Italien: Ein Markt mit Expansionschancen

Um einen erfolgreichen Start in einem neuen Markt zu haben, sollte dieser zunächst umfassend analysiert werden. Um auf einem Markt erfolgreich verkaufen zu können, muss der Online-Händler sich mit den dortigen Trends auskennen. Welche Produkte werden am meisten in Italien online gekauft?

Wachstum der Nachfrage in Italien

Laut der neusten Statistiken kauft jeder dritte Italiener online. Die Online-Nachfrage hat sich verdoppelt. So kaufen nunmehr 18,8 Millionen Italiener online ein.

Trotzdem haben sich italienische Unternehmen diesem Trend nicht schnell genug angepasst, denn nur 40.000 Unternehmen verkaufen online. Diese Daten zeigen, dass auch für ausländische Unternehmen viel Raum für einen Einstieg in das schnell wachsende italienische E-Commerce (+17%, d.h. 2,7 Milliarden € mehr als in 2015) besteht.

Wer kauft online?

Hier einige interessante Daten über die italienischen Online-Käufer:

Mehr als die Hälfte (55%) der italienischen Online-Käufer sind jünger als 44 Jahre.

53% der Online-Käufer sind Männer.

61% kaufen durch Mobile-Geräte.

Die Zahlen belegen, dass der italienische Markt interessante Expansionschancen bietet. Einen Überblick über die Umsätze, die einzelne Bereiche erzielen, finden Sie im Folgenden.

Tourismus

Der Bereich Tourismus hat in Italien auch in 2016 einen großen Anteil der Online-Einkäufe ausgemacht. Dieser Trend zeigt sich über die letzten drei Jahre konstant, mit 27% des gesamten Online-Umsatzes im Jahre 2014 und 30% in 2015 und 2016. Die beliebtesten Webseiten der Italiener in diesem Bereich sind Tripadvisor, Booking und Expedia.

Elektronik

Auch elektronische Geräte zählen zu den beliebtesten Produkten, die Italiener gerne online kaufen. Dies überrascht nicht, insbesondere wenn man die Liebe der Italiener für Smartphones kennt: in 2015 wurden 15 Millionen Smartphones verkauft, ein Plus von 16% im Vergleich zum Jahr 2014. Aber außer Smartphones, Tablets und PCs zeigen auch Elektrohaushaltsgeräte einen Anstieg der Verkaufszahlen, insbesondere die modernsten Energiespar-Modelle.

Lebensmittel

Der Bereich „Food & Grocery“ hat sich in Italien im Vergleich mit den anderen europäischen Märkten mit Verspätung etabliert. In 2015 wurde hier ein Umsatz von 500 Millionen € erzielt und nach derzeitiger Aussicht kann man eine Steigerung bis auf mindestens 530 Millionen € in 2016 erwarten. Italiener sind traditionell sehr anspruchsvoll hinsichtlich allem, was dem Lebensmittel-Bereich zuzuordnen ist. Experten im Bereich „Food & Grocery“ sind davon überzeugt, dass eine Multichannel-Strategie in dieser Branche besonders sinnvoll ist, weil auf diese Weise auch die unentschlossenen potentiellen Kunden sich von der Qualität der Produkte vor Ort überzeugen lassen

können.

Mode

Die Mode-Branche entwickelt sich in Italien auch online sehr dynamisch. In den letzten Jahren hat der Bereich ein stetiges Wachstum verzeichnet, durchschnittlich höher in den anderen Sektoren des E-Commerce. Auch für Anbieter von Mode bietet eine Multichannel-Strategie gute Perspektiven. Außerdem spielt in dem Mode-Bereich eine strategische Vermarktung der Brands eine sehr wichtige Rolle: soziale Netzwerke und Fashion-Blogs sind hierfür die beliebtesten Kanäle. Sogar 40,25% der Online-Käufer suchen Informationen über Kleidungsstücke online: Farbe und Stoff, Informationen über die Größen oder Tipps über mögliche Kombinationen von verschiedenen Produkten scheinen für Italiener sehr wichtig zu sein. Was aber den Kunden bei einem Online-Angebot besonders anlockt, sind Preisangebote. 52% der Kunden entscheidet sich für Rabatte und Sonderaktionen. Durch Strategien wie „black Friday“ und „cyber Monday“ erzielen einige große Marktteilnehmer sogar bis zu 5% ihres jährlichen Umsatzes. Interessant ist auch die Marktverteilung zwischen den verschiedenen Produkten: 55% des Umsatzes werden durch Bekleidung generiert, 25% durch Schuhe und 20% durch Taschen und Accessoires.

Bücher

Auch der Online-Handel mit Büchern zeigt ein großes Wachstum in Vergleich zu 2015 (+16%), wobei der Trend auch für die kommenden Jahre gute Aussichten zeigt. Insbesondere Schulbücher und Online-Druckereien werden große Teile der Branche erobern.

Fazit

Der italienische E-Commerce kann sicherlich im Vergleich mit den größeren Märkten wie UK, Frankreich und Deutschland noch nicht mithalten. Aber die wachsende Nachfrage in Verbindung mit einem weniger harten Wettbewerb können für ausländische Unternehmen sehr interessant sein. Wer sich an grundlegende Besonderheiten des italienischen Markts (wie die Sensibilität für Preisaktionen und das Bedürfnis nach Angeboten in der Muttersprache) hält, hat gute Erfolgchancen in dem noch jungen Markt.

Haben Sie Fragen zum Cross-Border-Handel? Setzen Sie sich mit uns in Verbindung, wir unterstützen Sie gerne im Cross-Border-Verkauf. (ec)