

Exportboom a magyar webshopoknál: Románia, Szlovákia és Ausztria a legnépszerűbb célpiacok

Egyre több magyar webáruház lép ki a határon túlra: bár a hazai online boltok mindössze 13-15%-a exportál, a régiós terjeszkedés dinamikusan bővül. A legnépszerűbb célországok **Románia, Szlovákia és Ausztria** – ezek földrajzilag közeli, logisztikailag jól elérhető és vásárlóerős piacok. A Webshippy tapasztalatai szerint az exportáló e-kereskedők száma 2024-ben meredeken emelkedett, köszönhetően az európai csomagpont-hálózatok terjedésének és a regionális kézbesítési rendszerek integrációjának.

A régiós piacok felértékelődtek

A [PwC Digitális Kereskedelmi Jelentése 2024](#) szerint a magyar online kiskereskedelem **1 945 milliárd forint** bruttó forgalmat ért el 2024-ben, ami **15%-os növekedést** jelent. A belföldi piac azonban telítődik, miközben az importkereskedelem (pl. kínai és nyugat-európai webáruházak) térnyerése egyre érezhetőbb.

*„A magyar webáruházak számára az export ma már nem extra lehetőség, hanem a versenyképesség alapfeltétele” – mondta **Perényi András**, a **Webshippy** alapítója és ügyvezetője. Hozzátette: „A külföldi piacra lépés ma logisztikai szempontból is sokkal egyszerűbb, mint néhány éve volt – az európai átdaópont- és csomagautomata-hálózatok integrációja ma már a kisebb webshopok számára is megnyitja a határokon túli értékesítés lehetőségét.”*

Románia, Szlovákia, Ausztria: a „klasszikus” exporttrió

A [Webshippy](#) tapasztalatai szerint a **magyar e-kereskedők leggyakrabban Románia, Szlovákia és Ausztria** felé terjeszkednek elsőként. Ezek a piacok földrajzilag közel vannak, logisztikailag jól elérhetők, és a vásárlóerő is meghaladja a hazai átlagot.

*„A régióban három ország emelkedik ki a magyar webshopok számára: **Románia, Szlovákia és Ausztria**. Ezeken a piacokon gyorsan validálható a kínálat, és a kézbesítés is hatékonyan szervezhető a jelenlegi hálózatainkkal” – mondta **Perényi András**, a **Webshippy** alapítója és ügyvezetője.*

Logisztikai áttörés: európai hálózatok, kevesebb akadály

Az exportfolyamatokat látványosan gyorsítják az európai out-of-home kézbesítési (OOH) megoldások. A La Poste Groupe adatai szerint **több mint 140 000 átdaópont** működik Európa-szerte, és az OOH csomagforgalom **éves szinten 26%-kal nőtt**. Ez azt jelenti, hogy egy magyar webshop gyakorlatilag **ugyanazzal a hálózattal képes kiszolgálni a környező országokat**, mint a belföldi vásárlókat.

A Webshippy rendszerének köszönhetően a magyar webshopok számára az export-kézbesítéshez

szükséges logisztikai folyamatok (pl. címkézés, szállítási szabályok) nagyrészt integráltan elérhetők – így a külpiaci kiszállítás már a meglévő infrastruktúrán keresztül is indítható.

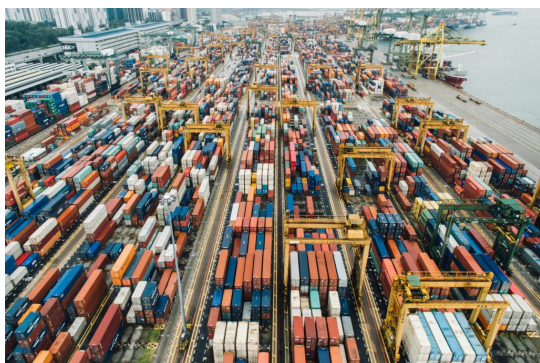
Adatok és lehetőségek: nagy, még kiaknázatlan potenciál

A magyar webáruházak mindössze **13-15%-a értékesít külföldre**. Ez a szám azonban évről évre nő, főként a középvállalati szektorban. A legnagyobb exportőrök az olyan termékkategóriákban találhatók, mint a **dívat, elektronika, étrend-kiegészítők és lakberendezés**.

A belföldi növekedés egyre inkább **importból táplálkozik** – ez pedig erős jelzés a magyar webshopoknak: ha tartani akarják a piaci pozíciót, **külföldi vevőket is el kell érniük**.

Sajtókapcsolat:

- Perényi András alapító, ügyvezető
- WEBSHIPPY Kft.
- andras@webshippy.com



© unsplash

Egyre több magyar webáruház lép ki a határon túlra: bár a hazai online boltok mindössze 13-15%-a exportál, a régiós terjeszkedés dinamikusan bővül.

Eredeti tartalom: Webshippy

Továbbította: Helló Sajtó! Üzleti Sajtószolgálat

Ez a sajtóközlemény a következő linken érhető el:

<https://hellosajto.hu/?p=26517>