



VOM HINTERHOF ZUM GEFRAGTEN MARKT

Mexiko ist nicht mehr nur die verlängerte Werkbank der USA. Das Land hat sich als wichtiger Produktionsstandort für internationale OEMs etabliert. Doch während die Hersteller investieren, sind die Zulieferer noch vorsichtig.

- VON HANS-GERD SPELLEKEN -

Mit 2,4 Millionen Fahrzeugen jährlich und einer Exportquote von über 80 Prozent ist Mexiko der inzwischen fünftgrößte Exporteur von Fahrzeugen weltweit. Nur wenige Fahrzeuge sind allerdings für den eigenen Binnenmarkt gedacht, da dieser aufgrund liberaler Einfuhrbestimmungen für gebrauchte US-Fahrzeuge nicht optimal ausgebaut ist. Bis 2015 werden vor Ort vor-

aussichtlich etwa drei Millionen Fahrzeuge jährlich hergestellt.

EU GEWINNT VOR ORT AN GEWICHT

Die mexikanischen Automobilexporteure sind seit einigen Jahren dabei, sich von der starken Fokussierung auf Nordamerika zu lösen und zunehmend zu diversifizieren. Zwar ist der Nafta-Raum und vor allem der US-amerikanische Markt noch immer mit

Abstand Hauptabnehmer (2011: 63,5 Prozent). Allerdings erreichen lateinamerikanische Länder (2011: 15 Prozent) wie Brasilien, Chile, Kolumbien und Argentinien immer höhere Anteile. Zudem konnte die EU und dabei insbesondere Deutschland an Gewicht zulegen und vermerkte 2011 einen Anteil von 10,3 Prozent. Der ehemalige „Hinterhof der USA“ hat sich somit nachweisbar zu einem erfolgreichen Markt entwickelt.

Problematisch ist allerdings die verwirrende Markenpolitik, die kaum Kontinuität und Bindung erlaubt. Traditionell zeichnet sich das große Schwellenland zudem mit einer symbiotischen Beziehung zu den Nafta-Partnern USA und Kanada aus. Kaum ein Modell entsteht aufgrund mexikanischer Wünsche (Nachfrage) oder Produktionsbedingungen (Angebot).

Mexiko ist als Mitglied der G20 und als zweitgrößte lateinamerikanische Volkswirtschaft inzwischen auch im Ranking des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) ein so genannter neuer Markt. Dabei ist das Land schon lange ein solider Industriestandort für deutsche Unternehmen.

Neben diesen sind vor allem internationale OEMs stark vertreten: Mit 14 Autofabriken der Konzerne General Motors, Volkswagen, Fiat, Nissan, Mazda und Toyota ist Mexiko inzwischen der acht größte Hersteller von Pkw. Hinzu kommen noch einmal so viele Lkw-Montagehallen.



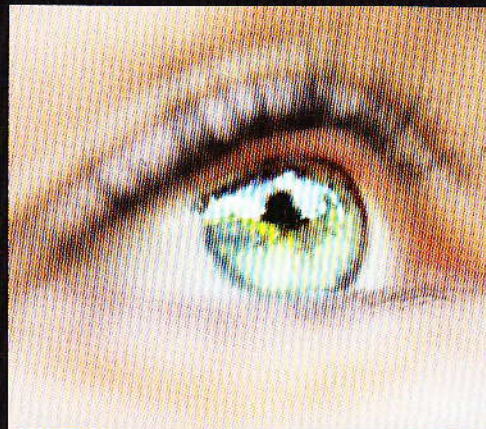
→ DIE WICHTIGSTEN GLOBALEN AUTOHERSTELLER

	2009	2010	2011
1	China	China	China
2	Japan	Japan	USA
3	USA	USA	Japan
4	Deutschland	Deutschland	Deutschland
5	Südkorea	Südkorea	Südkorea
6	Brasilien	Brasilien	Brasilien
7	Indien	Indien	Indien
8	Spanien	Spanien	Mexiko
9	Frankreich	Mexiko	Spanien
10	Mexiko	Frankreich	Frankreich

ATTRAKTIVER ALS BRASILIEN

Auch Mittelständler wie Luk, Gemag und Hella investieren massiv in den Produktionsaufbau. Dabei helfen die traditionell ausgeprägte Disziplin mexikanischer Industrie-

arbeiter und die geringen Wachstumshürden im Unternehmensumfeld. Allerdings entstehen den deutschen Autozulieferern auch massive Kosten für die Qualifizierung der Mitarbeiter. Die meist vollschulische Ausbil-



MIT ALLEN SINNEN entwickeln designen testen

imat-uve ist ein innovatives Entwicklungs- und Engineering-Unternehmen, das seine Kunden ganzheitlich von der Idee bis zum fertigen Bauteil oder Produkt unterstützt. Dies umfasst Design, Entwicklung und Erprobung sowie begleitende Dienstleistungen. Das Team arbeitet außerdem daran, Zukunftsszenarien zu entwickeln, mit denen zukünftige Bedürfnisse von Verkehrsteilnehmern in Bezug auf Design, Ergonomie und Komfort identifiziert werden können. Dies hilft unseren Entwicklern, Designern und Konstrukteuren, die Unternehmensmission „Unser Maßstab: Der Mensch“ umzusetzen.



Weitere Infos finden Sie unter www.imat-uve.de und auf unseren Facebook-, Xing- oder Twitter-Seiten.



Die mexikanischen Industriearbeiter, wie hier bei VW, sind sehr diszipliniert. Trotzdem müssen die Unternehmen weiter in die Personalentwicklung investieren.

dung und akademische Bildung sind zwar besser als ihr Ruf. Die richtige Personalentwicklung startet aber erst im Unternehmen. Das macht erhebliche betriebliche Maßnahmen notwendig, die in den niedrigen Löhnen nicht eingepreist sind.

Zu den Alleinstellungsmerkmalen Mexikos gehört die Vielzahl von Freihandelsabkommen bei gleichzeitig niedrigen Lohnkosten. Diese betragen einen Bruchteil des US-Niveaus bei weitgehend zollfreiem Handel der beiden Nachbarn. Sie werden aber unterlegt von einer durchgehend freihandelsorientierten Wirtschaftspolitik, die politischer Konsens ist. Auch nach dem vor kurzem vollzogenen Wechsel der Präsidentschaft zugunsten der Partei PRI unter dem neuen und scheinbar frischen Peña Nieto bleibt das Land klar auf seine wirtschaftsnahen Steuer- und Zollbestimmungen verpflichtet.

Viele Investoren vergleichen Mexiko mit Brasilien. Doch genau dieses ist der eigenen Industrieentwicklung mit großen Ambitionen und Anforderungen an ausländische Investoren mehr verbunden als dem freien Welthandel. Mexiko zieht derzeit daher deutlich mehr Investitionen an sich.

STARKE DEUTSCHE PRÄSENZ

Etwa 600 deutsche Industrieunternehmen sind in Mexiko schon tätig. Die umfangreichsten Projekte außerhalb von Puebla und Guanajato führen Nissan in Aguascal-

ientes, Ford in Hermosillo, Fiat-Chrysler in Derramadero sowie General Motors in San Luis Potosi durch. Damit erhöht sich das Volumen der in Mexiko ankommenden Direktinvestitionen auf sechs Milliarden Euro. Das bedeutet eine Verdoppelung gegenüber 2011. Besonders stark engagiert sich Audi in Puebla: Am traditionellen Standort von Volkswagen investiert die Konzerntochter zirka zwei Milliarden Euro in das weltweit führende Leitwerk zur Produktion des Q5. Entsprechend sind Produktions- und Logistikplaner von Audi bereits vor Ort tätig.

Auch andere mexikanische Bundesstaaten bereiten sich vor. Im Land herrscht ein Vertrauen auf die Nachhaltigkeit guter Wirtschaftspolitik, von der alle profitieren können. Beispiel Guanajato: Dort wird Volkswagen ab diesem Jahr etwa 330.000 Motoren jährlich für seine Werke in Puebla und Chattanooga (USA) herstellen. Dazu investiert der Konzern fast eine halbe Milliarde Euro.

SICHERHEIT BLEIBT EIN THEMA

„Mexiko ist ein sicheres Land, wenn Sie bestimmte Gebiete und Viertel vermeiden“, sagt Rodolfo Arévalo de la Garza, ein mit der bilateralen Handelskooperation aufgewachsener erfahrener Berater.

Ein wichtiges Thema für Mittelständler ist die Sicherheit im Land. Hier gibt es allerdings deutliche Entwarnung. Zwar sind die Bandenmorde an Brutalität und Häufung weltweit kaum übertroffen. Allerdings kon-

zentriert sich die Gewalt auf bestimmte entlegene Gebiete im Norden und Süden. Zielgruppe sind nicht ausländische Fachleute oder Unternehmer. Berater Arévalo meint dazu an die Adresse deutscher Unternehmer: „In den Städten und Industriezentren Mexikos bewegen sich deutsche Fachleute sicherer als in den meisten anderen Schwellenländern.“

MANGELNDE ZULIEFERERIMPULSE

Aus Sicht deutscher Branchenbeobachter ist das größte Wachstumshemmnis für Mexikos Automobilindustrie nicht die Sicherheit, sondern die mangelnde unternehmerische Kreativität der mexikanischen und deutschen Zulieferer. Während die mexikanischen Unternehmer traditionell in die USA blicken und von dort Innovationsimpulse für ihr Management erwarten, zögern deutsche Zulieferer – ganz im Gegensatz zu ihren OEM-Kunden – mit Standortinvestitionen in Mexiko. Dazu trägt auch bei, dass inhabergeführte Mittelständler gelenkte Marktwirtschaften wie Brasilien, China oder Russland als übersichtlicher empfinden. So muss beispielsweise Audi noch erhebliche Überzeugungsarbeit betreiben, um Firmen nach Mexiko zu locken.

Bedarf für kleine und mittlere deutsche Hersteller und deren Produkte in Mexiko besteht besonders bei der Metallverarbeitung (Guss- und Stanzteile) und bei Elektronikkomponenten, die derzeit weitgehend aus Asien importiert werden. Besonders gefragt sind aber auch Erstausrüster mit umfassendem Service sowie Werkzeughersteller.

Allerdings sollte das Land auch nicht unterschätzt werden. Zwar sind die Handels- und Gewerbarrieren gering: So ist etwa die Gründung einer GmbH und deren operativer Start schnell und günstig möglich ohne hohe Markteintrittsbarrieren wie zum Beispiel in Brasilien (Gesellschafts- und Geschäftsführungsrecht) oder den USA (Handelskultur, Prozessmanagement). Doch muss man sich in Mexiko auch wohl fühlen. Dazu gehören die Sprache und ein Minimum an Landeskenntnis, die ein entsandter Mitarbeiter als Geschäftsführer unbedingt mitbringen soll.

Berücksichtigt man diese eigentlich niedrigen Markteintrittsbarrieren, ist Mexiko ein für deutsche Firmen nahe liegendes Land zum Aufbau einer Auslandsproduktion. Denn Japan, Südkorea, Indien oder sogar Brasilien bergen höhere Risiken. x