Crossborderbestedingen groeien versneld door

11-04-2018 09:24



Nederlandse consumenten hebben vorig jaar 817 miljoen euro uitgegeven bij buitenlandse webwinkels. Dat is een groei van 28 procent ten opzichte van 2016, blijkt uit onderzoek van GfK in opdracht van Thuiswinkel.org.

Bijna drie op de tien Nederlanders van vijftien jaar en ouder hebben vorig jaar een of meerdere aankopen in buitenlandse webwinkels gedaan. De groei was sterker dan in 2016, toen de crossborderbestedingen nog met 24 procent stegen. Buitenlandse webshops waren in 2017 goed voor vier procent van de totale onlinebestedingen, één procentpunt meer dan het jaar ervoor.

Chinese webwinkels nemen volgens het onderzoek dertig procent van alle buitenlandse onlinebestedingen voor hun rekening en blijven daarmee de grootste crossbordermarkt. De bestedingen in Chinese webwinkels groeide met 31 procent, terwijl dat een jaar eerder nog bijna zestig procent was. Franse webwinkels wonnen het sterkst aan populariteit, met een stijging van 84 procent. Ook werd 46 procent meer uitgegeven in Spaanse webshops.

Duitsland is na China het populairst voor Nederlandse online shoppers en neemt zeventien procent van de crossborderbestedingen voor zijn rekening. Groot-Brittannië staat op een derde plaats met een aandeel van veertien procent.

Chinese bedrijven zijn sinds 1 januari een belangrijk voordeel ten opzichte van Europese retailers kwijt. Door

een nieuw internationaal tariefsysteem is het vanuit China versturen van commerciële post duurder is geworden. Daarnaast moeten Chinese webwinkels met ingang van 2021 ook btw afdragen voor crossborderzendingen met een orderwaarde lager dan 22 euro. Beide maatregelen dragen volgens Thuiswinkel.org bij aan een *level playing field* voor Nederlandse spelers.