
essentials

Essentials liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. essentials informieren schnell, unkompliziert und verständlich.

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können.

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Expertenwissen von Springer-Fachautoren kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet.

Essentials: Wissensbausteine aus den Wirtschafts, Sozial- und Geisteswissenschaften, aus Technik und Naturwissenschaften sowie aus Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen. Von renommierten Autoren aller Springer-Verlagsmarken.

Wolfgang Eixelsberger • Dietmar Sternad
Martin Stromberger

E-Business im Export

Eine kompakte Einführung

FH-Prof. Dr. Wolfgang Eixelsberger
Studienbereich Wirtschaft &
Management
Fachhochschule Kärnten
Villach
Österreich

Dipl.-Ing. Martin Stromberger
Studienbereich Wirtschaft &
Management,
Fachhochschule Kärnten
Villach
Österreich

FH-Prof. Dr. Dietmar Sternad
Studienbereich Wirtschaft &
Management
Fachhochschule Kärnten
Villach
Österreich

ISSN 2197-6708
essentials
ISBN 978-3-658-11554-8
DOI 10.1007/978-3-658-11555-5

ISSN 2197-6716 (electronic)
ISBN 978-3-658-11555-5 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media (www.springer.com)

Was Sie in diesem Essential finden können

- Eine kompakte, anwendungsorientierte Einführung in die Nutzung von Internettechnologien für den Export.
- Hinweise für die Entwicklung und Umsetzung internetbasierter Exportstrategien.
- Tipps für die Gestaltung eines exportorientierten Webauftritts.
- Einen Einblick in internationale Marketing- und Vertriebsmöglichkeiten über das Internet.
- Informationen über Rahmenbedingungen, die bei E-Business-Aktivitäten in ausländischen Zielmärkten zu beachten sind.

Einleitung

Die starke Zunahme der Internetnutzung, die ständige Erhöhung von Übertragungsgeschwindigkeiten und die Verfügbarkeit von einer Vielzahl von Endgeräten haben zu einem massiven Anstieg von elektronischen Handelsbeziehungen geführt. Diese Handelsbeziehungen finden nicht nur zwischen Unternehmen und Endkunden statt („Business-to-Consumer“ oder „B2C“), sondern auch zwischen Unternehmen („Business-to-Business“ oder „B2B“) und zwischen Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung („Business to Government“ oder „B2G“). Bestehende Grenzen zwischen Ländern, die gleichzeitig Marktgrenzen waren, wurden damit abgebaut. Unternehmen erhalten durch die neuen Möglichkeiten, die das Internet bietet, einen vereinfachten Zugang zu ausländischen Märkten und damit neue Exportchancen. Gleichzeitig sind bisher unbekannte Herausforderungen für Unternehmen entstanden, die von verändertem Kundenverhalten bis zu neuen rechtlichen Rahmenbedingungen reichen. Es besteht dementsprechend bei vielen Unternehmen ein großes Informationsdefizit, das reduziert werden muss. Das vorliegende Essential versucht dazu in kompakter Form einen Beitrag zu leisten.

Für die Geschäftstätigkeit im Internet haben sich verschiedene Begriffe herausgebildet, von denen „E-Business“, „Digital Business“ und „E-Commerce“ die am häufigsten verwendeten sind. Unter **E-Business** versteht man die „Nutzung der Informationstechnologien für die Vorbereitung (Informationsphase), Verhandlung (Kommunikationsphase) und Durchführung (Transaktionsphase) von Geschäftsprozessen zwischen ökonomischen Partnern über innovative Kommunikationsnetzwerke“ (Kollmann 2013, S. 51). Eine ebenso alle geschäftlichen und geschäftsnahen Aktivitäten im Internet umfassende Bedeutung hat auch der etwas neuere Begriff **Digital Business**. Dieser beschreibt die Nutzung digitaler Technologien und den darauf aufbauenden digitalen Medien für die Optimierung von Geschäftsprozessen zum Zwecke der Stärkung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit (vgl. Chaffey 2015, S. 15).

Mit **E-Commerce** wird jener Teil des Digital Business beschrieben, bei dem es darum geht, über digitale „Informations-, Kommunikations- und Transaktionsprozesse zwischen den Netzteilnehmern reale oder elektronische Waren und Dienstleistungen anzubieten und abzusetzen, wobei der tatsächliche Verkauf im Mittelpunkt steht.“ (Kollmann 2013, S. 17). Es stehen dabei also ganz spezifisch der Kauf und Verkauf von Leistungen über das Internet im Fokus.

Der Einsatz digitaler Technologien eröffnet ganz neue Möglichkeiten für die internationale Geschäftstätigkeit. Manche Markteintrittsformen weiterhin (vor allem Direktinvestitionen) bleiben aufgrund des hohen Ressourcenbedarfs größeren Unternehmen vorbehalten (vgl. Stallmann und Wegner 2015, S. 133 f). Gleichzeitig ermöglicht E-Business aber auch neuen kleinen und mittelgroßen Unternehmen einfachere Zugänge zu Auslandsmärkten, mit denen bestehende Barrieren reduziert oder umgangen werden können.

In diesem Essential werden die wesentlichen Themenfelder behandelt, welche von Unternehmen im Rahmen ihrer E-Business-Aktivitäten zu beachten sind, um damit auf internationalen Märkten erfolgreich tätig sein zu können. Im Zentrum stehen dabei die Entwicklung einer Internet-Exportstrategie und die Anpassung der Geschäftsmodelle (Kap. 1), die exportorientierte Gestaltung des eigenen Webauftritts (Kap. 2), die Kundengewinnung und das Marketing über das Internet (Kap. 3) sowie die operative Abwicklung des Auslandsvertriebs im Rahmen des E-Business (Kap. 4).

Inhaltsverzeichnis

1 Die E-Business-Strategie für den Export	1
1.1 Voraussetzungen für die Internationalisierung über das Internet	1
1.2 Die Entwicklung einer Internet-Exportstrategie	3
1.3 Die Auswahl der Zielmärkte für den Export über das Internet ...	7
1.4 Geschäftsmodelle	9
1.5 Rechtliche Rahmenbedingungen	12
2 Der exportorientierte Internetauftritt	17
2.1 Erfolgsfaktor Responsive Design	17
2.2 Erfolgsfaktor Mehrsprachigkeit und länderspezifische Anpassung	18
2.3 Erfolgsfaktor Suchmaschinenoptimierte Website	19
2.4 Erfolgsfaktor Vertrauen (Datenschutz und Gütesiegel)	20
3 Internationales Marketing und Kundengewinnung über das Internet	23
3.1 Generelle Spezifika des E-Marketings im internationalen Kontext	23
3.2 Suchmaschinenmarketing	26
3.3 E-Mail-Marketing	26
3.4 Affiliate-Marketing und Display-Advertising	28
3.5 Social Media-Marketing	29
4 Internetbasierter Vertrieb in Auslandsmärkten	31
4.1 Webshops	31
4.2 B2C-Marktplätze	32

4.3	B2B-Marktplätze	33
4.4	Zahlungsmodalitäten	34
4.5	Liefermodalitäten	37
4.6	Die operative Abwicklung des Exportgeschäftes über das Internet	39
	Was Sie aus diesem Essential mitnehmen können	43
	Literatur	45