



SHOPPING AWARDS

PUBLIEKSPRIJZEN 2026

DEELNAMEREGLEMENT

DEELNAMEREGLEMENT SHOPPING AWARDS PUBLIEKSPRIJZEN

1. DOEL EN ORGANISATIE

1. Stichting Shopping Awards, Pompmolenlaan 9, 3447 GK Woerden (hierna: de organisatie), organiseert de Shopping Awards.
2. BBP Media, Pompmolenlaan 9, 3447 GK Woerden (hierna: de organisator), is namens de organisatie belast met het organiseren van de Shopping Awards.
3. De Shopping Awards worden uitgereikt aan digital commercebedrijven die volgens het publiek, dan wel vakgenoten, als beste worden beoordeeld in hun vakgebied, dan wel categorie. Met de uitreiking van de Shopping Awards beoogt de Stichting Shopping Awards een positieve bijdrage te leveren aan digital commerce in Nederland.

2. TOEPASSELIJKHEID

1. Degene die deelneemt aan de Shopping Awards is gebonden aan de bepalingen van dit deelnamereglement.
2. Het staat de organisatie vrij het deelnamereglement aan te passen.
3. De geldende versie van dit reglement is te vinden op www.shoppingawards.nl en op aanvraag kosteloos verkrijgbaar bij de organisatie.
4. Iedereen die kiest voor de optie om zich gratis in te schrijven voor de publieksprijzen doet dit tot wederopzegging. Opzeggen om niet meer (gratis) mee te doen, kan kosteloos tot het sluiten van de inzendingstermijn van het betreffende jaar.

3. TOELATINGSEISEN

1. Deelname aan de Shopping Awards staat open voor Nederlandse rechtspersonen, waarvan de inzending voldoet aan de inschrijfcriteria en de toelatingseisen.
2. De toelatingseisen zijn:
 - De rechtspersoon is een onderneming waarvan minimaal één van de verkoopkanalen online verkoop is (online verkoop, of online verkoop in store, of via een app).
 - Deze onderneming bestaat als afzonderlijke, financieel zelfstandige, juridische entiteit.
 - Deze onderneming neemt deel aan de Shopping Awards onder één ingeschreven bedrijfs- of handelsnaam en/of onder één URL of app.
 - Deze onderneming verkoopt producten of diensten aan consumenten (B2C) en/of bedrijven (B2B) op de Nederlandse markt.

3. In geval van verkoop of dienstverlening door een internationaal opererende onderneming is enkel de op de Nederlandse markt gerealiseerde omzet bepalend.
4. Een intermediaire onderneming die producten of diensten van derden verkoopt of daarbij bemiddeld, wordt beoordeeld op de door hen gerealiseerde of bemiddelde totale omzet. Het deel van de omzet dat hierbij dient te worden afgedragen aan de derde partij(en) is niet van belang.
5. Bedrijven kunnen maximaal 3 webwinkels opgeven om mee te doen aan de Shopping Awards Publieksprijzen.

4. INSCHRIJVEN EN INSCHRIJFCRITERIA

1. Ondernemingen kunnen zich voor de Shopping Awards Publieksprijzen inschrijven voor maximaal één categorie.
2. Ondernemingen kunnen zich alleen inschrijven voor een categorie waarin zij in de perceptie van het publiek expliciet en herkenbaar (mede) actief zijn.
3. De organisatie behoudt zich het recht te beoordelen en inschrijving te weigeren indien de betreffende onderneming naar het oordeel van de organisatie onvoldoende actief is in de aangevraagde categorie.
4. Er worden Shopping Awards uitgereikt in de volgende hoofdcategorieën:
 - Applicatie (App) & Platformen (marktplaatsen, vergelijkingen, boekingen)
 - Bouwmarkten & Hobby
 - Elektronica Speciaalzaken
 - Eten & Drinken
 - Flora & Fauna
 - Home & Living
 - Mode
 - Persoonlijke Verzorging
 - Leisure
 - Speelgoed, Games & Cadeaus
 - (mode) Warenhuizen & Groothandels
5. Het daadwerkelijke aantal award categorieën is afhankelijk van het aantal aanmeldingen.
6. In een categorie wordt een award uitgereikt als zich tenminste 3 kandidaten hebben aangemeld.
7. Op basis van verzoeken van betrokkenen, of van brancheorganisaties kunnen bij voldoende aanmeldingen in overleg award categorieën worden toegevoegd.
8. Als er onvoldoende aanmeldingen in een categorie zijn, ontvangen de ingeschreven partijen indien de organisatie van mening is dat zij voldoen aan de voorwaarden van een andere categorie, een voorstel tot opname in een andere categorie.
9. Alle ondernemingen dienen bij inschrijving:
 - hun KVK-nummer te vermelden;
 - de bij het publiek bekende handelsnaam en/of URL of app waaronder zij opereren aan te geven;
 - het inschrijfgeld te betalen, indien niet wordt gekozen om gratis deel te nemen (zie artikel 5)
10. De organisatie beslist of de inschrijving wordt gehonoreerd.
11. Ondernemingen kunnen zich tot en met 30 januari 2026 aanmelden.
12. Te laat ontvangen aanmeldingen worden niet in behandeling genomen.
13. Als je genomineerd wordt voor een Shopping Awards Publieksprijs, dan ben je verplicht minimaal één ticket voor de uitreiking op donderdag 2 april 2026 af te nemen.



5. KOSTEN

Bedrijven die mee willen doen met de Shopping Awards Publieksprijzen doen dat op basis van no cure, no pay.

Het bedrijf schrijft zich gratis in tot wederopzegging, met dien verstande dat als zij de Shopping Awards Publieksprijs waar zij zich voor hebben ingeschreven winnen, zij minimaal het “het basis winnaars media pakket” afnemen (met het logo en banners voor website, nieuwsbrieven en socials) voor het op dat moment geldende tarief. Bekijk alle winnaarspakketten hier.

6. JURIDISCHE CHECK

1. De deelnemer dient te voldoen aan alle relevante Nederlandse wet- en regelgeving.
2. Indien de deelnemer niet voldoet aan de wetgeving behoudt de Stichting Shopping Awards het recht om de deelnemer uit te sluiten van deelname. Een dergelijke uitsluiting geeft geen recht op restitutie van eventueel inschrijfgeld.

7. WINNEN EN EINDSCORE

1. Welke deelnemers de Shopping Awards winnen, wordt bepaald door middel van twee soorten onderzoek, zijnde publieksstemmen en het oordeel van vakexperts middels een online vragenlijst.
2. De eindscore van de deelnemers wordt gebaseerd op de gewogen score van stemmen van de consument (50%) en uit het oordeel van vakexperts die een online vragenlijst invullen (50%)
3. De deelnemer met de hoogste eindscore in de diverse categorieën, wint de Shopping Awards 2025.
4. De vakprijs ‘Beste webwinkel van het Jaar’ wordt bepaald door de vakexperts
5. Deelnemers hebben minimaal 50 publieksstemmen nodig om de award voor de DHL Beste Webwinkel te kunnen winnen.
6. Deelnemende webwinkels kunnen niet twee keer achter elkaar worden uitgeroepen tot DHL Beste Webwinkel van het Jaar.

8. COMMUNICATIE DEELNEMERS

1. Bij het versturen van e-mail communicatie dienen deelnemers zich te houden aan alle relevante Nederlandse wet- en regelgeving.
2. De stichting behoudt zich het recht voor beoordelingen uit te sluiten indien het vermoeden bestaat dat deze op onreglementaire wijze zijn of worden uitgebracht, bijvoorbeeld door gebruikmaking van scripts, robots en andere geautomatiseerde hulpmiddelen.
3. In alle communicatie van deelnemers richting klanten en relaties is het niet toegestaan verwijzingen te maken naar andere deelnemers aan de competitie.
4. In de communicatie van deelnemers richting consumenten waarin deze worden opgeroepen tot deelname aan de beoordelingsronde is het niet toegestaan om zelf prijzen aan consumenten toe te kennen of andere vormen van beloning beschikbaar te stellen voor deelname aan het onderzoek.
5. Het niet-voldoen of afwijken van de regels uit dit artikel leidt onherroepelijk tot uitsluiting van de competitie. Een dergelijke uitsluiting geeft geen recht op restitutie van het inschrijfgeld.
6. Deelnemers mogen geen win- of weggeefacties koppelen aan het werven van stemmen. Ook het in zetten van donatie aan goede doelen o.b.v. x aantal stemmen is niet toegestaan.

9. GEBRUIK PROMOTIEMATERIAAL

1. Deelnemers mogen het door de organisatie ter beschikking gestelde promotiemateriaal (banners en formats) in hun communicatie naar consumenten alleen gebruiken in de hierna genoemde periode:
 - Deelnemer Shopping Awards: vanaf de dag dat het promotiemateriaal, na inschrijving, door de



organisatie ter beschikking wordt gesteld tot en met de dag waarop de winnaars van de Shopping Awards worden bekendgemaakt.

- Winnaar Shopping Awards: vanaf de dag waarop de prijswinnaars van de Shopping Awards worden bekendgemaakt tot daags voor bekendmaking van de winnaars van de Shopping Awards van het daaropvolgende kalenderjaar.
- 2. Gebruik door de deelnemer van het door de organisatie ter beschikking gestelde promotiemateriaal (banners en formats) buiten de hierboven genoemde periodes, wordt gestraft met een terstond opeisbare boete van €50,- voor elke dag dat het door de organisatie beschikbaar gestelde promotiemateriaal (banners en formats) buiten de hierboven genoemde periodes door de deelnemer wordt gebruikt.
- 3. Deelnemers zijn verplicht de huisstijl zoals aangeleverd in het mediapack van de Shopping Awards te gebruiken; eigen producties dienen te allen tijde voor goedkeuring voorgelegd te worden aan de organisatie.
- 4. Onjuist gebruik van beeldmateriaal en tekst zal leiden tot uitsluiting van verdere deelname zonder recht op restitutie van het inschrijfgeld.

10. BEKENDMAKING GENOMINEERDEN EN WINNAARS

In maart 2026 worden de genomineerden voor de Shopping Awards bekend gemaakt. Tijdens de uitreiking op 2 april 2026 worden de winnaars van de Shopping Awards bekend gemaakt.

11. AANSPRAKELIJKHEID

1. Over de uitslag van de Shopping Awards kan niet worden gecorrespondeerd.
2. Het bestuur van de Stichting Shopping Awards benoemt bij een geschil een Comité Shopping Awards, dat bevoegd is om, met inachtneming van dit reglement, alle beslissingen aangaande deze Awards te nemen en te besluiten op bezwaren, klachten en overige verzoeken van deelnemers aan deze Awards die voortvloeien uit dit reglement.
3. Het Comité Shopping Awards bestaat uit minimaal één lid van het bestuur van de stichting, één medewerker van de organisator en één lid van de vakjury van de Shopping Awards.
4. Bezwaren op grond van dit deelnamereglement tegen andere deelnemers aan de Shopping Awards kunnen tot uiterlijk 7 dagen na bekendmaking van de deelnemerslijst schriftelijk worden gericht aan de organisatie van de Shopping Awards: info@shoppingawards.nl
5. De organisatie zal de bezwaarmaker zo spoedig mogelijk berichten omtrent de door haar naar aanleiding van het bezwaar genomen stappen.
6. Indien een bezwaar naar het oordeel van de organisatie voldoende gegrond is, zal de organisatie passende maatregelen nemen.
7. Behoudens schade veroorzaakt door opzet of bewuste roekeloosheid, is de organisatie, noch de organisator, noch haar personeel of door haar ingeschakelde hulppersonen, op geen enkele wijze aansprakelijk voor eventuele materiële of immateriële schade die de deelnemer of inschrijver aan Shopping Awards mocht lijden als gevolg van deelname daaraan of uitsluiting van deelname daaraan.
8. De organisatie, en de organisator, zijn niet aansprakelijk indien er sprake is van overmacht. Overmacht is iedere omstandigheid die onafhankelijk van de wil van de organisatie is -zelfs indien die ten tijde van het sluiten van de overeenkomst reeds voorzienbaar was.
9. In alle kwesties die niet zijn voorzien of geregeld in dit reglement beslist het Comité Shopping Awards.
10. Over beslissingen van het Comité Shopping Awards kan niet worden gecorrespondeerd.