

# Modebranche in Italien

Der Online-Handel mit Mode spielt in Italien eine sehr wichtige Rolle und hat in den letzten Jahren ein stetiges Wachstum verzeichnet. Welche Online-Shops sind führend im italienischen Fashion-Markt? Welche Strategien können Händler implementieren, um ihren Mode-Shop zu optimieren?

## 1,8 Milliarden Euro für Online-Mode-Branche in Italien

Der Modebranche ist die zweitwichtigste Branche im italienischen E-Commerce nach der Elektronik (wenn man die Bereiche Online-Ticketing und Gaming ausklammert), mit einem geschätzten Gesamtumsatz im Jahr 2016 von 1,8 Milliarden Euro.

Allein im Jahr 2015 hat die Branche ein Wachstum von 236 Millionen im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet.

Nach einer Studie vom Polytechnikum Mailand ist der Online-Handel mit Mode in den letzten 5 Jahren um 30% gewachsen und macht heute 10% des gesamten E-Commerce-Umsatzes in Italien aus.

## Top Players und interessante Business-Modelle

Italienischer Top-Player in der Mode-Branche ist Yoox-Net a Porter. Dieser Shop ist bekannt für exklusive Kollektionen, Designer-Kleider und Objekt-Design und liefert in 100 Länder auf der ganzen Welt. Das Unternehmen ist an der Börse in Mailand notiert.

Laut Casaleggio Associati liegt aber Zalando an erster Stelle mit Top-Werten für Präsenz, Popularität, Erwähnungen in Foren, gefolgt von Yoox und an dritter Stelle von LaRedoute.

Ein anderer interessanter Aspekt der italienischen Mode-Branche besteht aus den verschiedenen Start-Ups mit sehr vielen originellen Business-Modellen. Hier können als Beispiele genannt werden:

PrivateGriffe. Hier handelt es sich um einen Marktplatz, auf dem Verbraucher und Unternehmen ihre alten Kleider, Taschen, Schuhe verkaufen können. Der Marktplatz ist auf den Bereich Mode spezialisiert.

Drexcode ist ein Verleih von Luxusgütern (Kleider, Schuhe, Accessoires usw.) für besondere Anlässe. Die Produkte sind versichert und werden in ganz Europa als Ausleihe geliefert.

Family Nation. Dies ist ein gutes Beispiel für Spezialisierung auf eine Marktnische. Dieser Shop verkauft nur Kleidung für Frauen in der Schwangerschaft.

## 4 Tipps für Händler aus der Praxis

**Outfit-Vorschläge anbieten**

Ein großer Trend in der Mode-Branche ist eine emotionale Darstellung der Produkte. Verbraucher erwarten eine persönliche Ausgestaltung des Angebots und auf sie maßgeschneiderte Ratschläge. Das wird durch große Bilder und Outfit-Vorschläge erreicht, nach dem Motto „Shop the Look“.

**Hin- und Rücksendung kostenlos garantieren**

Ein echter Antrieb für das Mode-Geschäft ist die kostenlose Hin- und Rücksendung der Waren. Somit können auch eher skeptische Verbraucher sich trauen, einen Kauf abzuschließen. Die Kosten einer solchen Angebotsgestaltung werden in den meisten Fällen durch eine relativ schnelle Steigerung der Konversionsrate bzw. der Erhöhung der wiederkehrenden Kunden ausgeglichen.

**Influencer oder andere Marketing Strategien implementieren**

Die Marketing Strategie sollte von den neuen sozialen Vertriebskanälen profitieren (z.B. Instagram, Pinterest, Snapchat). Die Vermarktung der Produkte durch die Kooperation mit TV-Promis ist durch die Kooperation mit Bloggern, Vloggern und Influencern ersetzt worden.

In Italien werden solche Personen immer populärer, der Anzahl von Followern und der Reichweite nach zu urteilen (hier einige italienische Namen als Beispiel dieses Trends: auf Instagram Chiara Ferragni mit 5.400.000 Followern und auf Facebook Mariano di Vaio mit 2.700.000).

#### Omnichannel sein

Italienische Verbraucher zeigen immer noch eine eher zurückhaltende Einstellung bezüglich Einkäufen von Kleidungsstücken, die sie nicht anprobieren können. 8,5 Millionen Verbraucher kaufen online Produkte, die sie erst in einem stationären Geschäft gesehen haben. 13,6 Millionen Verbraucher haben bereits vor Ort Produkte gekauft, die sie erst online gefunden haben.

Dieser Trend zeigt die Wichtigkeit einer Multichannel-Strategie für die Mode-Branche in Italien.

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

[hubspotform whitepaper="true" title="Gratis Whitepaper-Download 'Der internationale Online-Shop'" image\_path="http://shopbetreiber-blog.de/wp-content/uploads/2016/10/shutterstock\_105520049\_300x200.jpg" image\_text="Unsere Experten Madeleine Pilous und Frieder Schelle haben die wichtigsten rechtlichen Fragen zum Cross-Border E-Commerce beantwortet: Welches Recht gilt bei Verkäufen ins Ausland? Das deutsche Recht oder das des Ziellandes? Wo unterscheidet sich das Recht in der EU? Was bedeutet das für AGB und Datenschutz?" copy\_text="" portal\_id="603347" form\_id="a9f3c307-0128-47ac-88c4-e7c2febb4c8a" css=""]

Bildnachweis: Denis Rozhnovsky/shutterstock.com