

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>Prolog:</b>	<b>1</b>
Das deutsch-amerikanische Mißverständnis	3
<b>Die USA als Markt</b>	<b>11</b>
Marketing und Service – das A und O des US-Geschäftes	13
Die USA - Nur ein Absatzmarkt?	16
Amerikas Konsumenten kaufen anders	17
Das „Negotium“	19
Rep oder Händler?	21
Der verwöhnte Kunde	23
Produktqualität – ein rein subjektiver Begriff	25
Der richtige Standort ist entscheidend	27
Das Matriarchat	29
Nicht gängeln, sonder leiten	31
Amerika ist kein Steuerparadies	33
Amerika und die Bürokratie	35
<b>Betrachtungen zum Führungspersonal</b>	<b>37</b>
Nicht sehr gründlich, aber hochmotiviert	39
Bei Krankheit nimmt man Urlaub	41
Andere Länder, andere Sitten	43
Die Frau des Kandidaten	45
Eltern oder Karriere?	47
Die Mobilitäts-Legende	49
Die Redefreiheit ist relativ	51
Die Römer in den USA	52

<b>Im Übrigen</b>	<b>53</b>
Der Blick in die Augen	55
Das Unvermögen, sich zu ärgern	56
In Demut vor der Tür	57
Amerika und die Naturgewalten	58
Die Optimisten	60
Die Vielfalt	62
Der Mut zur Neugier	64
Überflüssige Betrachtungen zur Mode	66