

Zielmarkt Italien: Daten und Fakten zum E-Commerce 2015

Der E-Commerce-Markt in ganz Südeuropa wächst. An Platz zwei steht derzeit Italien. Aber wussten Sie, dass Italiener am liebsten im Ausland online einkaufen? Der Grund dafür ist einfach: Nur wenige italienische Händler bieten ihre Waren online an. Italien ist daher ein interessanter Markt für deutsche Online-Händler!

Wie groß ist der Online-Markt in Italien?

Der Onlinehandel hat in Italien trotz der Wirtschaftskrise der letzten Jahren einen stetigen zweistelligen Wachstum erlebt. Von 14,3 Milliarden Euro im Jahr 2010 bis zu 24,2 Milliarden Euro im Jahr 2014. Ein Wachstum von ca. 10 Milliarden Euro in nicht einmal vier Jahren!

In Italien wächst außerdem wie auch in Deutschland Mobile-Commerce. Ein Viertel der Einkäufe werden von Smartphones und Tablets abgeschlossen. Und das mit einem gesamten Wert von 3,7 Milliarden Euro im Jahr 2015.

Italien beim Cross-Border Onlinehandel

Italiener sind online sehr weltoffen, das zeigt die Umfrage *Global Survey "Connected Commerce"* von Nielsen. 79% der Italiener kaufen in ausländischen Online-Shops - ein enormes Potential für deutsche Online-Händler!

Aber wo kaufen Verbraucher am liebsten?

Die Gewinner sind UK (12,5%) und Deutschland (9,6%). Das ist kein neuer Trend, da letztendlich nur 5% der italienischen Unternehmen überhaupt online verkauft (wie die italienische Zeitschrift *Repubblica* anhand einer Studie von Censis berichtet). Im Jahr 2015 betrug der totale Umsatz der Online-Käufe der Italiener in ausländischen Shops 4,8 Milliarden Euro - 20% mehr im Vergleich zu 2014. Das könnte sicherlich sehr interessant sein, für alle diejenigen, die sich auf neue Märkte orientieren wollen.

Was wird am häufigsten gekauft?

In 2015 teilten sich Produkte und Dienstleistungen ganz genau den Online Markt, mit einem stetigen Wachstum des Anteils der Produkte in den letzten Jahren. Ein Großteil des Online-Markts ist dem Tourismus und Reisen gewidmet (37%), gefolgt von Mode und Bekleidung (15%), Elektronik und Informatik (13%), Versicherungen (13%), Bücher (3%), Lebensmittel (1%) und Sonstiges (23%).

Aber was sucht eigentlich der Verbraucher online, und worauf sollen Händler aufpassen?

Laut der Studie von Nielsen suchen 47% der italienischen Verbrauchern Informationen über die Produkte, die sie online kaufen möchten, 41% kommen auf die Produktseiten nach einem Preisvergleich und 33% nutzt das Internet, um Sonderangebote, Schlussverkäufe oder Flash Sales zu erwischen.

Produktbeschreibungen und Preise

Dementsprechend sind genaue Produktbeschreibungen und gute Preise ein Erfolgsfaktor in Italien.

Aber eins ist wichtig, wenn Sie nach Italien verkaufen wollen: Alles muss auf Italienisch angeboten

werden! Dies nicht nur, weil es im italienischen Verbraucherkodex so verlangt wird, sondern auch weil Fremdsprachen weiterhin als Hindernisse wahrgenommen werden.

Welche sind die größten Hindernisse?

Trotz des Wachstums des Markts müssen viele Hindernisse noch aus dem Weg ausgeräumt werden.

56% der italienischen Verbraucher wollen die Ware persönlich überprüfen
45% sind besorgt, nicht zu Hause zu sein, wenn die Lieferung kommt
40% fürchten, dass die gelieferten Produkten mit den angebotenen nicht übereinstimmen
39% machen sich Sorgen über das Verfallsdatum und
38% über die Qualität des Produkts.

Letztendlich sind viele von diesen Aspekten mit dem Vertrauen in den Shop verbunden, und laut der Statistiken (Nielsen) fühlen sich 60% der Käufer sicherer, wenn die Website durch einen Gütesiegel wie Trusted Shops geprüft worden ist. Trusted Shops kann übrigens auch Ihren Shop für den Zielmarkt Italien speziell prüfen. **Wir beraten Sie auch gerne zum Thema CrossBorder-Handel**, auch wenn Sie Ihre Rechtstexte für den italienischen Markt haben wollen. Sprechen Sie uns einfach an!

Fazit

Italien zählt noch nicht zu den größten im Bereich des europäischen Online-Handels und erreicht sicherlich nicht die Zahlen von UK, Frankreich oder Deutschland. Aber der italienischen Markt zeigt interessante Entwicklungsmöglichkeiten mit viel Potenzial. Sie sollten überlegen, ob Sie nicht jetzt schon mit in diesen interessanten Markt einsteigen. In ein paar Jahren könnte es dann schon zu spät sein und der Markt ist übersättigt. Wenn Sie aber jetzt anfangen, können Sie sich eine gute Marke im Markt aufbauen und haben so später Wettbewerbsvorteile. (ec)