

# Inhaltsverzeichnis

## I. Der europäische Markt als unternehmerische Herausforderung

Strategische Vorbereitung auf den Europäischen Binnenmarkt <i>Roland Berger, Armin Töpfer</i> . . . . .	9
Europa im Wandel – Perspektiven für deutsche Unternehmer <i>Heinz Dürr</i> . . . . .	47
Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen und Entwicklungen <i>Norbert Walter, Barbara Böttcher</i> . . . . .	59
Länderprofile: Unterschiedliche Ausgangssituationen für den strukturellen Anpassungsprozeß <i>Michael Loy</i> . . . . .	75
Der ostdeutsche und osteuropäische Markt: Chancen und Strategien für Unternehmen <i>Ludwig Georg Braun</i> . . . . .	101
Regionen in Europa – Europa der Regionen <i>Lothar Späth</i> . . . . .	113
Neue Wege in der Infrastrukturpolitik für den Europäischen Binnenmarkt – Das Beispiel Baden-Württemberg <i>Jürgen Morlok</i> . . . . .	125

## II. Strategische Ansatzpunkte für die Unternehmenspositionierung

Euro-Fit: Verbesserung des europäischen Reifegrades eines Unternehmens <i>Armin Töpfer</i> . . . . .	149
Euro-Marketing <i>Ernst F. Schröder</i> . . . . .	193
Kooperationsstrategien eines mittelständischen Unternehmens <i>Heinz Finzer</i> . . . . .	219
Die Europäische Wirtschaftliche Interessenvereinigung (EWIV): Eine neue Gesellschaftsform für europaweite Kooperationen <i>Armin Töpfer, Dietmar Mävers</i> . . . . .	233
Auswirkungen des neuen EG-Produkthaftungsrechts für deutsche Unternehmen <i>Hans Friedrich Freiherr von Dörnberg</i> . . . . .	251

Entwicklungen im internationalen Cash-Management der Bahlsen-Gruppe	
<i>Bernd Korte</i> . . . . .	285
Internationale Produktionsstrukturen und Euro-Logistik vor dem Hintergrund des Gemeinsamen Marktes	
<i>Dieter Schneidewind</i> . . . . .	301
Europaorientiertes Managementsystem als Erfolgsfaktor	
<i>Günther von Briskorn</i> . . . . .	319
III. Erfolgsstrategien aus Unternehmenssicht	
Anforderungen an eine europaweite Unternehmensberatung	
<i>Nicolaus Steenken</i> . . . . .	341
Neue Anforderungen an die Marktforschung im Binnenmarkt	
<i>Hans G. Güldenber</i> g . . . . .	359
Werbebranche: Globalisierung versus Differenzierung in der Kommunikationsstrategie	
<i>Ingo Krauss</i> . . . . .	377
Strategische Maßnahmen eines Handelsunternehmens zur Vor- bereitung auf den Europäischen Binnenmarkt	
<i>Jörn M. Kreke</i> . . . . .	397
Chancen und Risiken eines mittelständischen Speditionsunternehmens: Strategische Maßnahmen zur Vorbereitung auf den Binnenmarkt	
<i>Jürgen Rudolph</i> . . . . .	413
Der EG-Binnenmarkt: Anforderungen und strategische Vor- bereitungen aus der Sicht eines Versicherungsunternehmens	
<i>A. Wilhelm Klein</i> . . . . .	431
Strategische Aspekte und Auswirkungen auf den Bankenmarkt	
<i>Christian Franck</i> . . . . .	451
Strategien eines Unternehmens der Investitionsgüterindustrie	
<i>Rainer Grohe</i> . . . . .	469
Strategische Handlungsalternativen für die Automobilindustrie	
<i>Gerhard Burmann</i> . . . . .	491
Auswirkungen und Strategieansätze in der Pharmabranche	
<i>Hans B. Hartmann, Hans-Peter Walther</i> . . . . .	513
Literaturverzeichnis . . . . .	541
Autoren-Kurzbiographien . . . . .	561
Stichwortverzeichnis . . . . .	571