Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung ... 1

1.1 Einführung in das Internationale Marketing ... 1
1.2 Vorbereitungen ... 4
1.3 Die Wirtschaftsregionen der USA ... 5
1.4 Soziale Klassen in den USA ... 7
1.5 Standortwahl ... 8
1.6 Der US-Markt für deutsche Unternehmen ... 10

2 Marktforschung in den USA ... 13

2.1 Gründe für Marktforschungsprojekte ... 13
2.2 Techniken der Marktforschung ... 16
2.3 Wettbewerbsanalyse ... 18
2.4 Competitive Intelligence Information Analysis ... 20

3 Der Wettbewerb in den USA ... 23

3.1 Treibende Kräfte des Wettbewerbs ... 24
3.2 Market Ownership ... 27
3.3 Militärische Strategien im Marketing ... 28
3.3.1 Market Leader Strategies ... 29
3.3.2 Expanding Market Share Strategies ... 30
3.3.3 Market Follower Strategies ... 31
3.3.4 Marktnischenstrategien ... 31

4 Marketing in den USA ... 33

4.1 Was versteht der US-Amerikaner unter Marketing? ... 33
4.2 Marktsegmentierung ... 36
4.3 Die US-amerikanische Serviceorientierung ... 39
4.4 Ausgewählte Techniken der Preispolitik ... 43

5 Das Instrumentarium für den Markteintritt ... 47

5.1 Hilfen zur Entscheidungsfindung ... 47

5.1.1 Analyseverfahren SWOT ... 47
5.1.2 Incubator Screen ... 49
5.2 Markteintrittsstrategien ... 53
5.2.1 Export ... 54
5.2.2 Verkaufsniederlassung ... 55
5.2.3 Licensing und Franchising ... 55
5.2.4 Joint Venture und Strategic Alliance ... 56
5.2.5 Management-Vereinbarungen ... 56
5.2.6 Die Produktion im Ausland ... 57
5.3 Typische Fehler beim Markteintritt in den USA ... 57
5.4 Entwicklung einer Markteintrittsstrategie ... 58
5.4.1 Product Life Cycle (PLC) ... 58
5.4.2 Vorgehensweise bei der Konzipierung ... 60
5.4.3 Strategische Überlegungen ... 65

6 Kulturelle Unterschiede ... 69

6.1 Der Faktor K(ultur) ... 69
6.2 Alles im Geschäft ist kulturell bestimmt ... 71
6.3 Eine globale Welt? ... 73
6.3.1 Der Vereinfacher ... 74
6.3.2 Der Verähnlicher ... 75
6.3.3 Alle Länder unterscheiden sich voneinander ... 75
6.4 Wie managt man kulturelle Unterschiede? ... 76
6.5 Wer ist ‚der Amerikaner'? ... 76
6.6 National-, Geschäfts- und Firmenkultur ... 77
6.7 Auf und hinter der Bühne ... 82
6.8 Zehn Ratschläge für deutsche Geschäftsleute ... 86

7 Amerikanische Werte ... 87

7.1 Kultur und Werte ... 87
7.1.1 Einstellung zur Arbeit und zum Lohn für diese Arbeit ... 87
7.1.2 Regeln und Strafen für unakzeptables Verhalten ... 88
7.2 Motivation und Anerkennung von Mitarbeitern ... 89
7.2.1 Motivationsfaktoren ... 89
7.2.2 Leistung ... 90
7.2.3 Anerkennung für Leistung ... 91
7.2.4 Beförderung ... 92
7.2.5 Kein Interesse ... 93
7.2.6 Verantwortung ... 94
7.2.7 Autorität ... 94
7.3 Entscheidungsprozesse und Machtverteilung im Unternehmen ... 95
7.4 Wertvorstellungen ... 96
7.4.1 Amerikanische Werte – deutsche Werte ... 96
7.5 Individualismus ... 98

7.6 Gleichheit ... 105
7.7 Unabhängigkeit ... 109
7.8 (In)formalität ... 110
7.9 Religion ... 112
7.10 Zeit ... 115
7.11 Erfolg ... 116
7.12 Vermögen ... 118
7.13 Veränderung ... 119
7.14 Risiko ... 120

8 Kommunikation mit US-Amerikanern ... 123

8.1 Kultur ist Kommunikation ... 123
8.2 Kontext ... 124
8.3 Kommunikation ist Hochleistung ... 126
8.4 Verbale, nonverbale, materielle Kommunikation ... 127
8.5 Informationsfluß ... 128
8.6 Action Chain ... 129
8.7 Small talk ... 129
8.8 Auf das Wie kommt es an ... 130
8.9 Konferenzen ... 131
8.10 Side Meetings ... 132
8.11 Interkulturelle / interfunktionale Teamarbeit ... 132
8.12 Kommunikationsprobleme ... 133
8.13 Mit Amerikanern verhandeln ... 134
8.14 Populäre Verhandlungstaktiken ... 136

9 Die Rolle des US-amerikanischen Rechtssystems für den wirtschaftlichen Erfolg ... 139

9.1 Das Erkennen bestehender Unterschiede ... 139
9.2 Planung zur Berücksichtigung der Unterschiede ... 139
9.2.1 Informationen erleichtern die Planung ... 140
9.2.2 Rechtliche Beratung ergänzt und vervollständigt die Planung ... 140
9.3 Das Ziel dieses Buches – erste Einblicke ... 141

10 Grundzüge des US-amerikanischen Rechtssystems ... 143

10.1 Bedeutung für europäische Manager ... 143
10.2 Was genau ist das US-amerikanische Recht? ... 143
10.2.1 Das englische Common Law in den USA ... 143
10.2.2 States' Rights – Souveränität der Bundesstaaten ... 144
10.2.3 Federal Government und State Government ... 144
10.3 Die Gerichtssysteme in den USA ... 145
10.3.1 Die Struktur der Gerichtssysteme ... 145
10.3.2 Wie entwickelt sich das amerikanische Recht? ... 146

10.4 Das Gerichtsverfahren in den USA ... 148
10.4.1 Die Zuständigkeit (Jurisdiction) eines Gerichts und das anwendbare Recht ... 148
10.4.2 Das Gerichtsverfahren in den USA ... 149
10.5 Punitive Damages ... 153
10.6 Fazit ... 154

11 Handelsvertreter und Vertragshändler in den USA ... 155

11.1 Eigenschaften der Geschäftsbeziehung zwischen Hersteller und Vertreter ... 155
11.2 Wichtige Elemente der Vertragsgestaltung ... 156
11.3 Kündigung des Vertragsverhältnisses ... 157
11.4 Fazit ... 158

12 Security Interests im US-amerikanischen Handelsrecht ... 159

12.1 Der Security Interest und seine Bedeutung ... 159
12.2 Die Anmeldung bzw. Perfection eines Security Interest ... 160
12.3 Die Absicherung anderer Geschäfte ... 161
12.4 Fazit ... 162

13 Übersicht über das Produkthaftungsrecht ... 163

13.1 Allgemeine Grundsätze ... 163
13.1.1 Negligence ... 164
13.1.2 Warranty ... 164
13.1.3 Strict Liability ... 165
13.2 Die Kläger ... 165
13.3 Produktfehler ... 166
13.4 Abwehr von Ansprüchen ... 167
13.5 Initiativen zu grundlegenden Änderungen des Systems ... 168
13.6 Wie kann sich ein Unternehmen erfolgreich schützen? ... 169
13.7 Fazit ... 170

14 Umgang mit Betriebsgeheimnissen in den USA ... 171

14.1 Was ist ein Trade Secret? ... 171
14.2 Wie schützt man die eigenen Trade Secrets? ... 172
14.3 Wie geht man in den USA mit den Trade Secrets Dritter um? ... 173
14.4 Fazit ... 173

15 Gründung einer Kapitalgesellschaft in den USA ... 175

15.1 Wo sollte die Tochtergesellschaft gegründet werden? ... 175
15.2 Wie erfolgt die Gründung? ... 176
15.3 Nach der Gründung ... 178
15.4 Fazit ... 179

16 Übersicht über das US-amerikanische Arbeitsrecht 181

16.1 Traditional Labor Law 181
16.2 Die Regelung von Arbeitszeit, Gehältern und Nebenleistungen 182
16.3 Employment Litigation und die Bekämpfung von Diskriminierung 184
16.3.1 Arbeitsverträge in den USA 184
16.3.2 Antidiskriminierungsgesetze in den USA 185
16.4 Fazit 187

17 Optimale Zusammenarbeit mit US-Rechtsberatern 189

17.1 Die Rolle des Rechtsberaters 189
17.2 Wie findet man den richtigen Berater? 190
17.3 Anwaltshonorare in den USA 191
17.4 Das Retainer Agreement 192
17.5 Fazit 193

Literaturhinweise 195

Index 197