

---

## Was Sie aus diesem Essential mitnehmen können

- Führt Schritt für Schritt in die Entwicklung einer Exportstrategie über das Internet ein.
- Verschafft einen Überblick über die Rahmenbedingungen und Instrumente für den digitalen Geschäftserfolg in Auslandsmärkten.
- Verdeutlicht Chancen und Risiken, die mit dem Auslandsgeschäft über das Internet verbunden sind.
- Zeigt Erfolgsfaktoren für E-Business im Exportgeschäft auf.
- Dient als Impulsgeber für kleine und mittelgroße Unternehmen, welche ihre E-Business-Aktivitäten stärker auf internationale Exportmärkte hin ausrichten wollen.

---

# Literatur

- BITKOM. (2015). Social Media – Leitfaden (3. Aufl.). [http://www.bitkom.org/files/documents/150527\\_LF\\_Social\\_Media\(1\).pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/150527_LF_Social_Media(1).pdf). Zugegriffen: 21. Juni 2015.
- Chaffey, D. (2015). *Digital business and e-commerce management: Strategy, implementation and practice*. Harlow: Pearson.
- Cyr, D., & Trevor-Smith, H. (2004). Localization of web design: An empirical comparison of German, Japanese, and United States Web site characteristics. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 55(13), 1199–1208.
- Europäische Kommission. (2015, 25. März). Pressemitteilung – Strategie für den digitalen Binnenmarkt: Europäische Kommission vereinbart Tätigkeitsbereiche Brüssel. [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-4653\\_de.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4653_de.htm). Zugegriffen: 29. Juni 2015.
- Haberl, A. (2004). Online- und andere ADR-Verfahren bei grenzüberschreitenden Verbraucherverträgen. *RdW*, 7, 393–396.
- Haberl, A. (2005). Ein Leitfaden zur IPR-Anknüpfung. *JAP*, 3, 183–186.
- Haberl, A. (2006). *Skriptum zum Internationalen Privatrecht* (1. Aufl.). Wien: LexisNexis Verlag.
- Haberl, A. (2009). Die aktuelle Diskussion um ein verbesserungswürdiges Europäisches Vertragsrecht. *ZfRV*, 5, 24–27.
- Haberl, A. (2010). UN-Kaufrecht. In W. Hauser (Hrsg.), *Linde Praktikerkripten*. Wien: Linde Verlag.
- Heinemann, G. (2015). *Der Neue Online-Handel: Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im E-Commerce* (6. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Hettler, U. (2010). *Social media marketing: Marketing mit Blogs, Sozialen Netzwerken und weiteren Anwendungen des Web 2.0*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Höfferer, M., Lenger, T., & Sternad, D. (2013). Der Ablauf des Exportprozesses. In D. Sternad, M. Höfferer, & G. Haber (Hrsg.), *Grundlagen Export und Internationalisierung* (S. 173–201). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Ibi. (2011). *Zahlungsabwicklung im E-Commerce: Fakten aus dem deutschen Online-Handel*. Regensburg: ibi Research.
- Janisch, S., & Mader, P. (2011). *E-Business* (4. Aufl.). Wien: LexisNexis Verlag.
- Kollmann, T. (2013). *E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy* (5. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.

- Kreutzer, R. T., Rumler, A., & Wille-Baumkauff, B. (2015). *B2B-Online-Marketing und Social Media: Ein Praxisleitfaden*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Meier, A., & Stormer, H. (2012). *eBusiness & eCommerce* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Peterson, C. (2014). *Learning responsive web design: A beginner's guide*. Sebastopol: O'Reilly Media.
- Porter, M. (1985). *Competitive advantage*. New York: Free Press.
- Schallmo, D. (2013). *Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Selling Online (o.A.) (2015). Selling Online 10 things to know when doing business online. <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/dem/watify/selling-online?language=en>. Zugegriffen: 25. Juni 2015.
- Sonntag, M. (2010). *Einführung in das Internetrecht*. Wien: Linde Verlag.
- Stahl, E., Wittmann, G., Krabichler, T., & Breitschaft, M. (2012). *E-Commerce-Leitfaden: Noch erfolgreicher im elektronischen Handel* (3. Aufl.). Regensburg: Universitätsverlag Regensburg.
- Stallmann, F., & Wegner, U. (2015). *Internationalisierung von E-Commerce-Geschäften: Bausteine, Strategie, Umsetzung*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Sternad, D. (2013). Die Internationalisierungsentscheidung. In D. Sternad, M. Höfferer, & G. Haber (Hrsg.), *Grundlagen Export und Internationalisierung* (S. 9–23). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Wirtz, B. (2013). *Business model management: Design – Instrumente – Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen* (3. Aufl.). Wiesbaden: Springer Gabler.
- WKO. (2013). E-Marketing-Leitfaden. Wirtschaftskammer Österreich – Schriftenreihe des Wirtschaftsförderungsinstitutes, Nr. 334. [https://www.wko.at/Content.Node/Service/Unternehmensfuehrung-Finanzierung-und-Foerderungen/Unternehmensfuehrung/Strategie-Organisation-und-Marketing/E\\_Marketing\\_Leitfaden\\_Final\\_Web.pdf](https://www.wko.at/Content.Node/Service/Unternehmensfuehrung-Finanzierung-und-Foerderungen/Unternehmensfuehrung/Strategie-Organisation-und-Marketing/E_Marketing_Leitfaden_Final_Web.pdf). Zugegriffen: 18. Juni 2015.