

Geschäftsidee beim Abendessen



(Foto: ByItaly)

11. März 2013 | von **Andrea Affaticati**

Lebensmittel über das Internet zu verkaufen ist eine Nische mit guten Wachstumsaussichten. Das sagten sich auch vier junge Italiener und gründeten eine Firma. Sie bieten Delikatessen online an.

Vier Freunde, die sich aus der Schulzeit kennen, sitzen im italienischen Perugia am Tisch und genießen das Abendessen. "Bei dieser Gelegenheit kam Leonardo, Daniele, Michele und mir die Idee, italienische Feinkost über das Internet zu verkaufen", erzählt Giovanni Belia. "Das war die eigentliche Geburtsstunde von 'byItaly'", fährt der 33-Jährige fort. Heute hat er die Funktion des Verwaltungschefs.

ZUR PERSON

Giovanni Belia, 33, stammt aus der umbrischen Hauptstadt Perugia. Nach dem Studium der Tourismuswirtschaft in Assisi hat er eine Zeit lang auf Kreuzfahrtschiffen gearbeitet, wechselte dann zum Marketing der Hotelkette Orient Express und weiter in das Londoner Büro der italienischen staatlichen Tourismusagentur Enit. Am 29. August 2012 gründete er zusammen mit drei Freunden, das E-Commerce-Unternehmen für italienische Feinkost byitaly.

Die vier jungen Italiener trotzten damit den täglichen Hiobsbotschaften über Firmenschließungen, Rezession und Jugendarbeitslosigkeit. "Dass wir diese Idee umsetzen konnten, verdanken wir aber auch einer glücklichen Fügung? sagt Belia. Die Regierung Monti war gerade dabei, ein neues Gesetz zu verabschieden, das die Gründung von Start ups für junge Unternehmer (Altersobergrenze 35 Jahre) erleichtern sollte. "Und mit der Anmeldung von byItaly am 29. August 2012, waren wir unter den ersten, wenn nicht sogar die Ersten, die davon profitierten?."

Jeder der vier Freunde steuerte 5000 EUR Startkapital bei, und natürlich seine Kompetenz. Die in Umbrien aufgewachsene Michele Trogger (30) die der gelernten Köchin. Leonardo Papini (29) bringt seine Erfahrung als Visual Designer ein, die er teilweise in den Niederlanden gesammelt hat. Daniele Fantigrossi (29) verfügt über Informatik und Programmierungskennnisse. "Ich selber" erzählt Belia, "komme aus der Tourismusbranche, war Reiseveranstalter und Event-Manager. Doch genau vor einem Jahr teilte mir mein Arbeitgeber mit, dass mein Vertrag nicht mehr verlängert werde."

So machten sich die vier also an die Arbeit. Seit Anfang November vorigen Jahres ist die Website www.byitaly.com fertig, der online Verkauf läuft.

"Das Grundrezept von byItaly beruht auf ganz einfachen Bestandteilen", erklärt Belia. Das Unternehmen versendet die Zutaten der viel gepriesenen mediterranen Diät über seinen Webshop in die ganze Welt.



Mit speziellen
Lösungen für
Automobilisten
steuern und
Ihre Sendung
zuverlässig
Jetzt starten

Belia fest. Ein Rezept, von dem auch Hersteller und Kunden profitieren, denn die kurze Lieferkette macht für beide Seiten die Preise attraktiv.

Mittlerweile stehen um die 380 Produkte im Angebot: Weine, Olivenöl, Teigwaren, Trüffel, Aufstriche, Soßen, Marmeladen, Honig und vieles mehr. Der Großteil der Erzeuger, ausgezeichnet durch hoch qualitative Standards, ist in Umbrien oder in der nahegelegenen Toskana ansässig. Womit eine schnelle Nachlieferung sichergestellt ist. Im Lager in Perugia sind 1000 bis 1200 Produkte untergebracht. Das Lager wird von einem Remote Control System bedient. So hat man die Produktbestände immer im Auge, und kann rechtzeitig Nachlieferungen anfordern, die meistens schon am selben Tag eintreffen. Und wenn ein Produkt saisonbedingt nicht verfügbar ist, wird es aus der Website entfernt.

Alle Artikel haben einen Kodex anhand dessen Gesamtgewicht (maximal 30 kg pro Paket) und Versandpreis sofort berechnet werden. Der Kundenstamm wächst von Tag zu Tag, der Großteil ist im Ausland. Ein weiteres wichtiges Schlüsselement war die Wahl des Kep-Dienstleister. Die Lieferzeiten belaufen sich je nach Ziel zwischen drei und sieben Tagen. byItaly deckt nach eigenen Angaben 200 Länder ab. "Zuerst dachten wir an DHL. Doch dann kam SDA, der Expressdienst der italienischen Post, mit zwei neuen Serviceangeboten. Also haben wir uns trotz anfänglicher Skepsis dafür entschieden, und sind heute voll zufrieden?, betont Belia. Wenn der Kunde, gleich ob in Italien, Deutschland, USA, China oder wo immer auch nicht zu Hause ist, wird das Paket bei der nächstliegenden Post für zwei Wochen gelagert und kann jederzeit abgeholt werden.

Für eine Bilanz sei es noch zu früh, meint Belia. Die täglichen Internetkontakte werte man als ermutigend. "Natürlich setzen wir auf Gewinn. Aber es liegt uns auch daran, den kulturellen Reichtum Italiens mittels seiner Küche, zu verbreiten." Auch deshalb will man in Kürze, wenn alles planmäßig verläuft, auf byItaly gastronomische Aufenthalte direkt bei den Erzeugern anbieten.

Andrea Affaticati, Fachjournalistin, Mailand

Schlagerworte: Italien E-Commerce Online-Lebensmittel ByItaly

Schreiben Sie uns Ihren Kommentar!
