



# “Dwangcontracten en machtsmisbruik”: kleine handelaars hekelen de steeds strakkere houdgreep van Bol.com



**Verkopen op Bol.com? Dan graag de naam en het adres van je leverancier alsjeblieft. Heel wat zelfstandige verkopers voelen zich verstrikt in het web van de Nederlandse retailreus, die oppermachtig is in Vlaanderen. Als het van Kamerlid Michael Freilich (N-VA) afhangt, mag Bol.com het straks komen uitleggen in het parlement.**

“Bikkelharde onderhandelingen.” Dat is hoe Rudy Vanschoonbeek van Uitgeverij Vrijdag terugkijkt op het laatste rondje armworstelen met Bol.com. De Nederlandse webwinkel wil een grotere hap uit de boekenverkoop. Niet voor het eerst, zucht Vanschoonbeek. “Je krijgt dan altijd een heel wollige uitleg van Bol.com over wat voor inspanningen ze zogezegd leveren. Er is weinig ruimte voor gesprek en we hebben nauwelijks invloed op de presentatie van het product op de website. Helaas kunnen we er als bedrijf niet meer omheen. Als klanten mij vragen waar ze een boek kunnen vinden, raad ik altijd de authentieke, lokale boekenwinkel aan.”

**DISCUSSIEER MEE. Moet Bol.com op het matje geroepen worden wegens machtsmisbruik?**

Wie een product verkoopt op Bol.com staat een percentage af in de vorm van een vaste en een variabele commissie. Die eerste is afhankelijk van de prijscategorie, de tweede van het type product. “De commissies die webwinkels vragen, variëren meestal van 10% tot 30%”, weet transporteconoom Roel Gevaers (UAntwerpen). “Speelgoed, voeding en basiskleding zijn typische sectoren met lage marges. Bij papieren boeken is de marge vaak lager dan bij digitale boeken.”

Wie als particulier een boek verkoopt op Bol.com, betaalt een gangbare marge van 15%. Maar voor uitgeverijen tikt die commissie aan tot minstens 42%. “Een boek van 22 euro, daarvan gaat 9 euro naar Bol.com”, verduidelijkt Dirk Laeremans, die aan het hoofd staat van Perruptio, dat kleinere uitgever bundelt op het platform boeken.cafe. Vorig jaar kreeg hij een mail van de webwinkel in de bus met de vraag om nog méér commissie te betalen. Het argument: “Zonder deze overeenkomst kunnen wij uw titels niet aanbieden.” Laeremans ging niet in op het verzoek. “Bol.com communiceert agressief, maar uiteindelijk voerden ze het dreigement niet uit”, vertelt hij.

### **Naam en adres van leveranciers**

“Bol.com neemt 3 euro op de verkoop van een speelgoedpop van 20 euro, maar daarbovenop eist het ook gratis verzending voor de klant. Het is altijd maar geven, geven, geven. En uiteindelijk houden we er zelf amper iets aan over”, klaagt Nico Volckeryck, die verzamelwinkel FANS in de Kammenstraat runt.

Voor de online verkoop van Funko-poppen, Batman-bekers en Star Wars-knuffels is hij erg afhankelijk van grote webwinkels. “Ik zie dat de sector helemaal wordt gedomineerd door twee grote spelers: Bol.com en Amazon. Dat kun je toch geen vrije markt meer noemen?”

“Bij onze laatste registratie op Bol.com moesten we verplicht het adres en de naam van onze leveranciers noteren. Dat gaat wel heel ver. We schrijven ook zelf creatieve tekstjes voor de producten die we online aanbieden, maar die nemen ze soms zomaar over voor de producten van andere verkopers.”

Grote retailbedrijven hebben de kleintjes steeds strakker in een houdgreep, concludeert Volckeryck. “Met een eigen webshop kun je daar als zelfstandige weinig tegen inbrengen. En al zeker niet als je netjes de regels wilt volgen.”

### **Huisbaas en concurrent**

Ook Antwerps Kamerlid Michael Freilich (N-VA), die zich wel vaker vastbijt in dossiers rond digitale economie, ziet heel wat klachten rond Bol.com in zijn mailbox verschijnen. Op X (het voormalige Twitter) spreekt hij over meldingen van “dwangcontracten, oneerlijke voorwaarden en misbruik van economische afhankelijkheid”.

“Ook Amazon bezondigt zich aan zulke praktijken”, onderstreept Freilich. “Dat leidde al tot rechtszaken in de VS. We mogen niet vergeten dat die webwinkels zowel concurrent als huisbaas zijn van onze handelaars. Als je dan verplicht wordt om je leveranciers te melden, lijkt me dat niet zo onschuldig.”

### **Europese wetten als excuus**

De almachtige webwinkel: we wennen er maar beter aan, waarschuwt Roel Gevaers. “E-commercebedrijven evolueren naar ‘ecosystemen’ die alles kunnen aanbieden, van een webwinkel tot eigen betaalsystemen, logistiek en opslag. Veel van die bedrijven hebben jarenlang verlies gedraaid om marktmacht te winnen. Nu willen ze dat omzetten in rendement.”

Maar kan Bol.com aanbieders zomaar verplichten om de namen en adressen van leveranciers prijs te geven? Volgens Gevaers is het alleszins niet verboden. “De laatste jaren kwam Europa met strengere wetten in de strijd tegen nepproducten. Die laten toe dat webwinkels de aankoopfacturen van handelaars mogen bekijken. Ze gebruiken dat zonder twijfel als een excuus om informatie over hun winstmarges te bemachtigen.”

Bol.com benadrukt inderdaad dat de meldingsplicht alleen van toepassing is op de productcategorieën waar “de gevolgen van namaak groot kunnen zijn”. “Speelgoed dat niet deugt, mag niet bij kinderen terechtkomen”, klinkt het in een geschreven reactie. Over de klachten rond de hoge commissies zegt de Nederlandse webwinkel zich te baseren op “de marktdynamiek binnen productcategorieën, de commissies die op andere platformen in vergelijkbare categorieën worden gevraagd en de eigen kosten voor online marketing die daar tegenoverstaan.” De klacht van Volckeryck over het kopiëren van tekstjes wil Bol.com verder onderzoeken.

## Hoorzitting

Op de aantijgingen van Freilich wil het bedrijf niet reageren omdat het gaat om “een brede en zware aanklacht zonder enige andere informatie”. Toch ziet het Kamerlid voldoende basis om Bol.com op het matje roepen. “We kunnen vanuit de oppositie geen hoorzitting eisen, maar van regeringspartijen PS en Vooruit verwacht ik alleszins geen tegenkanting. Via die weg kunnen we harde garanties eisen voor onze handelaars”, aldus Freilich. “Als er effectief sprake is van machtsmisbruik wegens economische afhankelijkheid, een wet die ook op de banken van toepassing is, kunnen we boetes opleggen.”

Gevaers is meer sceptisch over de slagkracht van de Belgische wetgever. “De spelregels rond e-commerce worden vooral op Europees niveau uitgetekend. Optreden tegen eventueel machtsmisbruik gaat een moeilijk verhaal worden, zeker tegen een reus als Amazon.”

“Uiteindelijk zal wereldwijd alleen een aantal platformen met voldoende middelen overblijven”, blikt Gevaers vooruit. “Je kunt de lijn trekken met wat er dertig à veertig jaar geleden is gebeurd met de onafhankelijke kruideniers die je in elke gemeente zag. Die zijn massaal moeten wijken voor kolossen als Delhaize, Colruyt en Carrefour. De sector van e-commerce gaat dezelfde kant op. Er gaat in de toekomst zeker nog ruimte zijn voor lokale handelaars. Maar als ze een groter bereik willen via een webshop, zullen ze zich moeten aansluiten bij de grote jongens.”

[Marnix Int Panis](#)