

«Perspectivas México»: Handels- und Investitionsförderung für einen strategisch wichtigen Markt

Am 1. Juli 2001 trat das Freihandelsabkommen zwischen den EFTA-Staaten und Mexiko für die Schweiz in Kraft. Dieses erste transatlantische Freihandelsabkommen der Schweiz bietet hiesigen Unternehmen grosse Chancen: Mit über 100 Millionen Einwohnern und guten langfristigen Wachstumsaussichten gehört Mexiko zu den interessantesten Märkten der Welt. Dank eines dichten Netzes von 32 Freihandelsabkommen gewinnt das Land darüber hinaus als internationales Produktions- und Handelszentrum zunehmend an Bedeutung. Um das Potenzial Mexikos möglichst vielen Schweizer KMU zu vermitteln, haben Privatwirtschaft, Bund und die Universität St. Gallen auf Initiative der Lateinamerikanischen Handelskammer in der Schweiz (LAHK) zum Projekt «Perspectivas México» zusammengespant.

Mexiko ist längst kein Geheimtipp mehr. Die in den Achtzigerjahren stagnierende Volkswirtschaft – häufig geringschätzig als «Hinterhof der USA» bezeichnet – hat sich in den vergangenen Jahren zum zehntgrössten Markt der Welt und einem internationalen Produktions- und Handelszentrum ersten Ranges entwickelt. Das reale Wirtschaftswachstum lag in den Neunzigerjahren bei durchschnittlich nahezu 3% pro Jahr, trotz einer schweren Krise im Zeitraum 1994/1995. In der zweiten Hälfte der Neunzigerjahre be-



Thomas A. Zimmermann
Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Schweiz. Institut für Aussenwirtschaft und Angewandte Wirtschaftsforschung (SIAW-HSG) der Universität St. Gallen; Projektbeauftragter für «Perspectivas México»
Internet: www.zimmermann-thomas.de

trug das durchschnittliche Wirtschaftswachstum gegen 5%. Seine Attraktivität verdankt Mexiko einer Kombination aus interessantem Binnenmarkt und der Eignung als zentraler Investitionsstandort in der unternehmerischen Internationalisierungsstrategie.

Mexikanischer Binnenmarkt: gross, jung, konsumfreudig

Mexiko gehört bereits jetzt mit knapp über 100 Mio. Einwohnern zu den grössten Märkten der Welt. Diese Bedeutung wird in den nächsten Jahren angesichts des mit jährlich 2% höchsten Bevölkerungswachstums im OECD-Raum noch weiter zunehmen: Demografen rechnen heute mit einer Gesamtbevölkerung von 133 Mio. Einwohnern im Jahr 2025.

Die insgesamt junge Bevölkerung – etwa zwei Drittel der Mexikaner sind jünger als dreissig Jahre – zeichnet sich durch eine ausgeprägte Konsumkultur aus, wobei die USA bezüglich des angestrebten Lebensstils die Massstäbe setzen. Das auf den ersten Blick zwar eher niedrige durchschnittliche Pro-Kopf-Einkommen von zuletzt rund 5000 US-\$ darf – angesichts der höchst ungleichen Verteilung und der Grösse des Landes – nicht darüber

Mexiko hat in den letzten Jahren eines der weltweit dichtesten Netze von Wirtschaftsabkommen mit den wichtigen Wirtschaftsräumen USA, Kanada, der EU und einigen lateinamerikanischen Staaten aufgebaut. Seine Attraktivität als Investitionsstandort ist dadurch stark gestiegen.



Bild: Keystone

hinwegtäuschen, dass sich in den Agglomerationen mittlerweile eine grosse Ober- und Mittelschicht mit hoher Kaufkraft und ausgeprägtem Qualitätsbewusstsein etabliert hat. Schweizer Produkte geniessen unter den auf Status bedachten Käufern allgemein einen exzellenten Ruf auf Grund ihrer qualitativen Eigenschaften. Mit der Marktöffnung im Rahmen des Freihandelsabkommens werden sich die Absatzmöglichkeiten für Schweizer Produkte in Mexiko – sowohl im Konsumgüter- als auch im Investitionsgüterbereich – künftig deutlich verbessern.

Einzigartiges Netz von Wirtschaftsabkommen

Doch nicht nur als Absatzmarkt ist Mexiko zunehmend interessant: Mexiko hat sich in den letzten Jahren von der aussenwirtschaftlichen Abschottung und der Überregulierung ausländischer Investoren verabschiedet und einen liberalen Wirtschaftskurs eingeschlagen. Seine Attraktivität für ausländische Investoren ist dadurch stark gestiegen. Zwar sind zahlreiche vordringliche Reformvorhaben unerledigt, darunter vor allem eine längst überfällige Steuerreform und eine dringend notwendige Verbesserung der rechtsstaat-

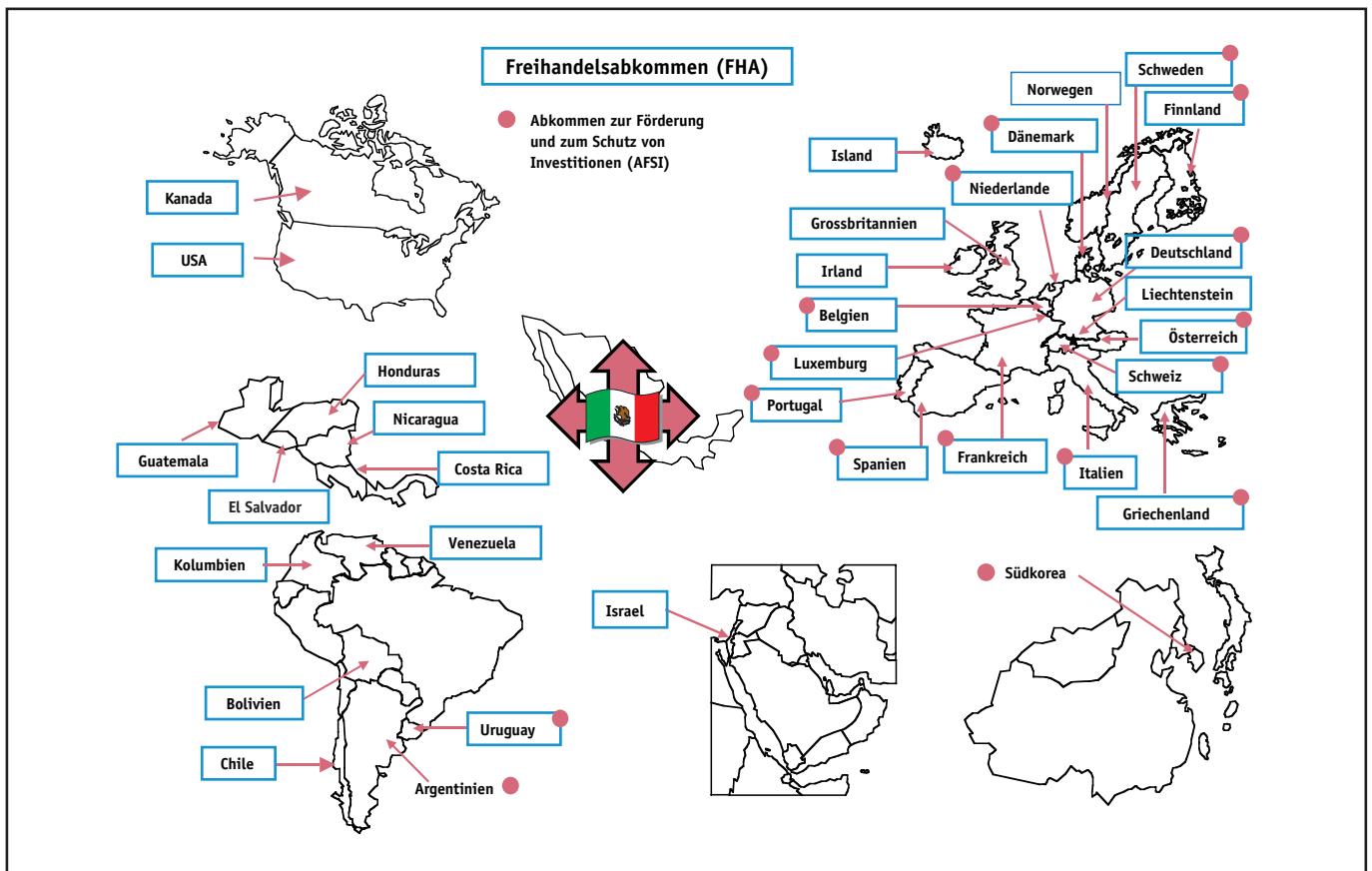
lichen Strukturen. In aussenwirtschaftlicher Sicht hat sich aber viel getan. Bemerkenswert ist hier vor allem der Aufbau eines der weltweit dichtesten Netze von Wirtschaftsabkommen. Derzeit werden rund 32 Freihandelsabkommen (FHA) mit wichtigen Wirtschaftsräumen wie den USA, Kanada, der EU und einigen lateinamerikanischen Staaten durch 17 Abkommen über die Förderung und den Schutz von Investitionen ergänzt (vgl. *Grafik 1*). Dieses Netz soll zukünftig noch ausgebaut werden: Mit Panama und Singapur sind die Verhandlungen bereits im Gange, mit Japan wird die Aufnahme entsprechender Gespräche sondiert, und langfristig wird auch ein Abkommen mit dem Mercosur¹ angestrebt.

Für Mexiko ist die verstärkte weltwirtschaftliche Einbindung ein Weg, um sich als internationale Drehscheibe für Produktion und Distribution zu etablieren und für den Entwicklungsprozess dringend benötigtes ausländisches Kapital ins Land zu holen. Die Öffnung trägt inzwischen Früchte: Die ausländischen Direktinvestitionen sind von durchschnittlich 3,6 Mrd. US-\$ pro Jahr im Zeitraum 1988–1993 auf durchschnittlich

¹ Mercosur = Mercado Comun del Sur; das heisst gemeinsamer Markt südamerikanischer Staaten. Dazu gehören als Vollmitglieder Argentinien, Brasilien, Uruguay und Paraguay. Assoziierte Mitglieder sind Chile und Bolivien.

Grafik 1

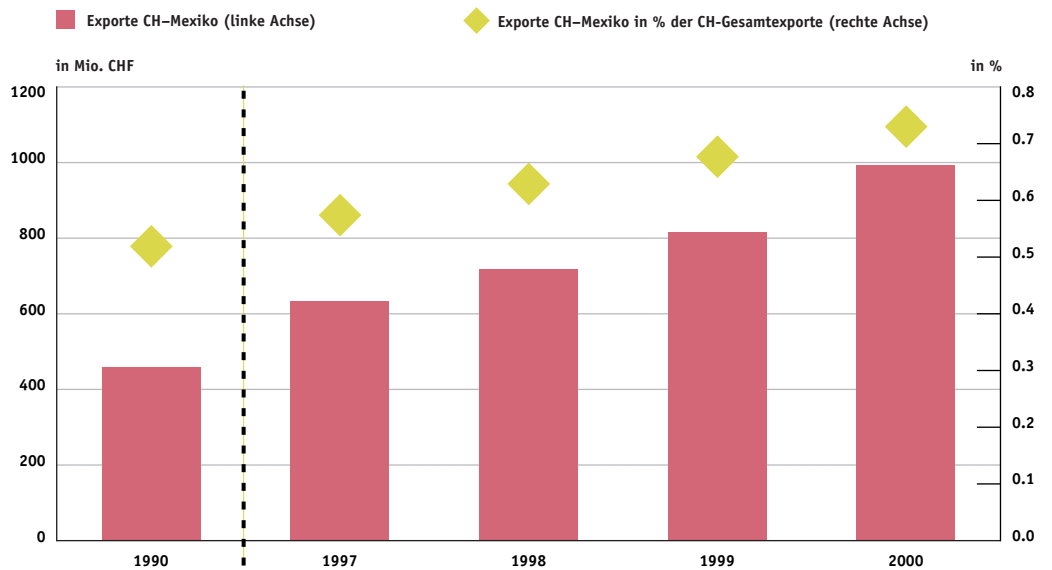
Mexiko: ein dichtes Netz von Wirtschaftsabkommen



Quelle: Secretaría de Economía; Thomas A. Zimmermann / Die Volkswirtschaft

Grafik 2

Schweizer Exporte nach Mexiko im Zeitablauf



Quelle: Oberzolldirektion (Daten); Thomas A. Zimmermann / Die Volkswirtschaft

12,5 Mrd. US-\$ pro Jahr im Zeitraum 1994–2000 angestiegen. Durch die räumliche Nähe zu den USA sowie durch den zeitlichen Vorsprung, den das NAFTA-Abkommen gegenüber den Abkommen mit anderen Wirtschaftsräumen hat, machten bislang vor allem nordamerikanische Unternehmen von den Produktionsmöglichkeiten in Mexiko Gebrauch.

**Wirtschaftsbeziehungen
Schweiz–Mexiko: gut, aber ausbaufähig**

Die Dominanz der USA in den ausserwirtschaftlichen Beziehungen Mexikos ist bislang – trotz aller Diversifizierungsanstrengungen auf mexikanischer Seite – ungebrochen:

Mexiko bezieht rund drei Viertel seiner Importe aus den USA. Bei den Exporten gehen sogar rund neun Zehntel in das nördliche Nachbarland. Auch von den ausländischen Direktinvestitionen stammen nahezu zwei Drittel aus den USA. Demgegenüber machen Importe aus der Schweiz bislang nicht einmal ein halbes Prozent des mexikanischen Gesamtimports aus, und Schweizer Direktinvestitionen belaufen sich auf weniger als 1% der in Mexiko getätigten ausländischen Direktinvestitionen.

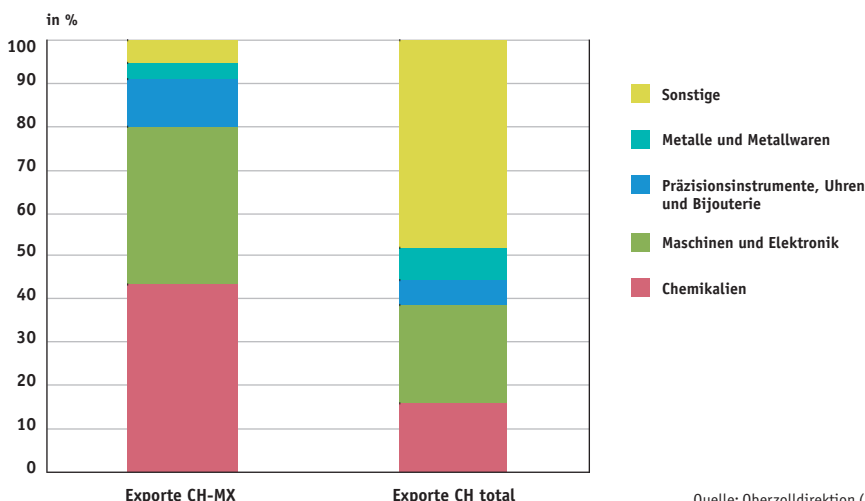
Dennoch hat die Bedeutung des mexikanischen Absatzmarktes für die Schweizer Wirtschaft in den vergangenen Jahren – mit Ausnahme eines Einbruchs im Gefolge der «Tequila-Krise» von 1994/1995 – stetig zugenommen. Im Jahr 2000 wurden Waren für nahezu 1 Mrd. Franken nach Mexiko ausgeführt; das sind 0,73% der Schweizer Ausfuhren gegenüber 0,52% im Jahr 1990 (vgl. Grafik 2). Sie konzentrieren sich zu rund 90% auf die chemische Industrie, den Maschinenbau und die Herstellung von Präzisionsinstrumenten – Branchen, die nur knapp die Hälfte der Schweizer Gesamtexporte ausmachen (vgl. Grafik 3).

Perspectivas México: Exportförderung durch Bereitstellung von Informationen

Mit dem Abschluss des Freihandelsabkommens EFTA-Mexiko, das für die Schweiz am 1. Juli 2001 in Kraft trat, wurde die rechtliche Grundlage für einen Ausbau der bilateralen Wirtschaftsbeziehungen wesentlich gestärkt (s. Kasten 1). Die Lateinamerikanische Handelskammer in der Schweiz (LAHK) hat daher

Grafik 3

Schweizer Exporte nach Mexiko: Zusammensetzung nach Branchen



Quelle: Oberzolldirektion (Daten); Thomas A. Zimmermann / Die Volkswirtschaft

die Initiative für das Projekt «Perspectivas México» ergriffen. Ziel des Projektes ist es zunächst, Schweizer Klein- und Mittelunternehmen für die strategische Bedeutung des Marktes und Produktionsstandortes Mexiko zu sensibilisieren und sie zu ermutigen, die Chancen eines Mexiko-Engagements für die Unternehmensentwicklung abzuklären. Darüber hinaus sollen entsprechende unternehmensindividuelle Marktforschungsanstrengungen und ein späterer Markteintritt durch die Bereitstellung von relevanten Informationen so weit als möglich unterstützt werden.

Diesen Zielen entsprechend wurden die Hauptinstrumente des Projektes konzipiert. Zum einen werden kurze Branchenbroschüren verfasst, in denen für ausgewählte Schwerpunkindustrien spezifische Hinweise zu Marktforschung und Markteintritt gegeben werden, zum anderen wird ein inhaltlich umfassender und branchenübergreifend gültiger Leitfaden zum Thema «Doing Business in Mexico» erstellt. Um Übersetzungsaufwand

und eine Bevorzugung einzelner Landessprachen zu vermeiden, werden sämtliche Projektunterlagen von vornherein in Englisch erstellt – aus der Überzeugung heraus, dass jene Unternehmen, welche sich für die Aufnahme eines Mexiko-Engagements eignen, typischerweise bereits über Exporterfahrungen und damit über hinreichende englische Sprachkenntnisse verfügen.

«Perspectivas México» lebt von einer engen Zusammenarbeit zwischen Unternehmen, Verbänden, dem Bund und dem Schweizerischen Institut für Aussenwirtschaft und Angewandte Wirtschaftsforschung an der Universität St. Gallen (SIAW-HSG), welches mit der Erstellung der Branchenbroschüren und des Leitfadens betraut ist. Die entsprechenden Netzwerke der Zusammenarbeit sind dabei nicht allein auf die Schweiz beschränkt sondern umfassen insbesondere auch mexikanische Unternehmen, Verbände und Behörden sowie die Schweizer Botschaft in Mexiko-Stadt (vgl. *Grafik 5*).

Kasten 1

Rechtliche Rahmenbedingungen für den Wirtschaftsverkehr mit Mexiko

In den vergangenen Jahren traten zwischen der Schweiz und Mexiko drei wichtige Abkommen in Kraft, welche die rechtliche Grundlage für die wirtschaftliche Zusammenarbeit zwischen beiden Ländern erheblich verstärken: Ein Doppelbesteuerungsabkommen, ein Investitionsschutzabkommen und ein umfassendes Freihandelsabkommen. Die Kerninhalte der drei Abkommen werden im Folgenden kurz umrissen.

Vermeidung der doppelten Besteuerung

Als Ältestes der drei Abkommen trat das Doppelbesteuerungsabkommen bereits im September 1994 in Kraft. Es dient der Vermeidung der doppelten Besteuerung des Einkommens, indem es den Vertragsparteien die Besteuerungsrechte für die einzelnen Einkommensarten zuweist. Das Abkommen sieht grundsätzlich vor, dass beide Parteien den natürlichen oder juristischen Personen der jeweils anderen Vertragspartei bei Steuerfragen Inländerbehandlung gewähren.

Schutz von Investitionen

Das Abkommen zur Förderung und zum gegenseitigen Schutz von Investitionen (AFSI; in Kraft getreten im März 1996) verpflichtet die Vertragsparteien dazu, Investitionen der jeweils anderen Vertragspartei nach Massgabe des innerstaatlichen Rechts zuzulassen sowie die zur Durchführung notwendigen Genehmigungen zu erteilen. Weiter gelten die Prinzipien der Inländerbehandlung und der Meistbegünstigung. Zusammen mit den Investitionsbestimmungen im Freihandelsabkommen (siehe unten) ergibt sich daraus, dass Schweizer Investoren prinzipiell nicht gegenüber mexikanischen Investoren oder solchen aus Drittstaaten (zum Beispiel den USA) benachteiligt werden dürfen. Das AFSI gewährt weiter die Transferfreiheit von Gewinnen, Dividenden, Zinsen, Lizenzgebühren etc. Von zentraler Bedeutung sind zudem die Vorschriften über die Enteignung ausländischer Investoren, welche die Spielräume für Enteignungen stark einschränken und überdies ein Recht auf Schadensersatz gewähren.

Daneben verbietet das AFSI bestimmte Auflagen wie Exportauflagen, die Verpflichtung zur Verwendung lokal hergestellter Vorleistungen oder Technologietransferverpflichtungen. Allerdings sind Sektorausnahmen möglich, ebenso Verpflichtungen zur Schaffung von Arbeitsplätzen und zur Ausbildung von Arbeitskräften sowie Restriktionen bei der Standortwahl.

Freihandelsabkommen: gradueller Zollabbau bis 2007

Die stärksten Erleichterungen für die bilateralen Wirtschaftsbeziehungen dürften vom Freihandelsabkommen (FHA) zwischen den EFTA-Staaten und Mexiko ausgehen, das für die Schweiz am 1. Juli 2001 in Kraft trat. Es regelt eine Vielzahl von Bereichen, die über den von FHA traditionell erfassten Industriegüterhandel hinausgehen.

Industriegüter

Bei Industriegütern sieht das Abkommen zunächst vor, dass Mexiko seine Zölle auf EFTA-Produkten schrittweise bis 2007 abbaut (vgl. *Grafik 4*), während die EFTA-Staaten ihre Zölle auf mexikanischen Industrieprodukten bereits bei Inkrafttreten völlig eliminierten. Mengenmässige Einfuhrbeschränkungen sind grundsätzlich verboten. Ausserdem schreibt eine an Art. III des General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) angelehnte Bestimmung die Inländerbehandlung bezüglich der internen Besteuerung und der Rechtsvorschriften vor. Auch bei anderen Handelsmassnahmen – wie technischen Handelshemmnissen, sanitären und phytosanitären Massnahmen, Subventionen, staatlichen Handelsunternehmen oder Anti-Dumping – wird auf den GATT-Rechtsbestand verwiesen.

Dienstleistungen

Über den Industriegüterhandel hinaus sind im FHA Disziplinen für «neue Themen» wie Dienstleistungen und Investitionen enthalten. Dabei lehnen sich auch die Regelungen für den Dienstleistungshandel in Struktur und Formulierung teilweise eng an die multilateralen Vereinbarungen im General Agreement on Trade in Services (GATS) an. Sie enthalten allerdings weiter gehende Liberalisierungszugeständnisse. Neben einem Verbot zahlreicher mengenmässiger Beschränkungen im Dienstleistungssektor gilt – mit Ausnahmen – das Prinzip der Meistbegünstigung ab Inkrafttreten. Die Inländerbehandlung wird hingegen erst phasenweise eingeführt. Interessant sind aus schweizerischer Sicht vor allem die Liberalisierungsschritte im Bereich der Finanzdienste: Schweizer Finanzdienstleistungsanbieter können nun u.a. Tochtergesellschaften mit 100% Kapitalbeteiligung errichten.

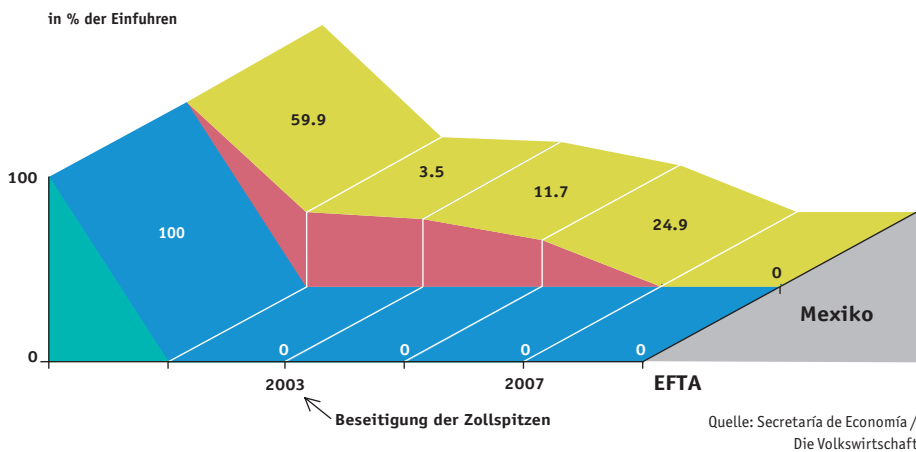
Weitere Marktöffnungsverpflichtungen

Weitere Marktöffnungsverpflichtungen sind in einem Abschnitt über das öffentliche Beschaffungswesen enthalten. Daneben enthält das Abkommen Vorschriften zum Schutz des Geistigen Eigentums, welche den bisherigen internationalen Schutzstandard bekräftigen und in einzelnen Bereichen darüber hinausgehen. Die im FHA ebenfalls enthaltenen Bestimmungen zum Schutz des Wettbewerbs führen eine begrenzte Zusammenarbeit sowie einen Konsultationsmechanismus für Wettbewerbsfragen ein. Daneben enthält das Abkommen – erstmalig für ein FHA der EFTA-Staaten – auch Regelungen zu Investitionen. Diese sehen eine weit gehende Transferfreiheit vor und bestimmen ausserdem, dass nach drei Jahren die verbleibenden Investitionshemmnisse im Hinblick auf eine weitere Liberalisierung überprüft werden sollen.

Schliesslich hat jeder EFTA-Staat mit Mexiko ein separates Abkommen für den Agrarhandel unterzeichnet, das in einzelnen Teilbereichen eine begrenzte Marktöffnung vorsieht.

Grafik 4

Der Zollabbaukalender im Freihandelsabkommen EFTA-Mexiko



Erster Schritt: Auswahl von Branchen mit besonderem Potenzial

Angesichts begrenzter Projektressourcen und der daraus resultierenden Unmöglichkeit zur Berücksichtigung aller Schweizer Exportsektoren bestand die Aufgabe zunächst darin, Branchen mit besonderem Potenzial für ein wirtschaftliches Engagement in Mexiko zu ermitteln. Folgende Zielsetzungen waren bei der Auswahl der Sektoren massgeblich:

1. Es sollte sich um Sektoren handeln, für deren Produkte in Mexiko ausreichende Marktchancen und Marktzutrittsmöglichkeiten bestehen. Hierfür wurde neben der Analyse von Statistiken und Sekundärquellen eine Befragung von bereits in Mexiko ansässigen Schweizer Unternehmern mittels Fragebogen durchgeführt.
2. Gemäss den Erkenntnissen der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung waren Sektoren mit hoher Exporterfahrung auszuwählen, da sich Mexiko als geografisch wie kulturell «weit entfernter» Markt weniger für Erstexporteure eignet. Als guter Indikator für die «Reife» eines Exportsektors erwies sich dabei der *Anteil* der Exporteure an der Gesamtbranche, welche der Eidgenössischen Betriebszählung entnommen werden konnte.
3. Um insbesondere dem Anliegen der Förderung kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) gerecht zu werden, sollten Sektoren ausgewählt werden, in denen eine hohe *Anzahl* exportierender KMU tätig sind. Eine einseitige Orientierung an Exportvolumina hätte eine Verzerrung des Bildes zugunsten der Grossunternehmen bedeutet.
4. Es war auf einen einigermaßen ausgeglichenen Branchenmix zu achten.

Die auf diesem Wege für die Studien ausgewählten «Prioritätssektoren» sind die Herstellung von Werkzeugen/Werkzeugmaschinen,

die Herstellung von Präzisionsinstrumenten (Messgeräte und Qualitätssicherung), die Medizintechnik, die pharmazeutische Industrie sowie hochwertige Konsumgüter. Auf die Behandlung der als interessant identifizierten Dienstleistungssektoren (insbesondere Tourismus und Finanzdienste) musste angesichts ihrer besonderen Charakteristika und auf Grund zeitlicher wie finanzieller Restriktionen in diesem ersten Projektlauf bedauerlicherweise verzichtet werden.

Zweiter Schritt: Design von Informationsinstrumenten

In einem zweiten Schritt waren Instrumente zu konzipieren, welche den Informationsbedürfnissen der KMU gerecht werden. Die Konzeption dieser Instrumente fand in einem zunehmend schwierigen Spannungsfeld statt: Einerseits deuten empirische Untersuchungen auf sehr individuelle Informationsbedürfnisse bei Unternehmen hin, welche letztlich eine Reflexion der hohen und weiter zunehmenden Spezialisierung in modernen Volkswirtschaften sind. Umgekehrt kann ein aus knappen öffentlichen Mitteln gefördertes Projekt nicht die individuelle Marktforschung und Markteintrittskonzeption für einige wenige Unternehmen übernehmen. Ziel konnte daher nur sein, die Unternehmen für diese individuellen Anstrengungen zu rüsten.

Aufgelöst wird dieser Konflikt durch einen zweistufigen Ansatz: Einerseits werden für die Prioritätssektoren *kurze Brancheninformationen* zusammengestellt, welche – soweit verfügbar – branchenspezifische Daten zu Handel, Produktion, Investitionen und Marktzutrittsbedingungen enthalten und den Unternehmen eine erste Einschätzung des Marktpotenzials und der Wettbewerbssituation bieten sollen. Weiter wird in diesen Broschüren auf mexikospezifische Vermarktungspraktiken und Erfolgsfaktoren eingegangen. Ebenfalls werden branchenbezogene Kontaktadressen und Hinweise auf Informationsquellen in die Broschüren aufgenommen.

Andererseits wird ein *branchenübergreifender Leitfaden zum Thema «Doing Business in Mexico»* erstellt. Zur Ermittlung der relevanten inhaltlichen Elemente wurden zunächst bestehende Instrumente von Aussenhandelsinformationsstellen (zum Beispiel Schweiz. Zentrale für Handelsförderung OSEC, Bundesstelle für Aussenhandelsinformation in Deutschland, Auslandshandelskammern etc.) auf ihren Inhalt hin analysiert, um ein möglichst vollständiges Inhaltsraster zu entwickeln. Dieses wurde dann im Dialog mit den KMU bereinigt. Ebenso fanden bereits durchgeführte Studien zu den Informationsbedürfnissen von exportierenden Unter-

nehmen Eingang in den Selektionsprozess. Schliesslich wurden die bereits in Mexiko ansässigen Schweizer Unternehmen nach wichtigen Erfolgsfaktoren oder Problemen ausländischer Unternehmen beim Markteintritt befragt, um solche Fragestellungen prioritär behandeln zu können.

In diesem Leitfaden werden Unternehmen somit vor allem Informationen finden, die zur Durchführung eigener Marktforschung und zur selbständigen Vorbereitung eines Markteintritts notwendig sind. Daneben wird die aktuelle Situation Mexikos und der Rechtsrahmen für die Geschäftstätigkeit erläutert. Hinweise auf zentrale Kontaktstellen runden das Informationsangebot ab. Im Unterschied zu bereits bestehenden Dokumentationen anderer (vornehmlich ausländischer) Anbieter wird das Dokument stark auf die Bedürfnisse schweizerischer Exporteure zugeschnitten sein – etwa indem auf die Vermarktungsmodalitäten unter dem Freihandelsabkommen zwischen der Schweiz und Mexiko eingegangen wird, oder indem Erfahrungen bereits in Mexiko etablierter schweizerischer Unternehmen berücksichtigt werden können.

Dritter Schritt: Sammlung und Zusammenstellung der Informationen

Um das Inhaltsraster mit aktuellen und praxisnahen Informationen auszufüllen, wurden mehrere Methoden angewandt. Neben der Auswertung von statistischen Daten, Rechtstexten und vorhandener Sekundärliteratur wurde eine schriftliche Befragung unter den Mitgliedsunternehmen der «Asociación Empresarial Mexicano-Suiza» durchgeführt, einer Vereinigung schweizerischer Unternehmen in Mexiko. Der Bogen enthielt Fragen zu Marktchancen, zum Handels- und Investitionsklima, zu den Erfolgsfaktoren und Risiken auf dem mexikanischen Markt sowie zu Hilfestellungen und Referenzen für neu eintretende Marktteilnehmer. Ergänzt wurden die im Rahmen der Befragung gewonnenen Informationen durch persönliche Interviews des Studienbeauftragten mit Unternehmen, Verbänden und Behörden im Rahmen eines Mexiko-Aufenthaltes.

Da es in Mexiko keine Schweizer Auslandshandelskammer gibt, kam der engen Zusammenarbeit mit den Projektpartnern und der Schweizer «Business Community» vor Ort bei der Informationsbeschaffung eine besondere Bedeutung zu. Sie konnte einen adäquaten Ersatz für jene Netzwerke gewährleisten, die ansonsten in Auslandshandelskammern vorhanden sind.

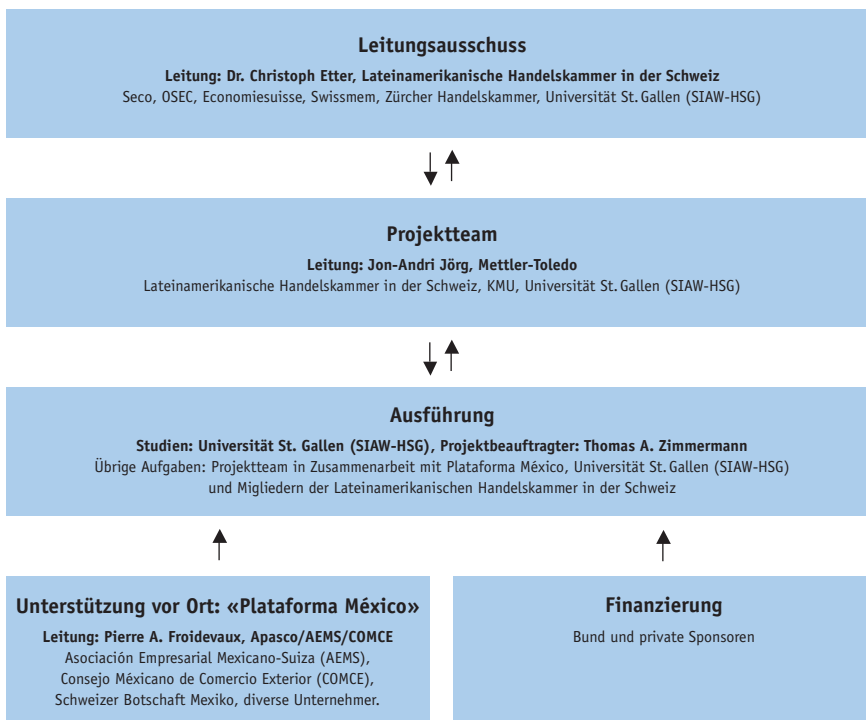
Vierter Schritt: Roll-Out

Von besonderer Bedeutung für den Projekterfolg wird die Publizität des Projektes in der Unternehmenswelt sein. Hierfür werden zunächst die in den Prioritätssektoren tätigen Unternehmen über Schweizer Unternehmensverzeichnisse und Datenbanken ermittelt. Die entsprechenden Listen werden anschliessend in Zusammenarbeit mit Multiplikatoren wie Verbänden oder Kammern ergänzt und bereinigt. Diesen ist gemeinsam, dass sie über einen guten Industrieüberblick verfügen. Ausserdem sind sie in vielen Fällen die erste Anlaufstelle von KMU bei der Planung und Aufnahme von Auslandsengagements, wodurch sie die Exporteignung und -erfahrung ihrer Mitglieder in der Regel kennen. Die in diesem Prozess selektierten Unternehmen werden im ersten Semester 2002 gezielt zu Informationsveranstaltungen eingeladen, an denen eine aktuelle Einführung über Mexiko als Markt und Produktionsstandort gegeben wird und die erstellten Informationsinstrumente abgegeben werden. Für jede Veranstaltung wird zudem die Einbindung eines KMU-Vertreters, der über praktische Mexiko-Erfahrungen berichten kann, angestrebt.

Auch interessierte Unternehmen ausserhalb der Prioritätssektoren werden Gelegenheit erhalten, sich über das Projekt zu infor-

Grafik 5

Organisation von «Perspectivas México»



Quelle: Thomas A. Zimmermann / Die Volkswirtschaft



Bild: Keystone

Ziel des Projektes «Perspectivas México» ist es zunächst, Schweizer Klein- und Mittelunternehmen für den Markt und Produktionsstandort Mexiko zu sensibilisieren. Darüber hinaus sollen relevante Informationen unternehmensindividuelle Marktforschungsanstrengungen und einen späteren Markteintritt so weit als möglich unterstützen. Im Bild: Feiern zum 91. Jahrestag der Revolution in Mexico City.

mieren und die Informationsveranstaltungen zu besuchen. Zu diesem Zweck werden die Projektbeteiligten eine aktive Pressearbeit betreiben. Schliesslich wurde ein Internetauftritt erstellt (www.perspectivas-mexico.ch), über den weitere Informationen abgerufen werden können.

die Erwartung, dass das Projekt dieses Informationsdefizit im Hinblick auf Mexiko zumindest teilweise beseitigen kann. Bei einem Erfolg könnte das hierbei entwickelte Modell auch nach dem Abschluss anderer Wirtschaftsabkommen eingesetzt werden. ■

«Perspectivas México» als Umsetzungshilfe für das Freihandelsabkommen

Die Initiative für das Projekt «Perspectivas México» beruht auf der Erkenntnis der Projektbeteiligten, dass der Abschluss von Wirtschaftsabkommen für sich alleine noch nicht ausreicht, um die ökonomisch wünschenswerte Vertiefung der wirtschaftlichen Zusammenarbeit herbeizuführen. Grund hierfür ist nicht selten ein Mangel an Information (genauer: an Kapazität zur Informationsverarbeitung), welcher letztlich den öffentlichen Einsatz rechtfertigt: KMU verfügen – im Gegensatz zu Grossunternehmen mit spezialisierten Stabsabteilungen – nicht über die Kapazitäten, um die häufigen Veränderungen der internationalen Rahmenbedingungen zu beobachten und wichtige Ereignisse (wie das Inkrafttreten des Freihandelsabkommen EFTA-Mexiko) zu analysieren. Die am Projekt «Perspectivas México» Beteiligten verbindet

Kasten 2

Weiterführende Informationen

Schweizer KMU, welche sich für die Teilnahme an den Informationsveranstaltungen zu Mexiko im Frühjahr 2002 interessieren, sind herzlich eingeladen, sich beim Sekretariat der Lateinamerikanischen Handelskammer zu melden: Tel. 01 271 63 73, Fax 01 275 87 98 oder E-Mail: info@perspectivas-mexico.ch. Weitere Informationen über «Perspectivas México» sind im Internet unter www.perspectivas-mexico.ch verfügbar. Einladungen zu den Informationsanlässen werden im Laufe des ersten Semesters 2002 versandt.