

Nederland ziet de sterkste achteruitgang op het gebied van digitale gezondheid in Europa en het laagste rendement op AI-investeringen van alle onderzochte markten, zo blijkt uit nieuw onderzoek van Zoho

- *Slechts 14% van de Nederlandse bedrijven heeft in 2026 een goede digitale gezondheid – het laagste percentage van alle onderzochte markten in Europa*
- *Door de dalende score op het gebied van digitale gezondheid scoort Nederland het slechtst van de vijf onderzochte Europese markten wat betreft het rendement op AI-investeringen*
- *Toch zijn Nederlandse bedrijven het meest optimistisch van Europa: de regio vertoont het grootste vertrouwen in het komende jaar en een snelgroeiende verschuiving naar flexibel werken*
- *Gegevenssoevereiniteit verschuift bij Nederlandse bedrijven van een compliance-kwestie naar een onderwerp voor de directie*

Utrecht, Netherlands – 6 augustus 2026: Slechts een zevende (14%) van de ondervraagde Nederlandse bedrijven heeft in 2026 een goede digitale gezondheid, terwijl 49% een slechte gezondheid heeft, ruim boven het Europese gemiddelde van 34%. Dit blijkt uit een nieuw Europees onderzoek naar digitale gezondheid in opdracht van [Zoho](#), een toonaangevend wereldwijd technologiebedrijf.

In het onderzoek werden de ondervraagde bedrijven beoordeeld op hun werkwijzen op het gebied van digitale transformatie en op de mate waarin zij hun digitale basis effectief beheren op aspecten zoals innovatie, de invoering van nieuwe technologie, platformstabiliteit, IT-beheer en gegevenssoevereiniteit.

In het Verenigd Koninkrijk had 35% van de bedrijven een goede digitale gezondheid en Duitsland presteerde voor de tweede keer op rij beter, met 37% van de ondervraagde bedrijven die een goede digitale gezondheid hadden. In Spanje wordt 25% van de bedrijven beoordeeld als having good digital health, terwijl 24% van de bedrijven in Frankrijk en 14% van de bedrijven in Nederland een goede digitale gezondheid hebben. Nederland had ook het grootste aantal ondervraagde bedrijven met een slechte digitale gezondheid (49%).

AI levert in Nederland het laagste rendement op investeringen op

Slechts twee derde van de Nederlandse bedrijven (62%) ziet een positief rendement op investering uit agentische AI of AI van de volgende generatie. Dit is 8% lager dan het Europese gemiddelde en het laagste percentage dat is geregistreerd in de onderzochte Europese markten. Twee gebieden laten het sterkste rendement zien bij de ondervraagde bedrijven: 61% rapporteert een positief rendement op investering uit AI-gedreven data-

inzichten, vergeleken met een Europees gemiddelde van 72%, en 58% uit AI-aangedreven prognoses, vergeleken met een Europees gemiddelde van 67%.

Slechts 12% van de Nederlandse leidinggevendenden beschouwt AI momenteel als cruciaal voor hun bedrijf – het laagste percentage van alle markten – maar 36% is van plan fors in AI te investeren, het hoogste percentage van alle onderzochte markten. Uit de gegevens blijkt dat de bereidheid om AI te gebruiken in Nederland niet de beperkende factor is; dat zijn de onderliggende fundamenteen wel. 28% van de Nederlandse bedrijven geeft echter aan dat nieuwe technologie niet kan worden geïntegreerd met bestaande platforms, het op één na hoogste percentage van alle markten na het Verenigd Koninkrijk (33%), en ruim boven het Europese gemiddelde van 24%.

Nederland heeft het meeste vertrouwen in de Europese markt

92% van de ondervraagde Nederlandse digitale besluitvormers is optimistisch over de bedrijfsomstandigheden dit jaar, het hoogste percentage van alle onderzochte markten, gevolgd door het Verenigd Koninkrijk (88%) en het Europese gemiddelde (86%).

Datasoevereiniteit – de belangrijkste opkomende strategische zakelijke zorg in Nederland

Slechts 30% van de ondervraagde Nederlandse bedrijven geeft aan dat gegevenssoevereiniteit, in termen van gegevensopslaglocatie, een essentiële factor is bij de keuze van een digitale dienstverlener. Dit is het laagste percentage van de vijf markten, wat erop wijst dat privacydiscipline in Nederland zich nog steeds ontwikkelt van een interne vereiste tot een doorslaggevende factor binnen de directie.

"Een solide digitale basis betaalt zich keer op keer terug, en dat is uiterst duidelijk als het om AI gaat. Resultaten uit heel Europa, inclusief Nederland, tonen dit aan: een goede digitale gezondheid levert betere rendementen op en zorgt voor vooruitgang met technologische investeringen die direct bijdragen aan het nettoresultaat", aldus **Sridhar Iyengar, Managing Director bij Zoho Europe**. "Nederlandse bedrijfsleiders hebben meer vertrouwen in de toekomst dan bijna iedereen in Europa, en uit het onderzoek blijkt dat dit vertrouwen terecht is. Er is echter geen tijd voor zelfgenoegzaamheid, gezien de aanhoudende mondiale economische onrustfactoren die niet onder controle kunnen worden gehouden. Degenen die solide en strategisch investeren in de basis, en wier cultuur en handelingen de acceptatie waarborgen, zullen hun concurrentiepositie blijven verbeteren. Dit betekent dat er gekeken moet worden naar gecentraliseerde data, geïntegreerde systemen, bedrijfsefficiëntie en een duidelijk begrip van de impact van digitale soevereiniteit – niet alleen van data."

"Het gaat niet alleen om het inschakelen van een AI-tool in de hoop op verbetering.

Bedrijven moeten duidelijker nadenken over het aangaan van langetermijnpartnerschappen met de juiste leveranciers voor hun digitale transformatietrajecten en voortdurend werken aan het stimuleren van succes om voorop te blijven lopen in hun sector. Degenen die traag vooruitgang boeken, zullen, zelfs als ze nu nog toonaangevend zijn, al snel merken dat ze in hun respectievelijke markten worden ingehaald."

EINDE

[Heir](#) voor meer informatie en het volledige rapport.

Infografiek: [Hier](#)

Volledig rapport: [Hier](#)

Methodologie en opmerkingen

In dit onderzoek worden grote bedrijven gedefinieerd als bedrijven met 1000+ werknemers, middelgrote bedrijven als bedrijven met 250-999 werknemers en kleine bedrijven als bedrijven met 25-249 werknemers.

Censuswide heeft tussen 09-01-2026 en 22-01-2026 een enquête gehouden onder 1.500 senior besluitvormers op het gebied van digitale transformatie in bedrijven met 25 of meer werknemers in het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Duitsland, Spanje en Nederland tussen 09-01-2026 en 22-01-2026. De steekproef uit het Verenigd Koninkrijk bestaat uit 300 senior besluitvormers op het gebied van digitale transformatie, gelijkmatig verdeeld over alle drie de bedrijfsgroottes.

Waar in het rapport wordt verwezen naar bedrijven met een 'goede digitale gezondheid', 'gemiddelde digitale gezondheid' en 'slechte digitale gezondheid' wordt verwezen, is er een scoresysteem ontwikkeld om betere IT-resultaten en -processen in kaart te brengen. Beoordeelde gebieden zijn onder meer innovatie, technische kwesties, acceptatie, platformstabiliteit, AI-ROI en IT-beheer. Hoe hoger de score, hoe beter de bedrijven van de respondenten over het algemeen op deze gebieden presteren. De scores zijn samengevoegd en in categorieën ingedeeld, zodat respondenten met hogere scores konden worden vergeleken met respondenten met lagere scores, om te zien welke gebieden deze uitmuntendheid mogelijk stimuleren en welke overeenkomsten er tussen hen bestaan.

Disclaimer: Alle handelsmerken, productnamen en bedrijfsnamen die hierin worden genoemd, zijn eigendom van hun respectievelijke eigenaren.

Over Zoho

Met meer dan 55 apps in vrijwel elke belangrijke bedrijfscategorie, waaronder verkoop, marketing, klantenondersteuning, boekhouding en backoffice-activiteiten, en een scala aan productiviteits- en samenwerkingstools, is Zoho Corporation een van 's werelds meest productieve technologiebedrijven.

Zoho is een particuliere onderneming en winstgevend, met meer dan 19.000 medewerkers. Het hoofdkantoor van Zoho is gevestigd in Chennai, India, met Europese vestigingen in Nederland, het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Frankrijk en Spanje. Andere vestigingen bevinden zich in de Verenigde Staten, India, Japan, China, Singapore, Mexico, Australië en de Verenigde Arabische Emiraten.

Zoho respecteert de privacy van gebruikers en hanteert in geen enkel onderdeel van zijn bedrijfsvoering een model op basis van advertentie-inkomsten, ook niet voor zijn gratis producten. Lees hier meer over het privacybeleid van Zoho: <https://www.zoho.com/privacy.html>. Zoho exploiteert wereldwijd eigen datacenters, waaronder twee in Europa.

Meer dan 150 miljoen gebruikers wereldwijd, verspreid over meer dan een miljoen bedrijven, vertrouwen dagelijks op Zoho voor het runnen van hun bedrijf, waaronder Zoho zelf. Ga voor meer informatie naar www.zoho.com