



Mexiko – Drehscheibe des Handels mit großem Potenzial

Die Repräsentanz – Vermittler zwischen Bayern und Mexiko

Der Freistaat Bayern unterhält als einziges deutsches Land ein Verbindungsbüro in Mexiko, eine der fünf bayerischen Repräsentanzen auf dem amerikanischen Kontinent. In luftigen 2.400 Höhe, am westlichen Rand von Mexiko Stadt ist das Bayern-Büro bei der Deutsch Mexikanischen Industrie- und Handelskammer (CAMEXA) im German Center in Santa Fe untergebracht. Die Repräsentanz versteht sich weder als Konkurrenz noch als Anhängsel der AHK, sondern als Ergänzung zu den Leistungen der CAMEXA für bayerische Unternehmen sowie mexikanische Unternehmen, die an Bayern interessiert sind.

Ergänzend zu den deutschen Einrichtungen in Mexiko pflegt die Bayerische Repräsentanz vor allem Kontakte zu wichtigen Bundesstaaten Mexikos, um den Freistaat mit der Wirtschaft und den öffentlichen Organisationen in den starken mexikanischen Regionen zu vernetzen. Unter dem Motto „Bayern nach Mexiko bringen, Mexiko nach Bayern bringen, Mexiko und Bayern zusammenbringen“ verstehen sich der Repräsentant Christian Weber und seine Mitarbeiterin Ingrid Nitzke als als Kontaktvermittler zwischen Mexiko und Bayern.

Ihr Ansprechpartner in Mexiko



Repräsentant des Freistaats Bayern in Mexiko

Christian Weber

Representación del Estado de Baviera en México
c/o Cámara Mexicano-Alemana de Comercio e Industria, A.C.
Av. Santa Fe 170, Piso 1, Of. 4-10
Col. Lomas de Santa Fe
01210 México D.F.
Tel. (52.55) 1500 5905
Fax (52.55) 1500 5910
E-mail: bayern@ahkmexiko.com.mx
Internet: <http://mexiko.ahk.de>



Mexiko – Weltmeister der Freihandelsabkommen

Als die Bayerische Repräsentanz 2001 gegründet wurde, war Mexiko schon seit mehreren Jahren dabei, sich wirtschaftlich für die Welt zu öffnen. Das nordamerikanische Freihandelsabkommen zwischen Mexiko, den USA und Kanada (NAFTA) war 1994 in Kraft getreten und hatte einen gemeinsamen Markt geschaffen, der inzwischen über 400 Millionen Verbraucher umfasst. Der Zugang zum nordamerikanischen Markt und die geringen Arbeitskosten machen Mexiko zu einem attraktiven Produktionsstandort, an dem sich seit den 1990er Jahren auch zahlreiche bayerische Unternehmen, vor allem Zulieferer für die Automobil- und Elektroindustrie, etabliert haben.

Mexiko beschränkte sich aber nicht auf das NAFTA-Abkommen, sondern hat inzwischen 12 Freihandelsabkommen mit insgesamt 44 Ländern abgeschlossen, die einen Markt von über einer Milliarde Verbrauchern abdecken. Kein Land hat mehr Freihandelspartner als Mexiko, das sich daher zu Recht und mit Stolz als „Weltmeister der Freihandelsabkommen“ bezeichnet. Von besonderer Bedeutung für bayerische Unternehmen, die mit Mexiko Geschäfte machen wollen, ist das im Jahre 2000 in Kraft getretene Freihandelsabkommen mit der Europäischen Union.

Mexiko – Drehscheibe des internationalen Handels

Mexiko nutzt mit den Freihandelsabkommen seine strategische Lage, die ein Blick auf den Globus schnell offenbart: Mexiko liegt in der Mitte des amerikanischen Kontinents mit weit über 800 Millionen Einwohnern, gehört wirtschaftlich und geographisch zu Nordamerika und gleichzeitig zum lateinamerikanischen Kulturraum. Mexiko liegt aber auch zentral zwischen Ostasien und Europa. Wichtige Städte in den USA sind in wenigen Flugstunden zu errei-

chen, Container zu den Häfen an der Ost- und Westküste sind 5 Tage unterwegs. Die Flughäfen Europas sind von Mexiko aus in 10 bis 12, die Ostasiens in 12 bis 15 Stunden zu erreichen, ein Container nach 16 Tage, ein Container nach Yokohama 19 Tage unterwegs. Dies macht Mexiko in Verbindung mit einer gut ausgebauten Verkehrsinfrastruktur zu einer Drehscheibe des internationalen Handels und einem attraktiven Logistikstandort



Hafen Veracruz.

Der Atlantikhafen Veracruz ist zusammen mit Altamirano der wichtigste Umschlagplatz für den Handel mit Europa und der Ostküste der USA.



Handelsentwicklung und regionale Diversifizierung

Die Entwicklung seit den 1990er Jahren zeigt, dass es Mexiko mit dem Freihandel ernst meint. Von 1990 bis 2008 hat sich das Handelsvolumen auf rund 600 Milliarden USD verzehnfacht. Die Exporte und Importe Mexikos sind dabei gleichermaßen gewachsen. Nach Inkrafttreten des NAFTA-Vertrages 1994 erfuhr zunächst der Warenaustausch mit den USA einen Schub, in den letzten 10 Jahren ist dann auch der Handel mit Europa und Asien deutlich gewachsen.

Bei den Importen Mexikos ist in den letzten 10 Jahren eine deutliche Diversifizierung der Herkunftsländer zu verzeichnen. Der Anteil der USA an den Importen Mexikos ist von 75% im Jahr 1998 auf 49% im Jahr 2008 gesunken. Platz zwei der Lieferanten Mexikos nimmt mit 18% die Europäische Union ein, gefolgt von China mit 11%, und Japan mit rund 5%. Deutschland ist mit einem Anteil rund 4% an den Importen Mexikos vor Italien, Spanien, Frankreich und Großbritannien der wichtigste europäische Lieferant Mexikos.

Bei den Exporten bleiben die USA mit einem Anteil von 80% (2008) nach wie vor der übermächtige Kunde mexikanischer Produkte. Dem gegenüber gehen nur 6,3% der mexikanischen Exporte nach Europa, 1,7% nach Deutschland. Die stark exportorientierte mexikanische Wirtschaft (Exportquote der Industrie von über 70%!) wird daher extrem von der Entwicklung der US-Konjunktur beeinflusst, wie die jüngste Krise, aber auch die gegenwärtige Erholungsphase eindrucksvoll belegen.

Um die Abhängigkeit vom US-Markt zu verringern, fördert die mexikanische Regierung mit Nachdruck die Diversifizierung der Absatzmärkte der mexikanischen Unternehmen, wobei Europa ein besonderes Augenmerk gilt. Zum Förderinstrumentarium gehören eine Exporteur-Datenbank von Promexico, Auslandsmessebeteiligungen (z.B. auf der BioFach oder der Electronica), oder Einkäuferprogramme, z.B. für Lebensmittel. Diese und weitere Initiativen, auch der mexikanischen Bundesstaaten, können für bayerische Einkäufer interessant sein.

Mexiko - Vielfältiger Markt für Einkäufer

Mexiko bietet dank seiner starken industriellen Basis, seiner reichen kulturellen Tradition und seines enormen natürlichen Potenzials ein breites Spektrum von Exportgütern an. Wirft man einen Blick in die Verzeichnisse der Exporteure und die Exportstatistik, fühlt man sich fast wie auf einem der vielen traditionellen Märkte Mexikos mit ihrer Mischung aus Lebensmitteln, Gebrauchsgegenständen, Kunsthandwerk und technologischen Produkten.

Elektro- und elektronische Produkte machen rund ein Viertel der mexikanischen Exporte aus. Neben der Fertigung von Haushaltsgeräten, Unterhaltungselektronik, Computern und Handys hat sich inzwischen der Bau elektronischer Apparate und medizintechnischer Produkte etabliert. Um die Elektronikindustrie sind auch Cluster für Softwareentwicklung und für Multimedia entstanden.



Über 750 Millionen DVDs
jährlich werden im Werk von
Technicolor in Guadalajara
(Jalisco) hergestellt

Durch das VW-Werk in Puebla ist Mexiko auch in Deutschland als Automobilstandort bekannt, an dem inzwischen viele Konzerne produzieren. Neben Fahrzeugen exportiert Mexiko auch Fahrzeugteile. BMW unterhält in Mexiko ein großes Einkaufsbüro und auch andere Unternehmen suchen

zunehmend mexikanische Zulieferer. In der Luft- und Raumfahrtindustrie ist man gerade dabei, es dem Automobilsektor nachzumachen. Daneben bietet Mexiko auch traditionelle Industrieprodukte wie Baumaterialien, Metallwaren und Kunststoffzeugnisse an.



Mexiko ist ein bedeutender Automobilstandort, der Fahrzeuge und Fahrzeugteile exportiert.

In den USA gilt Mexiko als das „Italien Amerikas“. Diesen Ruf verdankt das Land nicht nur seinen historischen Stadt-Ensembles, Baudenkmalern und archäologischen Zonen, sondern auch den Kreationen des mexikanischen Designs, das sich aus einer langen und breiten Tradition im Kunsthandwerk

speist. Man findet zahlreiche Exporteure für Schmuck, Mode- und Konvektionsware sowie Accessoires für Wohnen und Möbel. Mexiko ist gerade dabei, sein Potenzial als Designer-Land stärker in die Welt hinaus zu tragen.



Der Tisch kulinarischer Köstlichkeiten ist in Mexiko reichlich gedeckt. Der „Garten der NAFTA“ tastet sich gerade vorsichtig an den europäischen Markt heran. Das Angebot tropischer Obst- und Gemüsesorten ist außerordentlich breit. Avocados, Chilis, Guaven, Mangos, Papayas oder Produkte von Agave und Nopal-Kaktus sind nur wenige Beispiele hierfür. Von den verarbeiteten Lebensmitteln

Mexikos sind hierzulande vor allem die flüssigen bekannt, allen voran der Tequila (nach dem gleichnamigen Ort Tequila), von dem Mexiko jährlich 312 Millionen Liter produziert, die Hälfte für den Export. Wer Abwechslung will, findet auch andere Agave-Brände wie den Mezcal aus Oaxaca oder den Sotol aus den Wüsten des Nordens.



Mexiko produziert jährlich 312 Millionen Liter Tequila. Die Produktion beginnt mühsam auf dem Feld mit der Ernte der Agaven-Strünke.

Mexiko – Großer Markt für Verkäufer

Mexiko ist nicht nur ein interessanter Marktplatz für Einkäufer, sondern auch für Verkäufer. Das Land ist ein idealer Standort, um den Markt in den USA und in Mittelamerika zu bedienen. Aber auch der mexikanische Binnenmarkt mit seinen Industriekunden und Endverbrauchern hat einiges zu bieten.

Die in Mexiko ansässige Industrie kommt als Kunde für Ausrüstung (Maschinen) und für Vorprodukte in betracht. Gesucht werden vor allem innovative Produkte und Lösungen, die zur Produktivitätssteigerung beitragen. Auch Themen wie Energieeffi-

zienz, alternative Energieerzeugung und umweltschonende Produktion spielen verstärkt eine Rolle.

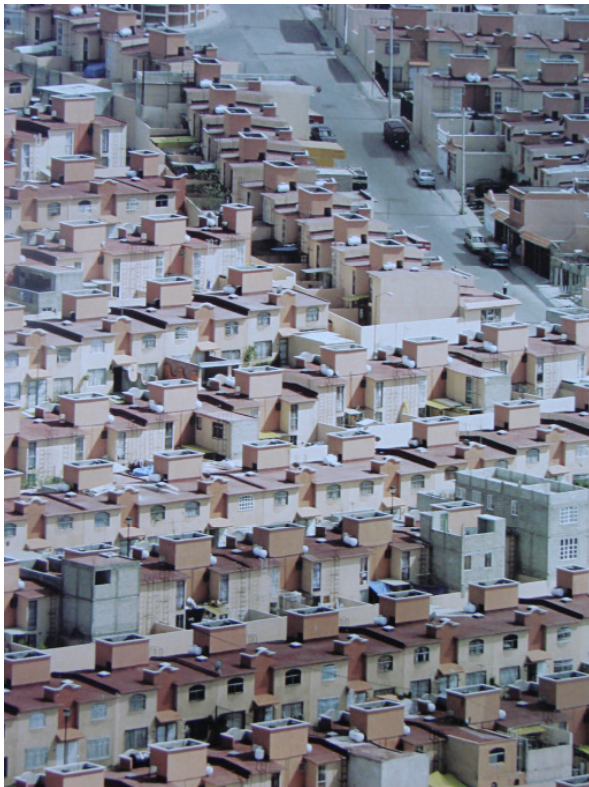
Zu den starken Branchen und damit potenziellen Industriekunden in Mexiko zählen die Hersteller von Elektro- und Elektronikprodukten, von Automobil- und Automobilteilen, von Metall- und Kunststoffzeugnissen, von Lebensmitteln und Getränken, sowie der Bergbau und die Öl- und Gasförderung. Im Aufbau begriffen ist die Luft- und Raumfahrtindustrie.



Bevölkerungswachstum und anhaltende Verstärkerung halten die Baubranche in Atem: Jährlich entstehen in Mexiko rund 500.000 neue Wohneinheiten.

Bausektor

Ein wichtiger Sektor ist die Bauindustrie, alleine im Wohnungsbau entstehen in Mexiko jährlich rund 500.000 neue Wohneinheiten. Auch der Gesundheitssektor bietet ein interessantes Absatzpotenzial



Mexiko zählt derzeit knapp 110 Millionen Einwohner mit einem jährlichen Zuwachs von rund einer Million. Rund 30% der Bevölkerung sind jünger als 15 Jahre, nur 5% über 65 Jahre alt. Damit verfügt das Land über ein weiterhin wachsendes Kundenpotenzial. Das Bruttoinlandsprodukt pro Kopf lag laut OECD 2008 bei knapp 15.000 USD, etwa dem Niveau von Russland und deutlich über dem der anderen BRIC-Staaten. Rund 20% der Mexikaner verfügen über ein mittleres, 2,5% über ein hohes oder sehr hohes Einkommen. Mexiko bietet somit einen interessanten Markt für hochwertige Konsumgüter, von Autos über Textilien, Accessoires für die Wohnung, bis hin zu Lebensmitteln wie z.B. Bier, Wein oder Käse. Qualitätsprodukte aus Deutschland besitzen in Mexiko einen hohen Imagewert.

Jährlich entstehen in Mexiko rund 500.000 neue Wohneinheiten: Ein interessanter Markt für Zulieferer der mexikanischen Bauindustrie.



Der Weg zu Geschäftspartnern in Mexiko

Das große Interesse an deutschen Qualitätsprodukten bewegt eine große Zahl von Mexikanern zum Besuch der einschlägigen Leitmesse in Deutschland, darunter vieler in Bayern. Man kann viele potenzielle mexikanische Geschäftspartner also auch hierzulande treffen.

Interessierte Händler

Ob in Mexiko oder in Deutschland, interessierte Händler finden in Mexikanern aufgeschlossene Partner und werden mit großer Freundlichkeit und Liebenswürdigkeit empfangen, die man unbedingt erwidern sollte. Als nüchterner Bayer sollte man keine Scheu haben, in Gespräche mit Mexikanern auch mal Persönliches und Humorvolles einfließen zu lassen.

Vertrauen aufbauen

Wenn die mexikanischen Gesprächspartner am Anfang unkonkret wirken sollten, ist dies nicht Ausdruck von Unentschlossenheit und mangelndem Geschäftsinteresse, sondern von höflicher Zurückhaltung bis zum Gegenüber ein Vertrauensverhältnis (confianza – ein Schlüsselbegriff in Mexiko) aufgebaut ist. In Mexiko brauchen die Dinge ihre Zeit. Wer ungeduldig wird und sich ärgert, hat schon verloren! Geduld und Ausdauer lohnen sich aber. Und noch eines sollte man wissen: Kaufen und Verkaufen gehen in Mexiko Hand in Hand, der Wunsch nach gegenseitigen Geschäften ist weit verbreitet. Selbst produzierende Unternehmer sehen sich als Händler und suchen oft gleichzeitig einen Lieferanten und einen Vertriebspartner.

Die bayerische Repräsentanz

Das Büro in Mexiko hilft Ihnen bei der Vermittlung von Geschäftskontakten und Ihren ersten Schritten auf dem Marktplatz Mexiko. Natürlich können der Repräsentant und seine Mitarbeiterin nicht alles selber machen, aber dafür verfügt die bayerische Vertretung in Mexiko über ein Netz von Partnern. Eine besondere Stärke Bayerns sind Partner in Bundesstaaten wie Jalisco, dem Estado de México oder Nuevo León. Denn in den Regionen ist man nahe an den Unternehmen und damit den potenziellen Geschäftspartnern der bayerischen Wirtschaft.

Kontakte in die Regionen

Die Pflege und der Ausbau der Beziehung zu wichtigen mexikanischen Bundesstaaten ist daher ein vordringliches Ziel. Daher ist der Repräsentant auch häufig als Handlungsreisender Bayerns in der mexikanischen „Provinz“ unterwegs, um neue Partner zu gewinnen. Der Stärkung dieses Netzwerkes dienen auch die Reisen von Delegationen aus Mexiko nach Bayern, ebenso wie Gegenbesuche aus dem Freistaat in Mexiko. Gerne gibt die Repräsentanz auch Anfragen aus Mexiko nach Bayern und aus Bayern nach Mexiko weiter. Vielleicht ließe sich auch eine Art Partnerbörse für den Handel entwickeln. Schließlich gilt es ja, Mexiko und Bayern zusammen zu bringen!