

A woman with reddish-brown hair tied back, wearing a leopard print top, is sitting at a wooden table in a shop, smiling while working on a laptop. The shop has shelves in the background filled with various products, including bottles and boxes. Two red pendant lamps hang above the table. A red banner is overlaid at the bottom of the image.

=exact

Exact MKB Barometer 2025

Sectoronderzoek Handel



Uitkomsten MKB Nederland



Inhoud

1. Inleiding en methodologie
2. Uitdagingen
3. Financiële gezondheid en groei
4. Marktbewerking
5. Efficiëntie van processen
6. Contact

1. Inleiding en methodologie

Inleiding

Met het MKB Barometer onderzoek houdt Exact vinger aan de pols bij het midden- en kleinbedrijf. De MKB Barometer is een onafhankelijk onderzoek naar zakelijke uitdagingen van mkb'ers in Nederland, onder meer op het gebied van mate van groei, financiële prestaties, efficiëntie van processen en concurrentie. Het onderzoek wordt jaarlijks uitgevoerd en deze negende editie heeft plaatsgevonden in het eerste kwartaal van 2025.

Het onderzoek richt zich zowel op het [mkb als geheel](#) als specifiek op enkele sectoren. In totaal werkten aan het verdiepende onderzoek voor de handelssector 167 respondenten mee: bedrijfseigenaren of leidinggevenden van Nederlandse mkb-ondernemingen actief in de groothandel of detailhandel, met een bedrijfsgrootte tussen 2 en 250 FTE. Zij zijn bevraagd naar hun bevindingen via een web gebaseerde panel survey. Onderzoeksbureau [Markteffect](#) voerde het onderzoek uit in opdracht van Exact.

Respondenten zouden bij toeval klant van Exact kunnen zijn. Dit is

echter niet bij ons bekend en respondenten zijn hier door het onafhankelijke onderzoeksbureau ook niet op geselecteerd.

Dit onderzoek is ook uitgevoerd in België. [Klik hier](#) voor meer informatie over het MKB Barometer onderzoek en uitkomsten van het Belgische KMO Barometer onderzoek.

Delft, 25 april 2025

Methodologie

Let op!
Door afronding kan
het voorkomen dat
percentages optellen
tot 99% of 101%.

Onderzoeksopzet en -verantwoording

Steekproef: n=167. Doelgroep: hoger en midden management van Nederlandse mkb-bedrijven actief in de handelssector.

Methode: kwantitatief online onderzoek, data zijn verzameld via de panels van Markteffect.

Bedrijfsgrootte		Bedrijfsgrootte gedetailleerd		Buitenlandse vestigingen	
klein (2 tot 50 medewerkers)	66%	2 tot 10 medewerkers	26%	Ja	26%
middelgroot (50 tot 250 mw.)	34%	10 tot 20 medewerkers	13%	Nee	74%
		20 tot 50 medewerkers	27%		
		50 tot 250 medewerkers	34%		

2. Uitdagingen

Uitdagingen in de handel

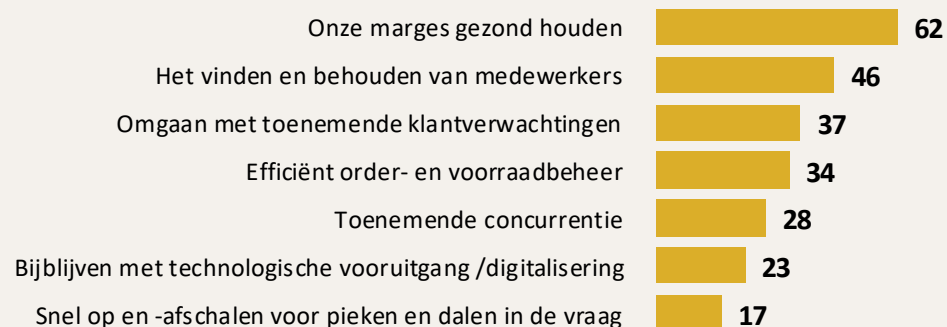
De marges gezond houden is de nummer één zakelijke uitdaging

We vroegen respondenten in dit onderzoek allereerst naar hun zakelijke uitdagingen voor 2025. De marges gezond houden is voor bijna twee derde van de handelsbedrijven de belangrijkste uitdaging. Daarnaast ziet men het vooral als een uitdaging om medewerkers te vinden en behouden (46%), om te gaan met toenemende klantverwachtingen en efficiënt order- en voorraadbeheer te realiseren (34%). In open antwoorden kwamen ook de volgende uitdaging naar voren:

"Onrust in de wereld betreffende tarieven"

"Optimaliseren van productie efficiëntie i.c.m. personele bezetting"

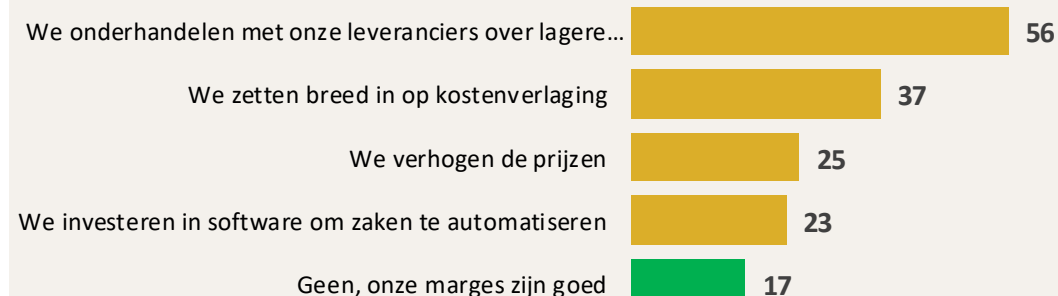
Wat zijn dit jaar de belangrijkste zakelijke uitdagingen? (%)



8 op de 10 handelsbedrijven onderneemt actie om de marge te verbeteren

Slechts een kwart van de bedrijven gaat prijzen verhogen om de winstmarge te verbeteren. Meer dan de helft (56%) onderhandelt in plaats daarvan met hun leveranciers over lagere inkooprijzen en een derde zet breed in op kostenverlaging. Ook automatisering kan bijdragen aan een betere winstmarge, een kwart investeert hier dan ook in.

Welke acties worden ondernomen om de winstmarge te verbeteren? (%)



Significante verschillen

- Efficiënt order- en voorraadbeheer is vaker een uitdaging voor middelgrote handelsbedrijven (43%) dan voor kleine handelsbedrijven (20%).
- Kleine handelsbedrijven hebben vaker een goede marge (29%) dan middelgrote handelsbedrijven (10%).

Onderscheiden van de concurrentie

Bedrijven zetten in op kwaliteit van het assortiment en goede klantenservice

We vroegen respondenten in dit onderzoek ook op welke manier zij zich proberen te onderscheiden van concurrenten. Driekwart van de handelsbedrijven geeft aan in zich hierbij te focussen op de kwaliteit van het assortiment. Twee derde zet in op een goede klantenservice. Ook snel en tijdig leveren vindt 43% belangrijk. Het minst genoemd worden 'lage prijzen' (22%) en 'inzetten op marketing' (17%).

Hoe probeert het bedrijf zich te onderscheiden van concurrenten? (%)



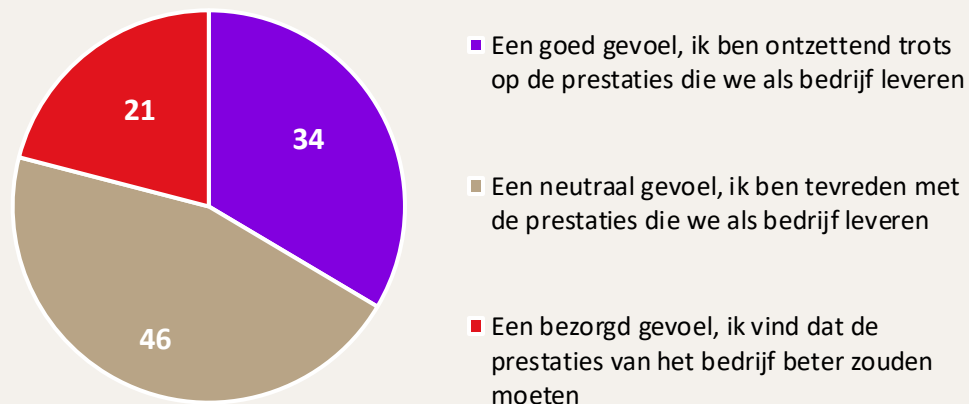
3. Financiële gezondheid en groei

Prestaties en inzet op groei

Driekwart van de handelsbedrijven is tevreden met de prestaties

We waren ook benieuwd hoe handelsbedrijven in het mkb naar hun prestaties kijken. Driekwart van hen is tevreden met de prestaties. Een derde is zelfs ontzettend trots op de prestaties die worden geleverd. Slechts een kwart is bezorgd en vindt dat de prestaties van het bedrijf beter zouden moeten.

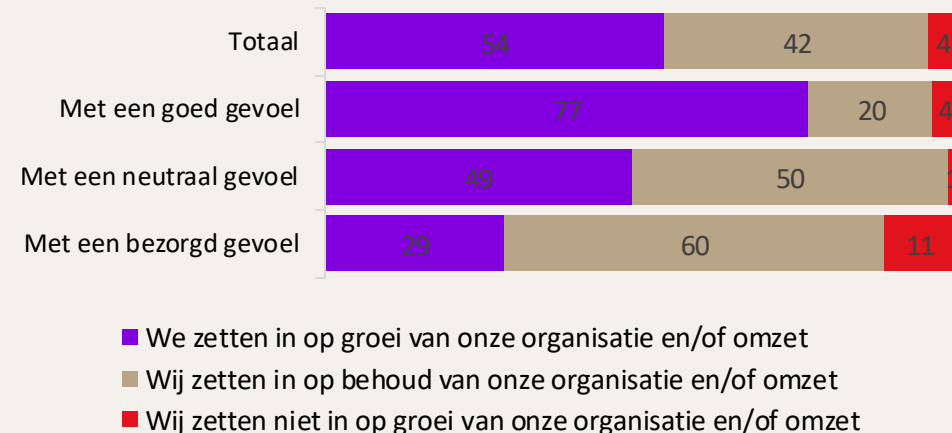
Met welk gevoel kijkt u momenteel naar de prestaties van uw organisatie? (%)



Meer dan de helft van de handelsbedrijven zet in op groei

Opvallend is dat bedrijven die aangeven een goed gevoel over de prestaties te hebben, vaak inzetten op groei van de organisatie en/of omzet: 77% van hen doet dit. Bedrijven waar men bezorgd is, zetten juist minder vaak in op groei: slechts 29% doet dit.

Hoe kijken jullie naar groei binnen het bedrijf? (%)

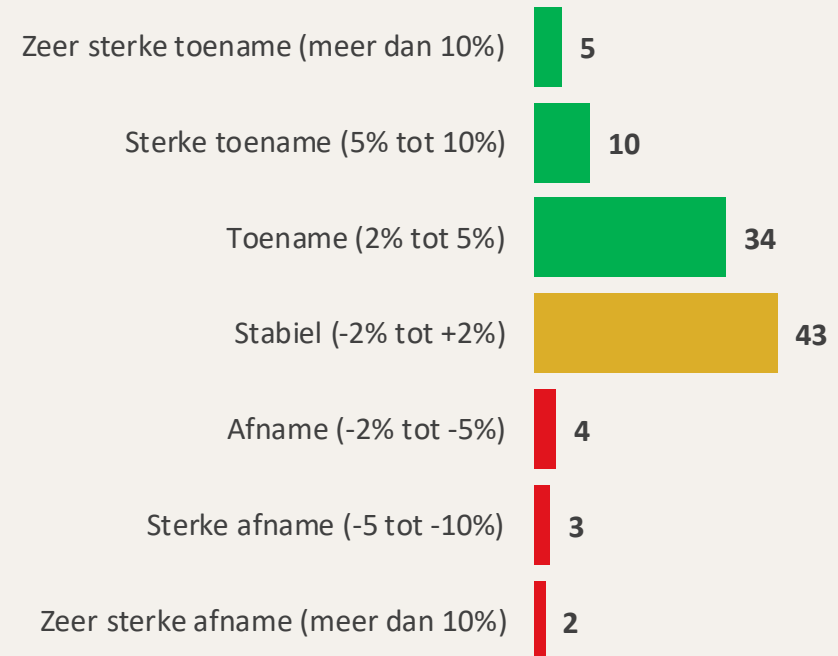


Groeiverwachting

Handelsbedrijven staan voor vele uitdagingen. Desondanks verwacht 49% van de handelsbedrijven in 2025 een omzetstijging te gaan realiseren. In de meeste gevallen gaat het om een lichte omzetgroei van 2% tot 5%. 5% van de handelsbedrijven verwacht een zeer sterke toename van meer dan 10%.

Slechts 9% van de handelsbedrijven verwacht in 2025 een omzetsdaling van 2% of meer.

Verwacht u dat de omzet toe- of afneemt in 2025? (%)



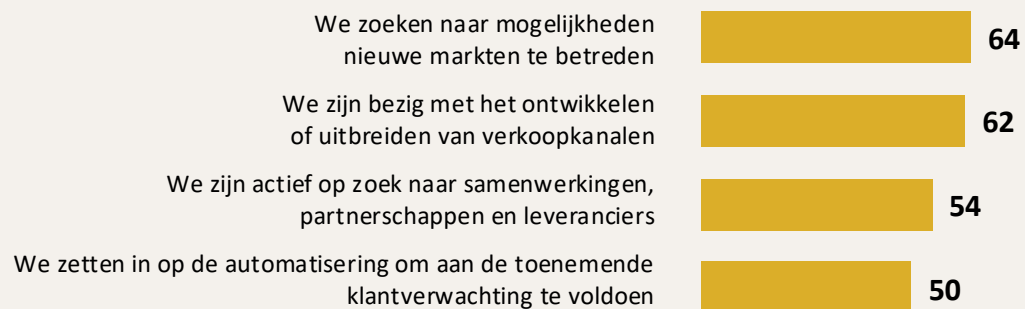
4. Marktbenadering

Marktbenadering

Handelsbedrijven zijn volop in beweging

Twee derde zoekt naar mogelijkheden om nieuwe markten te betreden. Eveneens twee derde is bezig verkoopkanalen te ontwikkelen of uit te breiden. De helft gaat actief op zoek naar samenwerkingen, partnerschappen en leveranciers. Daarbij zet de helft in op automatisering om aan de toenemende klantverwachting te voldoen.

Welke van de volgende stellingen zijn van toepassing op uw bedrijf? (%)



7 op de 10 handelsbedrijven verkoopt online, meestal via eigen webshop

Een kwart verkoopt via online marktplaatsen, zoals Bol, Amazon, Beslist of Marktplaats. Een vijfde verkoopt via social media, zoals Facebook Marketplace, Instagram Shop, TikTok Shop of LinkedIn Services Marketplace.

Via welke online verkoopkanalen verkoopt het bedrijf? (%)



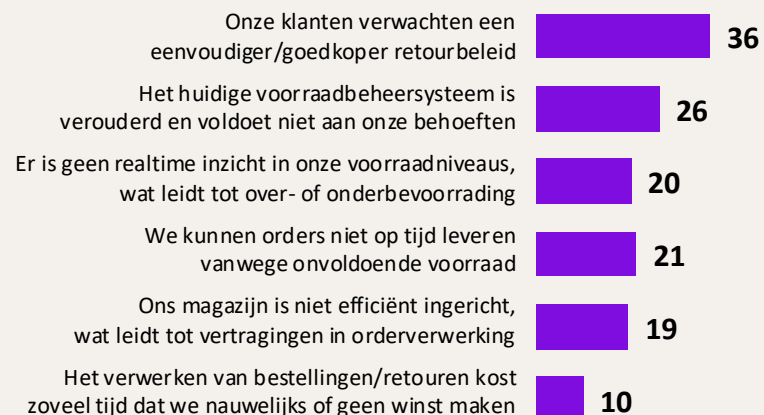
5. Efficiëntie van processen

Magazijn en voorraadbeheer

58% van de handelsbedrijven ervaart problemen met het magazijn/ voorraadbeheer

Een derde van de handelsbedrijven heeft klanten die een eenvoudiger of goedkoper retourbeleid verwachten. Andere problemen zijn een verouderd beheersysteem (26%), geen realtime inzicht in de voorraadniveaus (20%), onvoldoende voorraad (21%) of vertraagde orderverwerking door een inefficiënt magazijn (19%). Het bestel- en retour proces leidt bij 10% tot winstverlies.

Stellingen over het magazijn en voorraadbeheer - % mee eens



Voorraadcontrole en –telling vaak inefficiënt

We vroegen respondenten in dit onderzoek ook naar efficiëntie in het magazijn. Het blijkt dat bijna alle handelsbedrijven wel te maken hebben met inefficiëntie op dit vlak. Het vaakst genoemd wordt de voorraadcontrole en -telling (41%), gevolgd door de opslag en het beheer van voorraad (22%). De andere inefficiënte processen die men noemt, hebben te maken met retourverwerking (17%), orderpicking en -verzending (16%) en de ontvangst van goederen (10%).

Welke processen binnen het magazijn zijn momenteel het minst efficiënt? (%)



Significante verschillen

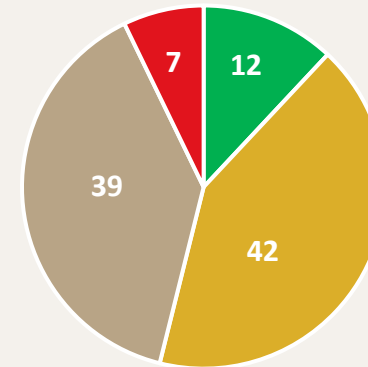
Middelgrote handelsbedrijven hebben vaker last van onvoldoende voorraad (30%) dan kleine handelsbedrijven (7%).

Integratie van bedrijfsprocessen

Bijna de helft van de handelsbedrijven werkt met systemen die niet of gedeeltelijk geïntegreerd zijn

Tot slot vroegen we respondenten in dit onderzoek naar de integratie van bedrijfsprocessen. Kijken we naar bedrijfsprocessen van handelsbedrijven, dan zien we dat hier nog veel efficiencywinst te behalen is. Een derde heeft gedeeltelijk geïntegreerde processen: sommige systemen werken samen, maar niet allemaal. 7% heeft systemen die helemaal niet geïntegreerd zijn. 42% heeft goed geïntegreerde systemen en slechts 12% heeft volledig geïntegreerde systemen. Er is geen verschil op dit aspect tussen kleine en middelgrote handelsbedrijven.

In welke mate zijn in uw bedrijf de bedrijfsprocessen geïntegreerd? (%)



- Volledig geïntegreerd: we gebruiken een centraal systeem voor al onze bedrijfsprocessen.
- Goed geïntegreerd: de meeste systemen zijn met elkaar verbonden en werken efficiënt samen.
- Gedeeltelijk geïntegreerd: sommige systemen werken samen, maar niet allemaal.
- Helemaal niet geïntegreerd: we gebruiken afzonderlijke systemen voor verschillende processen.

5. Contact



Contact

Auteursrecht

Het is toegestaan resultaten uit het MKB Barometer onderzoek over te nemen in eigen publicaties, mits de bron vermeld wordt en gebruik van de resultaten geen commerciële doeleinden dient.

Over Exact

Exact ontwikkelt cloud software voor kleine en middelgrote bedrijven en hun accountants. De producten automatiseren bedrijfsprocessen: denk aan financiële en HR-processen. Maar ook aan specifieke ERP-oplossingen voor handel, productie, projecten en bouw. Dat levert niet alleen tijdswinst op, maar ook inzicht. Zo kunnen klanten efficiënt werken, onderbouwde beslissingen nemen en verder groeien. Inmiddels vertrouwen ruim 150.000 klanten, voornamelijk in Nederland, België en Duitsland, op Exacts software.

Exact is in 1984 opgericht in Delft, waar het hoofdkantoor nog altijd gevestigd is. Dagelijks werken ruim 2.000 ambitieuze professionals aan innovatie. Verantwoord ondernemen staat daarbij centraal, want alleen met respect voor elkaar, het milieu en de samenleving kan de organisatie op lange termijn van waarde zijn.



www.exact.com | media@exact.com



Molengraafsingel 33, 2629 JD Delft