

'Detailhandel gaat kracht Chinese etailers voelen'

10-11-2015 08:11

Nederlandse consumenten vinden steeds meer de weg naar Chinese webwinkels als Alibaba en JD.com. Wekelijks verstuurt marketingbedrijf Webpower ruim vijfhonderdduizend mails naar Nederlandse shoppers vanuit grote Chinese etailers, zegt directeur Jacco Bouwens in [De Financiële Telegraaf](#).

Vooraf jongeren durven producten te bestellen bij Chinese partijen. Daarbij gaat het vooral om elektronica en gadgets, aldus Thuiswinkel-directeur Wijnand Jongen. Alibaba realiseert volgens hem in ons land al een omzet van tientallen miljoenen. Zodra het concern van Jack Ma met marketing en promoties gericht op de Nederlandse markt komt, kan de retail zijn borst natmaken. "Iedereen krijgt hiermee te maken."

Nederlandse consumenten willen naar verwachting op 11 november meeprofiten van de vele aanbiedingen op Singles' Day. Daarbij nemen ze de lange levertijd en belastingen voor lief, stelt hoogleraar e-commerce Cor Molenaar. De prijzen zijn immers als snel vijftig procent lager.

Alibaba verwacht tijdens het jaarlijkse prijzenfestijn, dat één dag duurt, bijna vierhonderd miljoen pakketjes te versturen, goed voor een omzet van dertien miljard dollar (twaalf miljard euro). Vorig jaar boekte het e-commerceconcern een dagomzet van ruim zeven miljard euro. De nationale vrijgezellendag wordt elk jaar op 11 november in China gevierd waarbij online shoppers profiteren van hoge kortingen.