



De Digitale Werkplek
**Onderzoek Digitale
Werkplek en Mobiliteit
2022**

 smartprofile

Dutch iT-channel
Executive-People



Digitale Werkplek en Mobiliteit 2022

COVID-19 heeft de digitale werkplek de afgelopen jaren flink veranderd. Vóór de crisis werkten we hoofdzakelijk op kantoor, tijdens de crisis vooral vanuit huis. In de huidige 'post-corona' situatie zoeken veel bedrijven een (nieuwe) vorm van 'hybride werken': deels op afstand (thuis, onderweg of bijvoorbeeld op een flexplek) en deels op kantoor. Ze worden daarbij geholpen door nieuwe digitale technologieën en mogelijkheden op het gebied van mobiliteit.

Met dit vijfde onderzoek naar digitale mobiliteit brengen Dutch IT-channel en Smart Profile in kaart hoe het Nederlandse bedrijfsleven zaken als de digitale werkplek, werken op afstand en mobiliteit faciliteert en promoot. De onderzoekers zochten het antwoord op deze vraag:

In hoeverre wordt werken op afstand benadrukt en gefaciliteerd door beleid en cultuur en in welke mate dragen connectiviteit, hardware en software hieraan bij?

Opzet onderzoek

Het onderzoek van Smart Profile en Dutch IT-channel is uitgevoerd door middel van een online enquête in juli en augustus 2022, waaraan 89 respondenten hebben deelgenomen. We wilden weten hoe Nederlandse kenniswerkers thuis, onderweg of in de buurt van hun huis een (digitale) werkplek inrichten. Daaruit wordt duidelijk hoe 'digitaal mobiel' Nederland is en of digitale mobiliteit een volwaardig alternatief is voor werken op kantoor.

De onderzoekers focusten op drie zogeheten 'hoofdpilaren' van digitaal werken: connectiviteit, hardware en software. De uitkomsten van de enquête zijn aangevuld met inzichten omtrent mobiliteit uit de Smart Profile MarketBase: onze uitgebreide database met feiten en cijfers over het Nederlandse bedrijfsleven. Denk hierbij aan informatie over het gebruik van mobiliteitspassen en zakelijke vervoersmiddelen.

Conclusies

Thuiswerkbeleid blijft gelijk, strategische inzet voor werving op 22%

In vergelijking met voorafgaande jaren is er geen verdere stijging in het aantal bedrijven dat een thuiswerkbeleid heeft gedefinieerd. Wel geeft 22% van de respondenten aan dat mogelijkheden om thuis te werken als wervingsmiddel worden ingezet bij sollicitaties. Bij nog altijd 11% van de organisaties wordt thuiswerken ontmoedigd of is het zelfs verboden.

Hybride werken al grotendeels omarmd

Meer dan de helft van de respondenten vindt dat het hybride werken binnen zijn organisatie inmiddels is omarmd en dat er voldoende in is geïnvesteerd. Maar voor ongeveer een derde van de bedrijven geldt dit niet; zij zijn duidelijk nog op zoek naar de beste invulling. Verplichte aanwezigheid, controle hierop en handhaving zijn daarbij aandachtspunten. Vijf op de tien bedrijven geven aan dat er een minimum aanwezigheidspercentage is of dat dit wordt verwacht. Naast een impact op de cultuur en de werkwijzen van bedrijven heeft hybride werken een grote invloed op de fysieke ruimte, zo blijkt. Maar liefst 53% van de respondenten geeft aan dat het aantal vierkante meters kantoorruimte is gereduceerd of dat dit staat te gebeuren.

Autokilometers en groener rijden

Net als bij vorige edities heeft ongeveer 30% van de bedrijven beleid om het aantal autokilometers te reduceren. We zien hier dus geen duidelijke stijging. Bijna de helft van de respondenten geeft aan dat zijn organisatie beleid heeft om medewerkers 'groener' te laten rijden. Het stimuleren van elektrisch rijden is de meest voorkomende invulling daarvan.



Toename vergoeding thuiswerkplek

We zien een duidelijke toename van het aantal bedrijven die aangeven dat er een vergoeding is voor de thuiswerkplek: van 38% in 2021 naar 53% nu. De meest voorkomende invulling is het verstrekken van materialen: twee derde van de respondenten geeft aan dat dit in zijn organisatie gebeurt.

Impact hybride werken op ICT-infrastructuur relatief beperkt

Een derde van de organisaties geeft aan dat onder invloed van het hybride werken gebruikersprofielen opnieuw zijn gedefinieerd of dat dit staat gepland. Daar kunnen vervolgens de ICT-systemen op worden aangepast. De impact op het werkplekbeheer is iets groter: circa 58% geeft aan dat door het hybride werken het werkplekbeheer is veranderd. Belangrijkste verandering: er ligt meer nadruk op de beveiliging van eindgebruikers hardware.

MarketBase: duidelijk verschil digitale mobiliteit per sector, overheid en dienstensector koplopers

Vanuit onze Smart Profile MarketBase weten we dat Nederlandse organisaties steeds beter zijn toegerust om thuiswerken te faciliteren. Applicaties worden hoofdzakelijk geconsumeerd als Software-as-a-Service (SaaS) en ook de servercapaciteit in bedrijven verschuift van on-premises naar de cloud. Het aandeel van laptops op de werkplekken van eindgebruikers neemt nog altijd toe ten koste van dat van desktops, en inmiddels ook ten koste van de thin client. Virtuele desktops worden inmiddels door 40% van de bedrijven gebruikt. De overheid en de dienstensector (inclusief ICT & Utilities) lopen voorop in deze transitie en zijn dan ook het best geoutilleerd om het hybride werken technisch vorm te geven.

MarketBase: ook voor fysieke mobiliteit is de publieke sector koploper

Het onderzoek richtte zich als gezegd niet alleen op de digitale werkplek, maar ook op de mobiliteitsoplossingen die bedrijven aanbieden aan hun personeel. In de publieke sector bestaat het wagenpark van een organisatie relatief vaak uit voertuigen die worden ingezet voor het uitvoeren van de bedrijfsvoering. Doordat overheidsinstanties doorgaans meer belang hechten aan voorbeeldfuncties dan de gemiddelde commerciële organisatie, zien we in de publieke sector relatief veel wagenparken met hybride en/of elektrische voertuigen. Ook wordt daar het meest gebruik gemaakt van alternatieven voor de auto.





Inhoud

Digitale Werkplek en Mobiliteit 2022	2
Over het tot stand komen van dit onderzoek	5
1. Onderzoek Digitale Werkplek en Mobiliteit 2022	6
2. Inzichten op basis van markt intelligentie Smart Profile	15
Conclusies: publieke sector loopt (nog steeds) voorop	25
Over ons	26
Onderzoeksverantwoording	27
Colofon	27





Over het tot stand komen van dit onderzoek

Dutch IT Channel en Smart Profile hebben afgelopen zomer alweer de vijfde editie van het jaarlijkse onderzoek Digitale Werkplek en Mobiliteit in Nederland uitgevoerd. Via een online enquête gaven IT-beslissers een beeld rond de stand van zaken in Nederland rond het hybride werken.

Hybride werken heeft voordelen maar ook uitdagingen. Een voordeel is een betere balans tussen privé en werk. Denk aan locatie onafhankelijk werken, of minder last rond de dagelijkse woon-werkverkeer. Werknemers kunnen zich meer tevreden voelen waardoor ze langer bij een organisatie verbonden blijven.

Uiteraard zijn er uitdagingen van hybride werken. Hoe functioneren mensen als ze vaker thuis blijven en werken Hoe voelen mensen zich nog onderdeel van een team?

Deze vraagstukken en andere topics kunt u lezen in deze speciale Digitale Werkplek en Mobiliteit 2022 onderzoek. Met de interessante uitkomsten krijgt u opnieuw meer inzicht in de snel veranderende wereld en alle aspecten rond digitale mobiliteit.

We wensen u veel leesplezier!



Witold Kepinski
Director Content
Dutch IT Channel



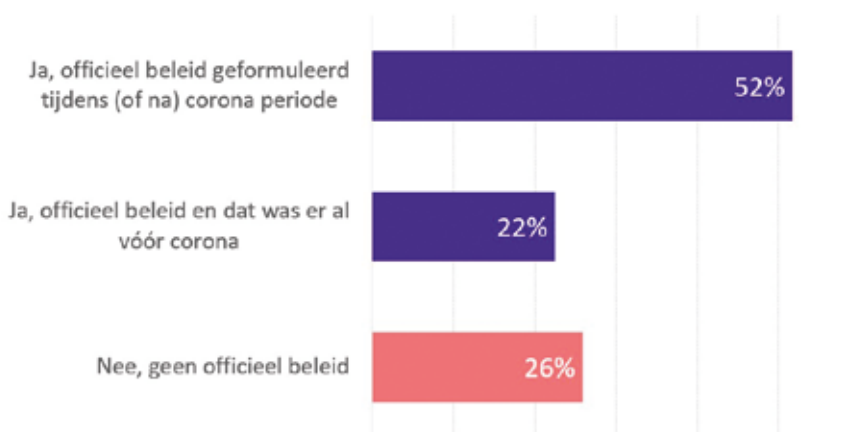
Erik van Gurp
Analist Smart Profile



1. Onderzoek Digitale Werkplek en Mobiliteit 2022

Ook dit jaar voerde Smart Profile in samenwerking met Dutch IT-channel een kwalitatief onderzoek uit naar de digitale werkplek en digitale mobiliteit. In juli en augustus hebben we voor het vijfde jaar in succesie onderzocht hoe beslissers van de grootste organisaties in Nederland omgaan met 'werken op afstand'. Het Onderzoek Digitale Werkplek en Mobiliteit 2022 is uitgevoerd in de vorm van een online enquête met 17 inhoudelijke vragen, die per e-mail is verspreid onder Nederlandse professionals die verantwoordelijk zijn voor IT, HR en Fleet, en onder 'algemeen verantwoordelijken'. Daarnaast is de vragenlijst verspreid via de kanalen van Dutch IT-channel en Smart Profile. De in totaal 89 ingevulde vragenlijsten zijn vervolgens verwerkt in de figuren en data die hierna worden weergegeven en toegelicht.

Op afstand werken: Is er officieel beleid?



Zoals elk jaar start de enquête met de vraag of er in de betreffende organisatie sprake is van 'officieel beleid' als het gaat om 'werken op afstand': werken op een andere plek dan de eigen kantoorlocatie. Dat kan thuis zijn, maar ook op een flexkantoor of andere (openbare) plaats, zoals een bibliotheek. Ook dit jaar concentreert het onderzoek zich voornamelijk op kenniswerkers, omdat juist hun werk geschikt is om digitaal en/of op afstand te doen.

Circa driekwart van de respondenten geeft aan dat er officieel 'thuiswerkbeleid' is. De meeste respondenten geven aan dat dit officiële beleid er pas kwam naar aanleiding van de coronamaatregelen van de Rijksoverheid. Nog altijd een kwart geeft aan dat er (helemaal) géén beleid is als het gaat om thuiswerken. Niet onverwacht zijn het vooral kleinere organisaties (tot 50 medewerkers) die dit officiële beleid niet hebben: 39%. Van de bedrijven met meer dan 1.000 medewerkers is dit slechts 14%.

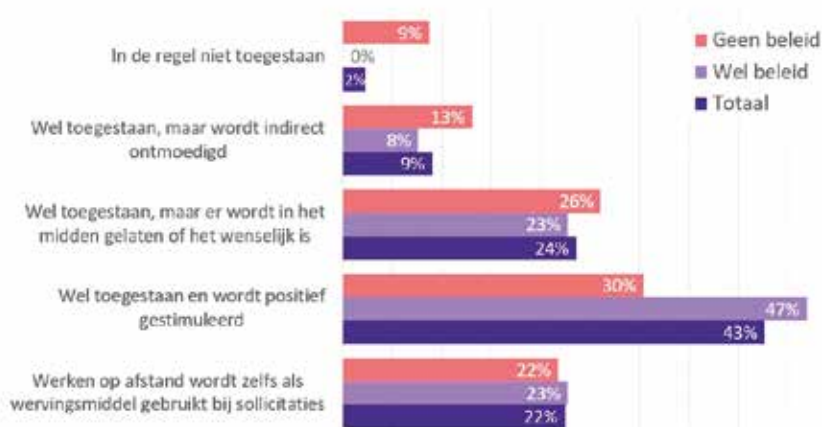
In meer dan de helft van de organisaties werd pas naar aanleiding van de coronamaatregelen officieel thuiswerkbeleid vastgesteld



Werken op afstand: beleid versus cultuur

Officieel beleid en de dagelijkse gang van zaken komen niet altijd overeen. Gevraagd naar de thuiswerkcultuur in een organisatie zegt 65% van de respondenten dat er een zeer positief klimaat is ten aanzien van thuiswerken. 43% zegt dat thuiswerken positief wordt gestimuleerd en 22% stelt dat mogelijkheden om thuis te werken actief worden gebruikt als wervingsmiddel bij sollicitaties. Van de organisaties waar thuiswerken niet wordt gestimuleerd geeft 9% aan dat het zelfs wordt ontmoedigd. Slechts een enkeling geeft aan dat thuiswerken is verboden (2%). Volgens het resterende kwart laat de leiding in het midden hoe wenselijk thuiswerken is.

Op afstand werken: beleid versus cultuur



Opvallend zijn de kleine verschillen in cultuur tussen bedrijven met en zonder officieel thuiswerkbeleid. Het meest duidelijke verschil: bij organisaties mét thuiswerkbeleid geeft een hoger percentage aan dat er ook sprake is van het positief stimuleren van thuiswerken dan bij organisaties zonder thuiswerkbeleid.

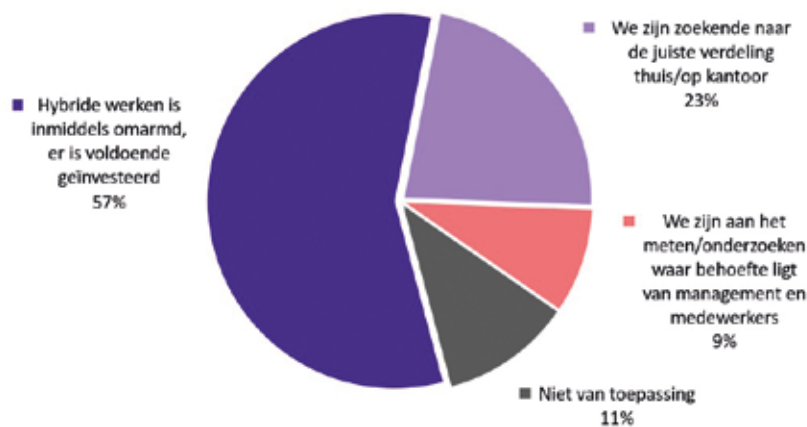
Nog altijd een op de tien bedrijven ontmoedigt of verbiedt thuiswerken

Hybride werken: hoe nu verder?

Het is de vraag hoe organisaties verder gaan nu de coronamaatregelen zijn verdwenen. 57% van de respondenten geeft aan dat hybride werken inmiddels is omarmd en dat daarin voldoende is geïnvesteerd. Maar ongeveer een derde van de organisaties zegt nog steeds naar een balans te zoeken. Een kleine 10% inventariseert momenteel de verschillende behoeften van medewerkers, HR en management. Bijna een kwart zegt een balans te zoeken tussen aanwezigheid op kantoor en thuiswerken.



Status hybride werken na corona

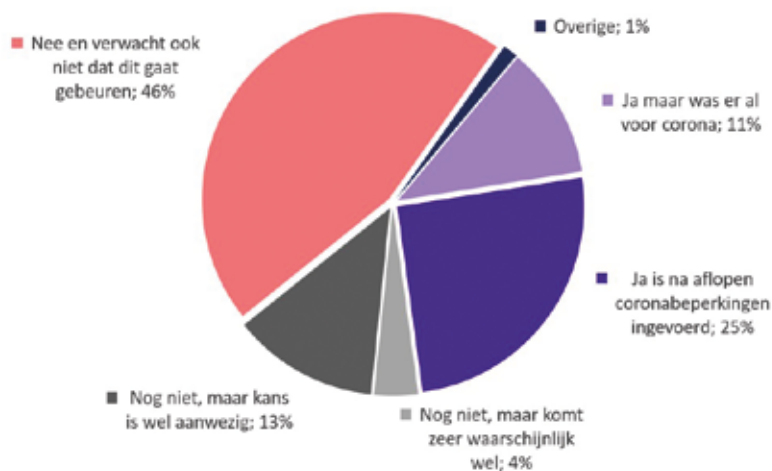


8

Elon Musk van Tesla haalde onlangs weer eens de internationale headlines met een markante opmerking, waarmee hij een opdracht, een dreigement én een sneer naar zijn medewerkers combineerde. 'Return to the office, or pretend to work somewhere else!'. Wij vroegen onze respondenten: 'kent uw organisatie een verplicht aanwezigheidspercentage voor kantoorpersoneel?'

Ruim een derde van de organisaties antwoordt daarop bevestigend. Nog eens 17% geeft aan dat zo'n aanwezigheidspercentage er nu nog niet is, maar op korte termijn ingevoerd zou kunnen worden. De grootste groep (46%) kent geen verplichte aanwezigheid en ziet dat ook niet veranderen.

Is er een verplicht aanwezigheidspercentage voor kantoorpersoneel?



De bedrijven met een aanwezigheidsplicht is bovendien gevraagd hoe actief ze deze handhaven. Handhaving heeft twee onderdelen: controle op aanwezigheid en maatregelen als de afspraken niet worden nageleefd. Meer dan de helft van deze organisaties zegt geen controles te doen en ook geen maat-

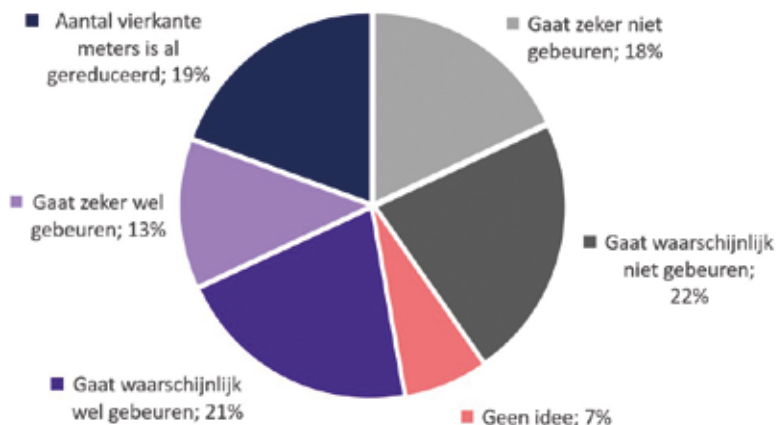


regelen te nemen als werknemers de fout in gaan. Ruim een derde geeft aan dat de verplichte aanwezigheid wél wordt gecontroleerd, maar dat er geen concrete maatregelen worden genomen. 10% van de bedrijven die een verplichte aanwezigheid hebben of deze verwachten in te voeren, controleert én neemt indien nodig maatregelen.

Een kwart van de bedrijven voerde ná corona een verplicht aanwezigheidspercentage voor kantoorpersoneel in

In veel bedrijven werken medewerkers deels thuis en dat heeft consequenties voor de gemiddelde bezetting op kantoor. Verwacht zakelijk Nederland om deze reden het aantal vierkante meters kantoorruimte te zullen terugbrengen? Ja, zegt 53%. Bijna een op de vijf respondenten geeft zelfs aan dat het aantal vierkante meters kantoorruimte inmiddels al is gereduceerd. Nog eens 34% geeft aan dat dit zeker of waarschijnlijk nog gaat gebeuren.

Wordt het aantal vierkante meters kantoorruimte teruggebracht door de invloed van thuiswerken?

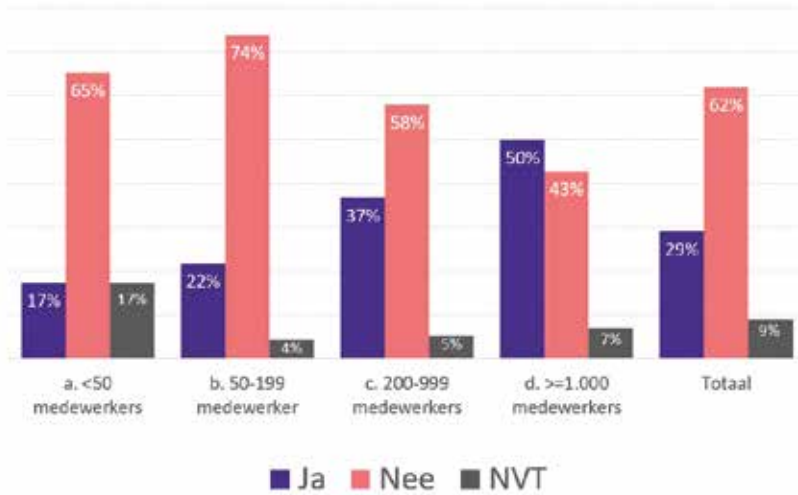


Ongeveer 40% verwacht niet dat vanwege het hybride werken het aantal vierkante meters kantoorruimte wordt teruggebracht. Slechts een klein deel waagt zich niet aan een voorspelling.

MVO en autokilometers na corona

De digitale werkplek en mogelijkheden om thuis te werken stellen organisaties in staat om een positief stimuleringsbeleid te voeren om medewerkers minder lang in de auto – of erger: in de file – te laten staan. Net als eerder geeft ook dit jaar 30% van de respondenten aan dat hun organisatie het aantal autokilometers probeert terug te brengen. Opvallend is de samenhang met de grootte van organisaties: hoe groter het bedrijf, hoe hoger het percentage respondenten dat aangeeft dat er beleidsmatig wordt gekeken hoe autokilometers kunnen worden gereduceerd.

Is er beleid om autokilometers te reduceren?



Een meer populaire manier om het reizen in organisaties te verduurzamen, is om zakelijke autokilometers 'groener' te maken, zo blijkt uit het onderzoek. 47% van de respondenten vinkte ten minste één manier aan waarop in hun bedrijfsvoering autokilometers groener worden gemaakt. Het positief stimuleren van elektrisch (zakelijk) rijden is de meest genoemde.

Is er beleid ten aanzien van "groener" rijden?

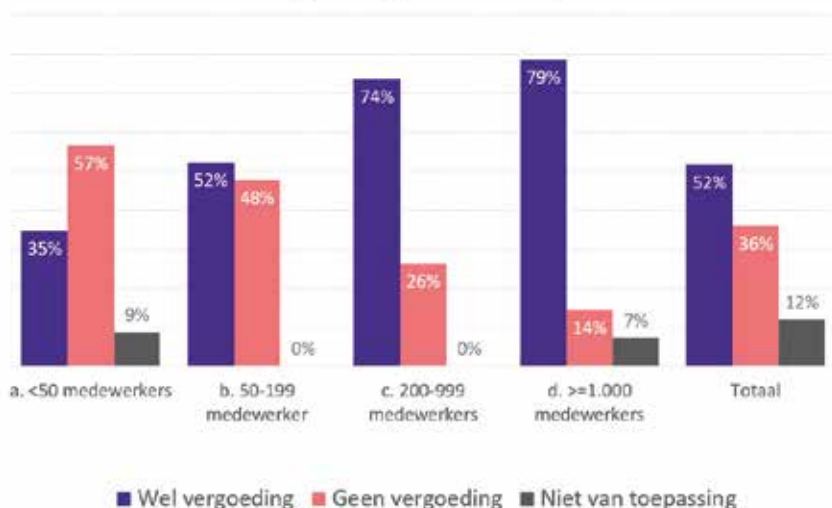


Vergoedingen digitale mobiliteit en fysieke mobiliteit

In de enquête stelden we ook vragen over de vergoedingen voor het werken op afstand (digitale mobiliteit) en voor reiskosten (fysieke mobiliteit). Door te kiezen tussen deze twee vormen van mobiliteit en door te denken en handelen vanuit één mobiliteitsbudget per persoon, kunnen organisaties sturen op meer of juist minder thuiswerken. Met ruim twee jaar coronamaatregelen achter de rug, waarbij thuiswerken een van de belangrijkste aanbevelingen was vanuit de Rijksoverheid, is het niet verwonderlijk dat het percentage bedrijven dat een vergoeding verstrekt voor de thuiswerkplek wederom flink is gestegen ten opzichte van het jaar ervoor.



Vergoeding thuiswerkplek

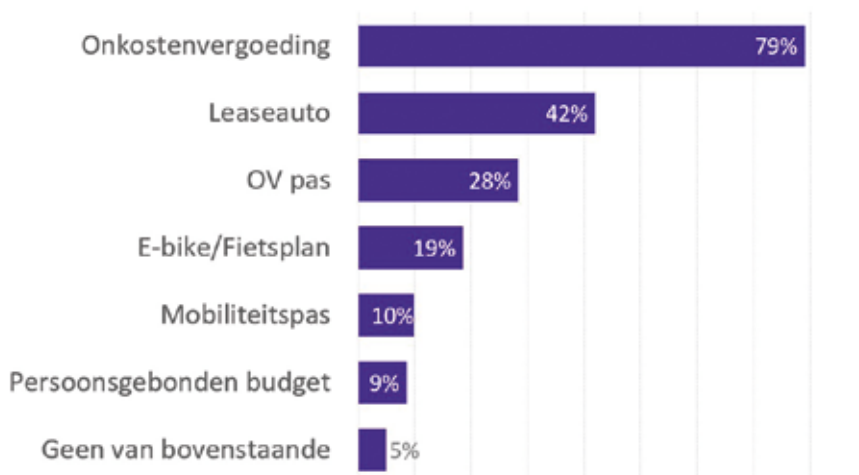


De manier waarop een thuiswerkplek wordt vergoed, verschilt per bedrijf. Bovendien kunnen bedrijven meerdere soorten vergoedingen naast elkaar verstrekken. Van de respondenten die aangeven dat thuiswerkplekken (deels) worden vergoed, zegt 54% dat er een persoonsgebonden budget is in hun bedrijf. Ongeveer 28% geeft aan dat gemaakte kosten kunnen worden gedeclareerd. Ongeveer twee derde zegt dat er (ook) materialen ter beschikking worden gesteld.

Meer dan de helft van de bedrijven kent een vergoedingensysteem voor de thuiswerkplek

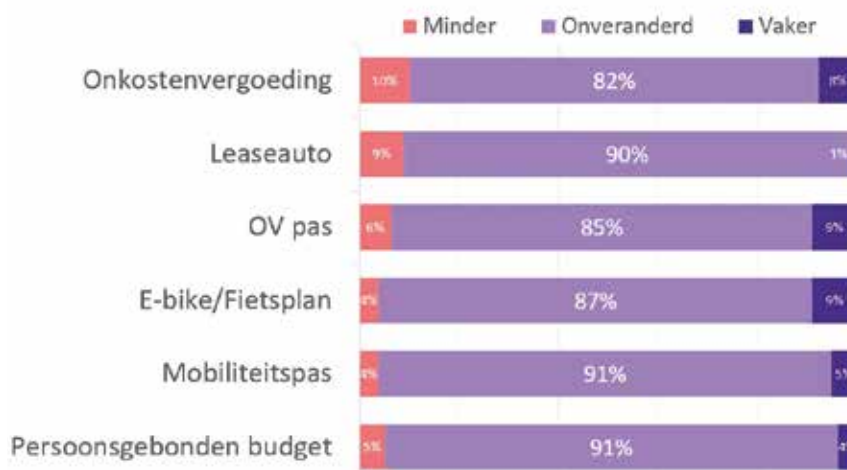
De klassieke 'kilometervergoeding' is met 79% nog steeds de meest voorkomende manier om reiskosten te vergoeden, al is er een lichte daling ten opzichte van 2021 (88%). 42% van de bedrijven gebruikt leaseauto's en 28% gebruikt een OV-pas.

Wijze waarop reiskosten worden vergoed



Een direct gevolg van meer thuiswerken is dat een deel van het woon-werkverkeer verdwijnt. Het is daarom de vraag of medewerkers worden gekort op hun reiskostenvergoeding voor de tijd die ze thuiswerken. 49% van de respondenten zegt volmondig 'ja' en ongeveer 8% geeft aan dat dit 'in sommige gevallen' gebeurt. Eveneens 8% zegt dat dit nog niet gebeurt, maar dat het er wel aan komt. Een kwart van de respondenten geeft aan dat er (helemaal) geen consequenties zijn voor de reiskostenvergoeding.

Reiskostenvergoedingen na coronabeperkingen

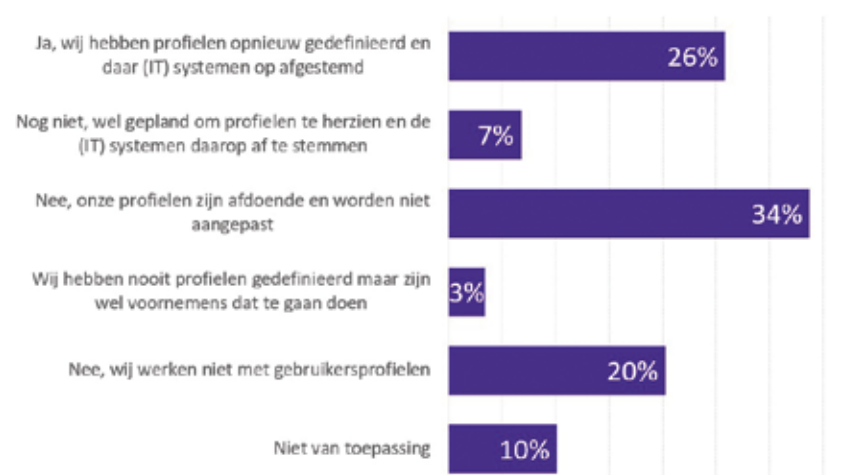


Vanwege de coronamaatregelen zijn bedrijven de organisatie van mobiliteit nog 's goed gaan bekijken en overdenken. Wij vroegen onze respondenten: 'hoe is het gebruik van vergoedingen voor reiskosten na de coronabeperkingen veranderd? Volgens 9% van de respondenten gebruikt zijn organisatie minder vaak leaseauto's dan voorheen (een afname met 8%) en de netto aanwas voor een fietsplan van de zaak is 5%.'

Impact hybride werken op ICT-infrastructuur

De ontwikkeling van werken op kantoor via thuiswerken vanwege corona naar het hybride werken van de toekomst, heeft invloed op de inrichting van ICT-infrastructuren.

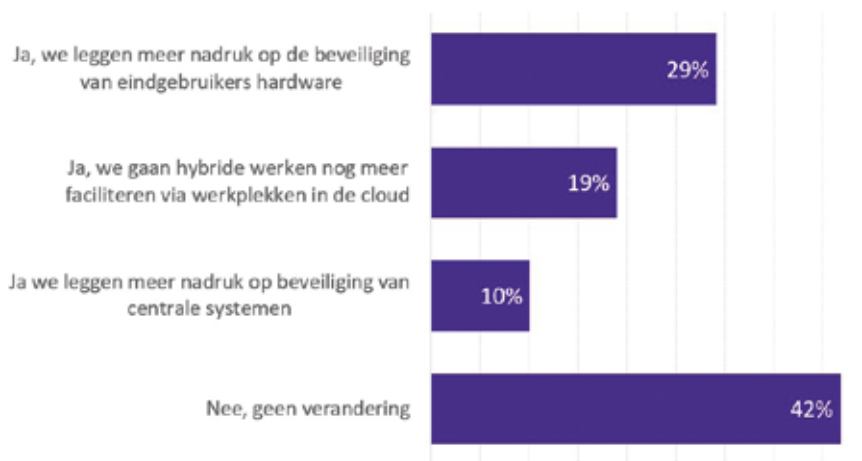
Aanpassing gebruikerprofielen door hybride werken





Volgens een derde van de respondenten zijn er binnen de ICT-organisatie nieuwe gebruikersprofielen gedefinieerd (26%) of is men dit van plan (7%), en worden de ICT-systemen daarop afgestemd. Nog eens een derde van de organisaties geeft aan dat de huidige profielen afdoende zijn. Het laatste deel, ook ongeveer een derde, zegt momenteel geen profielen te gebruiken of geeft aan dat deze enquêtevraag op hun situatie niet van toepassing is.

Heeft hybride werken de houding t.a.v. werkplekbeheer veranderd?



In 42% van de organisaties heeft het hybride werken het werkplekbeheer niet veranderd

Hybride werken kan alleen als werkplekken correct worden 'uitgerold' en dat kan op verschillende manieren. Systemen kunnen worden geconfigureerd door de dienstverlener die ze levert, ze kunnen op afstand worden uitgerold naar de thuiswerkplekken, en als laatste kunnen werknemers op kantoor een geconfigureerd systeem afhalen. Deze laatste optie is ook nu nog de meest gekozen manier.

Zijn er investeringen gedaan om werkplekken direct bij eindgebruikers thuis te leveren en uit te rollen? (deployment)

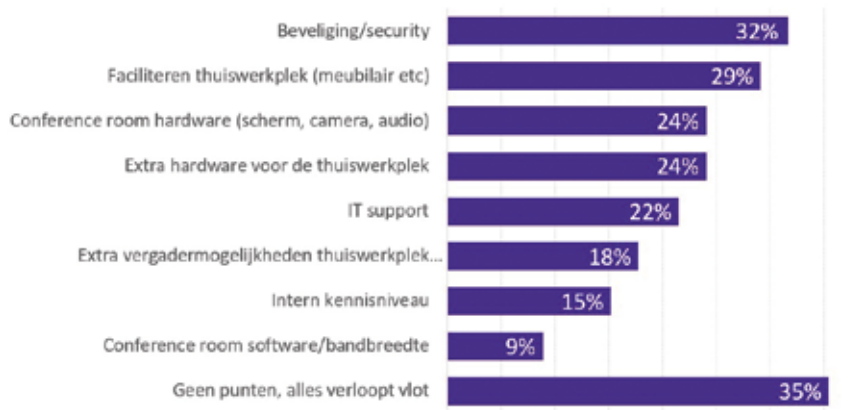




Verdere optimalisatie van thuiswerken

De laatste vraag in het onderzoek gaat over aandachtspunten in de huidige (ICT-)infrastructuur. Welke investeringen zijn zinvol om het (hybride) thuiswerken te optimaliseren? Net als in vorige editie van dit onderzoek wordt security het meest genoemd als het belangrijkste aandachtspunt.

Op welke punten kan het thuiswerken nog verder worden geoptimaliseerd?



Iets meer dan een derde ziet geen noodzaak tot verdere optimalisatie, twee derde dus wel!



2. Inzichten op basis van markt intelligentie Smart Profile

Reeds jarenlang verzamelt Smart Profile verdiepende inzichten op basis van telefonische interviews met representanten van organisaties in de Benelux met meer dan 50 medewerkers en/of meer dan tien voertuigen. In Nederland gaat dat om ongeveer 40.000 organisaties, een markt die we volledig in kaart brengen in onze speciale MarketBase. Het gaat om inzichten in groepsstructuren en beslissingsbomen, maar ook om zaken als mobiliteit en ICT-infrastructuren. Met name deze laatste inzichten zijn gebruikt als achtergrond voor dit onderzoek. Specifiek gaat het om ruim 2.000 organisaties in diverse sectoren.

Digitale mobiliteit: de status van de digitale werkplek

Bieden de hardware en de software die organisaties in gebruik hebben medewerkers voldoende mogelijkheden om thuis of op een flexplek nabij huis te werken? Om die vraag te kunnen beantwoorden, zochten we in onze MarketBase naar informatie over de bestaande ICT-infrastructuren bij de grootste organisaties in Nederland.

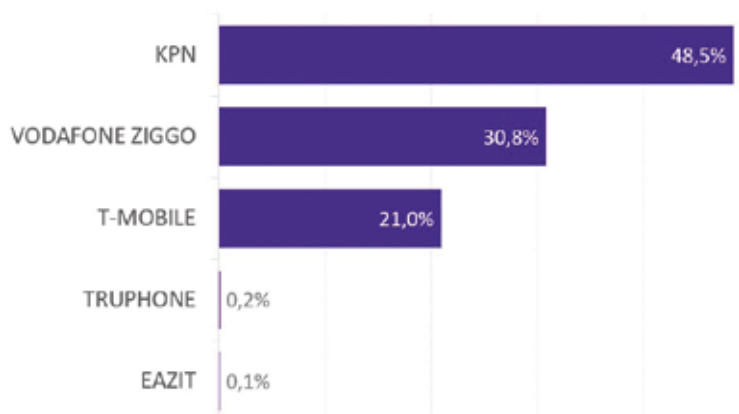
Net als in het onderzoek naar de status van de digitale werkplek keken we ook hier naar de drie 'hoofdpilaren' van digitaal werken: connectiviteit, hardware en applicaties (software).

Connectiviteit: mobiele communicatie

Om in een bedrijf goed te kunnen communiceren, wordt het steeds belangrijker om te kunnen werken onafhankelijk van locaties. De meeste kenniswerkers hebben een zakelijke smartphone die ze gebruiken als hun primaire communicatiemiddel. De netwerken die de zakelijke markt het meest gebruikt voor mobiele telefonie, zijn die van KPN en VodafoneZiggo. Veel concurrenten hebben deze providers niet; zodra andere aanbieders een significant aandeel verwerven, worden ze doorgaans door deze twee marktleiders opgeslokt. KPN is marktleider met 48,5%, een percentage waarin ook de aandelen van de (voormalige) sub-labels YES en Telfort zijn meegeteld. T-Mobile is de nummer drie, met een langzaam maar zeker groeiend marktaandeel dat onder meer door de fusie met Tele2 inmiddels 21% bedraagt.

Aandelen mobiele providers

Sample: Abbonementen bij bedrijven met 50 of meer medewerkers / Nederland

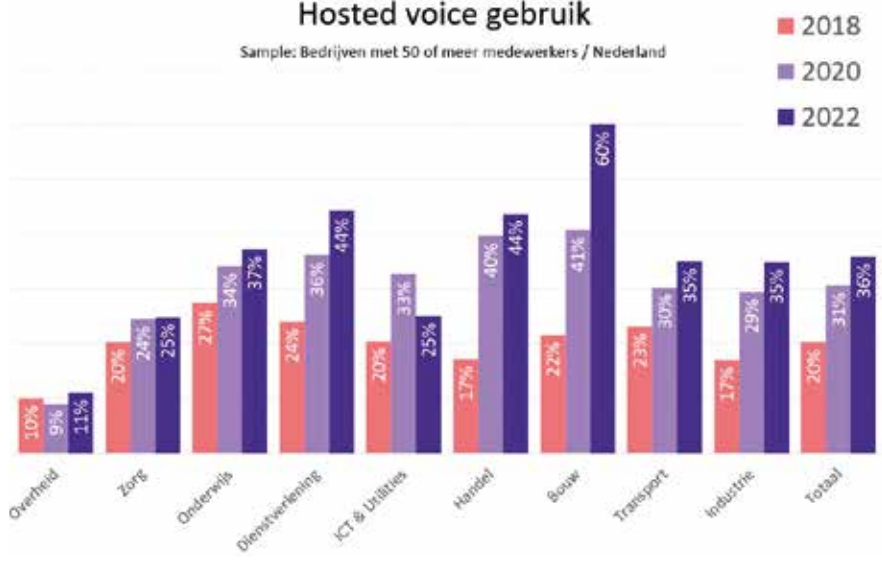


Connectiviteit: hosted voice

De traditionele P(A)BX telefooncentrale is inmiddels in het grootste deel van de markt vervangen door Voice over IP-oplossingen (VoIP). De belangrijkste verschuiving op dit moment is het afschaffen van de eigen on-premises telecomoplossing. In plaats daarvan nemen steeds meer organisaties vaste telefonie af als een clouddienst bij een dienstverlener. In de afgelopen vier jaar is het gebruik daarvan bijna verdubbeld. Sectoren die voornamelijk het minst gebruikmaken van dit soort diensten, zijn de overheid en de zorg. De top 3 dienstverleners op het gebied van hosted voice zijn KPN met een aandeel van 29%, VodafoneZiggo met 19% en T-Mobile met 4%. De overige partijen in de top 10 – Cisco Broadsoft, RoutIT, Dstny, Enreach, Gamma, Zetacom en Infopact – komen niet verder dan 2%.

Hosted voice gebruik

Sample: Bedrijven met 50 of meer medewerkers / Nederland

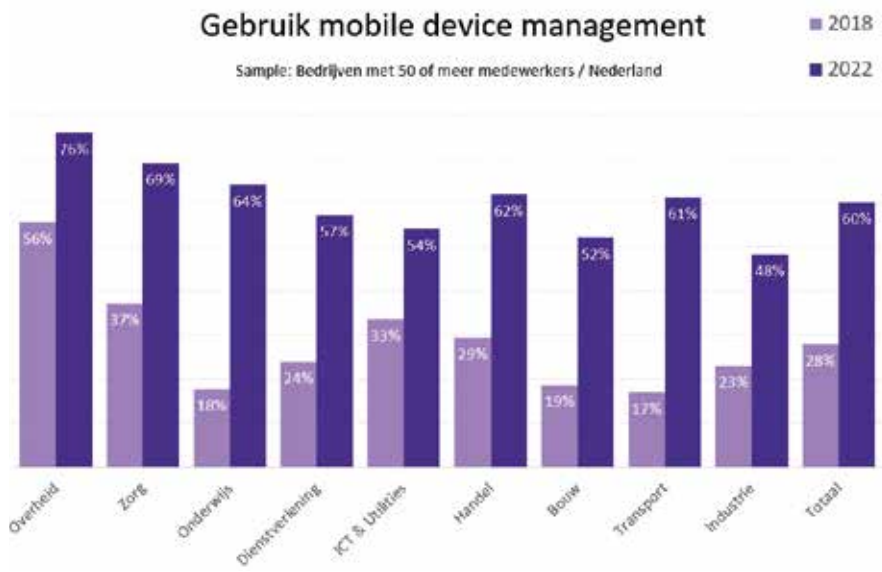


Connectiviteit: mobile device management

In de markt voor mobile device management (MDM) gebeurt veel. Belangrijkste winnaar van dit moment is Intune, de MDM-oplossing van Microsoft die de afgelopen vier jaar uitgroeide tot de absolute marktleider. Het gebruik van MDM nam vooral de laatste twee jaar sterk toe. Halverwege 2020 bedroeg de 'overall penetratie' 43%. In 2021 was dat 50% en dit jaar circa 60%.

Gebruik mobile device management

Sample: Bedrijven met 50 of meer medewerkers / Nederland



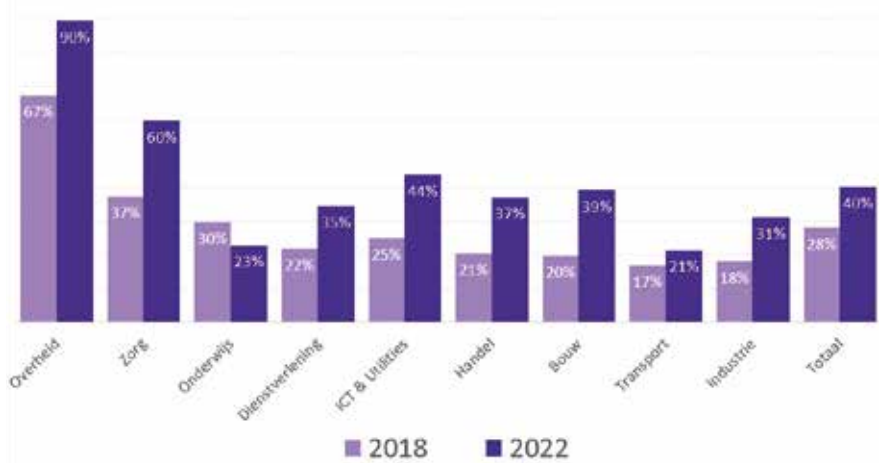
Connectiviteit: gebruik virtual desktop (VDI)

Het gebruik van virtuele desktops in de zakelijke markt schommelde jarenlang rond de 28%. Door het toegenomen thuiswerken als gevolg van COVID-19 steeg het gebruik in 2021 naar 40%. Ook het huidige gebruik ligt op dat niveau.



Gebruik virtuele desktops

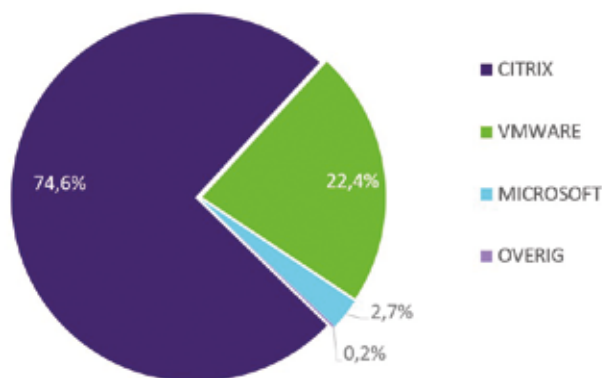
Sample: Bedrijven met 50 of meer medewerkers / Nederland



De markt voor VDI-oplossingen wordt gedomineerd door slechts twee partijen. Citrix is met afstand marktleider, gevolgd door VMware.

Aandelen virtuele desktops

Sample: Bedrijven met 50 of meer medewerkers / Nederland



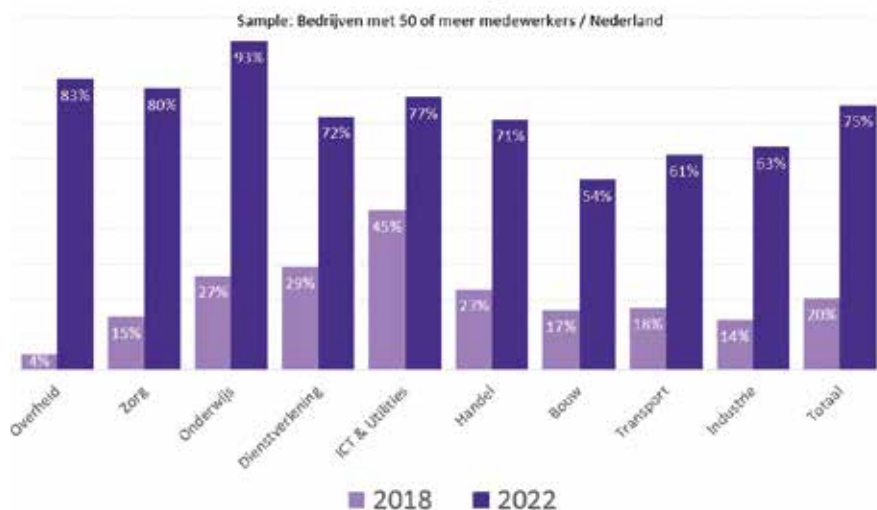
Hardware: cloud server capaciteit

In het grootste deel van de Nederlandse zakelijke markt is de on-premises server inmiddels verdwenen. Een verschuiving naar de cloud, die begon met specifieke applicaties, is inmiddels ook te zien waar het gaat om server capaciteit.

Driekwart van de geïnterviewde organisaties geeft aan gebruik te maken van rekenkracht uit de cloud. De publieke sector loopt hiermee voorop. Met name het onderwijs is al bijna volledig overgestapt naar de cloud. Deze sector vormt een schril contrast met de bouwsector, waar (slechts) ruim de helft van de bedrijven aangeeft gebruik te maken van server capaciteit in de cloud. Hier lijkt de bedrijfsgrootte een rol te spelen. In het laagste segment van onze steekproef, 50 tot 100 werknemers, geeft 68% aan gebruik te maken van cloud server capaciteit. Voor bedrijven met 100 tot 200 werknemers is dat 73% en voor bedrijven met meer dan 200 werknemers bedraagt dit 80%.



Cloud server gebruik

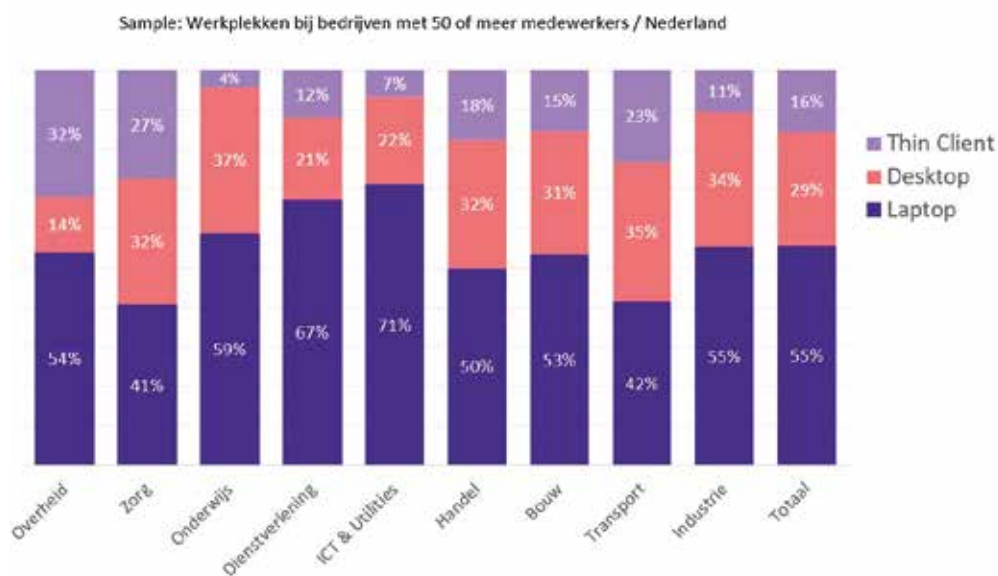


18

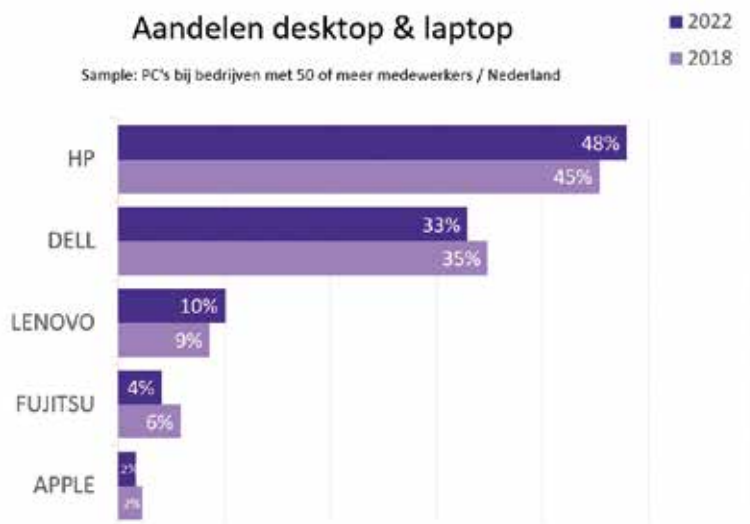
Hardware: van desktop naar laptop

De trend zet door dat de laptop een steeds prominere plaats inneemt. Medio 2019 werkte 40% van alle eindgebruikers met een laptop, net zoveel als met desktops. Anno 2022 werkt 55% van alle medewerkers met een laptop; de desktop verloor 11 procentpunt in aandeel. De thin-client verloor 4 procentpunt.

Werkplek hardware

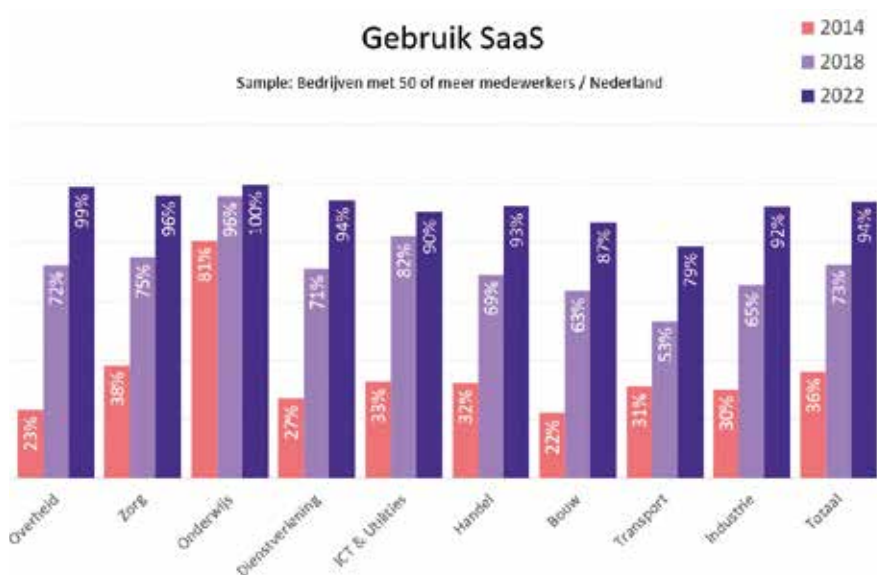


De zakelijke markt voor laptops en desktops is de laatste jaren weinig veranderd. HP is en blijft marktleider, met Dell al geruime tijd als de nummer twee. Lenovo lijkt de laatste jaren terrein te winnen, Fujitsu verliest iets.



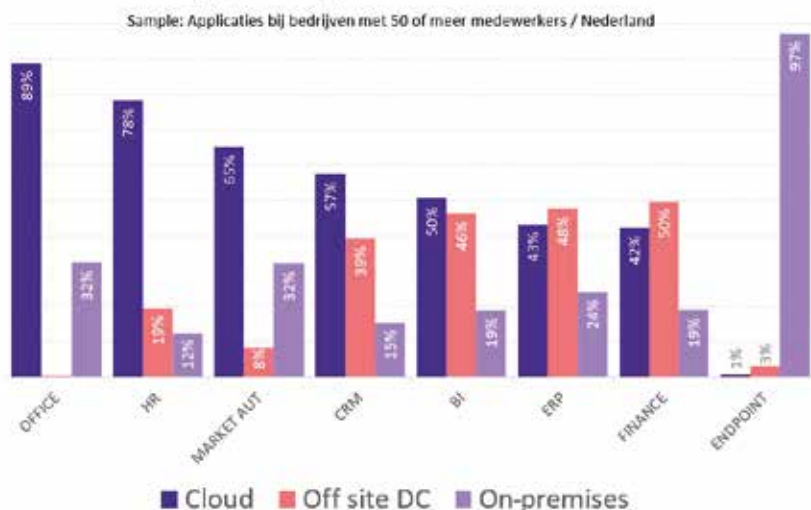
Software: gebruik van SaaS

'De cloud is koning', mogen we wel stellen. Draaide software in het verleden voornamelijk lokaal, tegenwoordig gebruikt de markt overwegend applicaties als SaaS (Software-as-a-Service). De SaaS-penetratie benadert inmiddels de 100%, een niveau dat het onderwijs als eerste bereikte en dat de overheid momenteel benadert. 'Achterblijvers' zijn de sectoren transport en bouw.



Toch sluit het een het ander niet uit. Als een bedrijf voor sommige applicaties SaaS-oplossingen gebruikt, doet het dat niet per definitie voor alle applicaties. 94% van de bedrijven gebruikt SaaS-oplossingen, maar niettemin zegt nog altijd 60% van de bedrijven daarnaast applicaties in een datacenter te draaien. Dat kan een datacenter van een externe dienstverlener zijn, maar ook een datacenter op een zuster-/moederlocatie. 75% van de bedrijven geeft aan ook (nog) applicaties on-premises te draaien.

Applicatie gebruik naar locatie



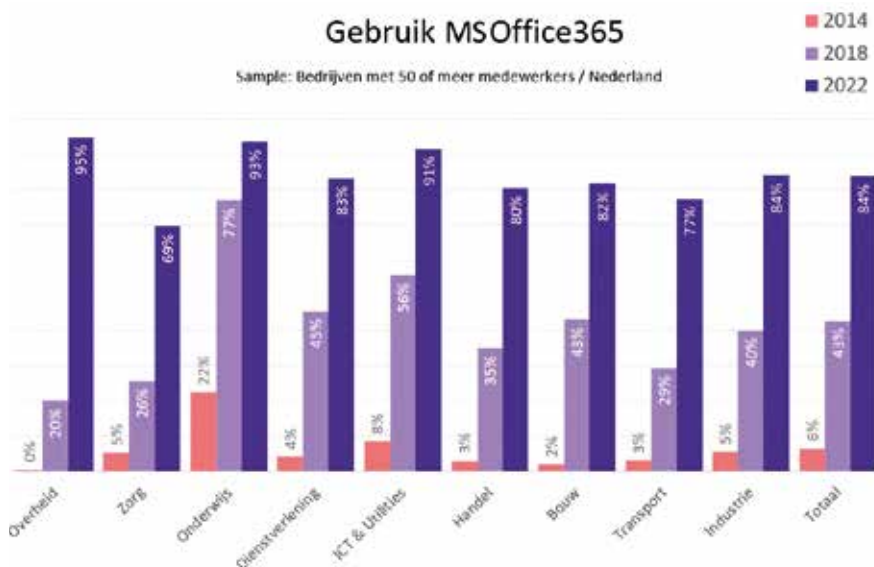
Kijken we naar de locaties waar applicaties draaien, dan zien we dat organisaties Office-applicaties het vaakst 'consumeren' in de SaaS-variant. Bijna 9 van de 10 bedrijven die Office-applicaties gebruiken, geven aan een SaaS-versie af te nemen. 32% van de organisaties in de MarketBase zegt bovendien nog altijd Office-applicaties on-premises te draaien. Omdat voor sommige bedrijven beide situaties van toepassing zijn, telt dit niet op tot 100%.

Software: gebruik Microsoft Office365

Na de introductie in 2010 duurde het even voordat MS Microsoft Office365 serieus tractie kreeg in de Nederlandse zakelijke markt. In 2015 gebruikte nog slechts 13% van de organisaties deze online versie van Microsoft Office. Maar door de versnelde acceptatie van cloudoplossingen in het algemeen en SaaS-toepassingen in het bijzonder, is MS Microsoft Office365 inmiddels met 84% van de bedrijven die het gebruiken de marktstandaard. Op sectorniveau zijn er uitschieters boven de 90%.

Gebruik MSOffice365

Sample: Bedrijven met 50 of meer medewerkers / Nederland





Conclusies: de status van digitale mobiliteit

De hardware, software en ICT-infrastructuren die momenteel beschikbaar zijn, maken werken op afstand goed mogelijk. De conclusie van dit onderzoek is dan ook dat het werken op afstand steeds beter wordt gefaciliteerd. Het aandeel laptops – de makkelijkste manier om mensen hybride te laten werken – is verder toegenomen, zo blijkt verder. Het gebruik van VDI nam sterk toe tijdens en door corona, en ook het gebruik van SaaS-toepassingen (die 'anytime – anywhere' kunnen worden gebruikt) blijft groeien. Door een toenemend gebruik van cloud server capaciteit wordt de backoffice meer en meer locatieonafhankelijk, zo zagen we ook.

Toch leent niet elke bedrijfsactiviteit zich even goed voor hybride werken. Hoe groter het percentage kantoormedewerkers in een sector, hoe groter het belang en het voordeel van hybride werken. De overheid, de dienstensector en de sector ICT & Utilities lopen dan ook voorop in het gebruik en de acceptatie van oplossingen die locatieonafhankelijk werken mogelijk maken.

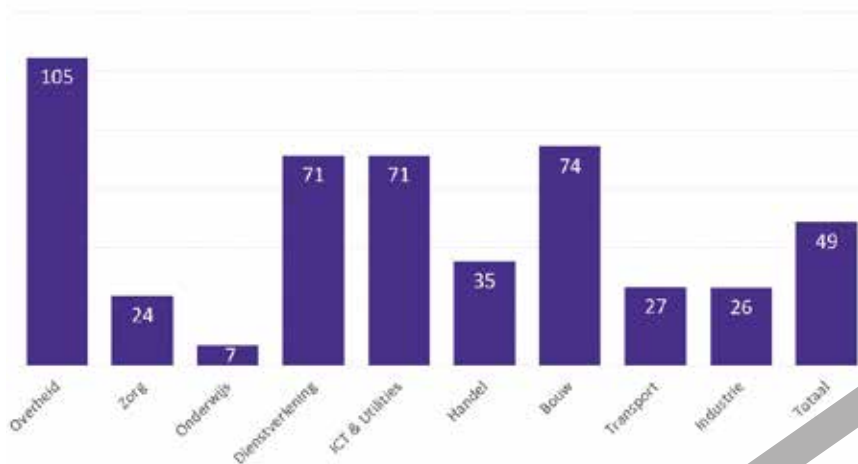
In 2021 was de conclusie van dit onderzoek dat de digitale werkplek de standaard werkplek was geworden, een conclusie die ook dit jaar overeind blijft. Kenniswerkers willen, mogen en moeten altijd en overal kunnen werken en communiceren. Toch zal, voor een optimale synergie tussen medewerkers, naast een goede thuiswerkplek ook altijd behoefte blijven bestaan aan een goed geoutilleerde werkomgeving op kantoor. De nadruk ligt daarbij steeds vaker op samenwerken in plaats van een werkplek alleen voor jezelf.

De status van fysieke mobiliteit

We keken in dit onderzoek niet alleen naar de invulling van digitale werkplekken, maar ook naar de manier waarop bedrijven omgaan met fysieke mobiliteit. Om te beginnen keken we naar de gemiddelde grootte van het wagenpark. Per bedrijfssector zijn er nogal wat verschillen. In de publieke sector is het gebruik van een 'auto van de zaak' zeer ongebruikelijk. De gebruikte voertuigen aldaar zijn doorgaans bedoeld voor het uitvoeren van specifieke werkzaamheden en niet voor het woon-werkverkeer van werknemers. De omvang van het wagenpark per sector is ten opzichte van een jaar geleden nauwelijks veranderd. Alleen in de sector ICT & Utilities zien we een daling.

Grootte van het wagenpark

Sample: Bedrijven met een wagenpark en 20 of meer medewerkers / Nederland



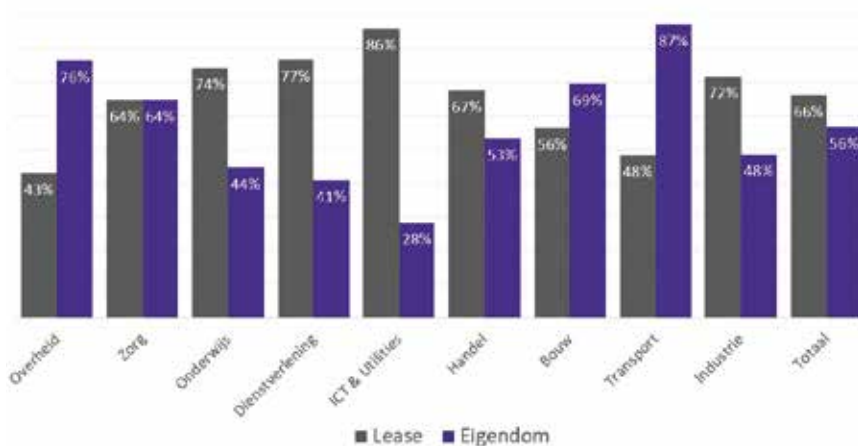
Wagenpark: lease of zakelijk eigendom

Ook het aantal leaseauto's en auto's in eigendom verschilt flink per sector. Organisaties in de transportsector en bij de overheid kopen veelal auto's en lichte commerciële voertuigen aan, terwijl in de sector ICT juist veelal gebruik wordt gemaakt van leaseauto's. Maar ook hier geldt: de verschillen met voorafgaande jaren zijn zeer beperkt.



Lease of eigendom wagenpark

Sample: Bedrijven met een wagenpark en 20 of meer medewerkers / Nederland



Wagenpark: hybride of volledig elektrisch

Het percentage wagenparken met hybride en/of elektrische voertuigen is tussen 2021 en 2022 niet noemenswaardig veranderd. Wel is het percentage wagenparken met volledig elektrische voertuigen gestegen. Zagen we in 2021 BEV-voertuigen (Battery Electric Vehicles) in 19% van de wagenparken, anno 2022 heeft 23% van de vloten deze elektrische auto's.

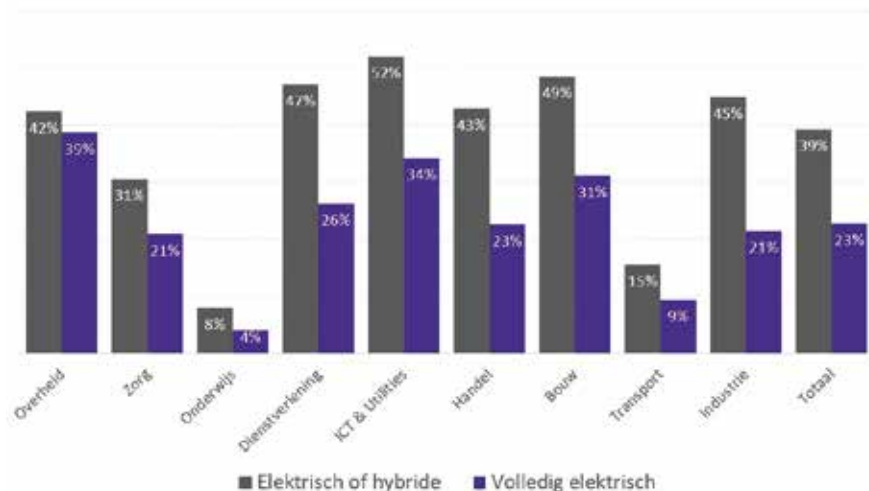
Met hybride en/of elektrisch loopt de sector ICT & Utilities nog steeds voorop: 52% van de wagenparken in deze sector heeft deze voertuigen. Gaat het alleen om (volledig) elektrische voertuigen, dan is de overheid koploper (de sector met de meeste wagenparken met alleen elektrische voertuigen). Voor beide categorieën blijft de transportsector de belangrijkste achterblijver. Dat is overigens niet verwonderlijk, gezien het tot voor kort relatief beperkte aanbod van elektrische en hybride bestelvoertuigen en de doorgaans kleine actieradius daarvan. Toch zijn op dit terrein de laatste jaren aanzienlijke stappen gezet. Ook vanwege de huidige (hoge) brandstofprijzen zou dit segment de komende jaren wel eens een inhaalslag kunnen maken. Dat ook het onderwijs achterblijft met hybride of elektrische voertuigen, is niet verwonderlijk.

Onderwijsinstellingen hebben bijna geen zakelijke vloten en daarom is deze markt in absolute aantallen nauwelijks significant.



Hybride of volledig elektrische wagenparken

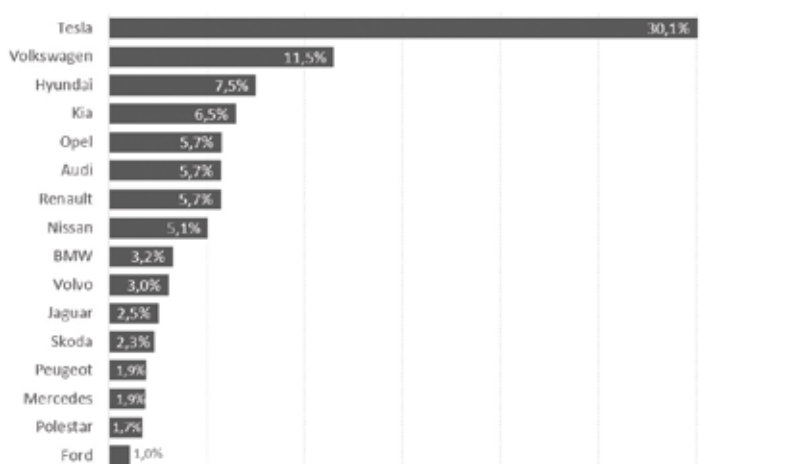
Sample: Bedrijven met een wagenpark en 20 of meer medewerkers / Nederland



Circa 30% van de wagenparken met elektrische voertuigen heeft een of meer Tesla's. Volkswagen is de nummer twee, Hyundai de nummer drie.

Meest gebruikte elektrische voertuigen

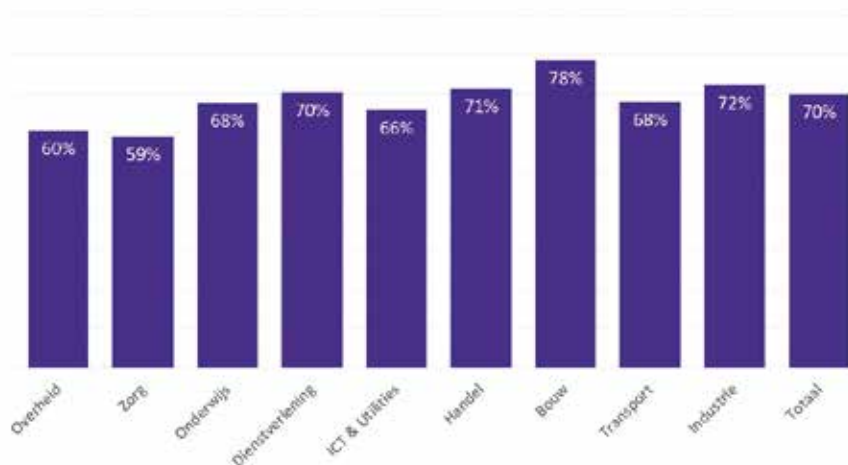
Sample: Bedrijven met een wagenpark met elektrische voertuigen en 20 of meer medewerkers / Nederland



Het gebruik van volledig elektrische voertuigen neemt toe. Het is daarom niet verbazingwekkend dat steeds meer bedrijven beschikken over laadfaciliteiten voor eigen elektrische auto's of de voertuigen van bezoekers. Momenteel hebben 7 van de 10 bedrijven met een wagenpark een of meerdere laadpalen. Bij bedrijven in de transportsector is de stijging in het gebruik van laadpalen ten opzichte van vorig jaar het grootst.

Gebruik laadpalen

Sample: Bedrijven met een wagenpark en 20 of meer medewerkers / Nederland

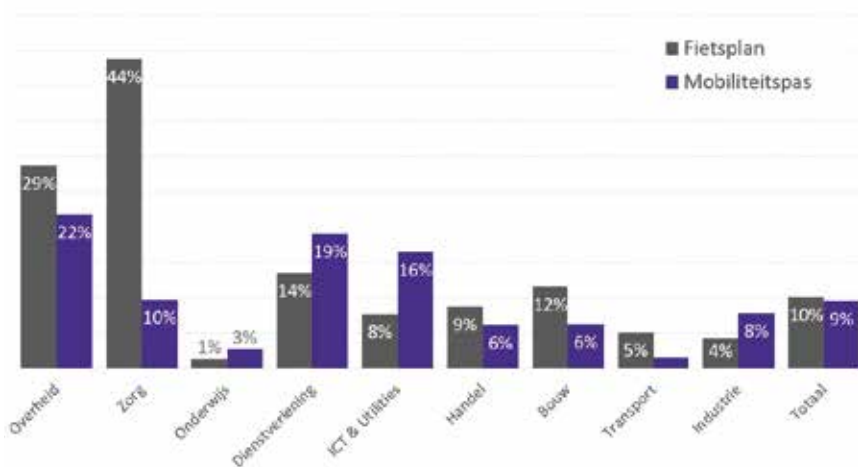


Alternatief vervoer

Alternatieven voor het vervoer met personen- of bedrijfswagens zijn er in de vorm van een fietsplan of mobiliteitspassen, die door de werkgever worden aangeboden. De zorgsector loopt hiermee voorop: 44% van de geïnterviewde zorginstellingen biedt een fietsplan aan, tegen gemiddeld 10% voor alle Nederlandse organisaties.

Alternatief vervoer

Sample: Bedrijven met een wagenpark en 20 of meer medewerkers / Nederland





Conclusies: publieke sector loopt (nog steeds) voorop

Er zijn grote verschillen in fysieke mobiliteit tussen bedrijfssectoren. In sommige sectoren zien bedrijven een zakelijk voertuig als een secundaire arbeidsvoorwaarde en kiezen zij daarom meestal voor lease. In andere sectoren zijn voertuigen eerder middelen om bedrijfsactiviteiten te kunnen uitvoeren en ligt de nadruk op koop. Zo zijn veel verschillen tussen sectoren goed te verklaren.

Overheidsinstellingen zien voertuigen vooral als bedrijfsmiddel en hebben auto's en bedrijfswagens relatief vaak in eigendom. De voorbeeldfunctie van de overheid als het gaat om maatschappelijk verantwoord ondernemen verklaart het relatief hoge percentage elektrische voertuigen in de wagenparken aldaar. Dit geldt ook voor het relatief hoge gebruik van mobiliteitspassen en fietsplannen bij de overheid, en trouwens ook in de zorg.

In de commerciële sector speelt fiscaliteit vaak een rol bij de keuze van vervoersmiddelen. Dit verklaart het relatief hoge gebruik van hybride en/of elektrische voertuigen en het relatief lage gebruik van alternatief vervoer.

Kijken we naar de combinatie van digitale en fysieke mobiliteit, dan zijn vooral in de publieke sector de beschikbare middelen optimaal geschikt om hybride werken te stimuleren. Autokilometers worden er actief gereduceerd, de voertuigen zijn relatief vaak groen en ICT-infrastructuren bevinden zich al grotendeels in de cloud. De overheid is daarom hét segment waar digitale mobiliteit het eenvoudigst kan worden gefaciliteerd.



Over ons

smartprofile

Binnen B2B marketing en sales blijft potentieel onbenut. Smart Profile werkt vanuit de overtuiging dat potentieel alsnog te kunnen realiseren. Op basis van de Smart Profile MarketBase zetten we rijke data om in commercieel succes.

Smart Profile verzamelt en structureert bedrijfsdata in de Benelux, beschikbaar gesteld via de MarketBase: de basis voor een (eventueel door Smart Profile uit te voeren) demand/lead generatie campagne. Denk hierbij aan e-mail, social selling, account based en telefonische inbound/outbound campagnes. Door deze data te verwerken tot relevante marktinzichten, is Smart Profile aanvullend in staat om marketing en sales teams effectiever te laten werken.

Ten slotte worden deze inzichten geanalyseerd en vertaald naar marktintelligentie, zoals verwachte marktontwikkelingen en omzetspotentieel in te ontwikkelen markten. Zodoende wordt ook op strategisch niveau potentieel gerealiseerd.

Smart Profile is marktleider in de Benelux en werkt vanuit een kantoor in Breda. Meer informatie: www.smartprofile.io of volg Smart Profile op LinkedIn of Twitter.

Dutch IT Channel

Dutchitchannel.nl is een platform dat zijn lezers en volgers dagelijks informeert over actuele ontwikkelingen en trends in de IT-channel. Het accent ligt op de business rond IT-oplossingen (hardware, software, diensten) en de spelers die op deze markt actief zijn. Naast nieuws uit binnen- en buitenland, interviews, onderzoeken, cases en dossiers besteedt Dutchitchannel.nl in ruime mate aandacht aan de mensen die in de branche actief zijn.

Lees meer op www.dutchitchannel.nl of volg Dutch IT-channel op de social media kanalen Facebook, LinkedIn en Twitter.

Executive-People

Executive-People is een platform voor digitale leiders op C-level zoals CIO's, IT-managers, directieleden en Line of Business (LOB). Executive-People is een strategisch platform voor IT-leveranciers en dienstverleners die onder de aandacht willen komen van IT- en businessmanagers en direct sales leads willen genereren.
www.executive-people.nl



Onderzoeksverantwoording

Het onderzoek Digitale Werkplek en Mobiliteit 2022 is een kwalitatief onderzoek, uitgevoerd in de maanden juli en augustus 2022 door Smart Profile in samenwerking met Dutch IT-channel.

Het onderzoek bestond uit een vragenlijst van maximaal 17 inhoudelijke vragen, afhankelijk van de gegeven antwoorden op enkele vragen. De vragenlijst is verspreid onder algemeen managers, IT-managers, HR-managers en facilitaire managers bij Nederlandse organisaties met meer dan 50 medewerkers. Daarnaast is de vragenlijst verspreid via diverse kanalen van Dutch IT-channel en Smart Profile.

De 89 ingevulde vragenlijsten zijn vervolgens, in combinatie met de inzichten uit de Smart Profile MarketBase, gevormd tot tabellen en grafieken in deze rapportage. Door de omvang van de steekproef zijn de weergegeven antwoorden en vergelijkingen met eerdere uitvoeringen van dit onderzoek niet statistisch significant, maar reflecteren ze slechts de huidige situatie bij de geïnterviewde organisaties.

Colofon

Uitgave van Dutch IT-channel en Smart Profile
Directie Dutch IT Channel: Frans Vertregt en Witold Kepinski

Voor vragen over dit onderzoek:
Smart Profile: Erik van Gurp

Aan deze uitgave werkten verder mee:
Michiel Alkemade, Directeur Smart Profile
Paco Martina, Marketing Lead Smart Profile
Witold Kepinski, Hoofdredacteur Dutch IT-channel
Jeroen Bordewijk, Eindredactie Dutch IT-channel
Monique Vreeswijk, Operations Bladmanager Dutch IT-channel
en alle andere medewerkers van Smart Profile en Dutch IT-channel.

Dit onderzoek is met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Desondanks kunnen er (druk)fouten of onvolledigheden in voorkomen. Hiervoor aanvaardt de uitgever geen enkele aansprakelijkheid. Overname van gegevens alleen na goedkeuring van de uitgever.



smartprofile

**Dutch IT Channel
Executive-People**