myparcel

Ruimte in je markt.

Hoe je groeit over de grens zonder dat je operatie zwaarder wordt.



Ontdek de ruimte in je logistiek.

Inleiding.

Je webshop loopt goed in Nederland. Het proces staat, je weet wat een order je oplevert en waar je marge zit.

En dan komt de vraag van buiten. Een klant uit België die vraagt of je daar ook levert. Een Duitse bestelling die je moet weigeren omdat je checkout het land niet aanbiedt. Een concurrent die al in vier landen verkoopt terwijl jij in één markt zit.

Een kwart van de Europese online B2C-markt is cross-border.

In 2025 werd in Europa **€ 108 miljard** online over landsgrenzen heen besteed. Dat was 25% van de totale online markt, exclusief reizen.

Bron: Cross-Border Commerce Europe, 2026



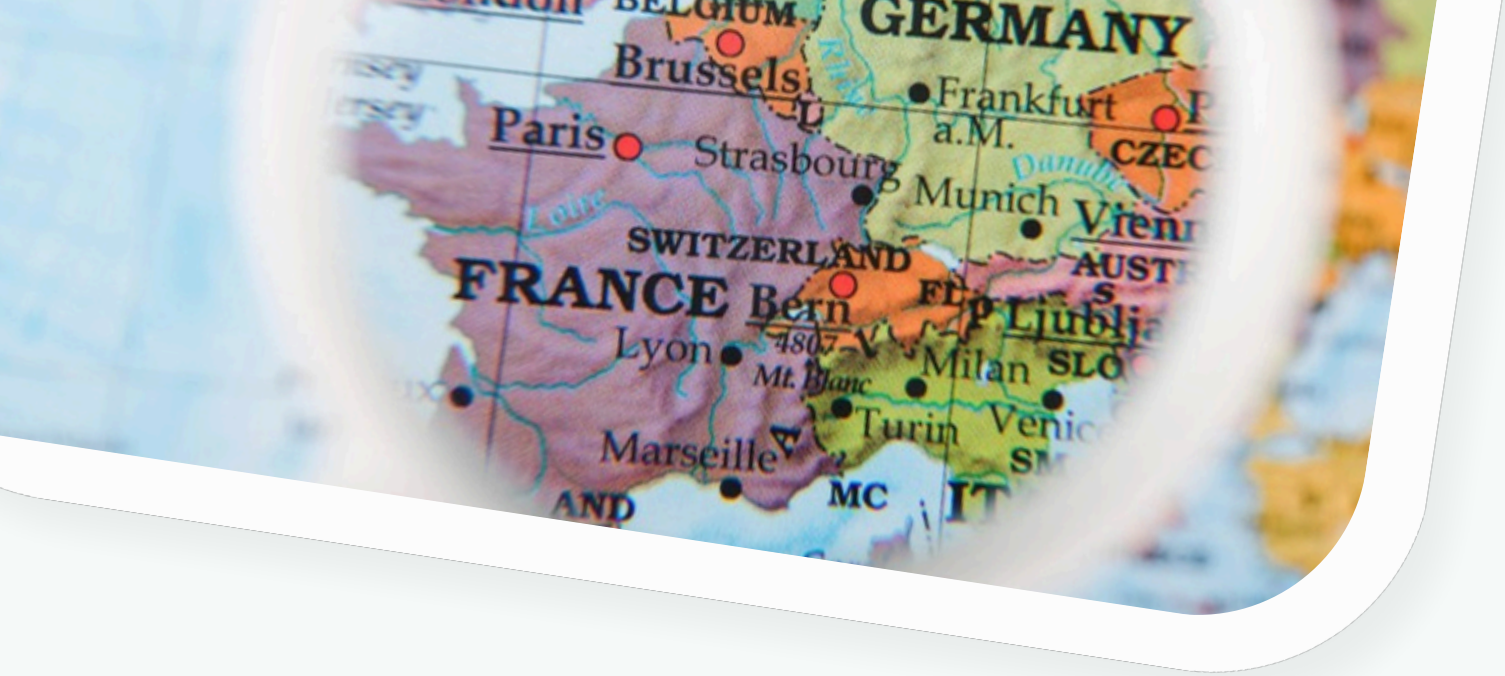
De interesse is er dus. Alleen voelt de stap zelf groot: douaneformulieren, verzendkosten die je niet kunt overzien, vervoerders die je niet kent, retouren uit een land waar je nooit bent geweest. Genoeg om het op de lijst met goede ideeën te zetten waar je later aan toekomt.

Die drempels zijn in de praktijk kleiner dan ze lijken. En je kunt uitbreiden zonder dat je operatie zwaarder wordt.

In deze whitepaper laten we zien:

- Waar de drempel per bestemming echt ligt
- Welke gegevens een internationale zending nodig heeft
- Wat je klant in een ander land van je verwacht
- Hoe je retouren over de grens voorspelbaar houdt
- En hoe je land voor land opschaalt

Zo krijg je ruimte in je markt.



Inhoudsopgave.

1. Elk land dat je toevoegt, vraagt dezelfde keuzes opnieuw — blz. 04

2. Binnen de EU is de drempel kleiner dan je denkt — blz. 05

3. Buiten de EU heb je 6 gegevens per product nodig — blz. 07

4. Wat je klant ziet ná het afrekenen — blz. 09

5. Retouren over de grens — blz. 10

6. Voeg één land per keer toe — blz. 12

7. Krijg ruimte in je markt met MyParcel — blz. 13

8. Begin met één land — blz. 18

1. Elk land dat je toevoegt, vraagt dezelfde keuzes opnieuw.

Stel dat je België aanzet in je checkout. Je verkoopt hetzelfde product, aan een klant die soms dichterbij woont dan je Nederlandse klanten. En toch moet je een reeks vragen beantwoorden die voor Nederland allang beantwoord waren:

- Welke vervoerder past bij dit land?
- Welke bezorgopties bied je aan?
- In welke taal communiceer je over de zending?
- Wat gebeurt er als iemand iets terugstuurt?
- Welke gegevens heeft de zending onderweg nodig?

Voor één land is dat te overzien. Bij het tweede en het derde land komen dezelfde vragen terug, met andere antwoorden. Zolang ze openstaan, beantwoordt iemand ze elke dag opnieuw. Bij de eerste 10 orders valt dat niet op. Bij 100 orders naar drie landen wel, want dan hangt de uitkomst af van wie er die dag inpakt.

Leg je de antwoorden per bestemming één keer vast, dan verandert er iets fundamenteels: het aantal handelingen blijft gelijk terwijl het aantal landen groeit.

Dat is de kern van deze whitepaper. Wat internationaal verzenden zwaar maakt, is het aantal open keuzes.

2. Binnen de EU is de drempel kleiner dan je denkt.

Voor een zending naar België of Duitsland doorloop je hetzelfde proces als voor een zending naar Zwolle. Je maakt de zending aan, je kiest een vervoerder, je print het label. Je klant krijgt Track & Trace, net als je Nederlandse klant. Geen douanepapieren, geen invoerrechten.

Twee dingen verdienen wel aandacht.

Adressen zien er anders uit. Postcodeformaten verschillen per land, straatnamen worden anders geschreven en huisnummertoevoegingen staan op een andere plek. Vult je klant iets verkeerd in, dan corrigeert de vervoerder dat en stuurt hij jou de rekening. Een adrescheck in je checkout of bij het aanmaken van de zending vangt dat af, en dat scheelt zowel toeslagen als foutlopers.

Prestaties verschillen per land. Een vervoerder die het in Nederland uitstekend doet, kan over de grens afhankelijk zijn van lokale partners of minder dekking hebben. Dat merk je aan langere levertijden en aan klanten die vragen waar hun pakket blijft. Kijk daarom per bestemming welke vervoerder past, in plaats van je Nederlandse keuze automatisch mee te nemen.

Binnen de EU en daarbuiten.

	Binnen de EU	Buiten de EU
Verzendproces	Gelijk aan Nederland	Gelijk aan Nederland
Douaneformulieren	Niet nodig	Nodig, automatisch gegenereerd
Extra productgegevens	Niet nodig	6 velden per product
Invoerrechten en btw	Geen	Jij of de ontvanger betaalt
Track & Trace	Ja	Ja

Het verzenden zelf verandert dus nauwelijks. Wat verandert, is de informatie die met de zending meereist.



3. Buiten de EU heb je 6 gegevens per product nodig.

Buiten de EU wil de douane weten wat er in het pakket zit. Die vraag los je op met gegevens, niet met een ander verzendproces.

Voor elke zending buiten de EU heb je per product 6 gegevens nodig:

- Een omschrijving van de inhoud
- Het aantal per product
- De waarde van de producten
- Het gewicht van de producten
- De goederencode
- Het land van oorsprong

Staan die gegevens goed in je webshop of komen ze via de API mee, dan reizen ze automatisch met de zending mee en worden de douaneformulieren automatisch gegenereerd. Ontbreken ze, dan vul je ze per zending handmatig aan in de backoffice. Bij 5 zendingen per week is dat te overzien. Bij 50 is het de reden waarom ondernemers besluiten dat verzenden buiten de EU te veel werk is.

Het verschil zit dus in je productcatalogus. Dit is werk dat je één keer doet en daarna structureel terugverdient.

De goederencode verdient extra aandacht. Die code bepaalt welke invoerrechten gelden. Klopt hij niet, dan volgt vertraging aan de grens of een heffing die je niet had ingecalculeerd. Leg de code vast per productgroep in plaats van per artikel, en controleer hem als je assortiment wijzigt.

Een tweede keuze die je vooraf maakt: betaal jij de invoerrechten en belastingen, of de ontvanger? Kies je voor de ontvanger, dan houd je je verkoopprijs laag, maar krijgt je klant een rekening bij de deur. Draag je het zelf, dan verwerk je die kosten in je prijs en weet je klant vooraf waar hij aan toe is. Beide zijn verdedigbaar. Het gaat erom dat je de keuze bewust maakt en er duidelijk over communiceert, want een onverwachte heffing bij aflevering is de eerste ervaring die je klant met je merk in dat land heeft.

Zo maak je je productgegevens klaar voor buiten de EU.

- ✓ Vul de 6 verplichte velden per product aan in je webshop
- ✓ Leg goederencodes vast per productgroep en controleer ze bij assortimentswijzigingen
- ✓ Meet gewicht en afmetingen in plaats van ze te schatten
- ✓ Bepaal per land of jij of de ontvanger de invoerrechten betaalt
- ✓ Vermeld die keuze in je checkout en je verzendinformatie

Wat je hier vooraf regelt, hoeft niemand later per zending te bedenken.

4. Wat je klant ziet ná het afrekenen.

Een markt openzetten stopt niet bij het label. Levertijd, communicatie en retouren bepalen of iemand een tweede keer bij je bestelt.

Taal. Een Franse klant die een Nederlandse statusmail krijgt, weet niet wat er staat. Dus vraagt hij het aan jou. Track & Trace en verzendmails in de taal van je klant houden die vraag weg bij je support, en ze bepalen of iemand het gevoel heeft dat hij bij een serieuze winkel bestelt.

Bezorgopties.
Wat in Nederland gebruikelijk is, is dat elders niet. In het ene land laten klanten hun pakket graag op een afhaalpunt bezorgen, in het andere land verwachten ze levering aan de deur binnen een vast tijdvak. Bied je alleen je Nederlandse standaard aan, dan verlies je een deel van je bezoekers in de checkout.

Duidelijkheid over kosten. Benoem vooraf de levertijd, verzendkosten en eventuele invoerrechten. Zo weet je klant vóór het afrekenen waar hij aan toe is.

Die duidelijkheid helpt je ook concurreren met buitenlandse webshops. De laagste prijs is niet het enige waarop een klant kiest. Een duidelijke levertijd, communicatie die hij begrijpt en een retourproces dat vooraf helder is, geven zekerheid bij een bestelling over de grens.

5. Retouren over de grens.



Retouren zijn in Nederland al een kostenpost. Over de grens komen er twee dingen bij: de retourzending kost meer, en je hebt minder zicht op wat er terugkomt.

Dat is geen reden om een markt links te laten liggen. Wel iets om vooraf over te beslissen.

Drie keuzes:

Bied je een retourlabel aan, of regelt je klant het zelf?
Met een label houd je grip op de route en de kosten, maar betaal je de retour. Laat je het aan de klant, dan is het goedkoper en drempelhoger.

Wie betaalt de retourzending? Jij, je klant, of ieder een deel via een eigen bijdrage. Dit kun je per land verschillend instellen.

Bij welke productwaarde haal je niet terug? Onder een bepaald bedrag kost de retourzending meer dan het product oplevert. Spreek die grens vooraf af.

Zorg daarnaast dat je klant zelf een retour kan aanmelden en niet eerst hoeft te mailen. Dat scheelt jou tijd en het vertelt je waarom producten terugkomen. Zie je in één land structureel meer retouren om dezelfde reden, dan zit daar iets in je productinformatie of in je maatvoering.

Een duidelijk retourbeleid per markt is ook een verkoopargument. Twijfelt iemand of hij bij een buitenlandse winkel durft te bestellen, dan is het retourbeleid vaak het punt waarop hij afhaakt of doorklikt.



6. Voeg één land per keer toe.

Uitbreiden gaat het rustigst als je de keuzes voor een land vastlegt voordat je het aanzet. Dan blijft het een instelling in je systeem en wordt het geen project.

Checklist: voordat je een land openzet.

- ✓ Vervoerder en bezorgopties voor dit land vastgelegd
- ✓ Adrescheck actief
- ✓ Productgegevens compleet (de 6 douanevelden, als het land buiten de EU ligt)
- ✓ Invoerrechten: jij of de ontvanger
- ✓ Retourbeleid en eigen bijdrage bepaald
- ✓ Track & Trace en verzendmails in de juiste taal
- ✓ Één meetmoment afgesproken

Dat laatste punt wordt het vaakst overgeslagen. Spreek vooraf af wanneer je beoordeelt of dit land werkt, en waarop. Bijvoorbeeld na 3 maanden, op omzet, retourpercentage en het aantal vragen over bezorging. Zonder meetmoment blijft een land openstaan omdat niemand het uitzet, ook als het niets oplevert.

Neem je landenkeuze verder mee in de jaarlijkse check van je logistiek. Tarieven en toeslagen veranderen per jaar, en de vervoerder die vorig jaar het beste bij Duitsland paste, is dat dit jaar niet automatisch.

7. Krijg ruimte in je markt met MyParcel.

In deze whitepaper hebben we gekeken waar de drempels bij internationaal verzenden echt liggen. Van vervoerderskeuze per land tot productgegevens, klantcommunicatie en retouren.

Om dat werkbaar te houden heb je één omgeving nodig waarin die keuzes vastliggen. MyParcel helpt je met internationaal verzenden, verzendregels en je eigen vervoerderscontracten.

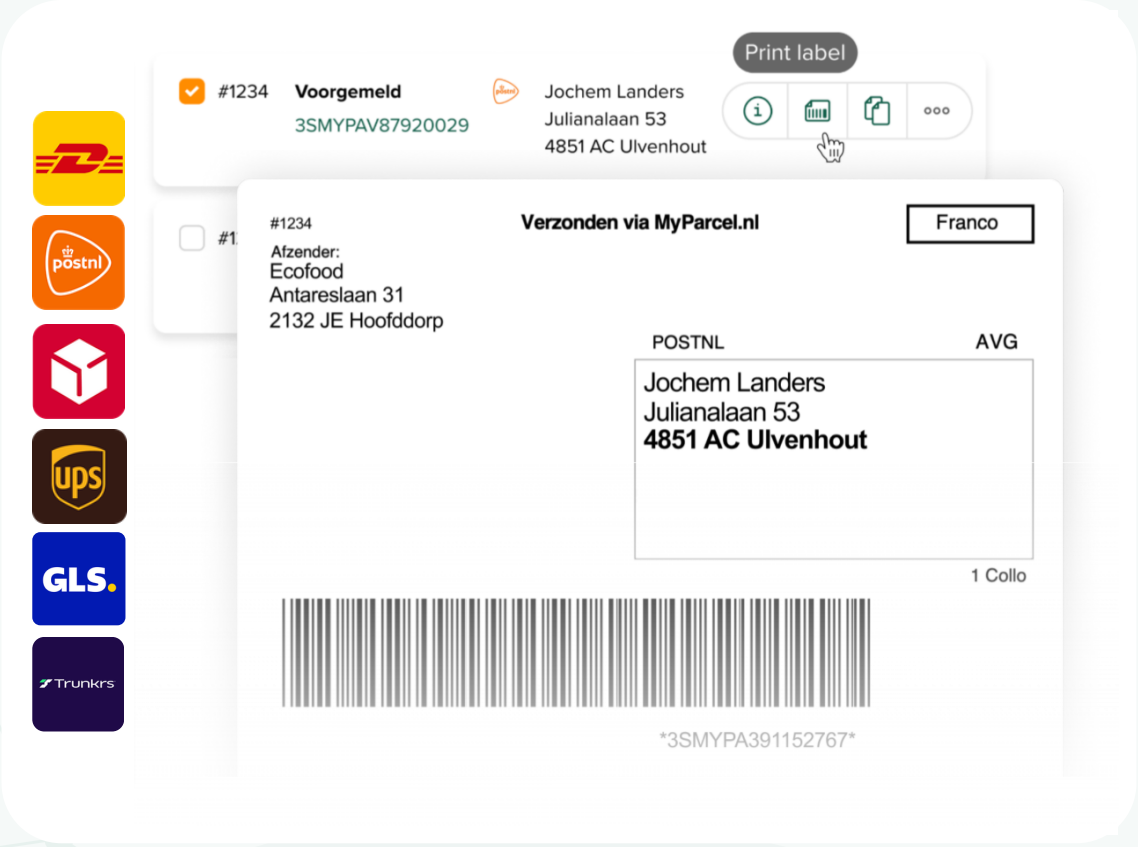


Verzend naar het buitenland zoals je binnen Nederland verzendt.

Je maakt een zending aan en kiest een vervoerder. Wij genereren je verzendlabels. Voor bestemmingen buiten de EU worden de douaneformulieren automatisch gegenereerd met de productgegevens die uit je webshop of API meekomen.

Je klant krijgt Track & Trace in zijn eigen taal, net als je Nederlandse klant. Je kiest per bestemming uit meerdere vervoerders en pakkettypes, en voor een aantal landen controleren en vullen we het adres aan voordat de zending de deur uitgaat.

Zo verandert er weinig in je proces terwijl je verzendgebied groter wordt.



Leg je keuzes per land vast met verzendregels.

Met verzendregels leg je vooraf vast welke vervoerder, bezorgoptie en pakkettype je per zending gebruikt. Je stelt de voorwaarden één keer in. Daarna worden ze automatisch toegepast.

Bijvoorbeeld:

- Zendingen naar Duitsland gaan via de ene vervoerder, zendingen naar Frankrijk via de andere.
- Brievenbuszendingen naar België krijgen automatisch het juiste pakkettype.
- Per bestemming worden automatisch de bezorgopties toegepast die je hebt ingesteld.

Zo hoef je bij een nieuw land niet voor iedere zending opnieuw dezelfde keuzes te maken. Je medewerker hoeft niet te weten welke vervoerder je voor Frankrijk hebt gekozen of welk pakkettype bij België hoort. Die kennis ligt vast in je verzendregels.



Verzend met je eigen contract via MyContracts.

Heb je al een eigen contract met een vervoerder, of kom je op het punt dat je zelf over tarieven kunt onderhandelen? Met MyContracts koppel je je eigen contract met DHL, UPS, DPD, GLS, Trunkrs of Verzenden via Bol.com aan MyParcel. Zo verzend je tegen je eigen tarieven en werk je toch met onze integraties, Track & Trace, retourportaal en verzendregels.

Bij internationale zendingen bepaalt je tarief vaak of een markt rendeert. Verzenden met je eigen PostNL-contract kan overigens zonder MyContracts.



Wat dit je oplevert.

- Je opent een markt in dagen in plaats van maanden. Je koppelingen en je proces werken ook over de grens.
- Je operatie groeit niet mee met het aantal landen. De keuzes liggen vast in regels.
- Je klant merkt geen verschil. Track & Trace, taal en retouren zijn geregeld zoals in Nederland.
- Je houdt zicht op je kosten. Je kiest per land de vervoerder die past, en je krijgt minder correcties door gegevens die niet kloppen.

8. Begin met één land.

Internationaal verzenden begint bij 1 zending. Je hoeft geen exportplan te schrijven en geen nieuw systeem in te richten. Je kiest een land, legt de keuzes voor dat land vast en zet het aan.

België is voor veel Nederlandse webshops de logische eerste stap: dezelfde taal in een groot deel van het land, korte afstanden en geen douane. Duitsland is de grootste e-commercemarkt in de buurt, met klanten die scherp letten op levertijd en retourvoorwaarden. Welk land voor jou logisch is, hangt af van waar je vraag nu al vandaan komt.

Benieuwd welke markt voor jou het meest oplevert? Plan een gesprek met ons team. We kijken samen naar je zendingen en je assortiment en laten zien welk land de kleinste stap is.

Plan een gesprek

