

Digitale paraatheid en AI-acceptatie in het Europese bedrijfsleven

Inzichten in hoe bedrijven in Europa omgaan met digitale tools, online zichtbaarheid en de snel veranderende wereld van AI.

Deelnemende merken:

active 24

catalyst2

combell

dominios.pt

GURU
CLOUD HOSTING

HOSTINGIRELAND.ie

hostingpalvelu

LCN

LETSHOST

Loopia

() names.co.uk

() nominalia

raidboxes
WordPress Hosting

() register365

SimplyBook.me

Simply.com

() simply
HOSTING & SERVERS

SUPERHOSTING.BG

trans ip

ukdedicated

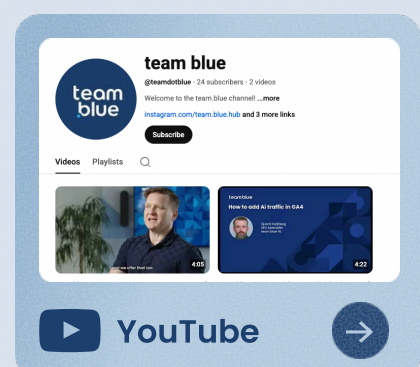
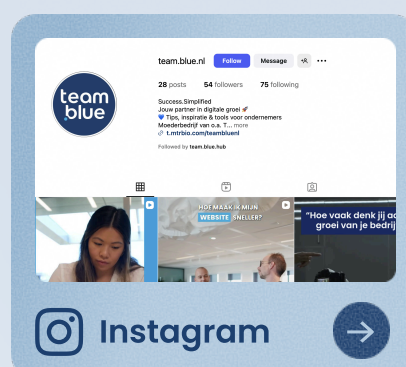
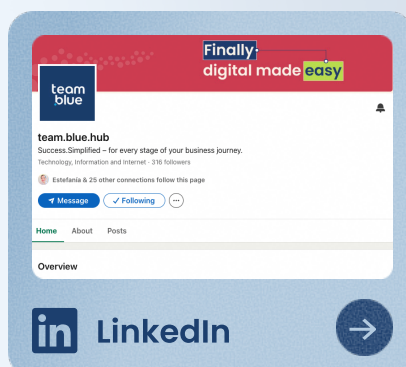
webempresa

webnode

Over team.blue

Bij **team.blue** beseffen we dat Europese bedrijven zich in een snel veranderende digitale wereld bevinden, waarin vertrouwen, veiligheid en duidelijkheid net zo belangrijk zijn als innovatie. Als toonaangevende digitale ondersteuner stellen team.blue en onze meer dan **60 merken** in heel Europa bedrijven in staat om te groeien met robuuste, betrouwbare en veilige oplossingen. We streven ernaar de vertrouwde partner te zijn die zakelijk en online succes eenvoudiger maakt voor onze **3,5 miljoen** klanten, variërend van **zelfstandigen** tot grote **ondernemingen**.

Ga met ons in gesprek:



Conclusie

Een bedrijf runnen betekent tegenwoordig jongleren met verandering, kansen en onzekerheid. In heel Europa moeten organisaties hun weg vinden in een digitale wereld die voortdurend verandert: met nieuwe tools, nieuwe manieren om klanten te bereiken, nieuwe verwachtingen van werkprocessen en de snelle opkomst van AI die het dagelijkse werk beïnvloedt.

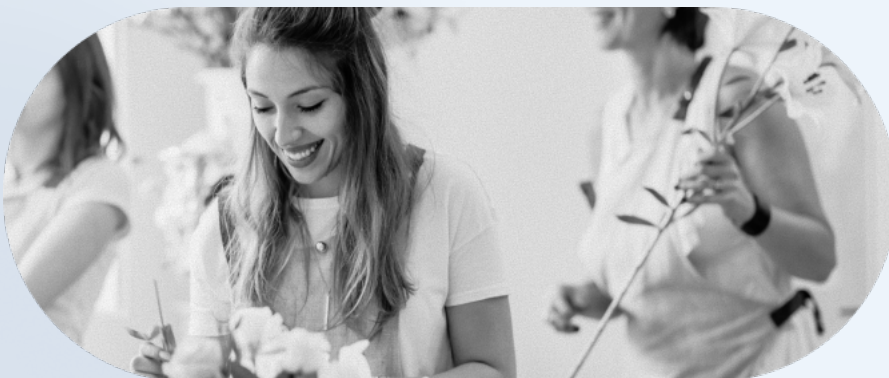
Om te begrijpen hoe bedrijven zich aanpassen, heeft **team.blue** onder **23** van onze merken meer dan **8.200** respondenten in heel **Europa** ondervraagd. We hebben geluisterd naar oprichters, bedrijfsleiders, managers en teams in elke groeifase. Uit de antwoorden blijkt dat deze groep duidelijk potentieel ziet in digitale tools, maar nog steeds praktische drempels ervaart om ze in te zetten.

Wat we hebben geleerd van **meer dan 8.200 Europese** bedrijven:

De meeste bedrijven hebben de basis op orde

- **Websites, sociale media** en **cloudtools** worden op grote schaal gebruikt.
- Deze tools helpen bedrijven om **zichtbaar** en **geloofwaardig** te blijven, en **contact** te houden met hun klanten.

"Onze website wekt vertrouwen, ook al komen de meeste klanten via aanbevelingen bij ons terecht."





Bedrijven willen vooruitgang boeken met digitale middelen, maar ze lopen vast

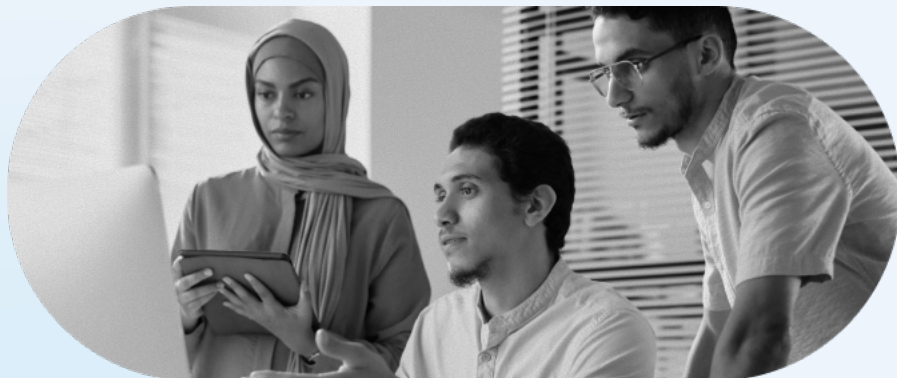
- Bedrijfsleiders worstelen met bekende vragen als “Waar moeten we beginnen? Welke tools zijn belangrijk? Hoe vinden we de tijd?”
- Het vertrouwen in de middelen is er in alle bedrijven, maar de acceptatie en implementatie varieert sterk.
- Vooruitgang boeken op dit vlak wordt vaak bepaald door tijd, middelen en duidelijkheid, en niet zozeer door ambitie.

“Ik wil meer online doen, maar ik weet gewoon niet wat ik prioriteit moet geven.”

Het gebruik van AI groeit, maar invoering verloopt ongelijk

- Een vijfde van de bedrijven maakt uitgebreid gebruik van AI.
- Een derde experimenteert ermee of gebruikt het af en toe.
- Een kwart heeft geen plannen om AI in te voeren, dit zijn met name oudere en kleinere bedrijven.
- AI wordt het meest gewaardeerd voor marketingcontent, administratieve ondersteuning en leren.
- Grotere, gevestigde bedrijven hebben meer vertrouwen, maar zijn ook voorzichtiger. Ze hechten waarde aan vertrouwen, veiligheid en meetbare resultaten voordat ze nieuwe technologieën inzetten.
- Binnen alle groepen is de behoefte aan begeleiding, duidelijkheid en eenvoud hetzelfde.

“AI helpt ons om dingen sneller gedaan te krijgen, maar we zijn nog aan het uitzoeken hoe we het goed kunnen gebruiken.”



Wat dit betekent voor de digitale toekomst van Europa

Dit biedt een unieke kans. Zoals benadrukt in de samenvatting, willen bedrijven vooral betrouwbare ondersteuning, duidelijkere trajecten en technologie die hen echt helpt groeien.

team.blue bevindt zich in een unieke positie om aan deze behoefte te voldoen. Als toonaangevende Europese aanbieder van digitale oplossingen bieden we tools, kennis en het ecosysteem om bedrijven in hun eigen tempo te helpen groeien. Door digitale keuzes makkelijker te maken, heldere AI-oplossingen te bieden en gericht te helpen, kan team.blue de partner zijn die digitaal potentieel vertaalt naar dagelijks succes voor miljoenen kleine en middelgrote ondernemingen.

Index

Dit rapport brengt de volledige digitale ontwikkeling van kleine en middelgrote Europese bedrijven in kaart: van websites en tools tot obstakels, gedrag en perceptie van AI.

Inzicht in het landschap

06

Belangrijkste inzichten in één oogopslag

Demografische gegevens

07

Vertegenwoordigde landen

Bedrijfsomvang

Functies van bestuurders

Aantal jaren actief

Digitale aanwezigheid

11

Website-bezit

Hoe websites worden gebouwd en onderhouden

Bijdrage van websites aan nieuwe klanten

Waar websites bij helpen

Gebruik van digitale tools

17

De digitale tools die kleine en middelgrote bedrijven tegenwoordig gebruiken

Vertrouwen in het kiezen en gebruiken van tools

Tijdwinst door digitale tools

Hoe vaak tools worden bijgewerkt en onderhouden

Belemmeringen en implementatie van technologie

22

Algemene technologische vaardigheid

Belemmeringen voor de invoering van AI en nieuwe technologieën

Toepassing van AI

25

Huidig niveau AI-gebruik Vertrouwen in AI

Waargenomen impact van AI op werkgelegenheid en concurrentievermogen

Waar AI als meest waardevol wordt beschouwd

Per leeftijd & grootte

AI-agents en automatisering

Inzicht in het landschap

Belangrijkste inzichten in één oogopslag

Europese bedrijven hebben te maken met snelle digitale veranderingen en de opkomst van AI, wat zowel mooie kansen als onzekerheid met zich meebrengt.

01 De digitale basis staat, maar er is weinig verdieping

De meeste bedrijven maken gebruik van essentiële tools zoals websites, sociale media en cloudopslag. Minder bedrijven gebruiken echter geavanceerdere systemen zoals CRM's, analysemiddelen of boekings tools. De kloof tussen basisactiviteiten en meer strategische digitale mogelijkheden blijft groot.

02 Hoe lang een bedrijf bestaat bepaalt de kijk op digitalisering meer dan vertrouwen

Het vertrouwen in technologie is bij alle bedrijven vergelijkbaar, maar oudere, gevestigde bedrijven gebruiken minder vaak nieuwe tools of AI. Hun aanpak wordt bepaald door vaste werkprocessen zonder druk om te veranderen, en niet door een gebrek aan digitale vaardigheden.

03 Het gebruik van AI neemt toe, maar is ongelijk verdeeld over de segmenten

Een aanzienlijk deel van de bedrijven experimenteert al met AI, met name voor het creëren van content en administratieve taken. Tegelijkertijd heeft een kwart geen plannen om überhaupt AI in te voeren, vaak vanwege onzekerheid over waar AI in hun werk past of vanwege zorgen over vertrouwen en privacy.

04 Bedrijven willen bovenal duidelijkheid en eenvoud

In alle segmenten is de vraag naar begeleiding het grootst. Ondernemers willen begrijpen welke tools echt belangrijk zijn, hoe ze die effectief kunnen gebruiken en hoe ze de impact ervan kunnen meten. Of ze nieuwe technologie gebruiken hangt minder af van enthousiasme, en meer van vertrouwen in een helder, haalbaar plan.

DEMOGRAFISCHE GEGEVENS

Landen

Met ruim 8.200 reacties uit 32 landen schetst dit onderzoek een uniek beeld van de digitale ontwikkelingen in Europa.

8221

reacties

32

landen in heel Europa

23

team.blue merken

16

talen



We hebben klanten van **23** team.blue-merken ondervraagd. Deze merken hebben een sterke aanwezigheid in heel Europa. We ontvingen meer dan **8.200** reacties van bedrijven uit 32 landen in Europa, in 16 verschillende talen. Hoewel elk bedrijf anders is, zagen we duidelijke patronen.

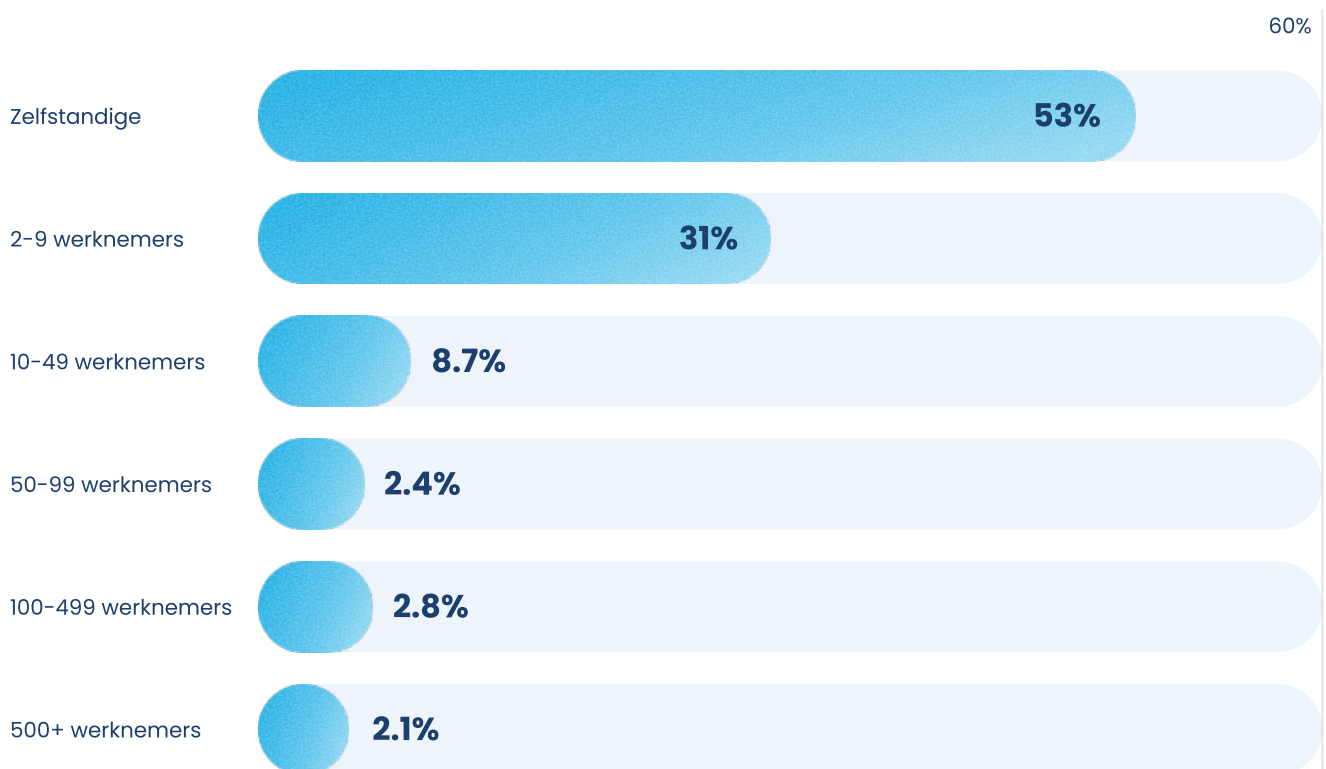
Deze spreiding biedt een zeldzaam inzicht in hoe digitale acceptatie varieert tussen **culturen**, **talen** en **bedrijfsomgevingen**.

DEMOGRAFISCHE GEGEVENS

Bedrijfsgrootte

De meeste respondenten zijn kleine bedrijven of éénmanszaken, wat laat zien hoe digitalisering sterk verschilt per bedrijfsgrootte.

Hoeveel werknemers heeft uw bedrijf?



Onze respondenten waren vooral kleine, onafhankelijke bedrijven die door de oprichter worden geleid. Ongeveer **53%** werkt als **zelfstandige** en nog eens **31%** heeft een team van **2 tot 9 personen**. We kregen ook reacties van **middelgrote** en **grote organisaties**, waaronder bedrijven met 50 tot meer dan 500 werknemers. Zo kunnen we zien hoe de **digitalisering** of **digitale adoptie verandert naarmate bedrijven groter worden**. Deze mix laat niet alleen zien wat kleine bedrijven doen, maar ook hoe werkwijzes veranderen naarmate teams groeien.

DEMOGRAFISCHE GEGEVENS

Bestuurders

Wat is uw functie?



De inzichten komen rechtstreeks van oprichters en besluitvormers en laten zien dat digitalisering een strategische kwestie is, geen bijzaak. Dit rapport toont de visie van mensen die dagelijks beslissingen nemen namens hun bedrijf.

Oprichters, bedrijfsleiders en managers deelden hun mening over digitale tools, hun prioriteiten en waar ze tegenaan lopen. Dit zijn de personen die verantwoordelijk zijn voor de strategie, het bedrijf draaiende houden en de tools kiezen die het investeren waard zijn.

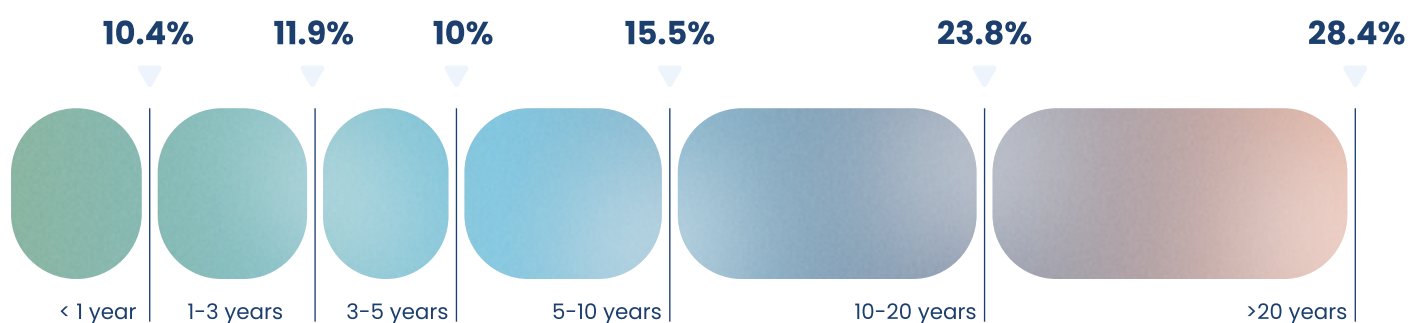
Door rechtstreeks van deze groep te horen, krijgen de bevindingen extra gewicht. Het laat zien dat digitalisering geen bijzaak of een leuke extra is, maar een onderwerp dat op het bureau ligt van de mensen met de grootste verantwoordelijkheid. Hun inzichten helpen ons niet alleen te begrijpen wat bedrijven dagelijks doen, maar ook wat ze nodig hebben om met vertrouwen vooruit te gaan.

DEMOGRAFISCHE GEGEVENS

Antal jaren actief

Meer dan de helft van de ondervraagde bedrijven is al meer dan tien jaar actief en kiest voor stapsgewijze digitale groei boven een complete ommezwaai.

Hoe lang bestaat uw bedrijf al?



Meer dan de helft van de bedrijven die we hebben gesproken, bestaat al meer dan tien jaar. Dit zijn gevestigde organisaties die al veerkracht en stabiliteit hebben opgebouwd en nu op zoek zijn naar wat **toekomstige kansen zijn** of ervoor kiezen om **vast te houden aan bekende tools en werkwijzes**.

Hun ervaring en expertise bepalen hoe zij digitale verandering benaderen en we zien dat velen kiezen voor geleidelijke groei in plaats van complete vernieuwing.

DIGITALE AANWEZIGHEID

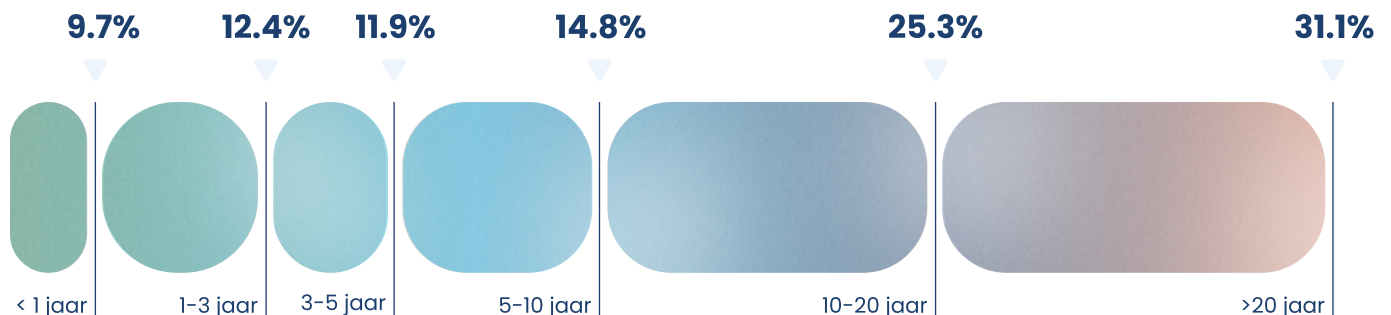
Website-bezit

Hoewel de meeste bedrijven een website hebben, vertrouwt een opvallende minderheid volledig op sociale platforms als hun primaire digitale thuisbasis.

Heeft uw bedrijf momenteel een website?



Uitsplitsing van “Geen website” (Nee, we hebben geen plannen) naar jaren actief



De meeste bedrijven in onze enquête (meer dan 84%) **hebben wel een website**, maar hoe ze die sites bouwen, gebruiken en waarderen, loopt sterk uiteen.

Aan de andere kant staan bijna **500** respondenten die **geen website** hebben en niet van plan zijn er een te maken. Meer dan de helft van deze groep bestaat uit kleinere bedrijven die al meer dan 10 jaar actief zijn, waarvan velen al meer dan twee decennia. Ze maken **intensief gebruik** van **sociale media** en zijn actieve gebruikers van **cloudopslag**.

Ze vertegenwoordigen een kleine maar stabiele groep van bedrijven die sociale platforms zien als hun belangrijkste online aanwezigheid in plaats van traditionele websites.

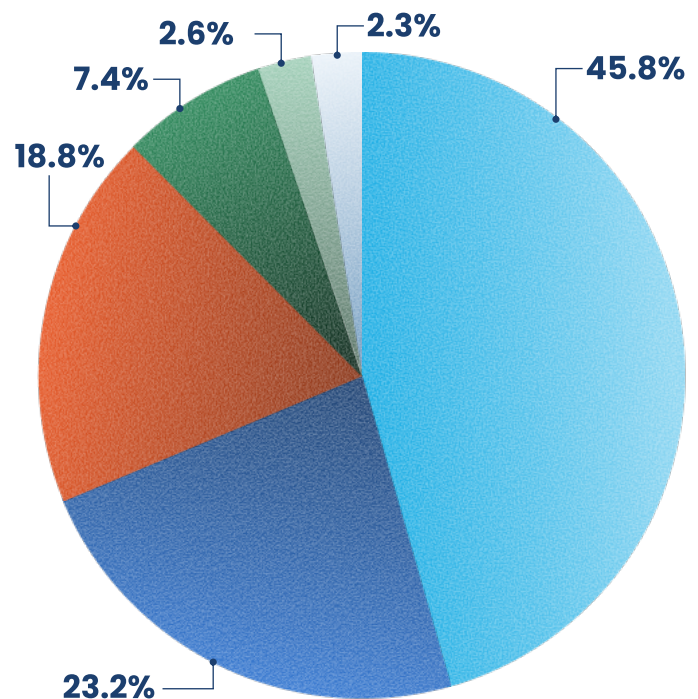
DIGITALE AANWEZIGHEID

Websites bouwen en onderhouden

Veel bedrijven bouwen en beheren hun websites zelf, maar door tijdgebrek en complexiteit worden verbeteringen vaak beperkt.

Hoe is de website van uw bedrijf gemaakt en wie beheert deze momenteel?

- Intern gebouwd en intern beheerd (u heeft de website zelf ontworpen en onderhoudt deze zelf)
- Gebouwd door een externe webdeveloper of bureau, intern beheerd (zij bouwden de site, maar u beheert de inhoud en updates)
- Gebouwd met een doe-het-zelf-websitebouwer (u heeft de website zelf gebouwd en beheert deze binnen het platform)
- Gebouwd én volledig beheerd door een externe developer of bureau (alles is uitbesteed, inclusief updates en hosting)
- Ik weet het niet
- Overig



Hoe websites worden gebouwd en onderhouden

Meer dan **60%** van de bedrijven met een website bouwt en onderhoudt hun site zelf, met behulp van traditionele hosting of doe-het-zelf websitebouwers.

Dit weerspiegelt zowel een **verlangen naar onafhankelijkheid en controle** als de wens om de **kosten** binnen de perken te houden.

DIGITALE AANWEZIGHEID

Websites bouwen en onderhouden

Verschillende respondenten gaven aan dat het bijwerken van websites tijdrovend of ingewikkeld kan zijn en dat het verbeteren ervan vaak onderaan de takenlijst komt te staan. Websites worden als noodzakelijk beschouwd, maar zijn niet altijd even gemakkelijk te beheren.

“

Gemaakt door een externe webontwikkelaar/bureau, maar momenteel wordt er door geen van beide partijen onderhoud gedaan.

“

Momenteel alleen een 'visitekaartje'-pagina – ik wil een volledige site, maar heb geen tijd/vaardigheden om die te maken.

“

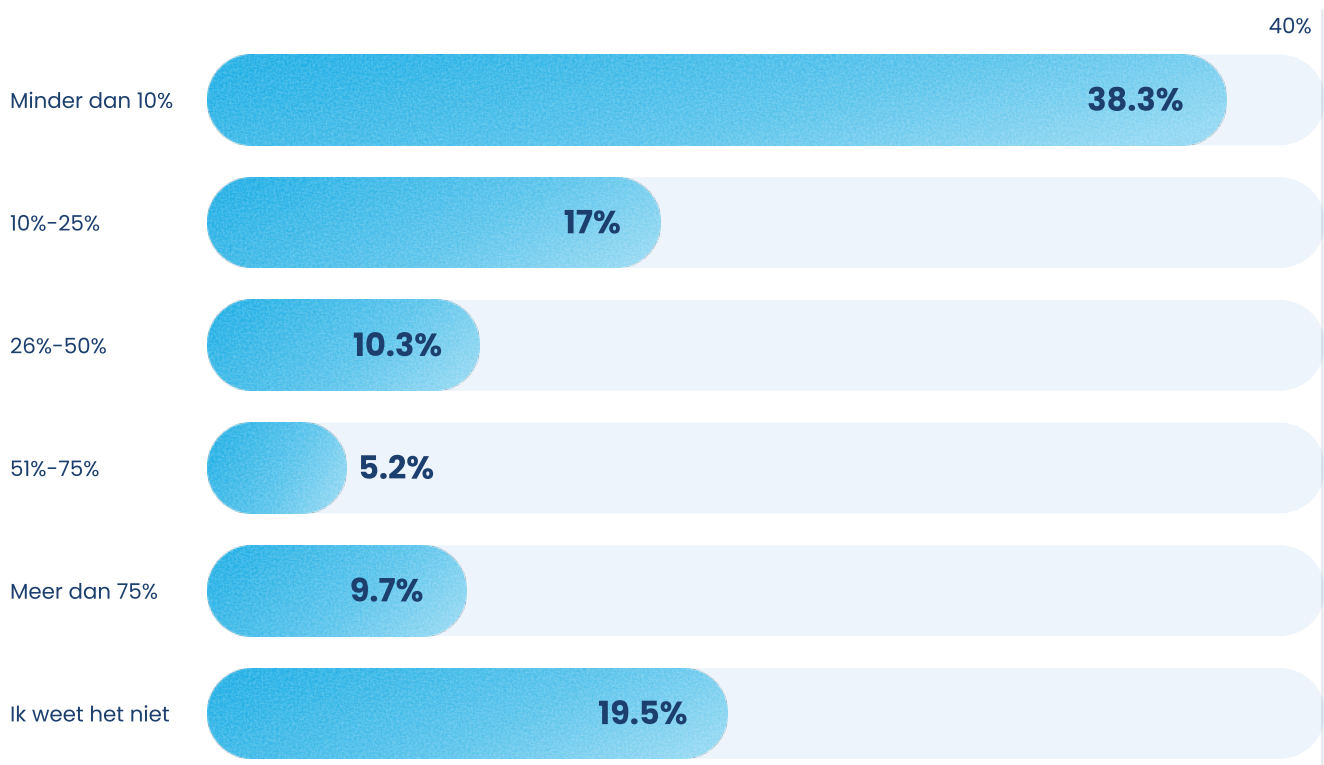
Hier gebouwd, maar niet beheerd omdat ik niet weet hoe.

DIGITALE AANWEZIGHEID

Bijdrage aan nieuwe klanten

Voor veel bedrijven zijn websites vooral vertrouwenswekkers en geen directe omzetgeneratoren. Behalve in sectoren waar online verkoop centraal staat.

Welk percentage van uw nieuwe omzet is ongeveer te danken aan uw website?



Hoeveel websites opleveren

Voor veel van de ondervraagde bedrijven is hun **website** momenteel **geen belangrijke bron voor nieuwe klanten**. Ruim **40%** gaf aan dat hun site minder dan **10%** van de nieuwe klanten oplevert, en meer dan de helft zei dat ze niet zeker weten hoeveel hun website bijdraagt. In veel gevallen fungeren websites meer als **digitale visitekaartjes** dan als actief verkoopkanaal.

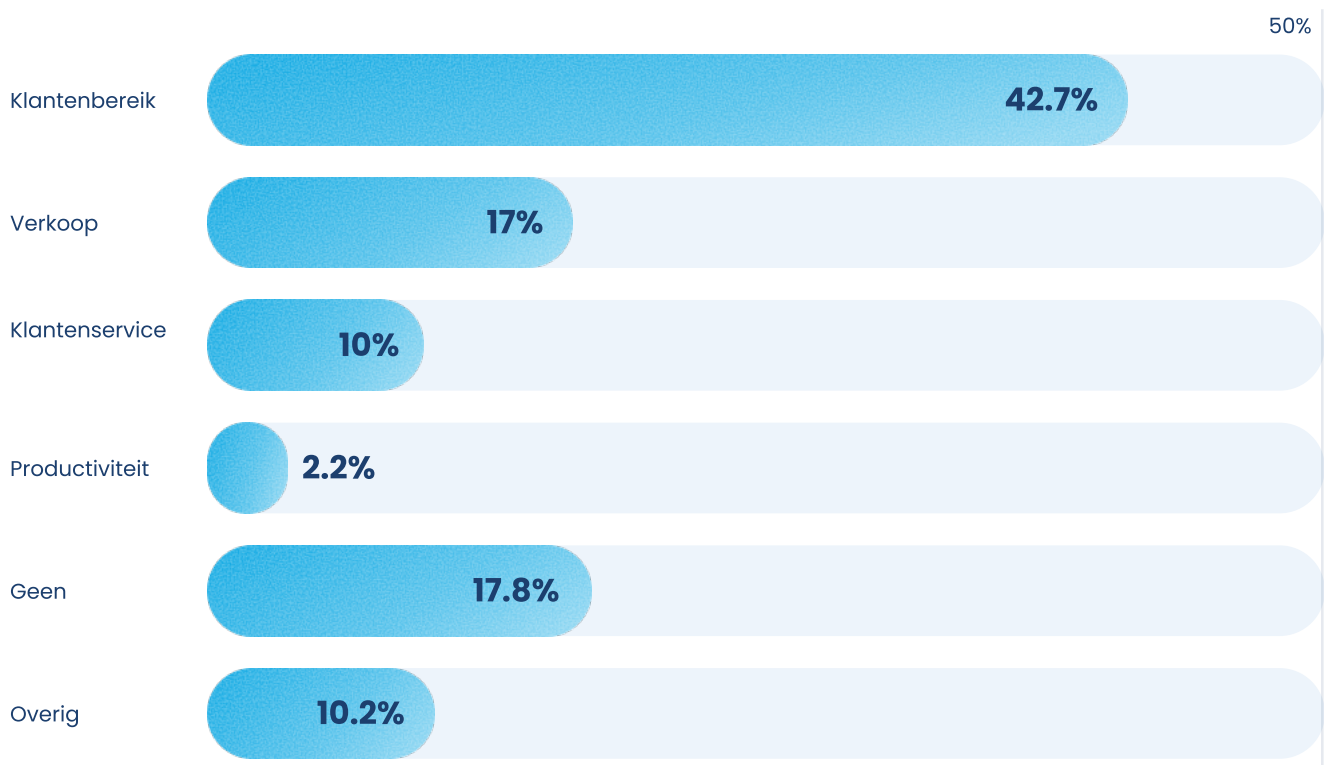
Tegelijkertijd zijn er bedrijven die wel aangeven dat hun website een aanzienlijk deel van hun omzet genereert (meestal **26%** tot **75%**, soms meer). Deze zijn vaak actief in sectoren waar klanten verwachten online te kunnen zoeken, vergelijken of kopen, zoals technologie, IT-diensten en detailhandel/e-commerce. Voor deze bedrijven is de **website** niet alleen een visitekaartje, maar ook een **essentieel operationeel** en **commercieel instrument**.

DIGITALE AANWEZIGHEID

Waar websites bij helpen

Websites zijn krachtige instrumenten om vertrouwen op te bouwen en marketingmiddelen, zelfs als ze niet direct nieuwe klanten genereren.

Welk van de volgende punten heeft uw website het meest verbeterd?



Waar websites bij helpen

Respondenten gaven ons consequent aan dat **websites** hen helpen hun **bereik te vergroten** en hun **geloofwaardigheid te versterken**, zelfs als ze niet de belangrijkste motor zijn voor nieuwe klanten. Velen gaven ook aan dat ze niet de **tijd, vaardigheden** of **ondersteuning** hebben om de **impact** van hun site te verbeteren of te meten.

Over het algemeen wijzen de gegevens erop dat voor veel ondervraagde bedrijven de waarde van een website niet zozeer ligt in wat die website kan doen, maar meer in wat hij bevestigt: dat ze **legitiem, zichtbaar** en **betrouwbaar** zijn.

DIGITALE AANWEZIGHEID

Waar websites bij helpen

Marketing speelt een centrale rol in de manier waarop veel respondenten hun websites gebruiken. Zelfs als een site niet direct nieuwe klanten aantrekt, helpt deze wel om het bereik te vergroten, het vertrouwen te versterken en de geloofwaardigheid te vergroten. Voor veel bedrijven dient de website in de eerste plaats als een marketingmiddel en niet als een verkoopkanaal. De website ondersteunt mond-tot-mondreclame, straalt legitimiteit uit en geeft potentiële klanten een duidelijker beeld van wie het bedrijf is en wat het te bieden heeft.

Voor velen is de website de eerste indruk voordat het gesprek begint, niet waar het gesprek zelf plaatsvindt.

“

Wanneer klanten zien dat we een website hebben, versterkt dat onze reputatie.

“

In onze branche komen klanten niet via de website; ons product is te vinden op Spotify, enz.

“

Sommige potentiële klanten gebruiken het voor geruststelling; de meesten komen via aanbevelingen.

“

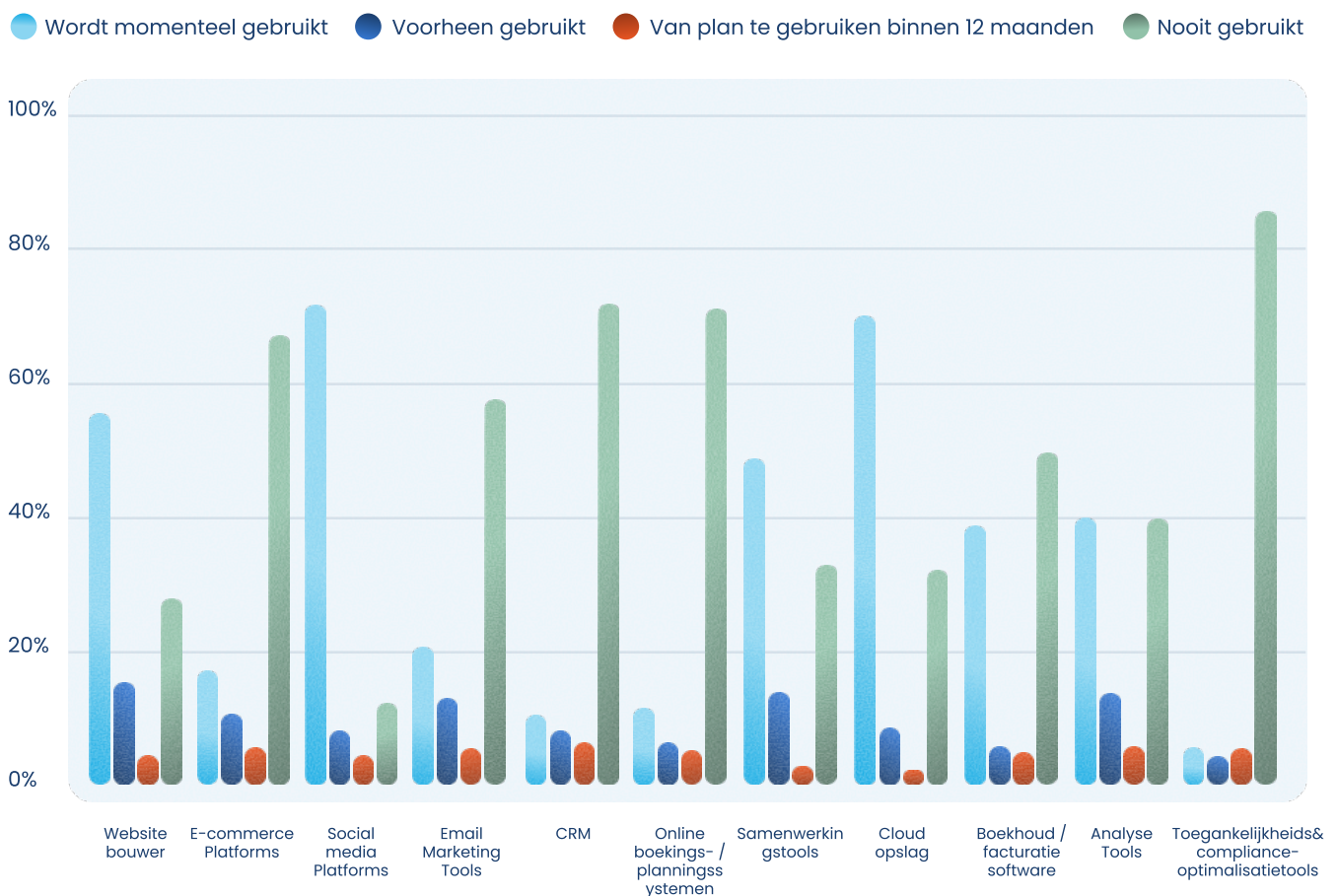
Bewijs dat ik in een echt bedrijf heb (ik krijg geen klanten via de website; die is alleen voor officiële legitimiteit).

GEBRUIK VAN DIGITALE TOOLS

Overzicht

Bedrijven gebruiken essentiële digitale tools zoals sociale media en cloudopslag volop, maar het gebruik van meer geavanceerde of specialistische tools ligt een stuk lager.

Overzicht van digitale tools



Bij de bedrijven die we hebben ondervraagd, zien we een duidelijk patroon in hoe digitale tools dagelijks worden gebruikt. De meeste respondenten zijn vertrouwd met de basis. **Sociale media** ziet het meeste gebruik, met ongeveer **74%** die het gebruikt om zichtbaar te blijven, contact te houden met klanten en hun werk te promoten. **Cloudopslag** volgt met **73%**, wat aantoont dat digitale systemen voor het opslaan en delen van informatie nu de standaard zijn. Afgezien van deze essentiële zaken houden veel bedrijven hun **digitale toolkit** echter vrij **simpel**.

Meer dan de helft van onze respondenten maakt actief gebruik van websitebouwers en een vergelijkbaar percentage gebruikt samenwerkingstools.

GEBRUIK VAN DIGITALE TOOLS

Overzicht

Meer gespecialiseerde tools worden daarentegen zeer weinig gebruikt. **85%** van de respondenten was niet bekend met tools voor **toegankelijkheidsoptimalisatie** of maakte er geen gebruik van, en ongeveer **75%** was niet bekend met **CRM-systemen** en **online boekingstools** of maakte er geen gebruik van. Dit suggereert dat veel bedrijven het **belang** van deze tools niet inzien of niet over de **kennis** of **tijd** beschikken om ze in hun bedrijfssystemen te integreren.

Marketingtools vormen een belangrijk onderdeel van deze dagelijkse toolkit. **Websitebouwers** en **e-mailmarketingtools** worden ook veel gebruikt, wat erop wijst dat veel bedrijven met deze oplossingen experimenteren, zelfs als ze er niet altijd mee doorgaan. Dit weerspiegelt een sterk geloof dat marketingtools belangrijk zijn, zelfs als tijd, complexiteit of integratieproblemen in de weg staan.

Belangrijkste feiten:

- **Grotere bedrijven** maken meer gebruik van tools die samenwerking en klantbeheer ondersteunen.
- **Opkomende bedrijven** tonen de grootste nieuwsgierigheid en kiezen vaker dan welke andere groep ook voor "van plan om te gebruiken".
- Websitebouwers, analysetools en e-mailmarketingplatforms scoren het hoogst op 'eerder gebruikt', wat erop wijst dat bedrijven **overstappen** naar andere tools of dat ze **moeilijker te integreren** zijn, waardoor ze worden afgeschreven.

Samen benadrukken deze patronen een belangrijk thema. **Kleine bedrijven** hebben **vertrouwen** in **marketingtools** die snel zichtbaarheid of eenvoudige, dagelijkse waarde bieden, maar de acceptatie en implementatie daalt sterk wanneer tools een diepgaandere installatie, voortdurend onderhoud of meer technische expertise vereisen. Dit wijst op een **duidelijke kans** voor **eenvoudigere**, meer **begeleide marketingoplossingen** die bedrijven helpen om verder te gaan dan basiszichtbaarheid en een consistentere en meetbare impact te realiseren.

GEBRUIK VAN DIGITALE TOOLS

Vertrouwen

Het vertrouwen in de keuze voor digitale tools groeit naarmate bedrijven groter zijn, terwijl zelfstandigen de leercurve als zware last ervaren.

Hoe zeker bent u, op een schaal van 1 tot 10, dat u de juiste digitale tools voor uw bedrijf kiest?



Van alle respondenten was het gemiddelde vertrouwen in het kiezen en gebruiken van digitale tools **6** op een schaal van **10**. We zagen echter dat het vertrouwen toenam naarmate de omvang van het bedrijf groter was.



Zelfstandige / klein team



10+ werknemers



500+ werknemers



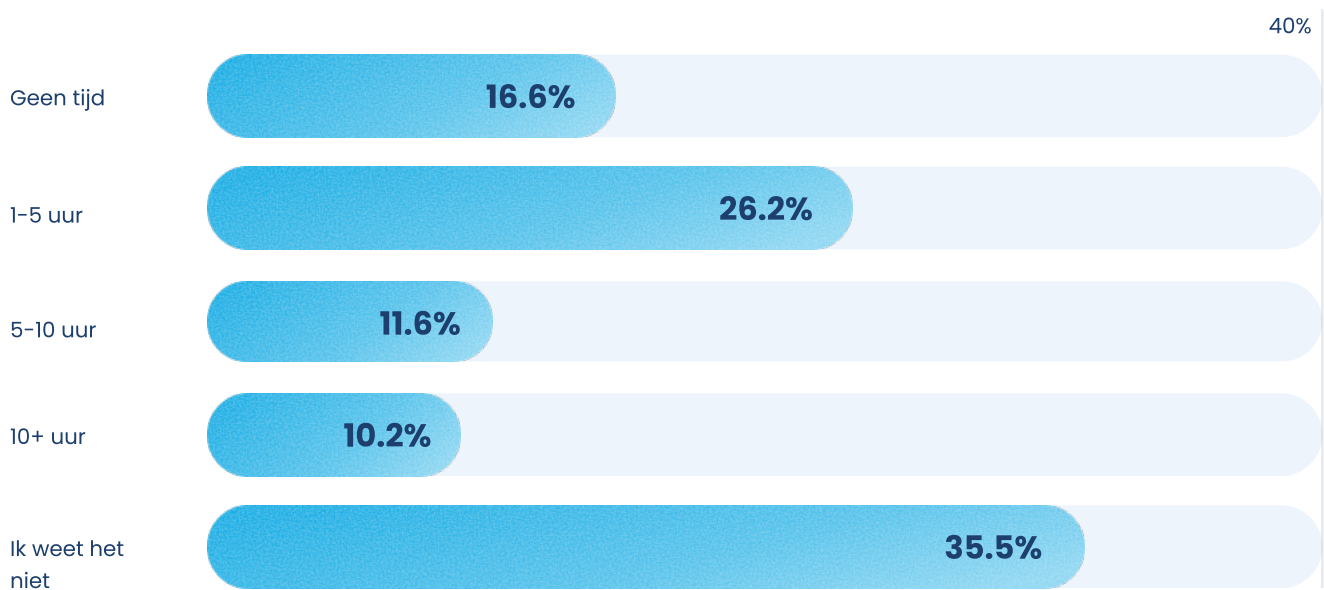
Zelfstandigen en **kleine teams** gaven zichzelf doorgaans een **lagere** score, terwijl bedrijven met **10 of meer** werknemers zichzelf consequent een 7 gaven en bedrijven met meer dan **500** werknemers een **8**. Dit komt waarschijnlijk doordat de verantwoordelijkheid voor het invoeren van digitale tools wordt gedeeld of ondersteund door meer gespecialiseerde functies. Voor zelfstandigen is de invoering van digitale tools een persoonlijke aangelegenheid: zij voelen elke leercurve en elke minuut die ze besteden aan het uitzoeken van een nieuwe tool.

GEBRUIK VAN DIGITALE TOOLS

Tijdsbesparing

Veel bedrijven kunnen de impact van digitale tools niet meten, waarbij zelfstandige ondernemers vaak het gevoel hebben dat ze helemaal geen tijd besparen.

Hoeveel tijd besparen digitale tools u elke week?



Hoewel veel bedrijven in enige vorm gebruikmaken van digitale tools, wordt de impact ervan niet altijd gemeten of duidelijk gevoeld. Ongeveer **35%** van de respondenten gaf aan **niet zeker** te weten hoeveel tijd digitale tools hen besparen. Deze onzekerheid is vooral merkbaar bij grotere organisaties, waar meer dan **43%** van de bedrijven met **100+** werknemers aangaf niet zeker te zijn van de tijdwinst. In grotere teams kan efficiëntiewinst moeilijker te zien zijn, omdat het werk meer verdeeld is en verbeteringen stapsgewijs of indirect kunnen zijn.

Kleine ondernemers daarentegen merken de impact van tools veel directer. Bijna **één op de vijf** zegt dat digitale tools hen helemaal **geen tijd** besparen. Dit wijst erop dat tools voor zeer kleine bedrijven soms eerder voor **extra complexiteit** zorgen dan dat ze deze verminderen, vooral wanneer het opzetten, leren of maken van content op één persoon met beperkte tijd aankomt.

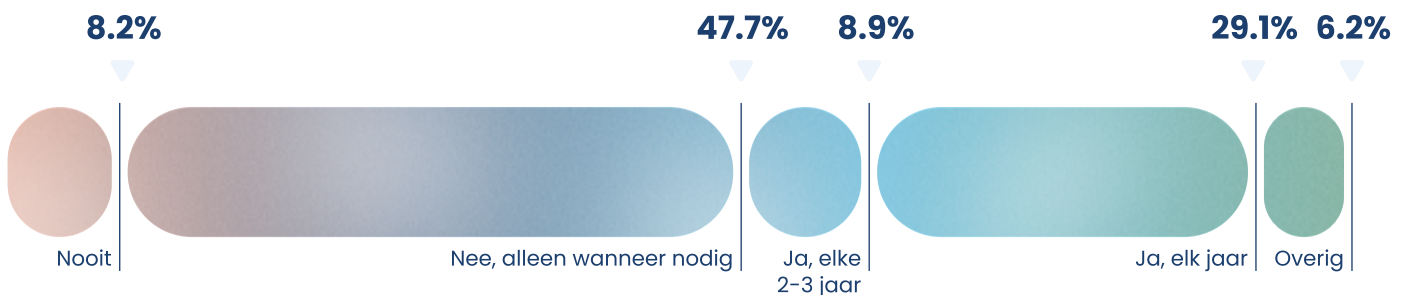
Het patroon is duidelijk. **Kleinere bedrijven reageren wanneer dat nodig is, terwijl grotere bedrijven systematisch plannen en onderhouden.**

GEBRUIK VAN DIGITALE TOOLS

Onderhoud

Digitale tools worden meestal reactief onderhouden, waarbij grotere bedrijven een meer systematische en proactieve aanpak hanteren.

Onderhoudt of update u regelmatig uw digitale tools?



Onderhoud en meting van digitale tools

Als het gaat om het onderhoud van digitale tools, hanteren de meeste bedrijven een reactieve in plaats van een proactieve aanpak. Bijna de helft van de respondenten werkt hun tools pas bij als het nodig is, en dit komt vooral veel voor bij kleinere bedrijven waar deze verantwoordelijkheid vaak bij één persoon ligt.

Grote organisaties daarentegen onderhouden hun digitale tools doorgaans grondiger. Ongeveer **57%** van de bedrijven met meer dan **100** werknemers geeft aan tools minstens om de **2-3 jaar** te updaten, en veel bedrijven beschrijven continue evaluatie als hun standaardprocedure. Deze bedrijven hebben vaak specifieke medewerkers of geautomatiseerde updateprocessen, wat dit proces veel gemakkelijker maakt.

De antwoorden lieten een breed spectrum aan ervaringen zien, waaronder:

- **Voortdurend onderhoud** ("Dagelijks", "Wekelijks", "Voortdurend evalueren", "Onderdeel van centrale IT-activiteiten")
- **Incidentele updates wanneer dat nodig is** ("Als er iets verandert", "Als het niet meer werkt", "Als ik hoor dat er iets beters is")
- **Gedelegeerd onderhoud** ("Iemand anders is daarvoor verantwoordelijk", "Mijn provider regelt dat")
- **Onzekerheid of overweldiging** ("Ik weet niet eens wat dit betekent", "Ik weet niet hoe ik moet antwoorden", "Ik heb geen technische expertise")

BELEMMERINGEN VOOR DE INVOERING VAN NIEUWE TECHNOLOGIE

Technische Kennis

Het vertrouwen in technologie is bij alle bedrijven vergelijkbaar, maar wordt sterk beïnvloed door de omvang van het bedrijf, waarbij zelfstandigen het minst zelfverzekerd zijn.

Op een schaal van 1-10, hoe technisch onderlegd bent u?



Bij de door ons ondervraagde bedrijven ligt het gemiddelde **vertrouwen** in technologie op **7 van de 10**. De technologische vaardigheid varieert afhankelijk van de bedrijfsgrootte, waarbij **grotere organisaties** zichzelf het hoogst beoordelen met een gemiddelde score van **8**, terwijl **zelfstandigen** het laagste vertrouwen rapporteren met een score van **6**. Dit komt overeen met wat we zien rondom het vertrouwen in het kiezen van nieuwe tools.



Zelfstandige / klein team



10+ werknemers



500+ werknemers



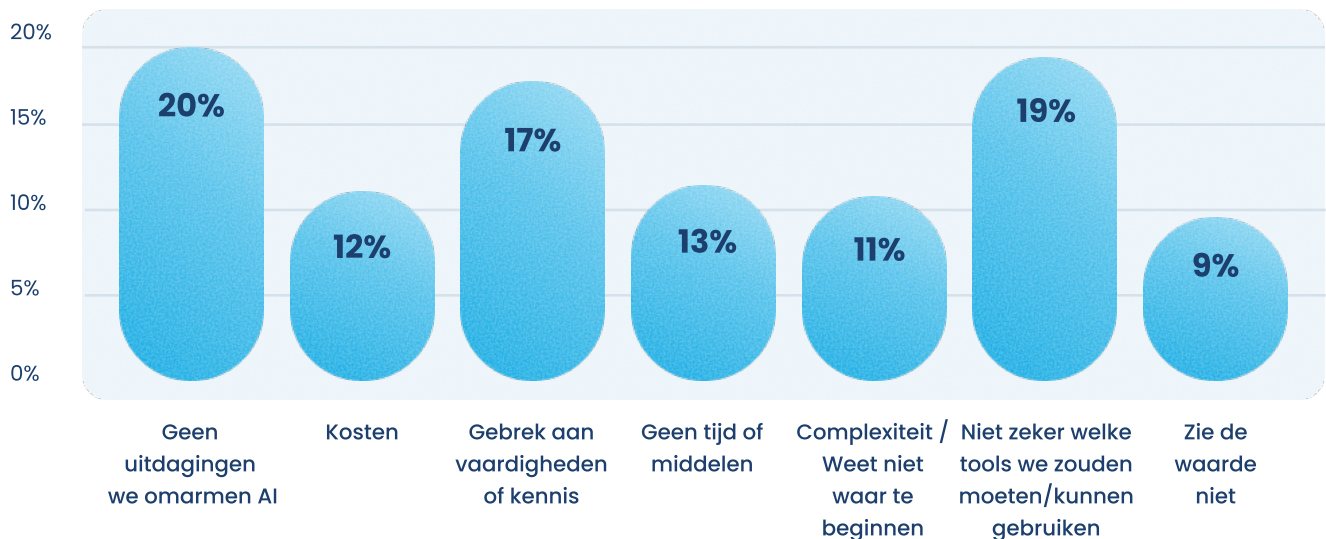
Interessant is dat de **leeftijd van het bedrijf** geen significante invloed heeft op het vertrouwen in technologie. Of een bedrijf nu **nieuw** (1-3 jaar oud), **in ontwikkeling** (3-10 jaar oud) of **gevestigd** (10+ jaar oud) is, elke groep rapporteerde een gemiddeld vertrouwensniveau van **7**.

BELEMMERINGEN VOOR DE INVOERING VAN NIEUWE TECHNOLOGIE

Uitdagingen

Kleine en middelgrote ondernemingen staan open voor nieuwe technologie, maar worden geremd door verwarring, beperkte vaardigheden en een gebrek aan tijd.

Wat is de grootste uitdaging die uw bedrijf ervan weerhoudt om AI of andere innovatieve technologieën toe te passen?



Op de vraag naar obstakels bij het gebruik van AI of nieuwe technologieën, gaf **20%** van de respondenten aan deze **volledig te omarmen**. Voor de rest was de boodschap heel duidelijk: ze zijn verward, hebben te weinig tijd of weten gewoon niet waar ze moeten beginnen.

- **19%** zegt **niet te weten welke tools ze moeten gebruiken**
- **17%** zegt **niet over de vaardigheden of kennis te beschikken**
- **13%** zegt **geen tijd of middelen te hebben**

De boodschap is duidelijk: **bedrijven staan open voor nieuwe technologie, maar belemmeringen op het gebied van kennis, tijd en duidelijkheid houden hen vaak tegen.**

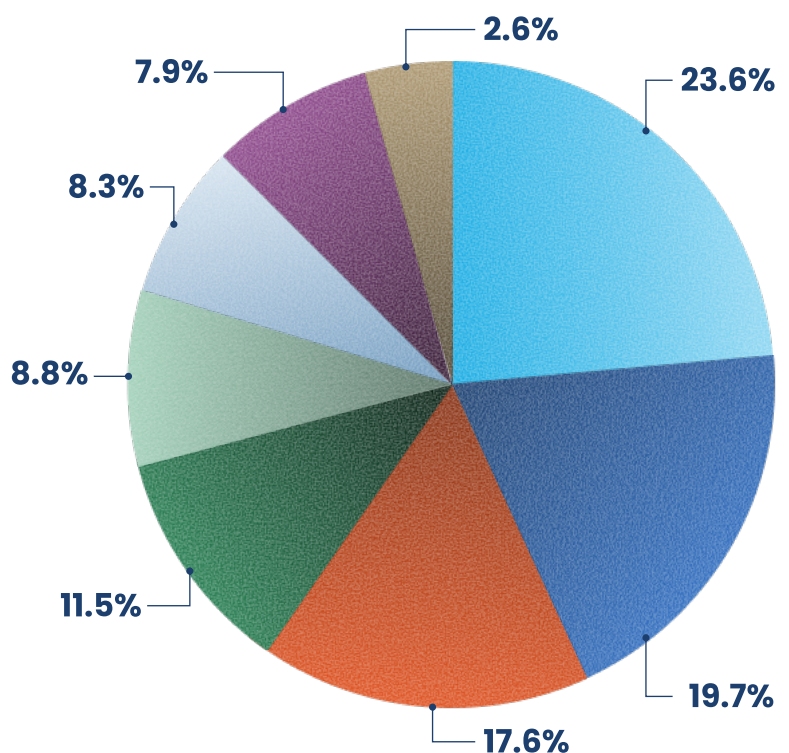
Eén groep respondenten ziet het nut van deze tools niet in. Van deze kleine groep is **59%** al meer dan 10 jaar actief, wat erop wijst dat ze misschien **minder urgentie voelen** om hun focus te verleggen omdat ze tot nu toe “prima zonder” hebben gewerkt.

BELEMMERINGEN VOOR DE INVOERING VAN NIEUWE TECHNOLOGIE

Ondersteuning nodig

Bedrijven willen praktische, menselijke begeleiding: stapsgewijze hulp, echte voorbeelden en duidelijk advies over welke tools ze moeten kiezen.

Welke ondersteuning zou u het meest helpen?



Het is duidelijk dat velen het digitale landschap verwarrend, overvol en voortdurend veranderend vinden. Als het gaat om hulp bij digitale tools en nieuwe technologieën, willen bedrijven dus begeleiding die praktisch, menselijk en betrouwbaar aanvoelt.

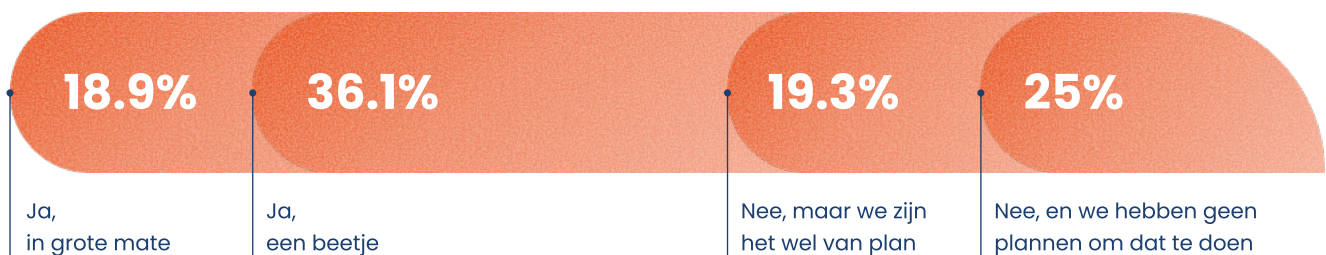
Bijna de helft van alle respondenten gaf aan de meeste waarde te hechten aan **stapsgewijze handleidingen**, **praktische trainingen** of **praktijkcases** die laten zien hoe digitale tools in de praktijk werken. Nog eens **19%** vroeg om **advies** over **welke tools ze moesten kiezen**, waarmee ze benadrukten dat keuzestress en onduidelijkheid over wat echt helpt voor hen fundamentele problemen zijn.

AI IMPLEMENTATIE

Gebruiksniveaus

De invoering van AI is in volle gang, maar verloopt ongelijk, waarbij marketing het gemakkelijkste en meest voorkomende startpunt blijkt.

Is uw bedrijf begonnen met het gebruik van AI-tools (bijv. websitebouwers, chatbots, contenttools)?



De invoering van AI is duidelijk gaande binnen Europese bedrijven, maar is nog lang niet universeel. Onder de bedrijven die AI verkennen, kwam het thema vertrouwen telkens terug.

Een vijfde van de bedrijven zegt **AI op grote schaal** te gebruiken en ongeveer een derde experimenteert ermee of gebruikt het af en toe. Deze “early adopters” zijn **jongere bedrijven of grotere organisaties**: groepen die doorgaans meer flexibiliteit, middelen of nieuwsgierigheid hebben om nieuwe tools te testen.

Marketing komt naar voren als een van de sterkste instapmomenten voor de invoering van AI. Respondenten vertelden ons dat het **creëren van website-inhoud, het schrijven van promotieteksten** en het **produceren van posts op sociale media** toepassingen van AI zijn die als nuttig en weinig risicovol worden ervaren. Dit zijn voor veel kleine bedrijven tijdrovende, veelvoorkomende taken, waardoor ze een natuurlijke plek zijn om de waarde van AI te testen zonder risico's te lopen op het gebied van nauwkeurigheid, compliance of merkintegriteit. Dit komt overeen met de bredere trend in de gegevens: **marketing is vaak het eerste gebied waar bedrijven de voordelen van digitale ondersteuning ervaren.**

Aan de andere kant zegt een **kwart van de respondenten** helemaal **geen plannen te hebben** om AI te gaan gebruiken. Deze groep bestaat voornamelijk uit **oudere, kleinere en meer gevestigde bedrijven**, waar we kunnen aannemen dat processen goed ingeburgerd zijn en de behoefte aan verandering minder groot is.

AI IMPLEMENTATIE

Vertrouwen & privacy

Vertrouwen, betrouwbaarheid en dataprivacy zijn belangrijke aandachtspunten die zowel aarzeling als wantrouwen rond AI veroorzaken.

Zorgen en vertrouwen

Hoewel AI steeds vaker wordt toegepast, blijven vertrouwen en dataprivacy voor sommigen grote zorgen.

Meer dan **88% van de bedrijven** gaf aan zich **zorgen te maken** over **vertrouwen**, **betrouwbaarheid** en **dataprivacy** bij het gebruik van AI-tools, en bijna de helft zei minder vertrouwen te hebben in AI dan in door mensen geleide oplossingen.

De open antwoorden weerspiegelen dit argwanend gevoel. Sommige respondenten omschreven AI als "onbetrouwbaar", "invasief" of "een zeepbel die al aan het barsten is". Anderen uitten diepere zorgen over privacy, misbruik van gegevens of het gebrek aan transparantie van grote AI-aanbieders. Een deelnemer schreef: "AI is misschien krachtig, maar ik vertrouw het niet met de gegevens van mijn klanten." Een ander zei simpelweg: "Ik geef de voorkeur aan mensen met echte hersenen."

Veel bedrijfsleiders van kleine bedrijven gaven aan **trots te zijn** op **menselijke vaardigheden** en **persoonlijke relaties**. Voor hen staat AI haaks op wat hun werk zinvol maakt. Een van hen merkte op: "Ik zie liever bedrijven die mensen en vakmanschap ontwikkelen, in plaats van ze te vervangen."

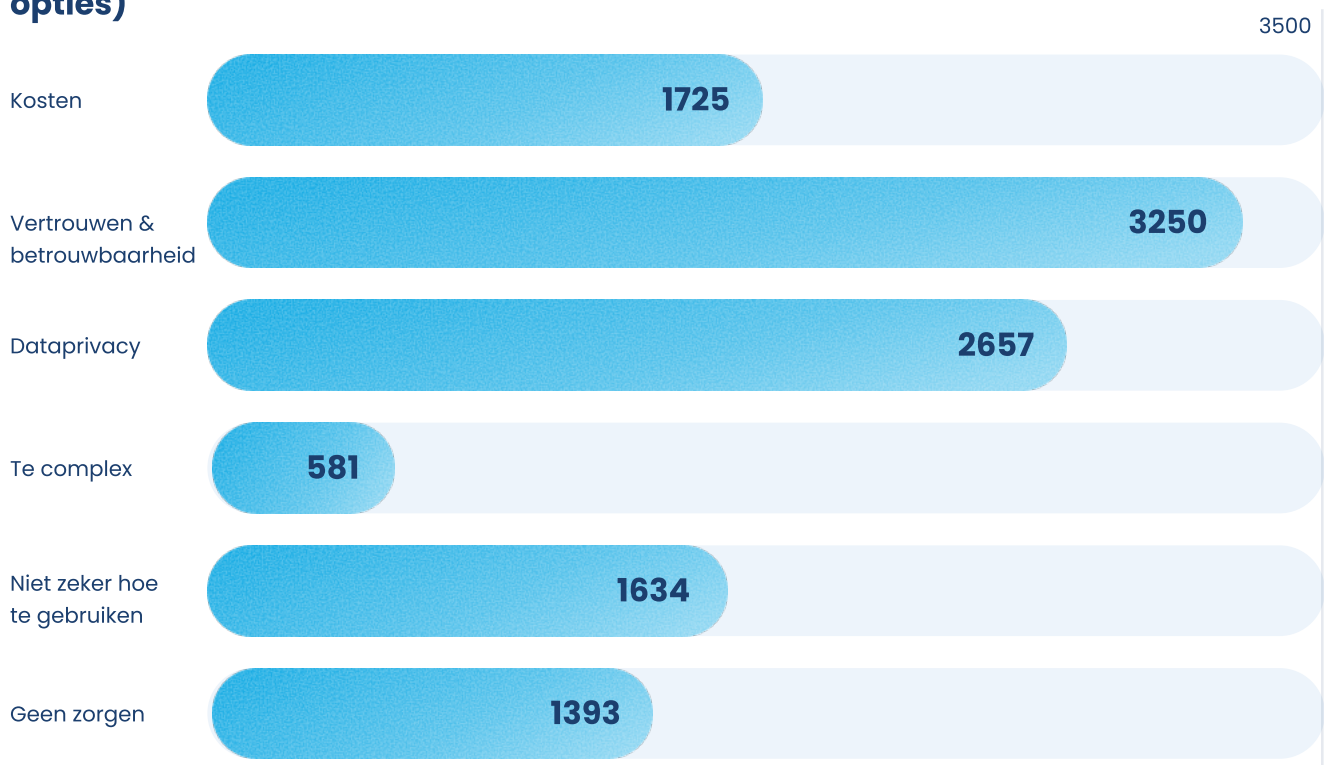
Dat gezegd zijnde, deelt niet iedereen dit wantrouwen. Ongeveer **20% van de bedrijven** maakt zich **geen zorgen over AI** en bijna **een derde** vertrouwt het evenveel als mensen. Verschillende opmerkingen getuigden van een gevoel van voorzichtige nieuwsgierigheid en optimisme, waarbij respondenten opmerkten: "AI is nuttig voor planning", "Ik sta open voor het gebruik van ethische AI" en "Als we AI veilig en privé zouden kunnen gebruiken, zou ik geïnteresseerd zijn."

AI IMPLEMENTATIE

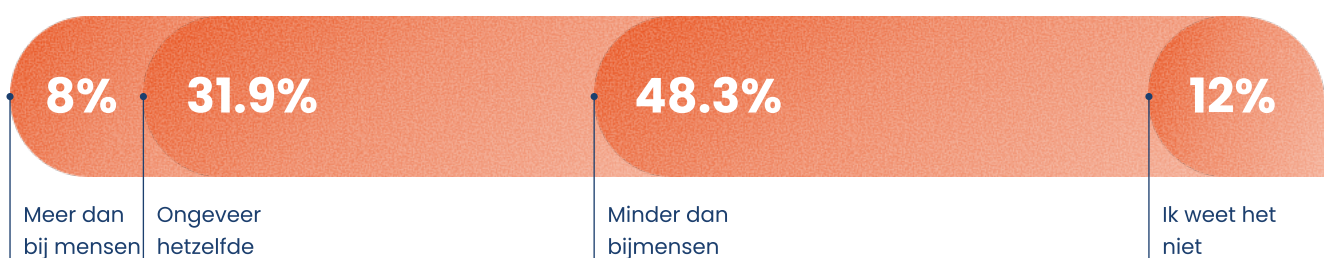
Zorgen & vertrouwen

De meeste bedrijven vertrouwen AI minder dan door mensen geleide oplossingen, met een sterke emotionele band met menselijke vaardigheden en vakmanschap.

Wat is uw grootste zorg met betrekking tot AI-tools? (Selecteer maximaal 3 opties)



Hoeveel vertrouwen heeft u in AI-tools in vergelijking met door mensen geleide oplossingen?

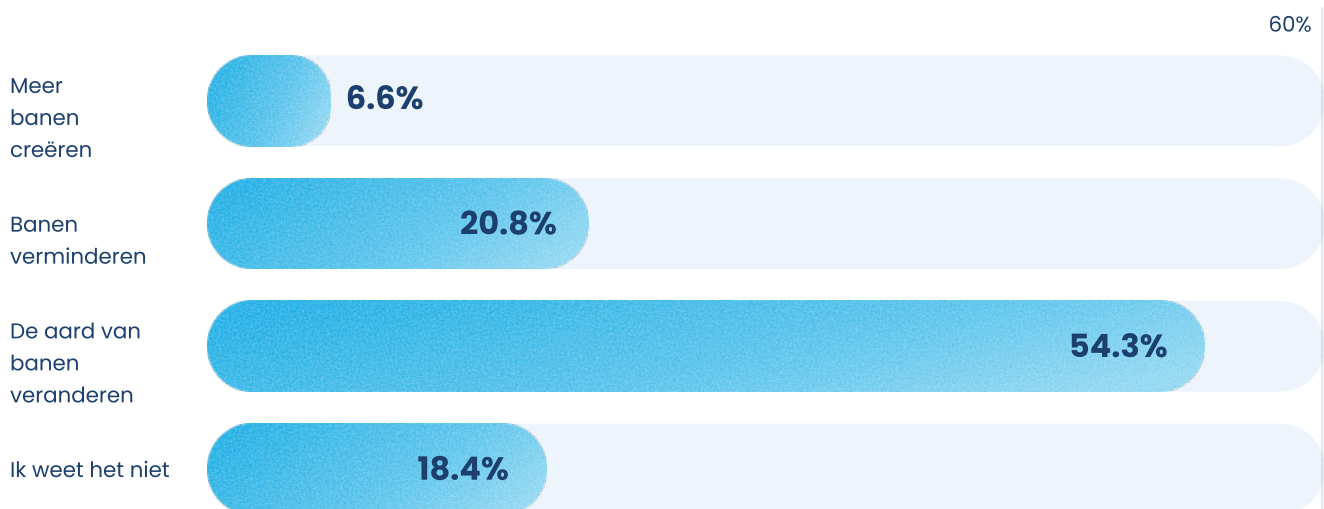


AI IMPLEMENTATIE

Impact op werkgelegenheid

Meer dan de helft gelooft dat AI werkgelegenheid zal veranderen in plaats van ze te schrappen, wat een voorzichtig optimisme laat zien.

Denkt u dat AI meer werkgelegenheid zal creëren, zal verminderen of de aard ervan in uw bedrijf zal veranderen?



Meer dan 54% gelooft dat **AI de aard van werkgelegenheid zal veranderen**, in plaats van ze volledig te vervangen. Ongeveer **1 op de 5 verwacht dat AI werkgelegenheid zal verminderen**, terwijl **18% onzeker blijft**, wat de aanhoudende onzekerheid over de plaats van AI onderstreept.

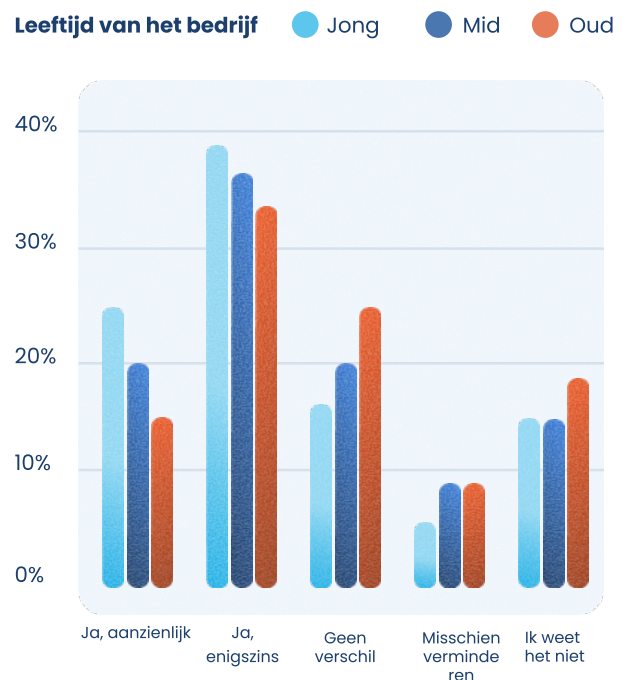
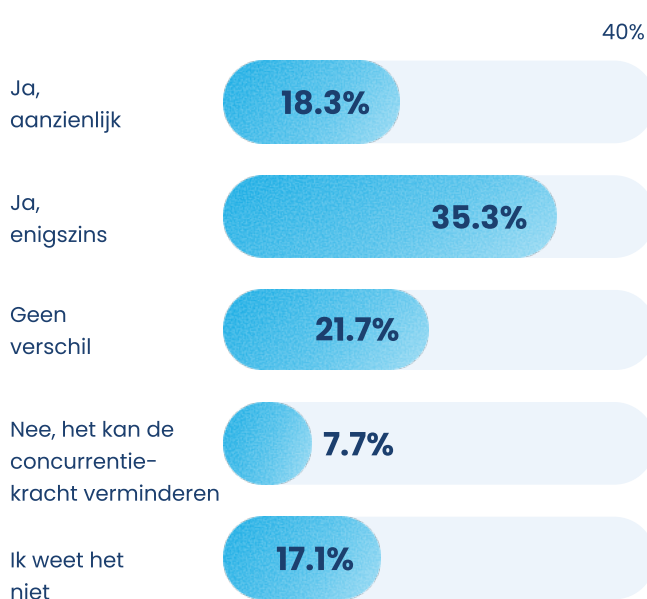
Hetzelfde patroon in de antwoorden komt terug bij alle leeftijdsgroepen en bedrijfsgroottes: **de meeste bedrijven zijn het erover eens dat AI eerder een transformerende dan een puur verstorende rol zal spelen.**

AI IMPLEMENTATIE

Concurrentievermogen

Velen zijn van mening dat AI het concurrentievermogen zal vergroten, vooral jongere, meer digitaal georiënteerde bedrijven.

Denkt u dat AI uw bedrijf de komende twee jaar concurrerender zal maken?



Wat concurrentievermogen betreft, gelooft **53%** van de bedrijven dat **AI hen de komende twee jaar concurrerender** zal maken. Dit optimisme is echter het sterkst onder jongere, opkomende bedrijven, die doorgaans actiever zijn in het toepassen van digitale tools.

Ongeveer **21%** zegt dat **AI geen invloed** zal hebben op het concurrentievermogen. Deze groep bestaat voornamelijk uit **oudere, meer gevestigde bedrijven**, die vertrouwen hebben in of zich meer op hun gemak voelen met door mensen aangestuurde methoden/tools die ze altijd hebben gebruikt.

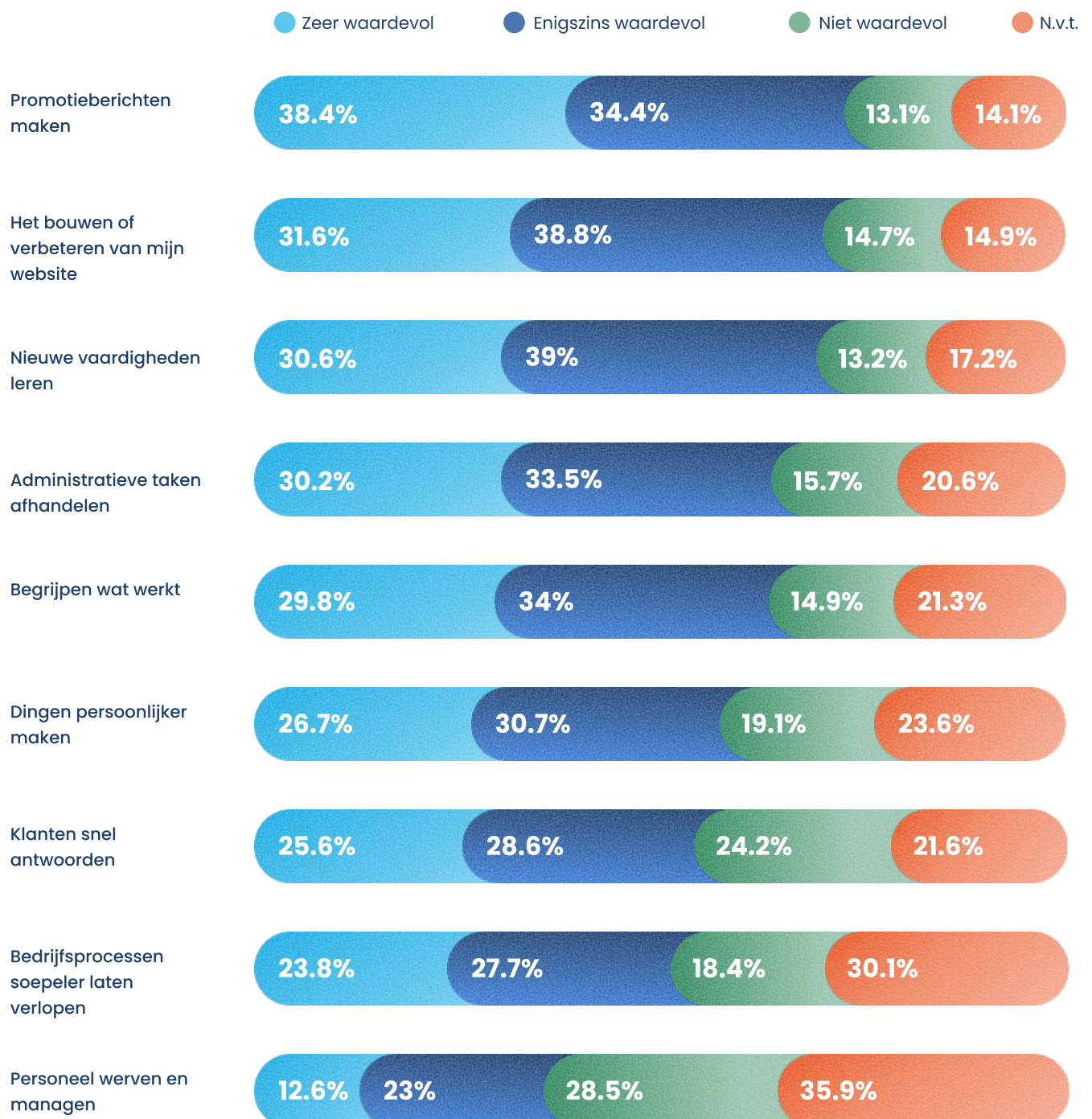
17% van de bedrijven gaf aan **onzeker** te zijn. Dit benadrukt nogmaals de verwarring of onzekerheid rond AI, of het nu gaat om de betrouwbaarheid en mogelijkheden van tools of simpelweg het feit dat men niet weet hoe deze het beste in de huidige situatie kunnen worden geïntegreerd.

AI IMPLEMENTATIE

Waarde van AI-toepassingen

AI wordt het meest gewaardeerd voor creatieve toepassingen en bij leren, terwijl menselijkere functies nog steeds toebedeeld zijn aan echte personen.

Hoe waardevol is elk van de volgende toepassingen van AI voor uw bedrijf?



AI IMPLEMENTATIE

Waarde van AI-toepassingen

Op de vraag hoe waardevol AI is voor verschillende zakelijke toepassingen, waren de meeste respondenten het erover eens dat het grootste potentieel ligt in creatieve en leergerichte taken in plaats van klantenservice of operationele werkzaamheden: al dan niet omdat deze gebieden toegankelijker zijn of minder risicovol lijken.

Wat bedrijven zeiden:

- Ze **gebruiken AI om promotieboodschappen op te stellen, websites te bouwen of te verbeteren en marketingcontent te ontwikkelen** met groot effect – "AI vermindert de tijd die wordt besteed aan het schrijven van content aanzienlijk."
- **AI wordt gebruikt om leren en ontwikkeling te ondersteunen** – "AI helpt me inspiratie te vinden en sneller te leren – het is alsof ik een extra hand heb op creatief gebied."
- **Zelfstandigen en kleine bedrijven** (minder dan 10 werknemers) **gebruiken AI om hun werklast te verlichten door repetitieve, gestructureerde taken te automatiseren** – "AI neemt repetitieve, saaie taken over."

Daarentegen bleken **werving en personeelsmanagement** het **minst gewaardeerde gebied voor AI** te zijn. Respondenten toonden weinig vertrouwen in het gebruik van AI voor het schrijven van vacatures, het screenen van cv's of het inwerken van nieuwe medewerkers. Uit open opmerkingen bleek een terughoudendheid om "menselijke" beslissingen aan technologie over te laten. Eén respondent merkte op: "AI kan mensen niet begrijpen of inschatten – en dat is een te groot risico."

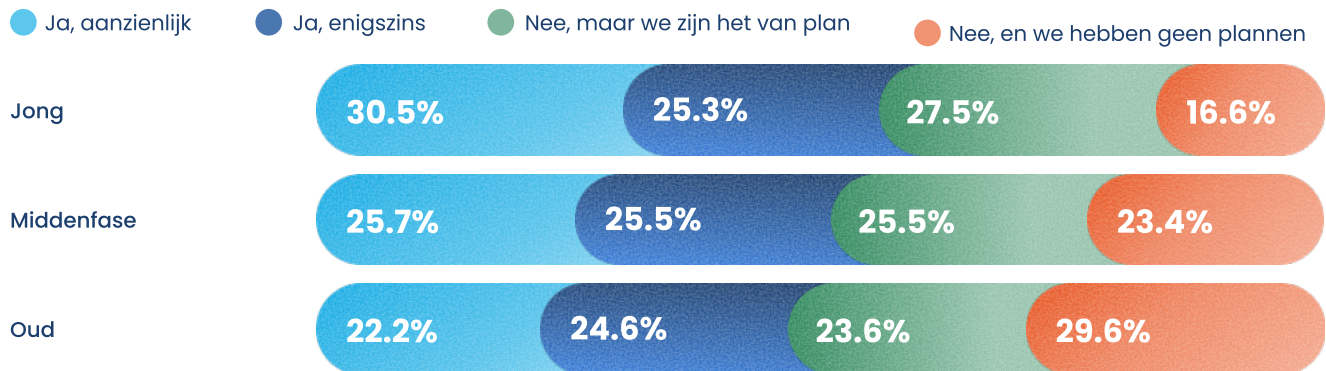
AI IMPLEMENTATIE

Per leeftijd & grootte

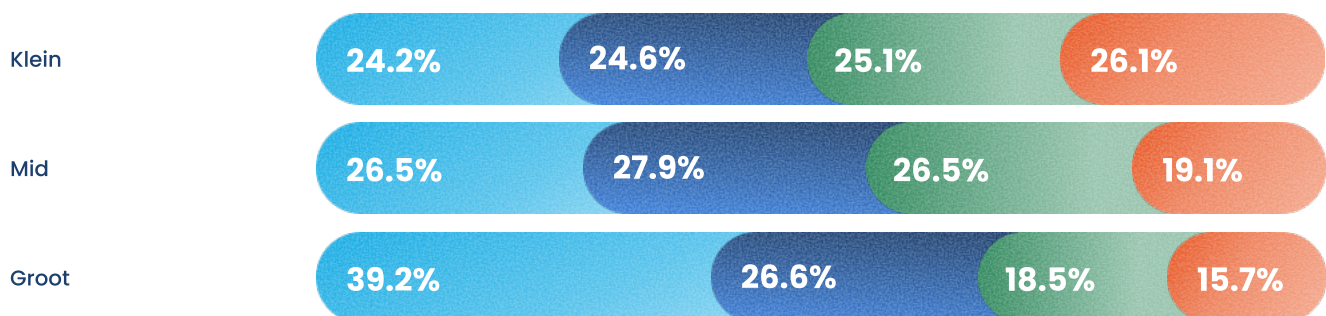
Kleinere en jongere bedrijven lopen voorop in het gebruik van AI, gedreven door flexibiliteit en directe behoefte.

Is uw bedrijf begonnen met het gebruik van AI-tools (bijv. websitebouwers, contenttools, chatbots)?

AI-adoptie naar leeftijd van het bedrijf



Op basis van de grootte van het bedrijf



De leeftijd en omvang van een bedrijf spelen beide een rol in hoe AI wordt gebruikt. Interessant is dat grotere organisaties niet vooroplopen in het toepassen van meer AI. **Kleinere bedrijven** (met **2-49 werknemers**) rapporteerden een **hoger** gemiddeld aantal waardevolle AI-toepassingen dan grote organisaties met meer dan 500 werknemers. Dit kan duiden op een **grotere bereidheid om te experimenteren** of een meer directe behoefte aan betaalbare efficiëntieverbeteringen.

Ook de leeftijd maakt een duidelijk verschil. Jongere bedrijven waren veel eerder geneigd om AI in alle categorieën als zeer waardevol of enigszins waardevol te beoordelen, terwijl oudere bedrijven (**20+ jaar**) consequent **sceptischer** waren.

AI IMPLEMENTATIE

AI-agents

Kennis over AI-agents is laag, maar de belangstelling neemt toe, vooral bij grotere organisaties.

Welke van de volgende opties beschrijft het beste de huidige status van uw organisatie met betrekking tot het gebruik van AI-agents?



We sloten onze enquête af met vragen over AI-agents. Een **AI-agent is een programma dat zelfstandig taken kan uitvoeren, vaak door te leren van gegevens, doelen na te streven en beslissingen te nemen zonder voortdurende menselijke input**. Onze respondenten gaven aan dat zowel de acceptatie als de kennis van AI-agent enigszins beperkt is.

Bijna **30% van de bedrijven** gaf aan **geen plannen te hebben om AI-agents te gebruiken**, en nog eens **22,5%** gaf toe dat ze er **niet genoeg over weten** om een beslissing te nemen over de implementatie ervan. Bijna een kwart gebruikt of test ze echter al, en nog eens **23%** overweegt ze in de **nabije toekomst te gaan gebruiken**. We merken dat grotere organisaties vaker tot deze laatste groep behoren, terwijl kleinere organisaties zich nog in de leerfase bevinden.

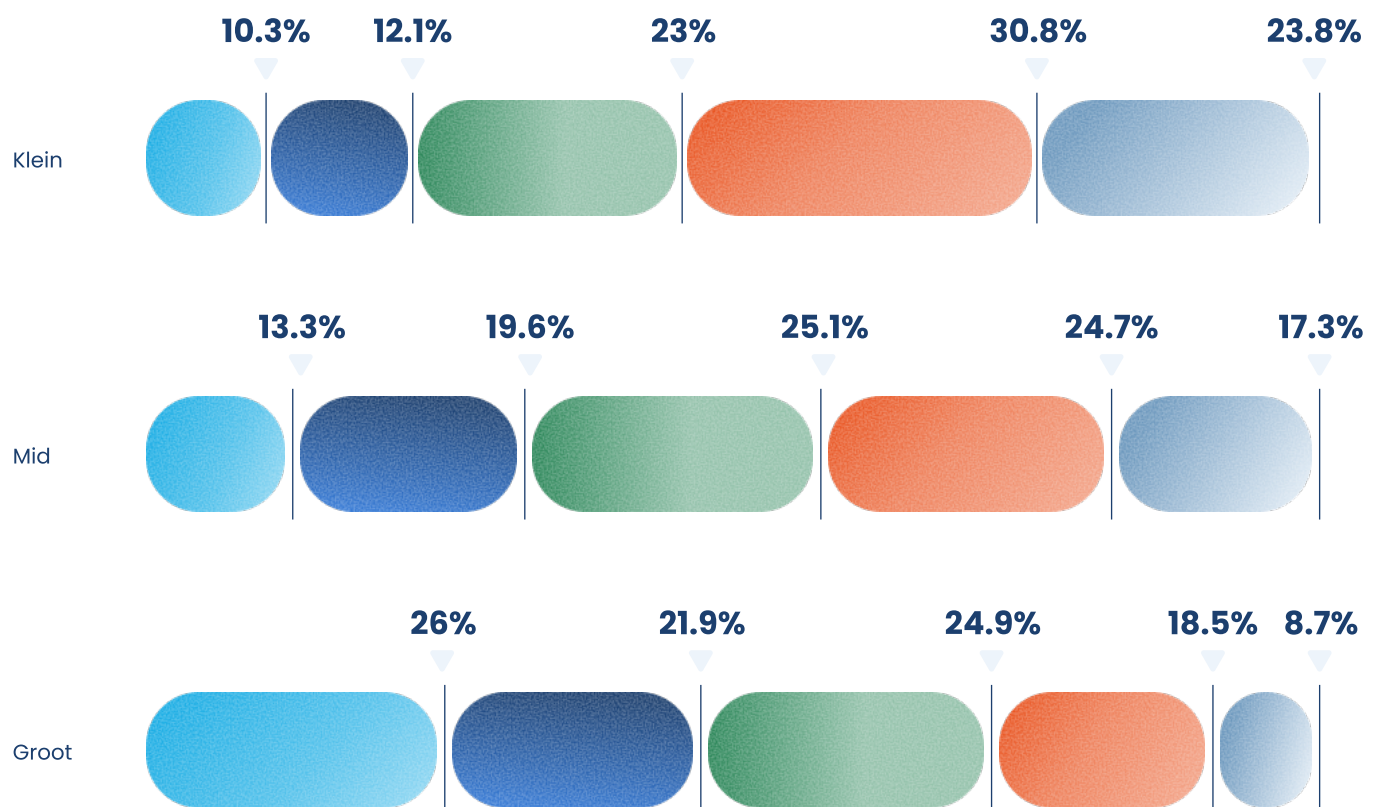
AI IMPLEMENTATIE

AI-agents

Welke van de volgende opties beschrijft het beste de huidige status van uw organisatie met betrekking tot het gebruik van AI-agents?

Op basis van de grootte van het bedrijf

- ☒ We gebruiken al AI-agents in één of meerdere gebieden van ons bedrijf
- ☐ We verkennen of testen actief AI-agenttechnologie
- ☐ We overwegen het voor de toekomst, maar hebben geen directe plannen
- ☐ We hebben geen plannen om AI-agents te gebruiken
- ☐ Ik weet niet genoeg over AI-agents om te antwoorden



Closing Summary

Bedrijven willen duidelijkheid, eenvoud en betrouwbaar advies: **team.blue** kan de digitale en AI-oplossingen bieden om kleine en middelgrote ondernemingen te laten groeien.

Dit onderzoek schetst een helder beeld van **Europese bedrijven** die zich in een cruciale fase van hun **digitale ontwikkeling** bevinden.

De meeste maken al gebruik van digitale tools in één of andere vorm en erkennen het potentieel van AI om de efficiëntie, creativiteit en concurrentiekracht te verbeteren. Sommigen weten echter nog steeds niet goed waar ze moeten beginnen, welke tools ze moeten kiezen en hoe ze deze effectief kunnen gebruiken.

Kleinere en jongere bedrijven lopen voorop bij het **experimenteren met nieuwe tools en AI**, en gebruiken deze om tijd te besparen, sneller te leren en creativiteit te stimuleren. Grotere en meer gevestigde organisaties hebben vaak meer vertrouwen in hun technische capaciteiten, maar zijn ook voorzichtiger: ze richten zich op gegevensbeveiliging, vertrouwen en praktische impact voordat ze grote stappen zetten.

Er is **nog steeds een duidelijke kenniskloof rond AI**. Daar hangt een reële **behoefte aan begeleiding en duidelijkheid** aan vast. Bedrijven willen **praktische ondersteuning en gemakkelijk te volgen hulpmiddelen**, evenals **duidelijke, transparante informatie** over hoe deze tools werken en wat er met hun gegevens gebeurt.

Bij **team.blue** zetten we ons in om **online ondernemen te vereenvoudigen** en een onderdeel daarvan is klanten helpen bij het kiezen van de tools en technologieën die voor hen geschikt zijn. Binnen ons ecosysteem van merken bieden we een steeds verder ontwikkelende reeks AI-gedreven tools die zijn ontworpen om ondernemen makkelijker te maken.

Er ligt een kans om bedrijven tegemoet te komen in hun huidige situatie, hen stap voor stap te helpen vertrouwen op te bouwen en digitale tools in te zetten voor tastbare resultaten.

team.blue

We willen graag de merken van team.blue bedanken die aan dit rapport hebben meegewerkt, evenals de meer dan 8.200 respondenten die de tijd hebben genomen om hun mening met ons te delen.

active24

catalyst2

combell

dominios.pt

GURU
CLOUD HOSTING

HOSTINGIRELAND.ie

hostingpalvelu

LCN

LETSHOST

Loopia

() names.co.uk

() nominalia

raidboxes
WordPress Hosting

() register365

SimplyBook.me

Simply.com

() simply
HOSTING & SERVERS

SUPERHOSTING.BG

transip

ukdedicated

webempresa

webnode

websupport