

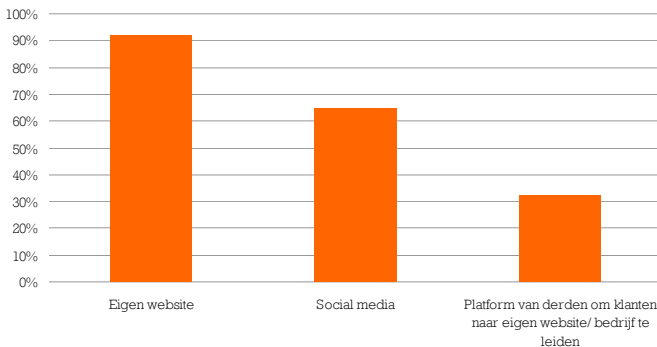
Online ondernemen in opmars

MKB verwacht binnen 2 jaar online omzetaandeel van meer dan 20%

Online kanalen vaak ingezet door bedrijfsleven

Online zakendoen is gemeengoed geworden in Nederland. Ruim 95% van de ondernemers zet online kanalen in voor bedrijfsdoeleinden. Dit ligt in alle sectoren - van de zakelijke dienstverlening tot de agrarische sector - rond dit niveau. Zo blijkt uit een enquête gehouden onder MKB'ers.¹ Het overgrote deel (92%) van de ondernemers, dat internet voor het bedrijf inzet, heeft een eigen website (figuur 1). Twee op de drie ondernemers zet social media in en een derde maakt gebruik van andere platforms (zoals nieuwssites en zoekmachines) om klanten te trekken.

Figuur 1 Online kanalen die door bedrijven worden ingezet



Bron: Enquête ING Economisch Bureau & De Zaak

Social media populair in Utrecht

De inzet van online kanalen verschilt per regio. Zo gebruikt in Utrecht maar liefst 4 op de 5 ondernemers - die op internet actief zijn - social media. Het relatief grote aantal 20 tot 40-jarigen in de provincie is opgegroeid met Hyves,

¹ De enquête van ING Economisch Bureau en De Zaak is gehouden van 2 februari tot 1 maart 2012. Resultaten zijn gebaseerd op de antwoorden van circa 900 respondenten, die voor 90% bestaan uit ondernemers met minder dan 50 werknemers.

Facebook en LinkedIn en zet deze kanalen nu ook in voor hun bedrijf. In Zuid-Nederland ligt dit een stuk lager en gebruikt minder dan 60% van de ondernemingen, die op internet actief zijn, dit medium.

Eén op de vier verkoopt online

Terwijl in 2002 nog slechts 40% van de mensen tussen de 12 en 75 jaar online kocht, is dit inmiddels tot ruim 80% opgelopen. MKB-bedrijven spelen hier op in: ruim een kwart van de MKB-ondernemers die internet inzetten, verkoopt producten en/of diensten online. Vooral bedrijven in de detailhandel en de groothandel maken gebruik van een online verkoopkanaal, zoals een webshop.

Tabel 1 Online omzetaandeel (als % van de totale omzet)

Verkoopt u online?	Gemiddelde % van de omzet online gegeneerd	Verwachte gemiddelde % van de omzet online gegeneerd over 2 jaar
Ja	35,8%	42,8%
Nee	0,0%	15,2%

Bron: Enquête ING Economisch Bureau & De Zaak

Online omzetgroei verwacht

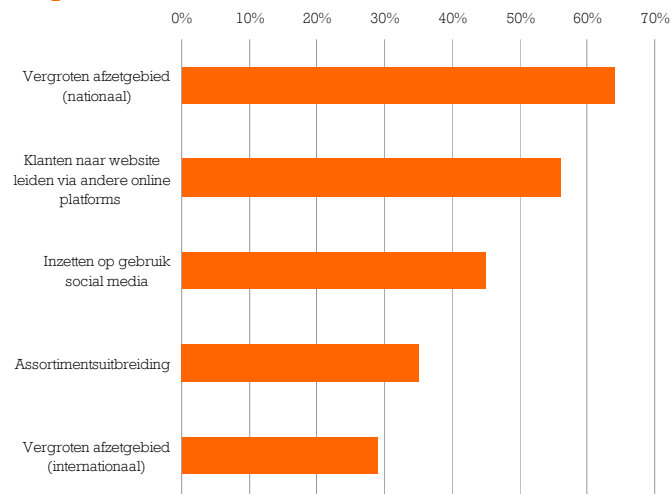
De bedrijven die online verkopen, verdienen gemiddeld meer dan 35% van hun omzet online en voor de komende 2 jaar wordt groei verwacht (tabel 1). Bedrijven die internet inzetten maar nog niet online verkopen denken over twee jaar meer dan 15% van de omzet op internet te verdienen. Gemiddeld verwachten MKB'ers over twee jaar ruim 22% van hun omzet online te realiseren. Dit ligt ruim 10 procentpunt hoger dan in 2007.²

² EIM, Trendstudie MKB en Ondernemerschap.

Detailhandel verwacht groot online omzetaandeel

De online omzetverwachtingen zijn niet even hoog in alle sectoren. Vooral MKB-ondernemers in de detailhandel voorzien een toename van het online aandeel van de omzet: binnen 2 jaar is dit naar verwachting meer dan 35%. Dat juist de detailhandel een groot online omzetaandeel verwacht, komt niet als een verrassing. Steeds meer consumenten schaffen artikelen als kleding, elektronica en boeken op internet aan. Hoewel de concurrentie toeneemt, doordat meer bestaande (fysieke) retailers zich richten op online verkoop en het aantal e-commerce starters stijgt, lijkt er nog voldoende ruimte voor omzetgroei. Het online aandeel van retailverkoop in omringende landen als Duitsland en het Verenigd Koninkrijk is namelijk ruim dubbel zo groot. De verwachte 35% is in vergelijking met het huidige Nederlandse totale online-aandeel van de retail (circa 5%) wel aan de hoge kant.³

Figuur 2 Mogelijkheden om online verkoop te vergroten



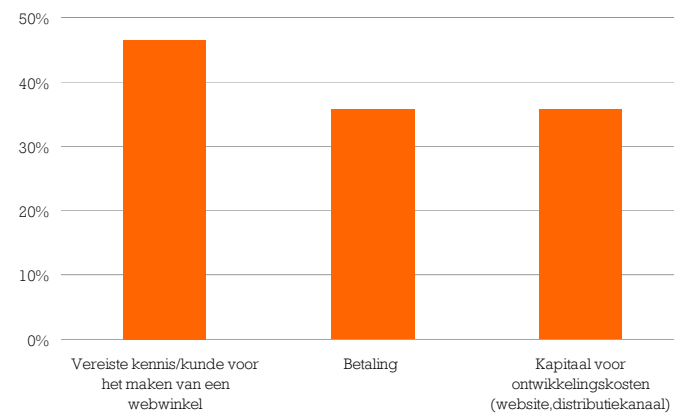
Bron: Enquête ING Economisch Bureau & De Zaak

Vergroten afzetgebied belangrijkste mogelijkheid voor omzetgroei

MKB-ondernemers, die via internet verkopen, zien verschillende manieren om hun online omzetaandeel te verhogen. Het vergroten van het afzetgebied wordt door de meeste MKB'ers genoemd. Daarnaast ziet meer dan de helft van de ondernemers het aantrekken van klanten naar de website via online platforms als een belangrijke optie om meer omzetgroei te realiseren. Ook de inzet van social media en assortimentsuitbreiding zijn belangrijke mogelijkheden. Interessant is dat één op de drie ondernemers over de grens kijkt om de online verkoop te stimuleren.

Deze stap heeft waarschijnlijk effect op de bedrijfsvoering. Zo kan het bijvoorbeeld fiscale gevolgen hebben en zal de website aangepast (o.a. meertalig) moeten worden.

Figuur 3 Bedrijven die (nog) niet via internet verkopen ervaren hobbels op deze gebieden (top 3)



Bron: Enquête ING Economisch Bureau & De Zaak

Maatwerk minder geschikt voor online verkoop

De meeste MKB-ondernemers, die online kanalen inzetten, verkopen niet direct via internet (circa 75%). De belangrijkste reden hiervoor is dat producten of diensten zich niet lenen voor online verkoop. Ondernemers noemen opvallend vaak het maatwerk dat zij leveren, als reden dat hun bedrijfsmodel ongeschikt is voor het verkopen via online kanalen. Gestandaardiseerde producten of diensten zouden dus gemakkelijker via internet verkocht kunnen worden.

Gebrek aan know-how belangrijkste hobbel voor starten online verkoop

Bij drie op de tien ondernemers die online kanalen inzetten, maar geen producten of diensten verkopen, vormt het bedrijfsmodel geen obstakel om te starten met online verkoop. Zij noemen de noodzakelijke know-how voor het maken van een webwinkel de belangrijkste hobbel. Daarnaast liggen op het gebied van de online betaling en het vrijmaken van voldoende kapitaal – voor de ontwikkeling van een webwinkel – belangrijke uitdagingen om te starten met online verkoop. Wanneer de kosten opwegen tegen de baten zouden ook deze ondernemers, vanuit bedrijfs-economisch perspectief, hun producten en diensten op internet kunnen aanbieden.

³ Bronnen: <http://bit.ly/Startersmarktstagneert> & Kelkoo/ CRR Research

Meer weten?
Kijk op ING.nl/zakelijk
Of bel met

Stef Bais,
ING Economisch Bureau
020 56 47 247

Liesbeth Berns,
ING Marketing Zakelijk
020 65 22 692

Dominique Allard,
De Zaak
023 55 35 500
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.