

Paul Gibbs

**Euro-
Management**

**Geschäftskultur
Verbrauchtrends
Marketingstrategien**

Orell Füssli

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	9
TEIL I:	
VORBEREITUNGEN AUF DEN	
GEMEINSAMEN EUROPÄISCHEN MARKT	
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 der Europäischen Gemeinschaft	46
Finanzierungsmittel der Gemeinschaft	49
Unterstützung von kleinen bis mittelständischen 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 Auswirkungen auf das europäische Marketing	65
6 Nichtverbale Mitteilungen	65
Einige europäische Unterschiede	68
	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