

## **Fünf Schritte zum erfolgreichen Online-Export-Geschäft**

Das Internet kann ein wertvolles Hilfsmittel bei der Erweiterung der Geschäftstätigkeit ins Ausland sein. Damit möglicherweise kostspielige und aufwändige Bemühungen auch den gewünschten Erfolg bringen, sollten Sie folgende Punkte beachten.

1. Vergessen Sie nicht, dass das Internet wirklich nur ein Hilfsmittel ist. Deshalb muss am Anfang aller Bemühungen die konzeptionelle Arbeit stehen. Die Erstellung eines Export-Konzeptes ist sozusagen vorrangiges klassisches betriebswirtschaftliches Geschäft. Erst wenn dieses Konzept steht, kann überlegt werden, wie das Internet das Exportgeschäft unterstützen kann. Das heißt nicht, dass Recherchearbeiten nicht mit Hilfe der unzähligen Informationsquellen im Internet abgewickelt werden können.
2. Erarbeiten Sie eine Liste, zu welchem Zweck das Internet beim Exportgeschäft eingesetzt werden soll: Soll nur der Bekanntheitsgrad der Produkte / des Unternehmens gesteigert werden? Sollen Geschäftskontakte über das Internet geknüpft werden? Oder sollen Waren direkt online verkauft, oder sogar ein umfangreiches Servicecenter etabliert werden? Beabsichtigen Sie Händler, Lieferanten oder Geschäftspartner etwa über ein Extranet einzubinden? Die Antwort auf diese Fragen hängt auch vom übergeordneten gesamtunternehmerischen Marketingziel ab: Geht es beispielsweise in erster Linie um eine Umsatzsteigerung oder um die Neukundengewinnung oder um ein umfassendes Service- und Abwicklungsprojekt?
3. Welche Länder kommen für ihre angestrebten Exportziele in Frage? Nutzen Sie das Internet, um geeignete ausländische Märkte ausfindig zu machen und Informationen darüber zu sammeln. Prüfen Sie, ob Ihr Zielland sich für den Online-Export eignet. Gibt es genügend Internet-Nutzer? Entsprechen die politischen und kulturellen Gepflogenheiten in Sachen Internet ihren Anforderungen? Welche Konkurrenten im Zielland bearbeiten bereits denselben (Online-)Markt? Prüfen Sie auch die Infrastruktur: Gibt es die passenden Vertriebspartner, evtl. Zwischenhändler oder Kammern und andere nützliche Institutionen.
4. Legen Sie als nächstes die Zielgruppe fest, dem Ziel und Zweck ihrer Exportaktivitäten entsprechend: Spricht ihr Produkt vorwiegend Privatkunden, Händler oder Importeure an? Identifizieren Sie diese Zielgruppe im Internet und prüfen Sie, ob und wie sie erreichbar ist: Gibt es bereits Newsgroups, in der ihre Zielgruppe vertreten sein könnte? Oder eine Community?

5. Vervollständigen Sie Ihr Online-Export-Konzept, indem Sie alle potenziell geeigneten Vermarktungsinstrumente (siehe Basisartikel) Ihren Bedürfnisse entsprechend transformieren. Falls Sie komplexe Aktivitäten planen (etwa ein Intra- oder Extranet), muss möglicherweise ein professioneller Berater hinzugezogen werden. Falls Sie zu dem Schluss gekommen sind, Ihr Konzept und die geplanten Maßnahmen zur Umsetzung sind wohl durchdacht und professionell erarbeitet, können Sie direkt eine Agentur mit der technischen Umsetzung beauftragen.