

**Paul Gibbs**

# **Euro- Management**

**Geschäftskultur  
Verbrauchtrends  
Marketingstrategien**

**Orell Füssli**

---

# INHALTSVERZEICHNIS

|  |    |
|--|----|
| Vorwort . . . . .  | 9  |
| <b>TEIL I:</b>   |    |
| <b>VORBEREITUNGEN AUF DEN</b>  |    |
| <b>GEMEINSAMEN EUROPÄISCHEN MARKT . . . . .</b>  |    |
| Einleitung . . . . .   | 11 |
| Europäische Wahlen . . . . .   | 13 |
| 1 Internationales Marketing . . . . .  | 14 |
| Warum ins Ausland expandieren? . . . . .   | 19 |
| Die Förderung internationaler Produkte . . . . .   | 19 |
| 2 1992 – Was bisher geschah . . . . .  | 24 |
| Der geschichtliche Hintergrund . . . . .   | 26 |
| Die Entscheidungsgremien . . . . .   | 27 |
| Der rechtliche Verfahrensweg . . . . .   | 29 |
| 3 Marketing-Möglichkeiten in einem vereinten Europa . . . . .                                    | 34 |
| Welche Industrien werden überleben? . . . . .  | 37 |
| 4 Wettbewerbsstrategien in der Gemeinschaft . . . . .  | 38 |
| Die derzeitige Lage . . . . .  | 46 |
| Die Auswirkungen von 1992 auf Unternehmen<br>der Europäischen Gemeinschaft . . . . .             | 46 |
| Finanzierungsmittel der Gemeinschaft . . . . .   | 49 |
| Unterstützung von kleinen bis mittelständischen<br>Betrieben durch die Gemeinschaft . . . . .    | 51 |
| Kontroll-Liste wichtiger Punkte für 1992 . . . . .   | 56 |
| 5 Der europäische Verbraucher . . . . .  | 57 |
| Die Bevölkerungsstruktur . . . . .   | 58 |
| Verbrauch und Preise . . . . .   | 58 |
| Verbraucherschutz . . . . .  | 59 |
| Werbung . . . . .  | 60 |
| Vertragsrecht und direkter Verkauf . . . . .   | 63 |
| Kredit . . . . .   | 64 |
| Gesellschaftliche Veränderungen und ihre<br>Auswirkungen auf das europäische Marketing . . . . . | 65 |
| 6 Nichtverbale Mitteilungen . . . . .  | 68 |
| Einige europäische Unterschiede . . . . .  | 72 |

## **TEIL 2:**

### **DIE EINZELNEN EG-MITGLIEDSLÄNDER . . . . . 75**

#### **7 Belgien**

Einleitung S. 76, Terminvereinbarung S. 77, Die ersten Kontakte S. 77, Bewirtung S. 78, Die Frau in der Geschäftswelt S. 80, Arbeitszeit und Feiertage S. 80, Korrespondenz S. 81, Marketing S. 81, Verbraucherwünsche/Verbraucherunterschiede S. 82, Die Gründung eines Unternehmens S. 85, Beiträge zum Gemeinsamen Markt S. 87, Nützliche Adressen S. 88

#### **8 Dänemark**

Einleitung S. 90, Terminvereinbarung S. 90, Die ersten Kontakte S. 91, Bewirtung S. 92, Die Frau in der Geschäftswelt S. 94, Arbeitszeit und Feiertage S. 94, Korrespondenz S. 95, Marketing S. 96, Verbraucherwünsche/Verbraucherunterschiede S. 97, Die Gründung eines Unternehmens S. 98, Beiträge zum Gemeinsamen Markt S. 100, Nützliche Adressen S. 101

#### **9 Deutschland**

Einleitung S. 103, Terminvereinbarung S. 104, Die ersten Kontakte S. 105, Bewirtung S. 105, Die Frau in der Geschäftswelt S. 107, Arbeitszeit und Feiertage S. 108, Marketing S. 108, Verbraucherwünsche/Verbraucherunterschiede S. 110, Die Gründung eines Unternehmens S. 112, Beiträge zum Gemeinsamen Markt S. 114, Nützliche Adressen S. 115

#### **10 Frankreich**

Einleitung S. 119, Terminvereinbarung S. 120, Die ersten Kontakte S. 121, Bewirtung S. 122, Die Frau in der Geschäftswelt S. 124, Arbeitszeit und Feiertage S. 124, Korrespondenz S. 125, Marketing S. 126, Verbraucherwünsche/Verbraucherunterschiede S. 128, Die Gründung eines Unternehmens S. 130, Beiträge zum Gemeinsamen Markt S. 133, Nützliche Adressen S. 133

#### **11 Griechenland**

Einleitung S. 136, Terminvereinbarung S. 137, Die ersten Kontakte S. 138, Bewirtung S. 139, Die Frau in der Geschäftswelt S. 141, Arbeitszeit und Feiertage S. 141, Korrespondenz S. 142, Marketing S. 142, Verbraucherwünsche/Verbraucherunterschiede S. 143, Die Gründung eines Unternehmens S. 144, Beiträge zum Gemeinsamen Markt S. 146, Nützliche Adressen S. 146

## **12 Großbritannien**

Einleitung S. 148, Terminvereinbarung S. 148, Die ersten Kontakte S. 150, Bewirtung S. 151, Die Frau in der Geschäftswelt S. 155, Arbeitszeit und Feiertage S. 155, Korrespondenz S. 156, Marketing S. 156, Verbraucherwünsche/Verbraucherunterschiede S. 159, Die Gründung eines Unternehmens S. 162, Beiträge zum Gemeinsamen Markt S. 163, Nützliche Adressen S. 164

## **13 Irland**

Einleitung S. 167, Terminvereinbarung S. 168, Die ersten Kontakte S. 168, Bewirtung S. 169, Die Frau in der Geschäftswelt S. 172, Arbeitszeit und Feiertage S. 172, Korrespondenz S. 173, Marketing S. 173, Verbraucherwünsche/Verbraucherunterschiede S. 174, Die Gründung eines Unternehmens S. 176, Beiträge zum Gemeinsamen Markt S. 177, Nützliche Adressen S. 178

## **14 Italien**

Einleitung S. 180, Terminvereinbarung S. 181, Die ersten Kontakte S. 182, Bewirtung S. 183, Die Frau in der Geschäftswelt S. 185, Arbeitszeit und Feiertage S. 185, Korrespondenz S. 186, Marketing S. 187, Verbraucherwünsche/Verbraucherunterschiede S. 189, Die Gründung eines Unternehmens S. 190, Beiträge zum Gemeinsamen Markt S. 192, Nützliche Adressen S. 192

## **15 Luxemburg**

Einleitung S. 195, Terminvereinbarung S. 196, Die ersten Kontakte S. 196, Bewirtung S. 197, Die Frau in der Geschäftswelt S. 199, Arbeitszeit und Feiertage S. 199, Korrespondenz S. 199, Marketing S. 200, Verbraucherwünsche/Verbraucherunterschiede S. 200, Die Gründung eines Unternehmens S. 201, Beiträge zum Gemeinsamen Markt S. 203, Nützliche Adressen S. 204

## **16 Die Niederlande**

Einleitung S. 205, Terminvereinbarung, S. 206, Die ersten Kontakte S. 207, Bewirtung S. 208, Die Frau in der Geschäftswelt S. 210, Arbeitszeit und Feiertage S. 210, Korrespondenz S. 211, Marketing S. 211, Verbraucherwünsche/Verbraucherunterschiede S. 213, Die Gründung eines Unternehmens S. 215, Beiträge zum Gemeinsamen Markt S. 218, Nützliche Adressen S. 219

## **17 Portugal**

Einleitung S. 221, Terminvereinbarung S. 222, Die ersten Kontakte S. 222, Bewirtung S. 223, Die Frau in der Geschäftswelt S. 225, Arbeitszeit und Feiertage S. 225, Korrespondenz S. 226, Marketing S. 227, Verbraucherwünsche/Verbraucherunterschiede S. 229, Die Gründung eines Unternehmens S. 230, Beiträge zum Gemeinsamen Markt S. 232, Nützliche Adressen S. 233

## **18 Spanien**

Einleitung S. 235, Terminvereinbarung S. 235, Die ersten Kontakte S. 237, Bewirtung S. 238, Die Frau in der Geschäftswelt S. 240, Arbeitszeit und Feiertage S. 240, Korrespondenz S. 241, Marketing S. 242, Verbraucherwünsche/Verbraucherunterschiede S. 243, Die Gründung eines Unternehmens S. 245, Beiträge zum Gemeinsamen Markt S. 246, Nützliche Adressen S. 247