

Christian-Titus Klaiber

Unternehmensgründungen in Mexiko

- auf der Suche nach Erfolgsfaktoren für
deutsche Unternehmer

IKO - Verlag für Interkulturelle Kommunikation

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Mexiko - Ein Traumland für deutsche Unternehmer?.....	3
1.2	Ziele des Buches.....	6
1.3	Aufbau des Buches.....	7
1.4	Definitionen.....	12
2	Theoretischer Teil	17
2.1	Allgemeiner Landesteil - Mexiko im Profil.....	19
2.1.1	Gesellschaftsprofil.....	20
2.1.1.1	Geschichtlicher Überblick Mexikos.....	20
2.1.1.2	Bevölkerung und Sozialstruktur.....	26
2.1.1.2.1	Zusammensetzung der Bevölkerung.....	26
2.1.1.2.2	Familie und Verwandtschaft.....	28
2.1.1.2.3	Religion und Kirche.....	34
2.1.1.2.4	Bildung und Ausbildung.....	36
2.1.1.2.5	Soziale Probleme und Konfliktpotentiale ...	44
2.1.1.3	Kultur.....	49
2.1.1.3.1	Externe Anpassung.....	50
2.1.1.3.2	Interne Integration.....	54
2.1.1.3.3	Verbindende Annahmen.....	60
2.1.2	Naturprofil.....	70
2.1.2.1	Geografie und Klima.....	70
2.1.2.2	Artenreichtum.....	73
2.1.2.2.1	Flora in Mexiko.....	73
2.1.2.2.2	Fauna in Mexiko.....	74
2.1.2.3	Ressourcenreichtum.....	75
2.1.2.3.1	Erdöl.....	75
2.1.2.3.2	Erdgas.....	76
2.1.2.3.3	Kohle und weitere Bodenschätze.....	76
2.1.2.4	Kontamination.....	77
2.1.2.4.1	Wasser.....	77
2.1.2.4.2	Wald.....	78

2.1.2.4.3	Luft	78
2.1.3	Wirtschaftsprofil	79
2.1.3.1	Wirtschaft im Überblick	79
2.1.3.2	Wirtschaftssektoren	81
2.1.3.2.1	Primärer Sektor - Agrarsektor	81
2.1.3.2.2	Sekundärer Sektor - Industrie	85
2.1.3.2.3	Tertiärer Sektor - Handel und Dienstleistungen	90
2.1.3.3	Deutsche Unternehmen in Mexiko	91
2.1.3.4	Aussenhandel Mexikos	93
2.1.3.4.1	Handelsbeziehungen Mexikos	93
2.1.3.4.2	Handelsbarrieren und Freihandels- abkommen	96
2.1.3.4.3	Direktinvestitionen	102
2.1.4	Technologieprofil	104
2.1.4.1	Energietechnologien	104
2.1.4.2	Verkehrstechnologien	105
2.1.4.2.1	Strassen	105
2.1.4.2.2	Eisenbahnen	107
2.1.4.2.3	Schifffahrt	107
2.1.4.2.4	Flugverkehr	108
2.1.4.3	Kommunikations- und Informationstechnologien	109
2.1.4.3.1	Kommunikationstechnologien	109
2.1.4.3.2	Informationstechnologien	110
2.1.5	Zusammenfassung allgemeiner Landesteil - Mexiko im Profil	113
2.2	Allgemeiner Business teil - Einflussgruppen	117
2.2.1	Staat	118
2.2.1.1	Politisches System	118
2.2.1.1.1	Exekutive	119
2.2.1.1.2	Legislative	120
2.2.1.1.3	Judikative	125
2.2.1.1.4	Politische Kultur	128
2.2.1.2	Bürokratie und Korruption	130
2.2.1.2.1	Beispiele für Korruption	131
2.2.1.2.2	Erklärungsversuche	132
2.2.1.2.3	Volkswirtschaftliche Effekte	135
2.2.1.2.4	Massnahmen und deren Evaluation	136

2.2.1.3	Steuersystem.....	139
2.2.1.3.1	Direkte Steuern.....	139
2.2.1.3.2	Indirekte Steuern.....	145
2.2.2	Mitarbeitende.....	150
2.2.2.1	Arbeitsmarkt.....	150
2.2.2.2	Arbeitsgesetz.....	152
2.2.2.3	Personalmanagement.....	153
2.2.2.3.1	Personalgewinnung.....	154
2.2.2.3.2	Personalbeurteilung.....	156
2.2.2.3.3	Personalthonorierung.....	157
2.2.2.3.4	Personalentwicklung.....	161
2.2.3	Gewerkschaften.....	166
2.2.3.1	Geschichtlicher Überblick.....	166
2.2.3.2	Aufbau des Gewerkschaftssystems.....	169
2.2.3.2.1	Gewerkschaften der öffentlichen Verwaltung.....	169
2.2.3.2.2	Gewerkschaften der Privatwirtschaft	169
2.2.3.2.3	Gewerkschaftsmitglieder.....	171
2.2.3.3	Gewerkschaftsrechte.....	172
2.2.3.3.1	Recht der Gewerkschaften auf Lohnverhandlungen.....	172
2.2.3.3.2	Streikrecht.....	173
2.2.4	Finanzinstitutionen.....	176
2.2.4.1	Banco de Mexico.....	176
2.2.4.2	Finanzmärkte.....	177
2.2.4.3	Banken.....	179
2.2.4.3.1	Geschichtliche Entwicklung des Bankensystems.....	180
2.2.4.3.2	Geschäftsbanken.....	182
2.2.4.3.3	Entwicklungsbanken.....	183
2.2.4.4	Kreditvergabepolitik.....	184
2.2.4.4.1	Kurzfristige Kredite.....	185
2.2.4.4.2	Langfristige Kredite.....	185
2.2.5	Kunden.....	189
2.2.5.1	Kundengruppen.....	190
2.2.5.1.1	Privatkunden.....	190
2.2.5.1.2	Gewerbliche Kunden.....	191

2.2.5.1.3	Öffentlicher Konsum.....	191
2.2.5.2	Konsumentenschutzgesetz.....	193
2.2.5.2.1	Konsumentenschutzrecht.....	193
2.2.5.2.2	Produkthaftpflicht.....	194
2.2.5.2.3	Preisüberwachung.....	195
2.2.5.3	Kaufverhalten privater Konsumenten.....	195
2.2.5.3.1	Verhalten.....	195
2.2.5.3.2	Kaufmotive.....	196
2.2.5.3.3	Externe Einflussfaktoren.....	197
2.2.6	Wettbewerber.....	200
2.2.6.1	Wettbewerbsrecht.....	200
2.2.6.1.1	Mexikanisches Kartellgesetz.....	200
2.2.6.1.2	Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb ...	203
2.2.6.1.3	Gesetz gegen Unternehmens- zusammenschlüsse.....	204
2.2.6.2	Gewerblicher Rechtsschutz.....	205
2.2.6.2.1	Gewerbliche Schutzrechte in Mexiko ...	205
2.2.6.2.2	Internationale Übereinkommen.....	212
2.2.6.3	Wettbewerbs- und Konkurrenzanalyse.....	213
2.2.7	Lieferanten.....	216
2.2.7.1	Lieferanten in Mexiko.....	216
2.2.7.1.1	Qualität.....	217
2.2.7.1.2	Liefertermine und Lieferzuverlässigkeit ..	217
2.2.7.1.3	Preise und Zahlungsmodalitäten.....	218
2.2.7.1.4	Persönliche Beziehung zwischen Lieferanten und Unternehmern.....	218
2.2.7.2	Verträge.....	219
2.2.7.2.1	Abschluss eines Kaufvertrages.....	220
2.2.7.2.2	Erfüllungsort und Lieferbedingungen ...	220
2.2.7.3	Vertragsrechte.....	221
2.2.7.3.1	Gewährleistungsrechte.....	221
2.2.7.3.2	Sicherungsrechte.....	222
2.2.8	Zusammenfassung allgemeiner Businessstil - Einflussgruppen	224
2.3	Besonderer Businessstil - WELKAM-Rahmenmodell.....	230
2.3.1	WISSEN.....	231
2.3.1.1	Investitionsmöglichkeiten.....	231
2.3.1.1.1	Motive für Investitionen.....	232

2.3.1.1.2	Investitionsumfeld Mexiko.....	232
2.3.1.1.3	Investitionsmöglichkeiten für ausländische Investoren.....	233
2.3.1.2	Gesellschaftsrechtliche Unternehmensformen	239
2.3.1.2.1	Sociedad Anónima.....	239
2.3.1.2.2	Sociedad Anónima de Capital Variable ...	243
2.3.1.2.3	Sociedad en Nombre Colectivo.....	244
2.3.1.2.4	Sociedad de Responsabilidad Limitada ...	244
2.3.1.2.5	Sociedad en Comandita Simple.....	245
2.3.1.3	Gesetzliche Rahmenbedingungen.....	246
2.3.1.3.1	Auslandsinvestitionsgesetz.....	246
2.3.1.3.2	Investitionsformen.....	249
2.3.1.3.3	Normen.....	252
2.3.1.4	Schritte zur Unternehmensgründung.....	253
2.3.1.4.1	Schritte zur Unternehmensgründung in Mexiko.....	253
2.3.1.4.2	Das SARE-System.....	256
2.3.2	EIGENSCHAFTEN.....	258
2.3.2.1	Persönliche Eigenschaften.....	258
2.3.2.2	Fachliche Eigenschaften.....	261
2.3.3	LEBEN.....	264
2.3.3.1	Kulturschock.....	264
2.3.3.2	Wohnen.....	271
2.3.3.3	Sicherheit.....	273
2.3.3.4	Aufenthaltsrecht.....	275
2.3.4	KONTAKTE.....	278
2.3.4.1	Kontaktsuche.....	279
2.3.4.1.1	Freunde.....	279
2.3.4.1.2	Anwälte und Banken.....	280
2.3.4.1.3	3-Säulen Konzept.....	280
2.3.4.1.4	Messen.....	281
2.3.4.1.5	Mexikanische Verbände und nationale Handelskammern.....	281
2.3.4.2	Kontaktaufnahme.....	282
2.3.4.2.1	Informationssammlung.....	282
2.3.4.2.2	Kulturelle Kenntnisse.....	283
2.3.4.3	Verhandlungen.....	285
2.3.4.3.1	Das 1. Geschäftstreffen.....	285

2.3.4.3.2	Der eigentliche Verhandlungsprozess . . .	287
2.3.4.4	Kontaktpflege.....	292
2.3.4.4.1	Der private Umgang.....	292
2.3.4.4.2	Gastgeschenke im privaten Bereich	292
2.3.4.4.3	Zeit bei privaten Einladungen.....	293
2.3.4.4.4	Kleidung bei privaten Einladungen	293
2.3.4.4.5	Tischordnung.....	294
2.3.4.4.6	Gesprächsthemen.....	294
2.3.5	ANALYSE.....	295
2.3.5.1	Risikoanalyse.....	295
2.3.5.1.1	Risiken in Mexiko.....	296
2.3.5.1.2	Risikomanagement in Mexiko.....	297
2.3.5.2	Standortanalyse.....	299
2.3.5.2.1	Unternehmensstandorte in Mexiko	300
2.3.5.2.2	Industrieparks.....	309
2.3.5.2.3	Erwerb von Grundeigentum durch Ausländer.....	311
2.3.6	MANAGEMENT.....	313
2.3.6.1	Finanzmanagement.....	313
2.3.6.1.1	Akkreditiv als Sicherungsinstrument	314
2.3.6.1.2	Kreditwürdigkeitsprüfung.....	314
2.3.6.1.3	Forderungseintreibung.....	315
2.3.6.2	Verkauf und Marketing.....	317
2.3.6.2.1	Marktforschung.....	317
2.3.6.2.2	Marketing-Mix.....	319
2.3.7	Zusammenfassung besonderer Businesssteil - WELKAM-Rahmenmodell.....	332
	Praktischer Teil.....	337
3.1	Untersuchungsdesign.....	340
3.2	Untersuchungsergebnisse.....	343
3.2.1	Themenbereich 1: Strategie, Planung und Gründung.....	346
3.2.1.1	Strategie und Planung.....	346
3.2.1.2	Gründung.....	350
3.2.2	Themenbereich 2: Finanzierung und Banken.....	352
3.2.2.1	Finanzierung.....	352

3.2.2.2	Banken.....	355
3.2.3	Themenbereich 3: Zölle und Normen.....	358
3.2.3.1	Zölle.....	358
3.2.3.2	Normen.....	360
3.2.4	Themenbereich 4: Gewerkschaften.....	362
3.2.5	Themenbereich 5: Kunden und Lieferanten.....	366
3.2.5.1	Kunden.....	366
3.2.5.2	Lieferanten.....	368
3.2.6	Themenbereich 6: Deutsche Produkte in Mexiko.....	372
3.2.7	Themenbereich 7: Mitarbeitende.....	375
3.2.7.1	Ausbildung mexikanischer Mitarbeiter.....	375
3.2.7.2	Mitarbeitergewinnung.....	376
3.2.7.3	Kritikfähigkeit mexikanischer Mitarbeiter.....	378
3.2.7.4	Motivation mexikanischer Mitarbeiter.....	380
3.2.7.5	Führung und Kontrolle.....	382
3.2.8	Themenbereich 8: Bürokratie und Korruption.....	384
3.2.8.1	Bürokratie.....	384
3.2.8.2	Korruption.....	386
3.2.9	Themenbereich 9: Verhandlungsprozesse.....	391
3.2.9.1	Kontaktaufnahme.....	391
3.2.9.2	Kontaktaufbau.....	392
3.2.9.3	Verhandlung.....	393
3.2.10	Themenbereich 10: Kulturunterschiede und Anpassung.....	396
3.2.10.1	Kulturunterschiede.....	396
3.2.10.2	Anpassung.....	399
3.2.11	Themenbereich 11: Familie des Unternehmensgründers.....	404
3.2.11.1	Unterstützung durch Ehefrau oder Partner.....	404
3.2.11.2	Sicherheit.....	406
3.3	Folgerungen aus der Untersuchung.....	408
4	Schlussteil.....	413
4.1	Resümee.....	415
4.2	Ausblick.....	421