

# Internet: ondernemers kunnen niet zonder

Als je alleen de naam weet van een onderneming is internet tegenwoordig al snel de eerste plek waar je meer informatie gaat zoeken. 'Google-en' heeft zijn intrede gedaan tot de Nederlandse werkwoordenlijst. Het is voor velen bijna ondenkbaar om internet niet als informatiebron te gebruiken. Maar, denken de ondernemers er ook zo over? In samenwerking met De Zaak heeft ING een enquête gehouden bij ondernemers in het MKB over het gebruik van internet in hun bedrijfsvoering.<sup>1</sup>

## Nog lang niet iedereen

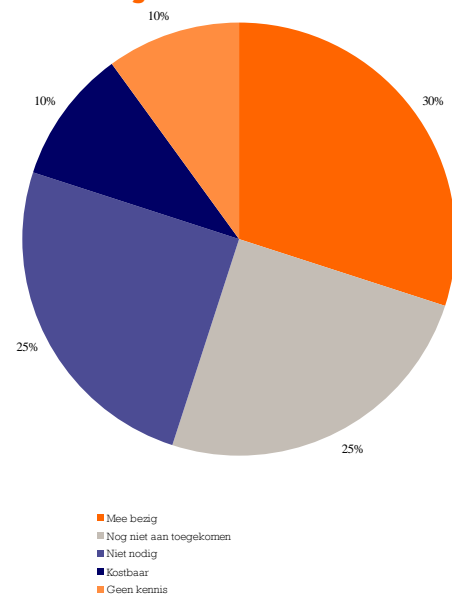
Ondanks dat het tegenwoordig bijna vanzelfsprekend is om een website te hebben om je bedrijf op te kaart te zetten, heeft 10% van de ondernemers geen eigen website. Het zijn vooral kleine bedrijven die geen website hebben: 80% heeft minder dan 5 werkzame personen. Ook bedrijven van ondernemers die al meer dan 20 jaar als zodanig actief zijn, hebben relatief vaak geen website (ruim 40%). Als redenen voor het niet hebben van een website geven de meeste ondernemers aan dat ze ermee bezig zijn of dat ze er nog niet aan toegekomen zijn. Slechts een kwart vindt het niet nodig om een website te hebben.

## Waarom een website?

Ondernemers willen met hun website verschillende doeleinden bereiken (figuur 2). Ze beschouwen het als een visitekaartje van hun bedrijf waarmee de herkenbaarheid in de markt wordt vergroot en productinformatie verstrekt. Ze proberen met hun site klanten aan zich te binden en met hen te communiceren. Ten slotte wordt de website als advertentiemedium ingezet. Hierbij ligt de nadruk op de communicatieve kant van de website. Daarnaast wordt de website voor meer op transacties gerichte toepassingen zoals het aanbieden van producten en diensten gebruikt. Uit de enquête blijkt de verdeling tussen online verkoper en niet-verkopers nagenoeg gelijk is en dat zij dezelfde redenen hebben voor het hebben van een website.

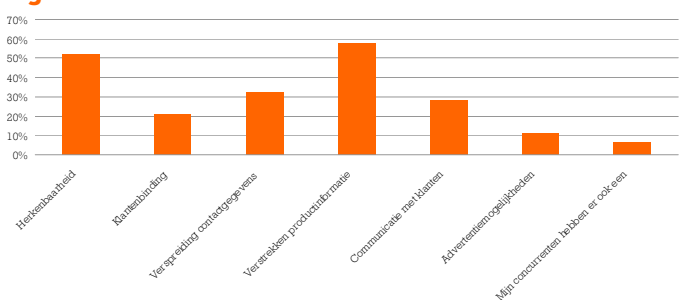
<sup>1</sup> De enquête is gehouden tussen 24 augustus en 7 september 2009. Resultaten zijn gebaseerd op 659 respondenten.

Figuur 1 Waarom geen website?



Bron: Enquête ING & De Zaak (september 2009)

Figuur 2 Redenen voor een website\*



Bron: Enquête ING & De Zaak (september 2009)

\*Meerdere antwoorden mogelijk

### Veel doe-het-zelvers

Het hebben van een website lijkt dus vanzelfsprekend, maar wie gaat dat maken?

Uit de enquête blijkt dat bijna ruim 30% van de ondernemers zelf de website heeft gebouwd. Daar tegenover staat wel dat ruim 40% gebruik maakt van een extern bureau voor het bouwen een website. De rest maakt gebruik van vrienden/kennissen, medewerkers of hebben een aparte ICT-afdeling hiervoor.

Je zou verwachten dat de jonge ondernemers vaak veel zelf doen, omdat ze zijn opgegroeid tijdens de IT-bubble; en dat oudere ondernemers het vaker aan anderen over laten. Het aantal 'oude rotten in het vak' bouwt minder dan gemiddeld zelf.

De doe-het-zelvers geven het onderhoud niet vaak uit handen; ruim 90% van hen onderhoudt zelf de techniek, inhoud/content en vormgeving van de website.

Zelfbouwers zijn ook meer tevreden over hun eigen website met een gemiddeld rapportcijfer van 7,3 tegenover een 7,0 van de niet-bouwers. Daarom willen ze minder vaak iets aan hun site veranderen dan de niet-bouwers.

### Tabel 1 Ondernemers die zelf hun website hebben gebouwd

Aantal jaar ondernemer	zelf gebouwd
Minder dan 3 jaar	40%
3 tot 5 jaar	53%
5 tot 10 jaar	31%
10 tot 20 jaar	16%
Meer dan 20 jaar	26%

Bron: Enquête ING & De Zaak (september 2009)

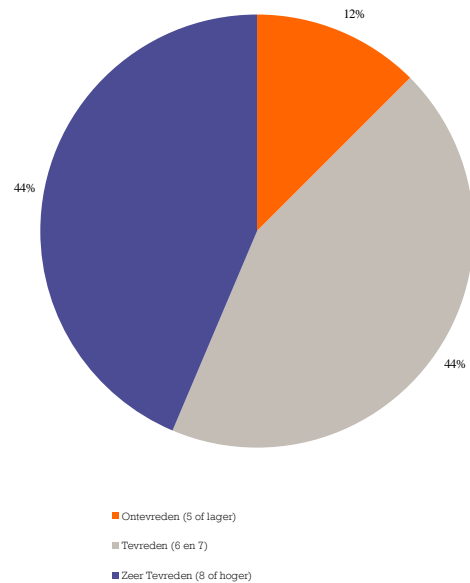
### Algemene tevredenheid overheerst

Nu heb je – al dan niet zelf gebouwd – een website. Wat nu? Ben je er tevreden mee, of is dit niet wat je wilde? Ruim 85% van de ondernemers geeft een voldoende aan de eigen website. Hierin zijn twee groepen te onderscheiden, namelijk de 'tevreden' ondernemers en de 'zeer tevreden' ondernemers, zoals in het figuur hiernaast te zien is. Van het totaal aantal ondervraagde ondernemers is iets meer dan 14% zo tevreden, dat het niets aan zijn of haar site wil veranderen.

Toch geven (zeer) tevreden ondernemers aan hun site te willen verbeteren. Daarbij richt de aandacht zich vooral op de inhoud/content, de vindbaarheid en het design. Hoewel ondernemers dus continu bezig zijn met het optimaliseren van hun bestaande website, is er weinig tot geen animo voor uitbreidingen van de site in de vorm van blogs, fora, video's of webwinkels.

Ondernemers die ontevreden zijn over hun eigen website, hebben vaak een website omdat de concurrentie er ook één heeft en zien de website vaker als last dan de (zeer)tevreden ondernemers.

Figuur 3 Tevredenheid over website



Bron: Enquête ING & De Zaak (september 2009)

Tabel 2 Wat ondernemers graag willen veranderen

	Tevreden (6-7)	Zeer Tevreden (8 of hoger)
--	----------------	----------------------------

Niets	4%	28%
Inhoud/content	67%	31%
Vindbaarheid	52%	28%
Design	42%	15%
Blog	8%	4%
Forum	3%	2%
Webwinkel	20%	11%
Video	13%	13%

Bron: Enquête ING & De Zaak (september 2009)

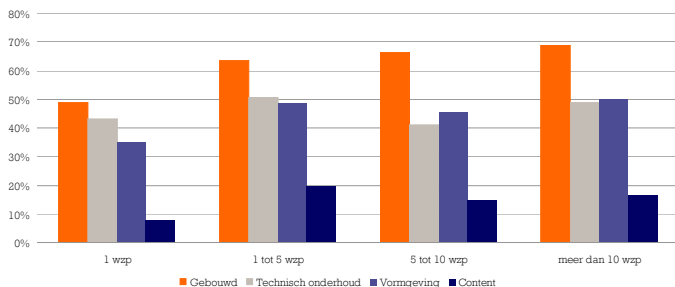
### Geld speelt een rol

Het maken van een website waar je tevreden over kan zijn is natuurlijk niet gratis. Wat ben je bereid als ondernemer te spenderen aan een dergelijk project? Zo blijkt dat bijna de helft van de ondernemers nog geen 500 euro per jaar uitgeeft aan hun website. Dit zijn vooral kleine ondernemingen, met minder dan 5 werkzame personen. Zij zijn ook vaak degene die zelf hun site bouwen en zo de kosten voor de website drukken. Echter, de tijd van een ondernemer is kostbaar. Een (kleine) ondernemer die veel tijd besteed aan het bouwen en onderhouden van de website, zal geen hoge facturen ontvangen, maar uiteindelijk toch veel 'tijd = geld' kwijt zijn. Voor 55% van de ondernemers gaat minder dan een kwart van het budget op aan het aantrekken van meer bezoekers. Blijkbaar willen ondernemers 'iets' aan hun vindbaarheid doen, maar zijn niet bereid er extra budget aan te wijden.

### 'Size does matter'

Het zal niet als een verrassing komen dat naarmate de onderneming groeit er steeds meer wordt uitgegeven aan de website. Zo besteedt bijna 95% van de ondernemers met één werkzaam persoon minder dan 1.500 euro, terwijl iets meer dan de helft van de ondernemers met 10 of meer werkzame personen juist meer dan 1.500 euro uitgeeft. Daarvan besteedt ruim 60% tussen 1.500 en 5.000 euro aan de website en heeft iets meer dan 10% heeft een budget groter dan 10.000 euro. Tevens wordt er steeds meer uitbesteed. Dit geldt vooral voor tijdrovende en specialistische activiteiten zoals het opzetten en ontwerpen van een website. Daarbij wordt in meeste gevallen van een extern bureau gebruik gemaakt. Grotere ondernemingen zullen ook het technisch onderhoud, de vormgeving en de inhoudelijke aanpassingen vaker uitbesteden, zoals te zien is in figuur 4.

**Figuur 4 Uitbesteding website activiteiten naar grootte klasse**



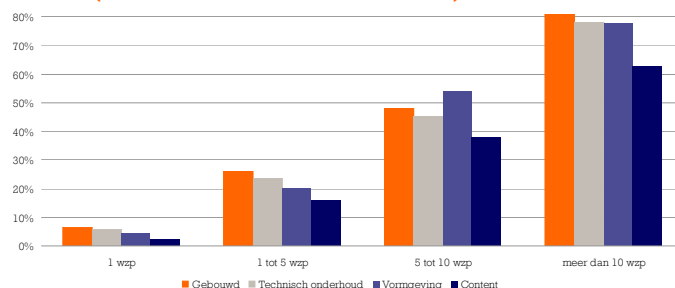
Bron: Enquête ING & De Zaak (september 2009)

Wzp = werkzame personen

Verder valt op dat er veel interne verschuivingen van verantwoordelijkheden zijn. Hierbij is een duidelijke trend dat naarmate de onderneming groeit de ondernemer zelf steeds minder doet en steeds meer overlaat aan een ict-afdeling of een medewerker.

De grootte van de onderneming heeft echter geen invloed op de belangrijkste motieven rond het hebben van een website, maar klantenbinding als motief wint wel meer terrein naarmate de onderneming groter wordt.

**Figuur 5 Verantwoordelijk voor website activiteiten, intern (anders dan de ondernemer)**



Bron: Enquête ING & De Zaak (september 2009)

Wzp = werkzame personen

**Meer weten?**  
**Kijk op [ING.nl/zakelijk](http://ING.nl/zakelijk)**  
**Of bel met**

**Tomek Piesla,**  
ING Economisch Bureau  
**020 65 23 390**

**Sanne Severens,**  
ING Retail MKB  
**020 65 22 717**

**Dominique Allard,**  
De Zaak  
**023 55 35 500**  
[www.dezaak.nl](http://www.dezaak.nl)

**Disclaimer**

De informatie in dit rapport geeft de persoonlijke mening weer van de analist(en) en geen enkel deel van de beloning van de analist(en) was, is, of zal direct of indirect gerelateerd zijn aan het opnemen van specifieke aanbevelingen of meningen in dit rapport. De analisten die aan deze publicatie hebben bijgedragen voldoen allen aan de vereisten zoals gesteld door hun nationale toezichthouders aan de uitoefening van hun vak. Deze publicatie is opgesteld namens ING Bank N.V., gevestigd te Amsterdam en slechts bedoeld ter informatie van haar cliënten. ING Bank N.V. is onderdeel van ING Groep N.V. Deze publicatie is geen beleggingsaanbeveling noch een aanbieding of uitnodiging tot koop of verkoop van enig financieel instrument. ING Bank N.V. betreft haar informatie van betrouwbaar geachte bronnen en heeft alle mogelijk zorg betracht om er voor te zorgen dat ten tijde van de publicatie de informatie waarop zij haar visie in dit rapport heeft gebaseerd niet onjuist of misleidend is. ING Bank N.V. geeft geen garantie dat de door haar gebruikte informatie accuraat of compleet is. De informatie in dit rapport kan gewijzigd worden zonder enige vorm van aankondiging. ING Bank N.V. noch één of meer van haar directeuren of werknemers aanvaardt enige aansprakelijkheid voor enig direct of indirect verlies of schade voortkomend uit het gebruik van (de inhoud van) deze publicatie alsmede voor druk- en zetfouten in deze publicatie. Auteursrecht en rechten ter bescherming van gegevensbestanden zijn van toepassing op deze publicatie. Overneming van gegevens uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron wordt vermeld. In Nederland is ING Bank N.V. geregistreerd bij en staat onder toezicht van De Nederlandsche Bank en de Autoriteit Financiële Markten.

---

De tekst is afgesloten op 28 september 2009.

