

Italiens Handel wird langsam digitaler

12.02.2019

E-Commerce als Einstieg in die Digitalisierung / Von Oliver Döhne

Mailand (GTAI) - Die Italiener kaufen noch immer zurückhaltend im Internet ein. Doch der Onlinehandel holt auf.

Der Anteil des E-Commerce am Umsatz kleiner und mittelständischer Unternehmen (KMU) in Italien ist gering. Er erreicht gerade einmal 5,8 Prozent. Damit landet das Land auf dem viertletzten Platz in der Europäischen Union (EU). Das geht aus dem jüngsten Ranking der EU hervor. Doch die Aktivitäten der KMU beim Onlineverkauf nehmen zu: Impulse kommen laut Experten vor allem von Start-Ups und neuen Zahlungsinstrumenten. Auch die elektronische Rechnung, die seit Anfang 2019 verpflichtend ist, veranlasst viele Unternehmen, sich im Vertrieb digitaler aufzustellen.

Der Umsatz im E-Commerce (B2C) stieg laut Politecnico Mailand in Italien 2018 um rund 16,1 Prozent auf etwa 27,4 Milliarden Euro. Er hat sich damit innerhalb der vergangenen fünf Jahre verdoppelt. Rund 23,5 Millionen Italiener sind Webshopper, davon tätigen 17,8 Millionen mindestens einen Kauf im Monat. Etwa 24 Prozent der E-Commerce-Ausgaben entfallen auf Waren und Dienstleistungen aus dem Ausland.

Bislang dominieren im E-Commerce noch Dienstleistungen wie Flugtickets und Hotelbuchungen. Hier haben die Onlinekäufe mit 34,1 Prozent bereits eine sehr hohe Marktdurchdringung erreicht. Das stärkste Onlinewachstum erreichen Waren, der Anteil im Onlinehandel erst bei höchstens 5 Prozent liegt. Besonders von Einzelhandelssegmenten wie Lebensmitteln und Kleidung, deren Onlineanteil noch niedrig ist, gehen starke Impulse aus. Die stark präsente Supermarktkette Esselunga steigerte ihren Onlineabsatz 2018 zwar um 28 Prozent. Doch noch immer kommen damit erst 3 Prozent des Gesamtumsatzes aus dem Netz. Insgesamt liegt die Marktpenetration des E-Commerce im Einzelhandel bei 6,5 Prozent.

Rund 31 Prozent der Onlinekäufe in Italien laufen über das Handy. Der Mobile Commerce legte 2018 um 40 Prozent zu und erreichte 2018 rund 8,4 Milliarden Euro. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern liegt Italien hier anteilmäßig in der Spitze. Beliebtestes Produkt bei den Handykäufen ist Kleidung mit 45 Prozent vor Lebensmitteln und Getränken mit 32 Prozent.

Italienische Online-Käufe 2018 (in Milliarden Euro, Veränderung 2017 gegenüber 2018 in Prozent)

ITALIENS HANDEL WIRD LANGSAM DIGITALER

Produkt/Dienstleistung	Wert	Veränderung
Produkte	15,3	25,0
.IT und Elektronik	4,6	17,9
.Kleidung	2,9	21,3
.Möbel/Dekoration/Wohnaccessoires	1,4	53,0
.Lebensmittel/Getränke	1,1	34,1
.Verlagsprodukte	1,0	20,5
.Sonstige Produkte	4,3	23,6
Dienstleistungen	12,1	6,3
.Tourismus/Transport	9,8	6,1
.Versicherungen	1,3	4,0
.andere Dienstleistungen	1,0	12,4
Insgesamt	27,4	16,1

Quellen: Osservatorio eCommerce B2c - Osservatori Digital Innovation, School of Management del Politecnico di Milano

Großes Potenzial für das Onlinegeschäft sehen Marktexperten im Modesektor. Hier setzen sie auf Personalisierung und Click & Collect, also online einkaufen und vor Ort abholen. Im Food-Bereich bringen Delivery-Systeme dem Onlinegeschäft Wachstum. Im Tourismus werde die Künstliche Intelligenz für Impulse sorgen

Auch für den Handel zwischen Unternehmen erwarten Marktexperten Wachstum. Impulse kommen hier ebenfalls durch die elektronische Rechnung und den Start von Amazon Business als neuem Beschaffungsportal. Der B2B-Handel in Italien stieg 2017 um 8 Prozent auf rund 335 Milliarden Euro. Das sind bisher erst etwa 15 Prozent des gesamten Geschäftsaufkommens zwischen Unternehmen. Höher (26 Prozent) liegt der elektronische Handelsanteil von Unternehmen im Geschäft mit ausländischen Zulieferern und Geschäftskunden. Neben Extranet und EDI (Electroni Data Exchange) nutzen Unternehmen auch zunehmend Saas (Software as a Service) -Angebote.

Weitere Informationen über Italien können Sie unter <http://www.gtai.de/italien> ▶ abrufen.

KONTAKT

Barbara Kussel

☎ +49 228 24 993 356

✉ [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2019 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.