



We vragen u enkel voor persoonlijk gebruik onze content te kopiëren. Het delen van deze content met anderen is niet toegestaan © Het Financieele Dagblad 2026.

Piek in handel in webshops sinds coronatijd is voorbij



Richard Smit

In het kort

- E-commerce kreeg een enorme impuls in coronatijd, toen fysieke winkels de deuren moesten sluiten.
 - Met de enorme omzetstijging kwam er ook een levendige handel in webshops op gang.
 - Dat is voorbij; het aantal aangeboden webshops daalt en de groei is uit het aantal overnames.
-



Sorteercentrum van bezorgdienst DHL in Zaltbommel. In coronatijd nam het aantal onlinebestellingen enorm toe vanwege de sluiting van de meeste 'fysieke' winkels. Foto: Rob Engelaar/ANP

De overnamegolf in webwinkels, die hoog werd opgestuwd in de coronaperiode, is weer weggeëbd. Het aantal onlineshops dat in Nederland te koop wordt aangeboden daalt en ook de groei in verkooptransacties is afgevlakt.

Dat blijkt uit cijfers van Webshopovername.nl, dat bijhoudt hoeveel webshops in Nederland worden aangeboden en verkocht. Het aantal aangeboden webwinkels, dat in 2022 met 75% explosief steeg, is op het platform afgelopen twee jaar gedaald. Het aantal overnames steeg het jaar na de coronapandemie met 43% eveneens flink, maar is daarna gestabiliseerd.

Levendige handel tijdens corona

'De echte golf van post-corona is weer voorbij', zegt Sander Scholten, mede-eigenaar van Webshopovername.nl. In coronatijd moesten fysieke winkels gedwongen dicht en ging iedereen zijn spullen online kopen. Die ongekende hausse in e-commerce bracht een levendige handel in webshops op gang. Het aantal overnames is afgelopen twee jaar gestagneerd, maar wel op zo'n 40% boven het niveau van voor corona.

De tijd dat partijen, vaak met de hulp van grote investeerders, en masse succesvolle webwinkels op Amazon en Bol opkochten, is voorbij. Deze aggregatorbedrijven, zoals het van oorsprong Nederlandse Dwarfs en Amerikaanse Thrasio, kwamen in de problemen. 'De synergievoordelen waren kennelijk beperkt', zegt Scholten. 'Wat nog wel steeds gebeurt, en

daar worden ook de hoogste prijzen voor betaald, is het kopen van branchegenoten. Dan heb je een extra kassa.'

'Kopers zijn voorzichtiger geworden'

Zo kocht webwinkelbedrijf Plein.nl deze maand Drogist.nl. Dat voegt in één klap €45 mln omzet toe aan de €125 mln verkoop die de pure onlinehandel in drogisterijartikelen zelf al heeft, zegt oprichter en ceo Juriaan Spoormaker. 'Voor ons betekent het aanvullend assortiment en een versnelling van de groei.' Hij verwacht dit jaar voor zo'n €200 mln te verkopen aan tandpasta, shampoo, diervoeding en andere veel verkochte consumentenproducten.

Voor de ondernemer is het de tweede overname. Eerder nam Blue Raven, het bedrijf achter Plein.nl, al onlinedierenwinkel Petgamma over. Spoormaker verwacht dat in de toekomst meer overnames zullen volgen. Als hij wil opboksen tegen Kruidvat of Etos is grootte nu eenmaal belangrijk. 'Het is onze ambitie om alle voorraadkasten te vullen.' Hij heeft de indruk dat de overnamemarkt voor webwinkels rustiger is geworden. 'De groei is er een beetje uit. Kopers zijn voorzichtiger geworden.'

Webwinkel bouwen fluitje van een cent

De laatste twintig jaar neemt het aantal webwinkels gestaag toe, maar vanaf 2020 ging de exceptionele online omzetgroei gepaard met een sterke toename van het aantal webwinkels. Dat komt waarschijnlijk ook omdat het een fluitje van een cent is geworden om een webwinkel te bouwen. Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) zag een verdubbeling sinds 2019 naar meer dan honderdduizend. Vorig jaar was er voor het eerst sprake van een kleine daling.

Het aantal onlinebestellingen van producten is in Nederland al langzaam aan het dalen sinds de coronapandemie, blijkt uit cijfers van webwinkelvereniging Thuiswinkel.org. Het onlineaandeel in alle winkelaankopen is wel redelijk stabiel gebleven, op zo'n 11%. Vooral diensten, zoals festivaltickets, verzekeringen en pakketreizen, worden minder vaak via internet aangeschaft, maar het aantal aankopen van producten neemt ook iets af. De onlinebestedingen groeien nog wel.

Grote webshops worden groter

De markt voor online winkelen is en blijft versnipperd, met enkele grote en veel kleine spelers die vaak moeite hebben om er een boterham aan te verdienen. 'Webwinkels verdwijnen niet snel, want die houd je makkelijk in stand', zegt Scholten van Webshopovername.nl. Ook als de omzet terugloopt houden die het door de beperkte vaste lasten nog een poos vol. Deze worden ook niet meer zo makkelijk verkocht.

‘Ik hoor al vanaf 2015 dat er een grote consolidatie komt’, zegt Scholten. ‘Maar die is er nooit gekomen. Wel zie je dat de grote webwinkels steeds groter worden. Mensen zijn sceptisch en huiverig geworden. Ze vertrouwen webwinkels die ze niet kennen niet zo makkelijk. Dan kiezen ze toch liever voor een bekende naam als Bol.’

‘Dozenschuivers’ hebben het moeilijk

Webshops die goed in de markt liggen, hebben volgens Scholten iets extra, wat de winstgevendheid vergroot. Dat kan een eigen merk of eigen product zijn, exclusieve distributierechten, hoge volumes, productkennis of excellente vindbaarheid. ‘Vaak zijn dit e-commercebedrijven die in een niche actief zijn. Shops die niet onderscheidend zijn en geen waarde toevoegen, de dozenschuivers, hebben het moeilijk.’

Lees ook



Nederlanders winkelen weer minder vaak online