

# Groei webwinkels in EU stagneert

Europese consumenten kopen steeds meer via het internet en hun vertrouwen in deze vorm van winkelen groeit nog steeds. Maar de groei van het aantal winkeliers dat online verkoopt, stagneert. Opvallend is dat veel ondernemers hun producten liever niet in andere EU-landen verkopen, omdat ze huiveren voor frauderisico en verschillen in belastingwetgeving.

Dat blijkt uit onderzoek van de Europese Commissie. Slechts twee op de vijf retailers in de EU (met meer dan 10 personeelsleden) verkocht vorig jaar via het internet aan de consument, net zoveel als in 2014. Bij bedrijven die zowel aan consumenten als aan andere bedrijven leveren, is dat zelfs één op de vijf.

## Liever niet de grens over

Een kleine 60% van de ondernemers zegt voldoende vertrouwen te hebben om online te verkopen in eigen land, maar dat percentage halveert als het over verkopen aan andere EU-landen gaat. Webwinkels werpen dan ook actief barrières op voor buitenlandse klanten. Het aantal winkeliers dat weigert een betaling uit een andere lidstaat te accepteren, is vorig jaar met 8% gestegen.



Kleding is het meest gekochte product onlineFoto: Reuters

Wijnand Jongen van Thuiswinkel.org deelt de observatie van de Commissie. 'De consument omarmt online, maar retailers zijn terughoudend. Het blijkt nog steeds moeilijk om ook online te opereren vanuit het traditionele bedrijfsmodel.' Volgens Jongen is dat in eigen land al moeilijk genoeg. De stap naar het buitenland is vooral bij het mkb heel groot, omdat er onzekerheid is over de kosten van aflevering en de afrekening van de btw. 'Al die systemen verschillen, dat is een enorme administratieve drempel.'

Detailhandel Nederland wijt de terughoudendheid vooral aan de uiteenlopende nationale regels. Als die gelijk worden getrokken, zouden winkeliers beter op de groeiende vraag kunnen inspelen. 'In België mag je lippenstift geen lipstick noemen, want daar zijn Engelse termen verboden', zegt Joran Frik, secretaris Europa.

## Aantal consumenten verdubbeld

Het aantal consumenten dat online winkelt, is de afgelopen tien jaar verdubbeld tot 55%. Dat percentage stijgt naarmate consumenten jonger zijn, hoger opgeleid, of meer verdienen. Noordwest-Europa scoort ook veel hoger dan Zuidoost-Europa, met 82,6% in het Verenigd Koninkrijk en 11,6% in Roemenië als uitschieters. In Nederland kocht bijna driekwart van de consumenten vorig jaar iets online.

17%

Ruim 17% van de consumenten kocht online iets in een ander EU-land

De helft van de consumenten bleef in eigen land, bijna twee keer zoveel als in 2008. Ruim 17% kocht iets in een ander EU-land en 11,3% buiten de EU. Populair zijn kleding en sportspullen, huishoudelijke artikelen, vakanties, tickets voor evenementen en boeken en kranten. Ruim 10% kocht een verzekeringspolis via het internet, 3,6% een beleggingsproduct en 2,3% sloot een lening af. De gemiddelde bedragen die worden overgemaakt,

stijgen licht. De meeste klanten blijven onder de €500. Minder dan 5% durft boven de €1000 uit te geven.

## 'Geo-blocking'

Het meest gesignaleerde probleem is trage aflevering. Van de consumenten die grensoverschrijdend winkelen, stuitte 12,8% vorig jaar op de weigering van winkels om een betaling uit een ander land te accepteren. Dat is een stijging met 8% ten opzichte van 2014. Met 10,1% bleef de weigering om in een ander land te leveren stabiel. Het aantal klanten dat naar een website in eigen land werd gedirigeerd, daalde licht, tot 6%. Vooral luchtvaartmaatschappijen lijken grensoverschrijdend shoppen te ontmoedigen, want daar gingen de meeste klachten over.

De cijfers bevestigen volgens de Commissie het beeld dat naar voren kwam uit een onderzoek uit 2015 naar 'geo-blocking', het geografisch afschermen van markten op het internet. De Commissie heeft vorig jaar wettelijke maatregelen voorgesteld, die momenteel worden besproken door de lidstaten en het Europees Parlement.