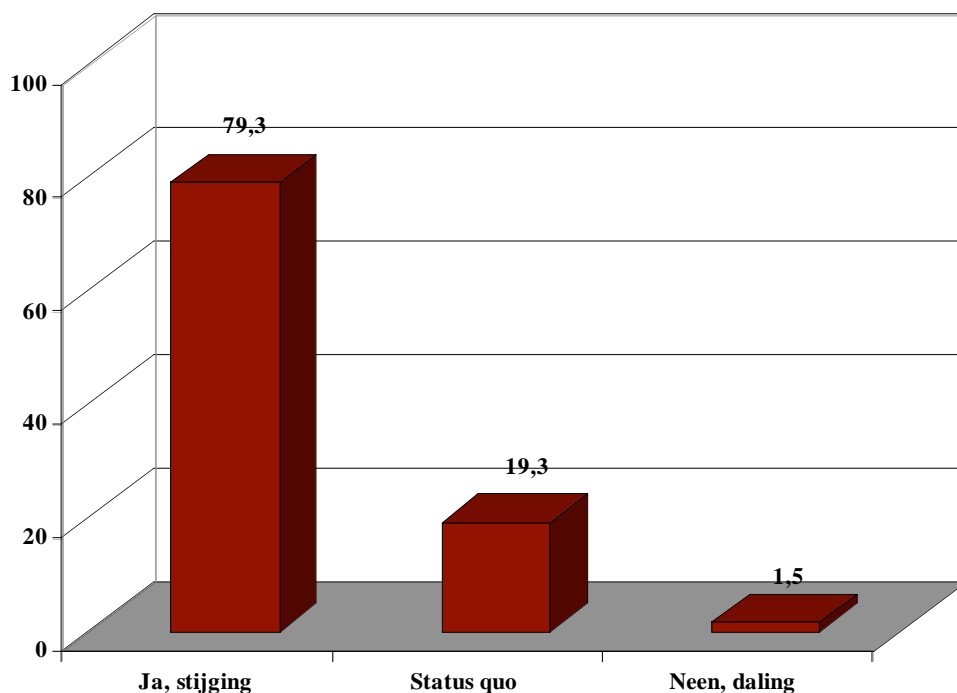
Opnieuw één vijfde haalt tussen de 10% en de 50% van zijn omzet uit online verkoop.

En ten slotte geeft 20% van de ondernemers te kennen 50% of zelfsmeer omzet uit de online verkoop te halen.

7,7% van de bevroagde ondernemers doet uitsluitend aan online verkoop en haalt bijgevolg zijn totale omzet uit e-commerce.

Opmerkelijk: niemand verwacht het komende jaar een daling van de omzet online.

Grafiek 9: Verwacht u voor het komende jaar een stijging van uw omzet met betrekking tot internetverkoop?



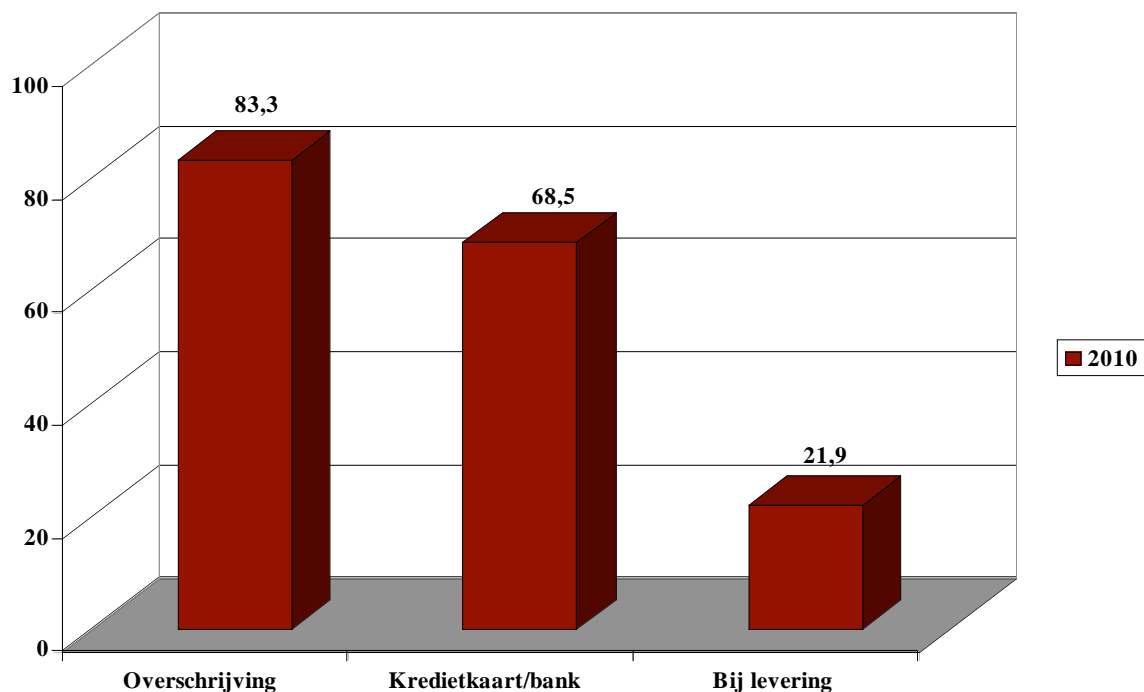
BETAALMIDDELEN

Bij 83,3% van de online verkopers kan de klant via overschrijving betalen. Bij 68,5 % kan het ook via kredietkaart en/of bankkaart.

De overschrijving wordt dus het vaakst aangeboden aan klanten om online te betalen maar de klanten zelf verkiezen vaker de kredietkaart om voor hun online aankopen te betalen. Dit kan worden verklaard door het feit dat het aanbieden van kredietkaarten en andere rechtstreekse betaalmiddelen een investering vraagt van de webshopuitbater en ook een hogere administratieve kost meebrengt dan het louter aanbieden van een overschrijving. De overschrijving is voor de webshopuitbater zelf immers kosteloos. Het is dan de klant zelf die zijn betaling via zijn eigen bank (bv. via pc-banking omgeving) moet afronden. Het hoeft geen betoog dat het louter aanbieden van een overschrijving als online betaalmiddel niet bijdraagt tot de gebruiksvriendelijkheid van de webshop.

Ook voor wat betreft het aanbieden van een beveiligde betaalmethode is er een duidelijk verschil tussen vraag- en aanbodzijde. Ongeveer 41% van de online verkopers bieden op hun website een beveiligde betaalmethode aan terwijl 78,9 % van de ondernemers kijkt of veilig betalen kan.

Grafiek 10: Welke betaalmethodes biedt u aan?



KWALITEITSLABELS

Meer dan 90% van de online verkopers kent de volgende kwaliteitslabels: UNIZO E-commercelabel, BeCommercelabel, safe shopping of andere.

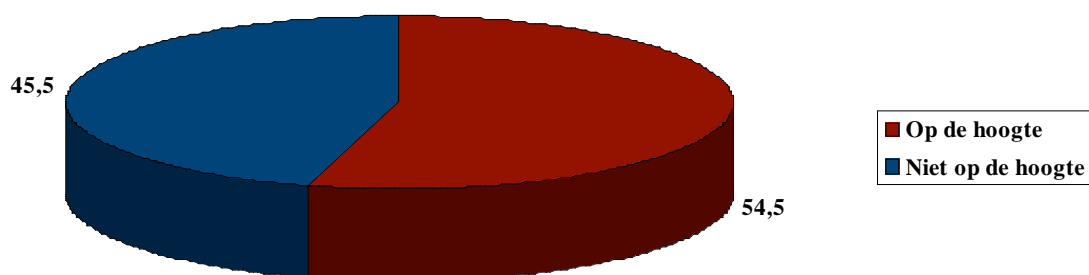
Van deze ondernemers heeft 9,5% het UNIZO E-commercelabel op de website staan, iets minder dan 6% gebruikt het BeCommercelabel of het safeshopping label. 19,1% gebruikt nog andere labels.

40% van de online verkopers heeft dus een kwaliteitslabel behaald. Veel meer dan 2 jaar geleden. In 2008 gebruikte immers slechts 2% van de online verkopers een kwaliteitslabel.

WETGEVING

54,5% van de bevroagde ondernemers geeft aan op de hoogte te zijn van de specifieke wetgeving voor verkopen via internet.

Grafiek 11: Bent u op de hoogte van de wetgeving inzake E-commerce



En 44% van de bevroagde ondernemers denkt eveneens dat hun website in overeenstemming is met de wettelijke bepalingen inzake elektronische handel.

Toch beantwoordde maar 26,3 % de controlevraag⁵ positief. Veel online verkopers denken dus volgens de wet te ondernemen, terwijl ze de bepalingen ter zake niet kennen.

De controlevraag heeft betrekking op het verzakingsrecht. Dit is het recht van de consument om van zijn aankoop af te zien, zonder opgave van motief en zonder betalingen van een boete, binnen de 7 werkdagen, na levering van het product of dienst.

In de nieuwe wet marktpraktijken en consumentenbescherming is de duur van het verzakingsrecht quasi verdubbeld, van 7 werkdagen⁶ tot 14 kalenderdagen. Bij het sluiten van de enquête was deze wet nog niet van kracht. Gezien de ruchtbaarheid die aan de

⁵ Controle vraag: staat het verzakingsrecht op uw website vermeld?

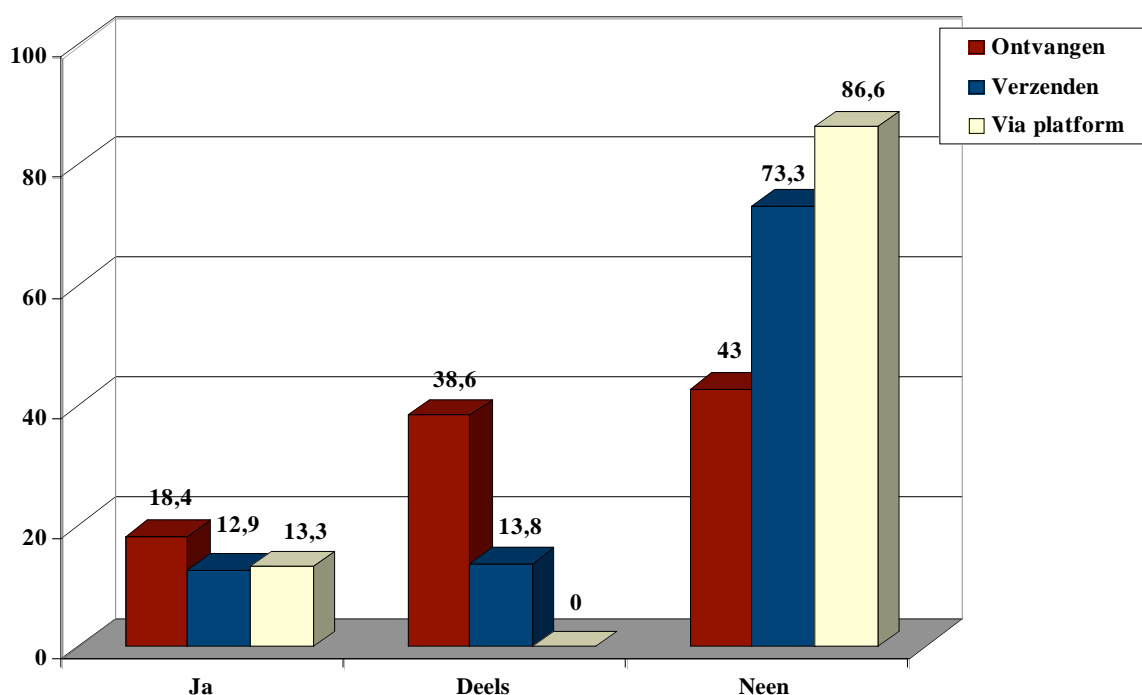
⁶ Werkdag: elke dag uitgezonderd zon- en feestdagen.

bepalingen van de nieuwe wet werd gegeven, ook op vlak van de verzakingstermijn, kunnen bovenstaande cijfers enigszins afwijken van de realiteit. De kans bestaat dat vandaag meer ondernemers op de hoogte zijn van de wettelijke bepalingen inzake e-commerce.

Op 64,1% van de websites/shops kunnen bezoekers persoonsgegevens achterlaten. Maar slechts bij de helft ervan is er ook een privacyclausule die de rechten van de klanten met betrekking tot hun persoonsgegevens meegeeft.

Elektronische facturatie

Grafiek 12: Maakt u gebruik van elektronische facturatie?



18,4% van de ondernemers ontvangt alle facturen elektronisch. 38,6% ontvangt een deel maar niet alle facturen elektronisch. 43% zegt geen enkele factuur in elektronische vorm te ontvangen.

12,9% verzendt alle facturen elektronisch, 12,8% een deel ervan. 73,3% doet dit op dit moment niet.

Conclusie: zelfstandigen en KMO-ondernemers ontvangen vaak elektronische facturen ontvangt maar versturen hun uitgaande facturen nog steeds via de post.

Dit beperkte aantal verzonden e-facturen kan te maken hebben met de kostprijs van een geautomatiseerd systeem voor elektronische facturatie.

De elektronische factuur *an sich* biedt echter wel wat voordelen. Zo bespaart de ondernemer op zijn papier- en verzendingskosten. En een elektronische factuur is heel snel en makkelijk via mail verstuurd, zeker nu men de authenticiteit ervan niet meer voorafgaand moet staven met elektronische handtekeningen, certificaten en/of door het gebruik van

gespecialiseerde elektronische platforms. Toch gaat het hier nog om relatief marginale voordelen. Pas wanneer de boekhoudsoftware, het debiteurenopvolgingsprogramma en de elektronische facturatie met elkaar zouden communiceren zou de meerwaarde echt substantieel worden. Elektronische facturatie als onderdeel van ERP, of een geïntegreerde softwarebenadering dus. De vraag is of onze ondernemingen hier al aan toe zijn en of de BTW-administratie de via e-mail verzonden facturen wel degelijk als zijnde bewijskrachtig zal aanvaarden. Duidelijkheid hieromtrent is zeker gewenst indien men elektronisch factureren wil stimuleren.

Garanties op de wettelijke conformiteit (integriteit en authenticiteit) van e-facturen kunnen worden geboden door speciale e-facturatieplatformen en certificaten (isabel, certipost, globalsign, enz). Uit het onderzoek blijkt dat slechts 13% van de ondernemers te kennen geeft reeds gebruik te maken van een e-facturatieplatform. Vermoedelijk is dit lage aantal te wijten aan de relatief hoge kostprijs van geïntegreerde platformen en certificaten voor kleinere KMO's

80% van de 1.100 bevroagde ondernemers is trouwens ook niet op de hoogte van de reglementering rond e-facturatie. Duidelijkheid vanuit de fiscale administratie en dus transparante richtlijnen voor e-facturatie zijn dan ook noodzakelijk om de drempel voor e-facturatie te verlagen.

Algemene conclusie

- √ Bij het zoeken naar productinformatie op het internet wordt in eerste instantie teruggevallen op de zoekmachines (68%) terwijl 26% rechtstreeks naar de site van de fabrikant gaat. Bij de keuze van zoekmachine is Google de onbetwiste leider met een marktaandeel van 98%.
- √ 79% van de ondernemers heeft al gekocht via het internet. Dit is een lichte stijging (6%) ten opzichte van 2008 en (9%) ten opzichte van 2006.
- √ 78,2% stelt vertrouwen in kwaliteitslabels op het internet. Met die belangrijke nuance dat voor 59,2% het label moet uitgaan van een betrouwbare en gekende partij. 34,6% van de ondernemers met een webshop heeft de boodschap begrepen en heeft een kwaliteitslabel op de website staan. Dit is een steke stijging (meer dan 30%) ten opzichte van 2008.
- √ 80% van de ondernemers heeft een eigen domeinnaam en 77% beschikt ook over een eigen website. Dit lijkt een (voorlopig) maximum.
- √ 24,5% van de ondernemers verkoopt via zijn website. Een eerder beperkte stijging ten opzichte van 2008 (21,1%).
- √ Bijna de helft van de online verkopende ondernemers bieden de mogelijkheid aan hun klanten om onmiddellijk via de site te betalen.
- √ Het meest aangeboden betaalmiddel is de overschrijving (83,3%), gevolgd door de kredietkaart en bankkaart (samen 68,5%).
- √ Het meest gewenste betaalmiddel (vraagzijde) is evenwel de kredietkaart (55,2%), bij voorkeur via een beveiligd betaalplatform (78,9%).
- √ 7,7% van de ondernemers verkoopt uitsluitend via internet en heeft dus geen fysieke winkel.
- √ 20% van de ondernemers die een webshop hebben, haalt 50% of meer uit de online verkoop.
- √ Bijna 80% van de ondernemers met een webshop verwacht dat hun omzet uit online verkopen het komende jaar zal toenemen.

- √ Grensoverschrijdende handel via het internet is goed ingeburgerd in het e-commerce KMO landschap: 73,9% van de ondernemers geeft te kennen reeds aankopen te hebben gedaan op een buitenlandse website terwijl 80,8% van de online verkopende ondernemers ook buiten de landsgrenzen producten verkoopt via het internet.
- √ De wetgeving inzake e-commerce is niet goed gekend. Slechts 54,5% van de ondernemers geeft aan op de hoogte te zijn van de wetgeving. 44% denkt dat hun website in overeenstemming is met de wettelijke bepalingen. Toch beantwoordde amper 26,3% de controlevraag positief.

Aanwezigheid op het internet is goed. Nu nog de stap naar e-commerce!

Het UNIZO e-Commerce label

WAT IS HET UNIZO E-COMMERCELABEL?

Om ondernemers te stimuleren een veilige, klantvriendelijke webwinkel te ontwikkelen, lanceerde UNIZO een e-commerceaudit. De aspecten die tijdens deze audit worden gecontroleerd zijn neergeschreven in een aan het label verbonden code. Sites die beantwoorden aan de wettelijke vereisten en aan de voorwaarden voldoen inzake gebruiksgemak en veiligheid (zoals neergeschreven in de code), ontvangen het UNIZO e-commerce label.

Een site met het UNIZO e-commerce label bevat correcte en volledige informatie over het bedrijf en de ondernemer achter de site. Ook de prijzen van de goederen of diensten, eventuele bijkomende leveringskosten, betalingsmogelijkheden en -voorwaarden en annulatiemogelijkheden staan ondubbelzinnig vermeld op de site. Bij online bestellingen ontvangt de koper bovendien een bevestiging van zijn order met daarop alle gegevens van de transactie ter controle. Online betalingen moeten gebeuren via een erkende payment service provider.

Bijkomende informatie over het UNIZO e-commerce label is te vinden op: www.UNIZO.be/e-commerce-label.

WAAROM EEN UNIZO E-COMMERCELABEL?

Met dit label wil UNIZO de vertrouwensrelatie tussen consument en handelaar binnen het domein van de e-commerce maximaal bevorderen. Dit systeem van zelfregulering maakt het voor ondernemers die de labelcode aanvaarden en wiens e-commerce site voldoet aan de basisvereisten, zoals vooropgesteld in deze code, mogelijk zich kenbaar te maken.

We hopen zo onze e-commerce achterstand tov van de andere Europese landen in snel tempo te kunnen inhalen.

AAN WELKE VOORWAARDEN MOET WORDEN VOLDAAN?

De integrale gedragscode van het UNIZO e-commerce label vindt u via deze link: http://www.UNIZO.be/e-commerce-label/images/res325150_4.pdf

Kort samengevat, zijn dit de basisregels waaraan moet worden voldaan:

- ✓ Absolute duidelijkheid over uw identiteit en/of die van uw onderneming is essentieel. Dit klinkt misschien vanzelfsprekend, maar toch bestaan er talloze websites waarop nauwelijks bedrijfsgegevens terug te vinden zijn, bewust of onbewust.
- ✓ Ook over de prijzen van de goederen of diensten en eventueel de bijkomende leveringskost mag absoluut geen twijfel bestaan.
- ✓ Verder moeten de betalingsmogelijkheden en –voorwaarden, plus de contractuele bepalingen ondubbelzinnig en helder op de website terug te vinden zijn.
- ✓ Bij online bestellingen/aankopen moet de klant een bevestiging ontvangen van zijn order, met daarop alle gegevens van de transactie ter controle.
- ✓ Annulatie- en/of opzegmogelijkheden moeten eveneens helder worden vermeld.
- ✓ U mag uw klanten vragen om per overschrijving te betalen, maar indien u opteert voor online betalingen, dan moet dit gebeuren via een erkende payment service provider (bv. Ogone).
- ✓ U moet ten allen tijde de privacy van de bezoeker waarborgen. Uw beleid daaromtrent moet worden vermeld op uw site conform de geldende wetgeving.

Bijkomende UNIZO e-Commerce acties

JURIDISCHE HANDLEIDING VOOR DE KMO

UNIZO publiceerde een gids op maat van de ondernemer die de wettelijke bepalingen omtrent elektronische handel uitlegt. In deze gids worden de belangrijkste regels besproken uit de Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming⁷ (WMPC), meer bepaald de overeenkomsten op afstand. Daarnaast wordt ook de Wet Elektronische Handel⁸ (Informatie en doorzichtigheid – Reclame) uitgelegd.

Specifiek aan deze gids is dat de wet bekeken wordt vanuit een internet perspectief en wordt toegelicht a.d.h.v. concrete voorbeelden en hypotheses.

Deze gids is gratis te vinden op de UNIZO-website voor UNIZO-leden⁹.

SENSIBILISERING VIA ONLINE FILMS

Op de UNIZO website¹⁰ vindt u enkele kennismakende filmpjes over kopen en verkopen via het internet en meer specifiek via eBay. Deze filmpjes beantwoorden de door ondernemers meest gestelde vragen over e-commerce en schetsen het portret van ondernemers die reeds succesvol hun eerste stappen hebben gezet op eBay.

LEDENVOORDEEL VOOR ONLINE BETALINGEN

Als UNIZO lid ontvangt u 50% korting op de activatieprijs van een Ogone e-Commerce oplossing met Fraude Detectie module of op een Ogone EasyStart abonnement.

Ogone e-Commerce is een betaalknop die op uw website geïntegreerd wordt om uw klanten in staat te stellen hun aankopen te betalen met het betaalmiddel dat zij verkiezen. Met één enkele muisklik worden uw klanten doorgestuurd naar het platform van Ogone, waar hun

⁷ Wet van 6 april 2010 betreffende marktpraktijken en consumentenbescherming (B.S., 12 april 2010).

⁸ Wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij (B.S., 17 maart 2003).

⁹ <http://www.UNIZO.be/viewobj.jsp?id=153802>

¹⁰ www.UNIZO.be/e-commerce.

financiële gegevens in alle veiligheid verwerkt worden en het resultaat wordt u in realtime doorgestuurd.

Ogone Bancontact/Mister Cash EasyStart zorgt ervoor dat uw klanten op uw site kunnen betalen met hun Bancontact/Mister Cash-kaart.

Meer info via www.UNIZO.be/ledenvoordelen.

ICT COACH

UNIZO en Boerenbond ontwikkelden samen de ICT-coach en bieden ondernemers gratis:

- ✓ eerstelijnsadvies
- ✓ begeleiding bij het uitbouwen van uw bedrijfs ICT-beleid op basis van een kompas-audit
- ✓ informatie door middel van publicaties en infosessies

Ook wanneer ondernemers vragen, of reeds concrete plannen hebben voor een e-commerceproject, kunnen zijn voor advies bij de UNIZO ICT coach terecht.

In het najaar (september 2010) zal de ICT-coach in Vlaanderen een roadshow organiseren met als thema 'e-commerce'.

De concrete invulling van het programma wordt nog bekendgemaakt.

BELEIDSAANBEVELINGEN

VERZAKINGSRECHT

Bij verkopen op afstand via het web heeft de consument een verzakingsrecht van 14 kalenderdagen. Dit recht, om zonder opgave van motief en zonder betaling van een boete van een gedane aankoop af te zien, zet de deur open voor misbruiken.

Het verzakingsrecht geeft de consument immers de mogelijkheid om een product gedurende 14 (en zelfs meer) dagen goedkoop te "leasen". Enkel de rechtstreekse kosten voor terugzending mogen ten laste van de consument worden gelegd.

UNIZO vraagt daarom te voorzien in een billijke compensatie indien het goed door de consument tijdens de 14 kalenderdagen werd gebruikt. De gebruikte producten die worden teruggestuurd kunnen immers bezwaarlijk later nog aan een andere consument als nieuw

worden verkocht. Om de inkomensderving te compenseren moet de ondernemer dan ook de mogelijkheid hebben om een deel van de door hem gemaakte kosten en een deel van de kostprijs van het product op de consument te verhalen. Op die manier blijft de consument nog steeds beschermd maar wordt rechtsmisbruik met betrekking tot het verzakingsrecht zoveel mogelijk beperkt.

BELEIDSAANBEVELINGEN EUROPA

In globo beschikt 65% van de Europese KMO's over een website (bron: Eurostat). Het aantal bedrijven dat over een website beschikt afhankelijk is van de grootte, de sector en de landen waaruit ze komen.

28% van de Europese KMO's kan via de website bestellingen ontvangen (In België 24,5%).14% kan via de website de volledige transactie afronden (in België is dat 12,1%). Deze gemiddelden liggen dus hoger dan de Belgische cijfers.

Internet maakt het gemakkelijker voor KMO's om de belemmeringen tot internationalisering (gebrek aan voldoende kapitaal) te overwinnen. De relatie tussen deze belemmeringen en de grootte van de onderneming is afgenomen dankzij het internet.

Dit is een belangrijk gegeven als men weet dat internationaal actieve KMO's performanter zijn en meer toegevoegde waarde genereren (Vlerick-studie 2008). Bovendien toont een recente Europese studie nogmaals duidelijk aan dat internationaal actieve bedrijven een beduidend hogere omzet realiseren, de tewerkstelling meer doen groeien en dat er een veel grotere link bestaat tussen deze bedrijven en innovatie.

Beleidsmakers moeten de groei van e-commerce dan ook verder faciliteren: acceptatie van elektronische handtekening, inkorting bedenktijd voor consumenten en een doorgedreven begeleiding samen met het blijvend stimuleren van het gebruik van internet, moeten leiden tot een beter E-commerce klimaat voor ondernemers.