

Zunehmende pol. Stabilität

Um unnötige Risiken bei der Erschließung neuer Ländermärkte zu vermeiden, sind politisch stabile und einheitliche Länder ideale Einstiegsländer.

Wachstum der Schwellenländer

Neue hochattraktive Märkte entstehen durch das heutige Wirtschaftswachstum in vielen Schwellenländern wie beispielsweise China und Brasilien.

Unternehmerische Einheit

Die zentrale Steuerung des Marketings ermöglicht eine bessere Rücksprache bei der Marktforschung und um Zusammenhänge zwischen Ländermärkten zu berücksichtigen.

Druck durch Konkurrenz

-Zunehmende Konzentration der Wettbewerber
-zunehmende Konzentration der Handelspartner

„Warum gewinnt internationales Marketing zunehmend an Bedeutung?“

Erschließung neuer Marktpotenziale

-in der Produktion
-Etablierung neuer Produkte
-neue Marktnischen

Digitalisierung

Mit der heutigen Technologie hat man die Möglichkeit, schneller, umfangreicher und effizienter Menschen an verschiedenen Orten zu erreichen, welches sowohl interne also auch die B2C Kommunikation zu erleichtert.

EU-Binnenmarkt

Die heutigen Bestimmungen im Europäischen Binnenmarkt lassen die Internationalisierung von Unternehmen zu.

Zollfreiheit

Währungsreturn

Neue Wachstumschancen

Durch die Erweiterung der Absatzmärkte steigt der pot. Umsatz.