Greta Zilinski

Strategie zur Erschließung neuer Auslandsmärkte für ein mittelständisches E-Commerce-Unternehmen der Modebranche

Bachelorarbeit

GRIN

BEI GRIN MACHT SICH IHR
WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit,
  Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch -
  weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.dnb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2016 GRIN Verlag
ISBN: 9783668962835

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/488756

Greta Zilinski

Strategie zur Erschließung neuer Auslandsmärkte für ein mittelständisches E-Commerce-Unternehmen der Modebranche

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

FOM – Hochschule für Oekonomie & Management

Studienzentrum Düsseldorf

Bachelor-Thesis

zur Erlangung des Grads eines Bachelor of Arts (B.A.)

über das Thema

Entwicklung einer Strategie zur Erschließung neuer Auslandsmärkte für ein mittelständisches E-Commerce-Unternehmen der Modebranche

Von Greta Zilinski

Düsseldorf, den

01.08.2016

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis **2**
Abkürzungsverzeichnis **4**
Abbildungsverzeichnis **5**
Tabellenverzeichnis **5**
1. Einleitung **6**
1.1 Begriffsabgrenzung 6
1.2 Problemstellung 7
1.3 Gang der Untersuchung 8
2. Rahmenbedingungen des E-Commerce in Deutschland **9**
2.1 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen 9
2.2 Rechtliche Rahmenbedingungen 11
2.3 Technische Rahmenbedingungen 13
2.4 Vor- und Nachteile des Online-Handels 13
2.5 Motive für eine Internationalisierung 16
2.6 Voraussetzungen für deutsche Unternehmen 17
3. Komponenten und Ablauf eines internationalen Markteintritts **20**
3.1 Vorgehensweise bei der Analyse und Auswahl eines ausländischen Marktes 20
3.1.1 Ziellandselektion 20
3.1.2 Informationsgewinnung für internationale Marktentscheidungen 22
3.1.3 Wettbewerbsstruktur 23
3.1.4 Konsumentenstruktur und kulturelle Unterschiede 25
3.2 Wahl einer geeigneten Markteintrittsstrategie 26
3.2.1 Markteintrittsbarrieren 27
3.2.2 Mögliche Formen des Markteintritts 29
3.2.3 Zeitliche Planung 31
3.2.4 Finanzierung und Budgetierung der Internationalisierungsstrategie 36
3.2.5 Marketing-Mix 37

3.2.5.1 Produktpolitik 37
3.2.5.2 Preispolitik 39
3.2.5.3 Kommunikationspolitik 40
3.2.5.4 Distributionspolitik 43
4. Markterschließung der USA: Handlungsempfehlungen anhand von Unternehmensbereichen eines Mode E-Commerce Unternehmens 44
4.1 Internationales Marketing 47
4.2 Operations 49
4.3 Sortimentsplanung/Einkauf 52
4.4 IT 53
5. Fazit und Ausblick 54
Literaturverzeichnis 56
Internetquellen 59
Endnoten 66

Abkürzungsverzeichnis

AGB: Allgemeine Geschäftsbedingungen

AHK: Außenhandelskammer

B2B: Business to Business

B2C: Business to Consumer

C2C: Customer to Customer

CRM: Customer Relationship Management

E-Business: Electronic Business

E-Commerce: Electronic Commerce

EU: Europäische Union

HDE: Handelsverband Deutschland

IFH: Institut für Handelsforschung

IfM: Institut für Mittelstandsforschung

IT: Informationstechnik

KMU: kleine und mittelständische Unternehmen

OECD: Organisation for Economic Cooperation and Development

SEO: Search Engine Optimization

TMG: Telemediengesetz

TTIP: Transatlantische Handels- und Investitionspartnerschaft

TÜV: Technischer Überwachungsverein

USA: United States of America USD: US-Dollar