

AI-adoptie in het testvak

Een vergelijkend onderzoek: QA Company × Bartosz

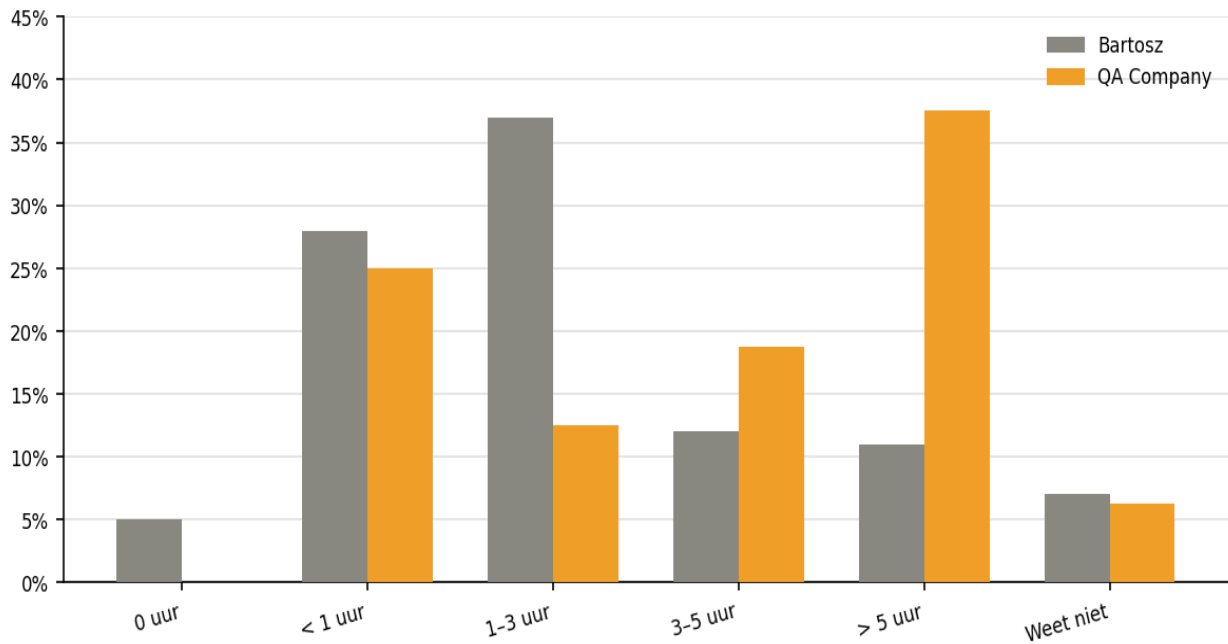
Bartosz publiceerde hun onderzoeksresultaten naar AI-adoptie onder hun testprofessionals. Die openheid verdient respect en is waardevol voor de hele sector. Elke organisatie maakt bewuste keuzes over waar ze haar focus legt. Dat Bartosz die keuze transparant deelt, maakt een eerlijke vergelijking mogelijk. Hun inzichten vormden voor QA Company de aanleiding om dezelfde vragen aan de eigen consultants voor te leggen en de resultaten naast elkaar te leggen.

Wat volgt is een eerlijke vergelijking op basis van meetbare data over hoe twee QA-organisaties omgaan met AI in hun dagelijkse testpraktijk.

QA Company heeft naast de vragen over adoptie van AI en testen met AI ook vragen gesteld aan de professionals over het testen van AI en probabilistische systemen. Die vragen heeft Bartosz niet gesteld.

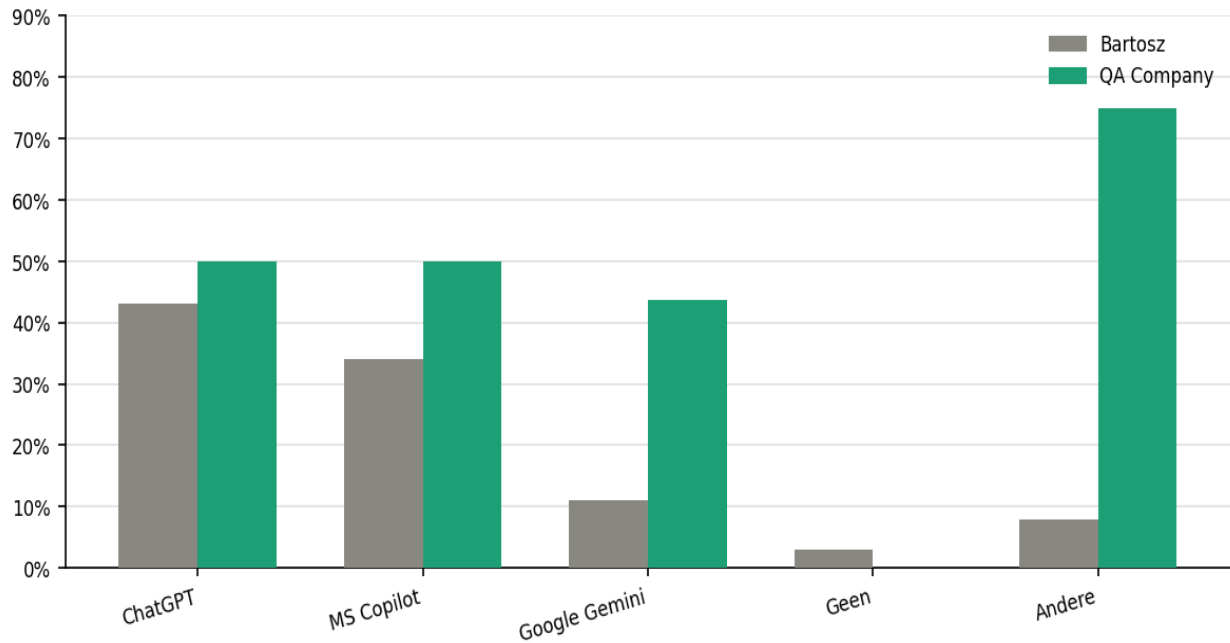
De analyse is gemaakt door Claude Sonnet 4.6 waarbij gevraagd is om als neutrale ervaren marktonderzoeker een tabel met de onderzoeksresultaten van de twee bedrijven te analyseren, de tabel per onderwerp te visualiseren, aan te geven wat opvalt per onderwerp en af te sluiten met een conclusie en advies aan professionals en klanten.

Vraag 1 — Tijdsbesteding aan AI per week



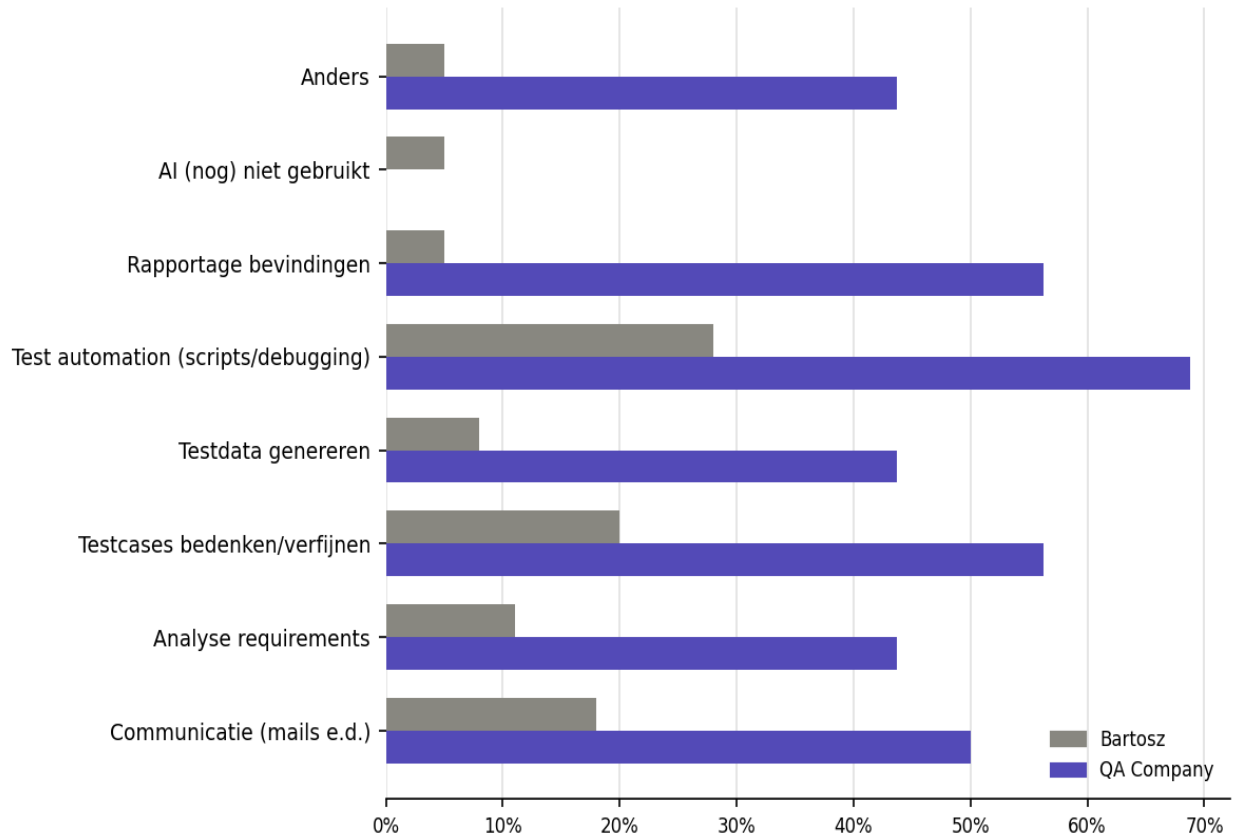
Waar Bartosz-consultants grotendeels clusteren in de 1 tot 3 uur per week (37%), scoort QA Company opmerkelijk hoog in de categorie meer dan 5 uur (37,5% vs. 11%). Geen enkele QA Company-consultant gebruikt geen AI. De verdeling laat zien dat AI bij QA Company al diep verweven is in de dagelijkse werkpraktijk, terwijl Bartosz een andere prioriteit heeft gesteld.

Vraag 2 — Welke AI-tools worden gebruikt?



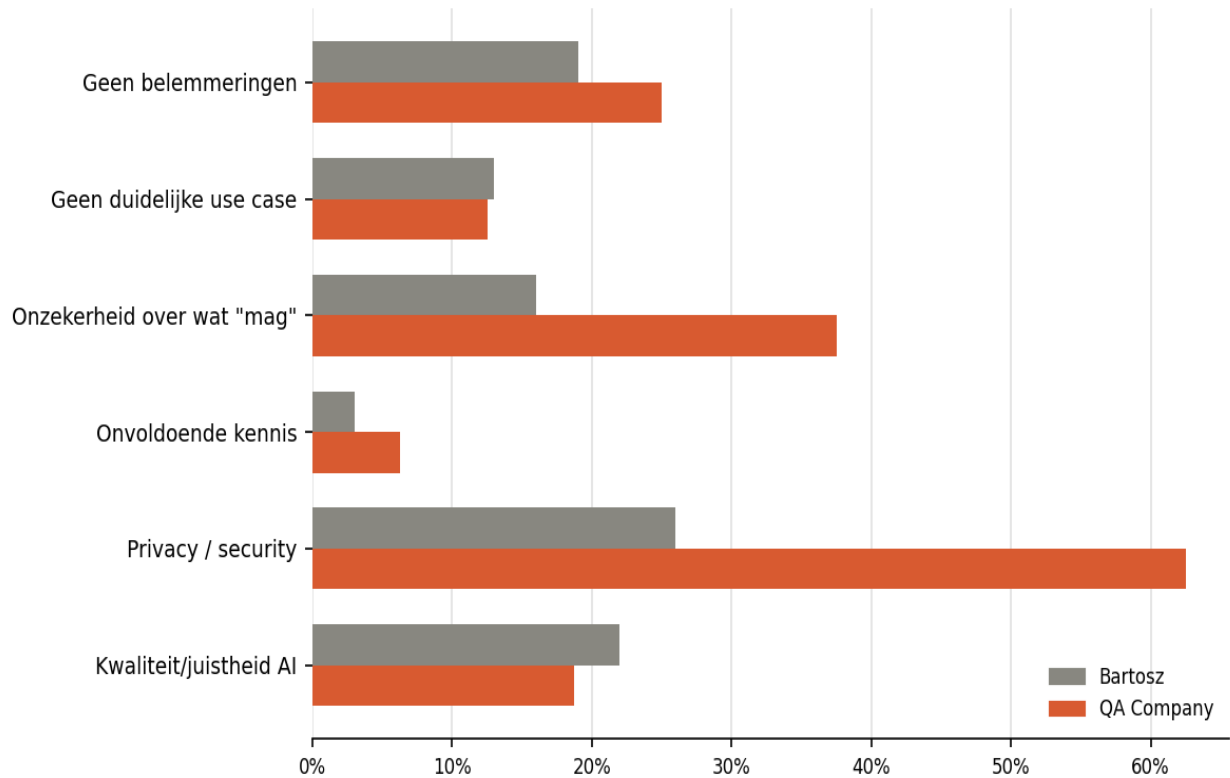
De categorie "Andere tools" springt direct in het oog: 75% van QA Company vs. 8% bij Bartosz. Dit wijst op een aanzienlijk bredere en meer gespecialiseerde toolset, mogelijk gericht op testspecifieke AI-toepassingen. Ook Google Gemini is bij QA Company fors meer in gebruik (44% vs. 11%). Bartosz werkt voornamelijk met ChatGPT als primair platform, een herkenbare keuze voor organisaties die AI-adoptie stap voor stap opbouwen. QA Company heeft geen enkele consultant die geen AI-tool inzet.

Vraag 3 — Waarvoor wordt AI ingezet in testwerk?



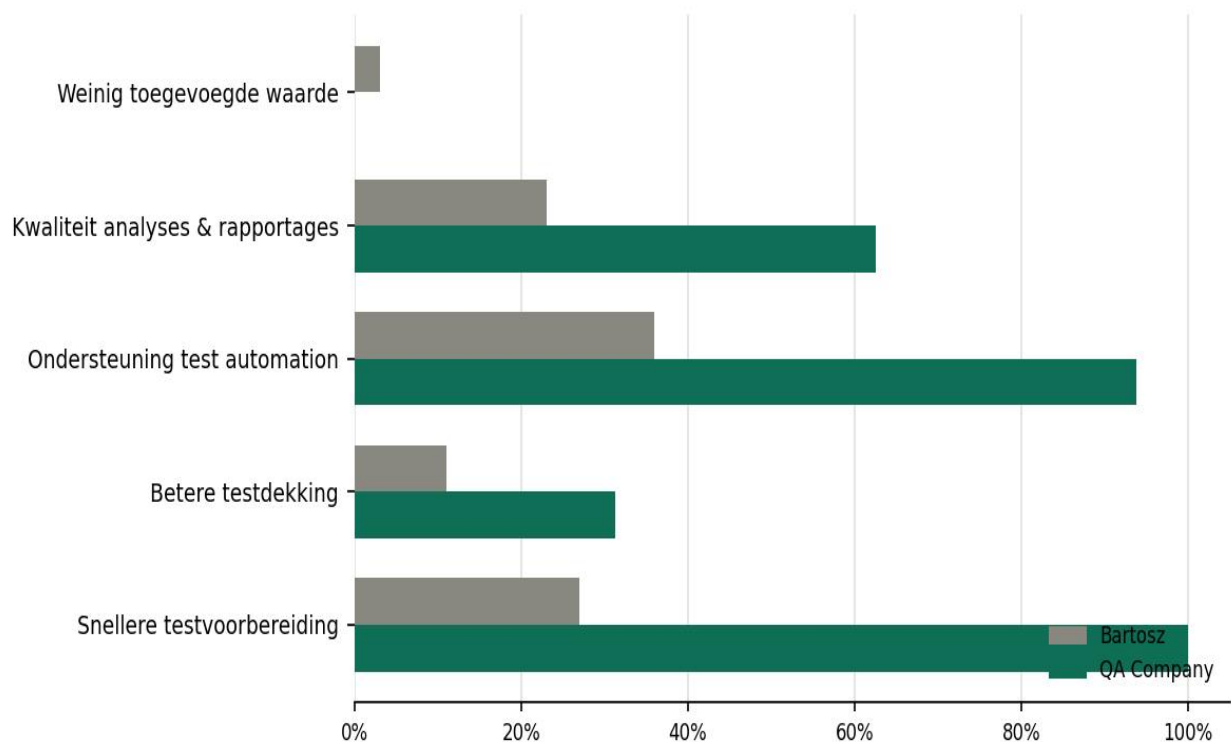
QA Company scoort op elke gebruikscategorie substantieel hoger dan Bartosz, met rapportage (56%), testcases (56%) en test automation (69%) als opvallende uitschieters. Bij Bartosz domineert communicatie (18%) en test automation (28%), terwijl kerntestactiviteiten als testdata genereren (8%) en rapportage (5%) minder prominent aanwezig zijn. Dat 5% van Bartosz-consultants AI nog niet gebruikt en QA Company 0%, past bij het verschil in focuskeuze tussen beide organisaties.

Vraag 4 — Wat houdt consultants tegen om AI vaker te gebruiken?



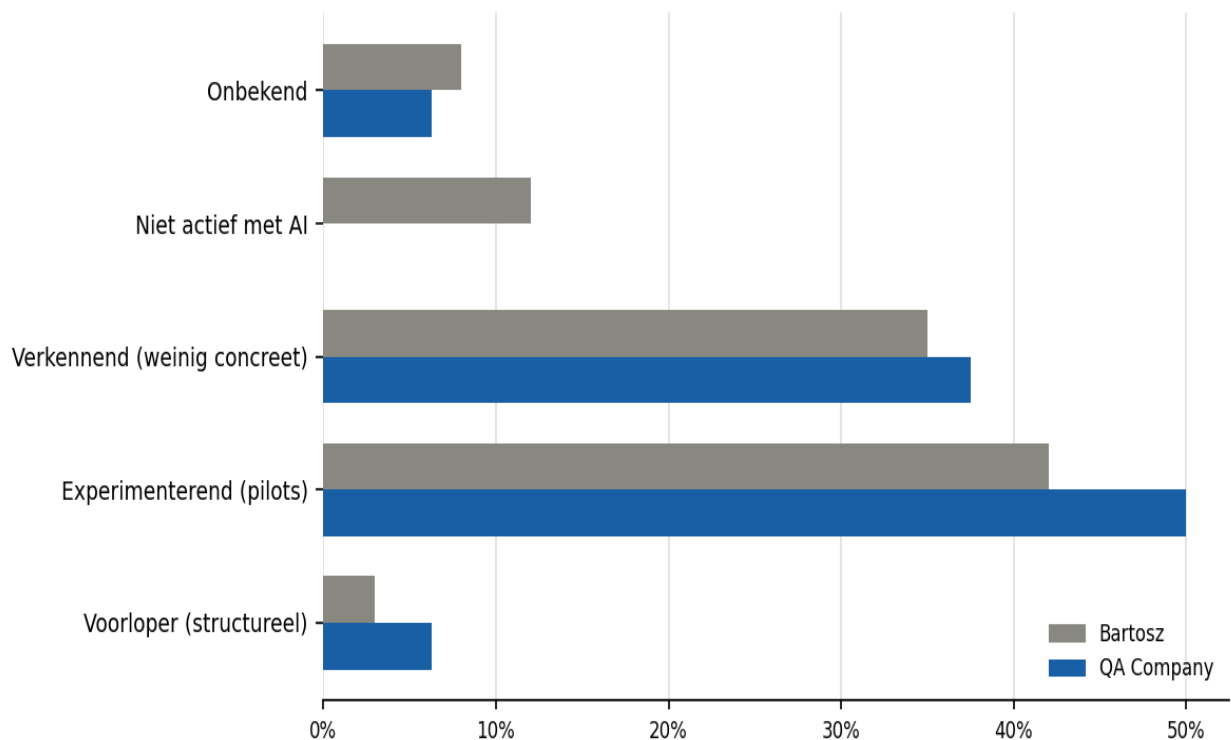
Privacy en security springen eruit als het dominante obstakel bij QA Company (63% vs. 26% bij Bartosz). Dat is begrijpelijk: hoe intensiever AI wordt ingezet op klantdata, hoe scherper dit thema voelbaar wordt. Ook "onzekerheid over wat mag" scoort bij QA Company meer dan dubbel zo hoog (38% vs. 16%). Dit zijn geen tekenen van terughoudendheid, maar van bewustzijn: consultants die dieper in AI zitten, voelen de randvoorwaarden scherper.

Vraag 5 — Waar zit de meeste potentiële waarde van AI?



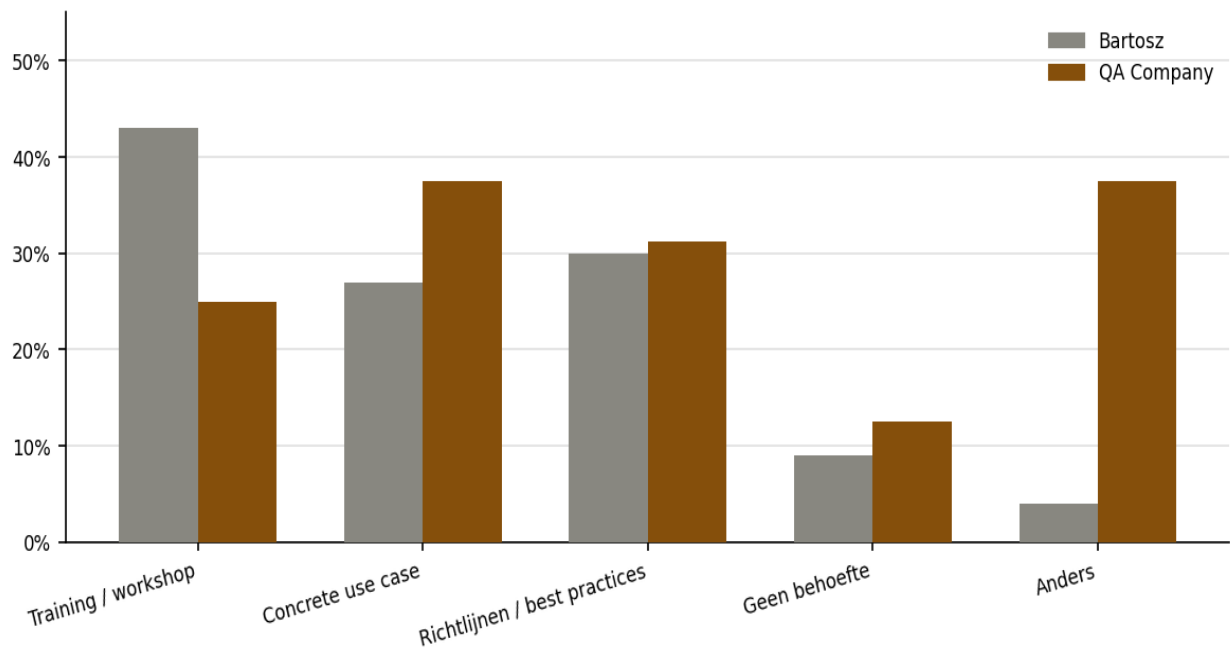
De uitslag is opvallend eenduidig: 100% van QA Company-consultants ziet de meeste waarde in snellere testvoorbereiding, en 94% in ondersteuning bij test automation. Dat zijn ervaringen van mensen die er dagelijks mee werken. Bartosz is positiever over test automation (36%) dan over testvoorbereiding (27%), wat aansluit bij hun huidige focusgebieden. Niemand bij QA Company ziet weinig toegevoegde waarde in AI.

Vraag 6 — AI-volwassenheid van de huidige klant



Beide organisaties werken grotendeels bij klanten in de experimenterende fase. Opmerkelijk: geen enkele QA Company-consultant zit bij een klant die niet actief is met AI. Dit kan deels een selectie-effect zijn. Wie AI serieus neemt als consultant, trekt ook klanten die dat doen. Het is in elk geval een indicator dat QA Company-consultants in een stimulerend AI-ecosysteem opereren.

Vraag 7 — Wat is er nodig om AI effectiever in te zetten?

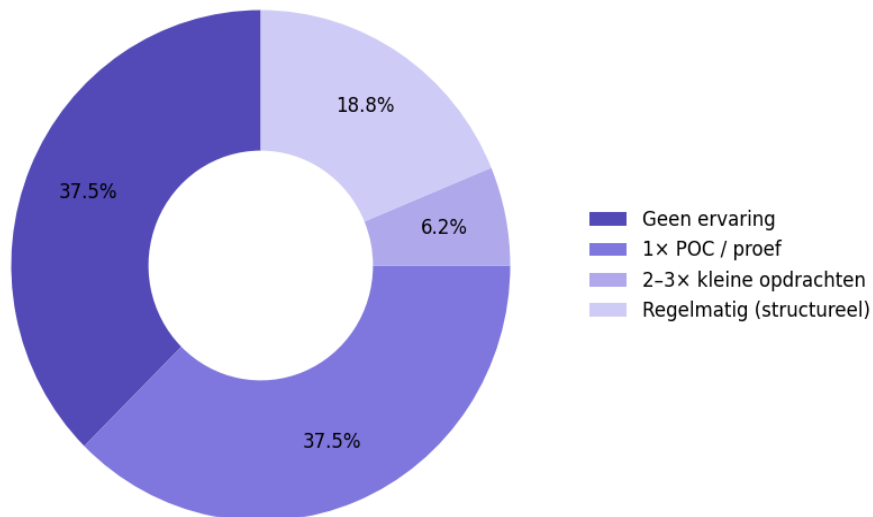


Bartosz-consultants hebben primair behoefte aan training (43%), wat past bij een organisatie die haar mensen stap voor stap in AI wil meenemen. QA Company heeft die vraag deels al ingelost: training scoort hier lager (25%), terwijl "anders" (38%) en "concrete use case" (38%) domineren. Dat suggereert dat QA Company-consultants al voorbij de kennisdrempel zijn en nu praktische toepassingscontexten zoeken.

Vragen exclusief aan QA Company gesteld

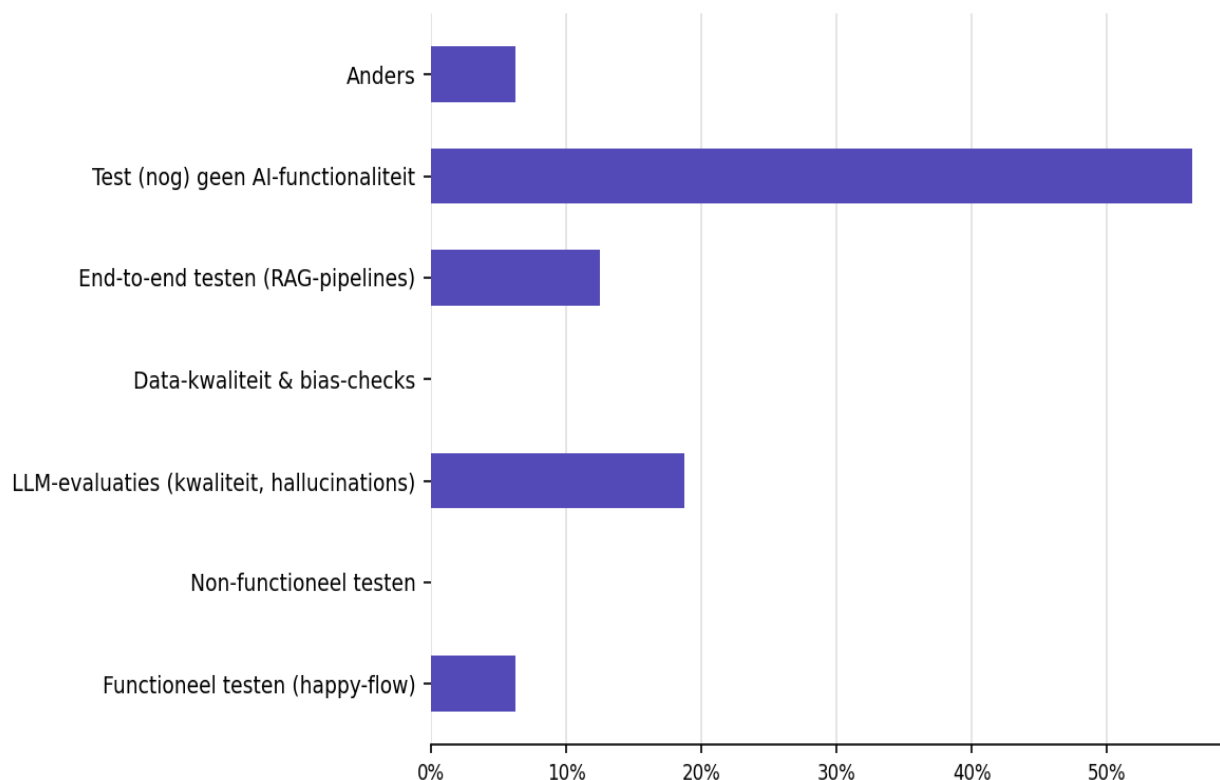
De onderstaande vier vragen zijn alleen aan QA Company-consultants voorgelegd.

Vraag 8 — Ervaring met het testen van AI-functionality



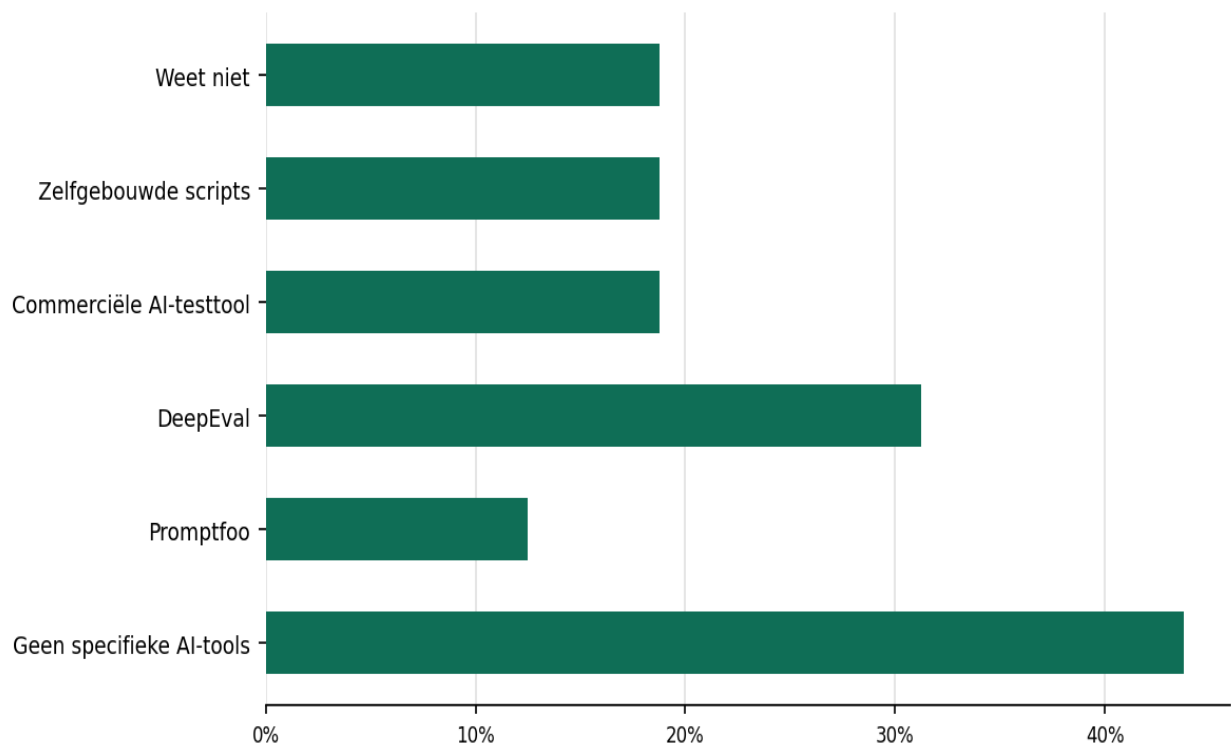
Ruim 75% van de QA Company-consultants heeft ervaring met het testen van AI-functionality, waarvan 19% dit zelfs structureel doet. Dat is een sterke uitkomst voor een vrij jong vakgebied. De 37% zonder ervaring is niet verontrustend: het testen van LLMs, RAG-pipelines en agents is een nichediscipline die niet bij elke opdracht aan bod komt.

Vraag 9 — Welke AI-testtechnieken worden toegepast?



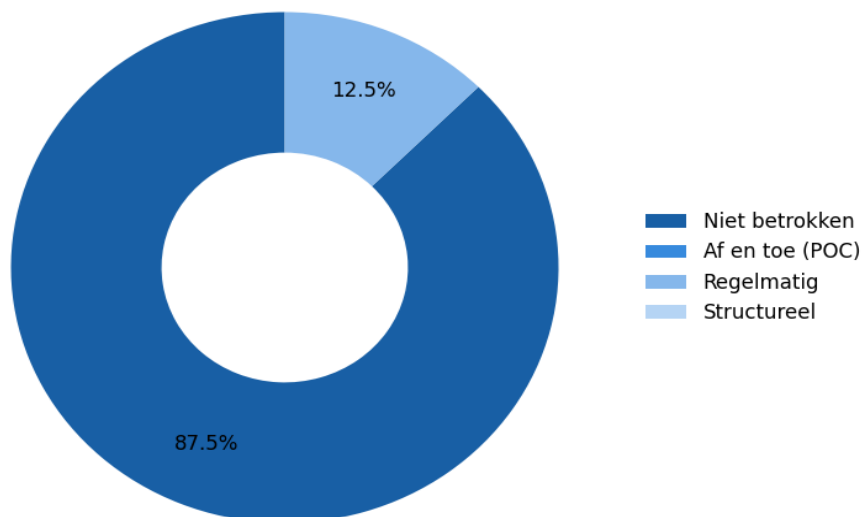
Meer dan de helft van de consultants test nog geen AI-specifieke functionaliteit, consistent met de 37% zonder opdrachtenervaring in vraag 8. Wie wel test, richt zich op LLM-evaluaties (19%) en end-to-end RAG-pipelines (13%). Non-functioneel testen en bias-checks scoren 0%, wat aangeeft dat dit voor de meeste consultants nog onbetreden terrein is.

Vraag 10 — Welke tools voor het evalueren van AI-applicaties?



DeepEval scoort opvallend goed (31%), wat past bij een organisatie die LLM-kwaliteit serieus neemt. Dat 44% nog geen specifieke AI-testtools inzet, is eerlijk en consistent met de 56% die nog geen AI-functionality test. Er is een duidelijke groeimarge in de kennis van evaluatietooling.

Vraag 11 — Betrokkenheid bij Quantum Computing



Quantum computing is voor 88% van de QA Company-consultants nog geen onderdeel van de dagelijkse praktijk. Dat 13% aangeeft er regelmatig bij betrokken te zijn, is voor dit stadium van de markt al opmerkelijk: quantum testing is een uiterst jong specialisme dat QA Company onderscheidt van vrijwel alle andere testorganisaties.

Conclusie

Beide organisaties werken met betrokken, ervaren testprofessionals die AI serieus nemen. De data laat echter een duidelijk verschil zien in adoptiefase. Bartosz bevindt zich in een opschalingsfase: AI wordt ingezet, training wordt gevraagd, en er is brede bereidheid. QA Company heeft die drempel al gepasseerd: AI is geen experiment meer maar een integraal onderdeel van de werkwijze, met aandacht voor specialistische tooling, AI-specifiek testen en zelfs quantum.