

Der Mexiko-Selbsttest

Fünf Tore für jeden Auslandsmarkt. Eines für Mexiko. Eine Entscheidung.

Wir haben diesen Test gebaut, weil wir beides zu oft gesehen haben: Unternehmen, die einen Auslandsmarkt betreten, ohne geprüft zu haben, ob sie eintrittsfähig sind. Und Unternehmen, die zehn Jahre beobachten, während ein Wettbewerber die Kundenbeziehung übernimmt.

Austreberto De Gyves García hat als Managing Consultant den Markteintritt eines US-amerikanischen Herstellers nach Nuevo León operativ verantwortet, von der Standortentscheidung bis zum laufenden Betrieb. Janek Metz kommt aus dem technischen Vertrieb im Mittelstand und weiß, wie diese Entscheidungen in einer Geschäftsführung tatsächlich fallen.

Wir verdienen kein Geld daran, dass Sie nach Mexiko gehen, sondern daran, dass Ihre Entscheidung trägt. Ein Nein ist hier ein zulässiges Ergebnis.

Austreberto De Gyves García · Janek Metz

WARUM JETZT

22. Mai 2026 Modernisiertes Globalabkommen EU Mexiko unterzeichnet. Nahezu vollständiger Abbau mexikanischer Zölle auf EU-Waren und flexiblere Ursprungsregeln.	9. April 2026 LFIIED im Diario Oficial veröffentlicht. Rahmen für gemischt öffentlich-private Infrastruktur, Laufzeiten von 4 bis 40 Jahren. Gilt für infrastrukturnahe Vorhaben.	2026 bis 2030 Plan México, Investitionsprogramm über MX\$5,6 Billionen. Verschiebt Beschaffungsentscheidungen, die heute getroffen werden und Jahre binden.
---	---	---

BEWERTUNG

2 = Ja, belegbar · 1 = Teilweise · 0 = Nein · ? = Unbekannt. Zählen Sie die Fragezeichen getrennt mit. Sie sind der wertvollste Teil dieses Tests.

01

Exportfähigkeit

SUMME

Ist Ihr Produkt versandfähig, zertifizierbar und außerhalb Europas verkäuflich?

Erzielen Sie heute mehr als 20 Prozent Ihres Umsatzes außerhalb des DACH-Raums?	2	1	0	?
Lässt sich Ihr Produkt ohne wesentliche technische Anpassung außerhalb Europas verkaufen?	2	1	0	?
Verfügen Sie über Zertifizierungen, die außerhalb Europas anerkannt sind, etwa UL, IATF oder ISO?	2	1	0	?

02

Preisliche Verteidigungsfähigkeit

SUMME

Halten Sie Ihre Marge, wenn ein lokaler Anbieter deutlich günstiger auftritt?

Gewinnen Sie Aufträge regelmäßig über Leistung statt über den Preis?	2	1	0	?
Können Sie den Vorteil Ihres Produkts beim Kunden in Zahlen belegen, etwa Ausschussquote oder Standzeit?	2	1	0	?
Bleibt Ihr Angebot tragfähig, wenn ein lokaler Wettbewerber 30 Prozent unter Ihrem Preis liegt?	2	1	0	?

03

Ambition und Verbindlichkeit

SUMME

Ist Auslandsexpansion eine Entscheidung der Geschäftsführung oder ein Thema im Hinterkopf?

Ist ein Markteintritt außerhalb Europas in Ihrer Mittelfristplanung genannt und mit Budget hinterlegt?	2	1	0	?
Gibt es eine benannte Person in der Geschäftsführung, die den Markteintritt verantwortet?	2	1	0	?
Wären Sie bereit, in den ersten 24 Monaten ohne positiven Deckungsbeitrag zu arbeiten?	2	1	0	?

04 Tragfähiges Eintrittsmodell

SUMME

Wissen Sie, welche Form von Präsenz Ihr Geschäft tatsächlich verlangt?

Ist geklärt, ob Ihr Geschäft im Zielmarkt Vertrieb, Montage oder Fertigung erfordert?

Haben Sie Erfahrung mit Distributoren außerhalb Europas, positiv oder negativ?

Ist Ihr Produkt so kalkuliert, dass Fracht, Zoll und Lagerhaltung die Marge nicht aufzehren?

05 Regulatorische Passung

SUMME

Kennen Sie die Auflagen im Zielmarkt, oder vermuten Sie nur, dass sie beherrschbar sind?

Kennen Sie die im Zielmarkt geltenden Produktnormen und den Aufwand ihrer Erlangung, etwa NOM in Mexiko?

Ist geprüft, ob Ihre Ursprungsnachweise die Präferenzregeln der einschlägigen EU-Handelsabkommen erfüllen?

Sind Ihre Verträge und Ihr geistiges Eigentum außerhalb Europas durchsetzbar abgesichert?

06 Konkrete Nachfrage-Nische

SUMME

Ab hier geht es konkret um Mexiko. Gibt es dort einen Kunden, oder nur einen interessanten Markt?

Können Sie mindestens drei bestehende Kunden nennen, die in Mexiko bereits fertigen oder beschaffen?

Wissen Sie, ob ein direkter Wettbewerber aus Ihrer Branche bereits vor Ort präsent ist?

Haben Sie in den letzten zwölf Monaten eine Anfrage aus Mexiko oder Nordamerika erhalten, die Sie nicht bedienen konnten?

Auswertung

26 bis 36

Jetzt handeln

Die Voraussetzungen liegen vor. Ihr Risiko ist Zeitverlust, nicht Fehlinvestition. Nächster Schritt ist ein belastbarer Eintrittsplan, keine weitere Marktstudie.

15 bis 25

Mit Auslöser beobachten

Ein oder zwei Tore sind offen. Definieren Sie einen datierten Auslöser, bei dessen Eintreten Sie entscheiden. Ohne Auslöser wird aus Beobachten stilles Nichtstun.

0 bis 14

Bewusst zurückstellen

Ein Eintritt würde heute Kapital und Führungsaufmerksamkeit binden, ohne dass die Grundlagen tragen. Eine gute Entscheidung, sofern sie bewusst getroffen wird.

Die Fragezeichen-Regel

Haben Sie mehr als sechs Fragen mit „unbekannt“ beantwortet, sagt Ihre Punktzahl wenig aus. Sie haben dann kein Mexiko-Problem, sondern ein Informationsproblem. Das ist der günstigste Zustand von allen, weil er sich in vier Wochen auflösen lässt.

Die K.o.-Regel

Erreicht ein einzelnes Tor 1 Punkt oder weniger, ist dieses Tor ein Ausschlusskriterium, unabhängig von der Gesamtpunktzahl. Sechs starke Tore und ein blockiertes Tor ergeben ein Projekt, das achtzehn Monate später an genau dieser Stelle stehen bleibt.

Und die Frage, die dieser Test nicht beantworten kann:

Wer ist bei Ihrem wichtigsten Kunden gerade näher dran als Sie?

Was danach kommt

Wir prüfen Ihr Ergebnis in einem 45-minütigen Gespräch gegen die tatsächliche Lage in Ihrem Segment. Ergebnis ist eine von drei Einordnungen: handeln, beobachten oder bewusst zurückstellen. Ziel ist eine Entscheidung, kein Verkaufsgespräch.

Gespräch anfragen · [\[E-Mail\]](#) · [\[Kalenderlink\]](#)

The Mexico Self-Assessment

Five gates for any foreign market. One for Mexico. One decision.

We built this assessment because we have seen both too often: companies entering a foreign market without testing whether they were ready to, and companies watching for ten years while a competitor takes over the customer relationship.

Austreberto De Gyves García led the market entry of a US manufacturer into Nuevo León as managing consultant, from site decision through to running operations. Janek Metz comes from technical sales in the German Mittelstand and knows how these decisions are actually made inside a management board.

We do not make money from your going to Mexico, but from your decision holding. A no is a permitted outcome here.

Austreberto De Gyves García · Janek Metz

WHY NOW

22 May 2026

Modernised EU Mexico Global Agreement signed. Near total removal of Mexican tariffs on EU goods and more flexible rules of origin.

9 April 2026

LFIIED published in the Diario Oficial. Framework for mixed public private infrastructure, contract terms of 4 to 40 years. Applies to infrastructure-adjacent projects.

2026 to 2030

Plan México, an investment programme of MX\$5.6 trillion. It moves sourcing decisions that are being taken now and will hold for years.

SCORING

2 = Yes, evidenced · 1 = Partly · 0 = No · ? = Unknown. Count the question marks separately. They are the most valuable part of this assessment.

01

Export Readiness

Is your product shippable, certifiable and sellable outside Europe?

TOTAL

Do you currently generate more than 20 percent of revenue outside the DACH region?

210?

Can your product be sold outside Europe without substantial technical adaptation?

210?

Do you hold certifications recognised outside Europe, such as UL, IATF or ISO?

210?

02

Price Defensibility

Does your margin hold when a local supplier undercuts you significantly?

TOTAL

Do you win orders regularly on performance rather than on price?

210?

Can you evidence your product's benefit at the customer in numbers, such as scrap rate or service life?

210?

Does your offer remain viable if a local competitor prices 30 percent below you?

210?

03

Ambition and Commitment

Is international expansion a management decision or a topic at the back of someone's mind?

TOTAL

Is a market entry outside Europe named in your medium-term plan and backed by budget?

210?

Is there a named person at management level accountable for the market entry?

210?

Would you accept operating without positive contribution margin for the first 24 months?

210?

04 Viable Entry Model

TOTAL

Do you know what form of presence your business actually requires?

Is it settled whether your business in the target market requires sales, assembly or manufacturing?

2 1 0 ?

Do you have experience with distributors outside Europe, positive or negative?

2 1 0 ?

Is your product costed so that freight, duties and warehousing do not consume the margin?

2 1 0 ?

05 Regulatory Fit

TOTAL

Do you know the requirements in the target market, or do you assume they are manageable?

Do you know the product standards applicable in the target market and the effort to obtain them, such as NOM in Mexico?

2 1 0 ?

Has it been verified that your proofs of origin meet the preference rules of the relevant EU trade agreements?

2 1 0 ?

Are your contracts and your intellectual property enforceably protected outside Europe?

2 1 0 ?

06 Concrete Demand Pocket

TOTAL

From here it is specifically about Mexico. Is there a customer there, or only an attractive market?

Can you name at least three existing customers already manufacturing or sourcing in Mexico?

2 1 0 ?

Do you know whether a direct competitor from your sector is already present on the ground?

2 1 0 ?

Have you received an enquiry from Mexico or North America in the last twelve months that you could not serve?

2 1 0 ?

Interpreting your score

26 to 36

Move on

The conditions are in place. Your risk is lost time, not misallocated capital. The next step is a defensible entry plan, not another market study.

15 to 25

Monitor with a trigger

One or two gates are open. Define a dated trigger that forces a decision. Without a trigger, monitoring quietly becomes doing nothing.

0 to 14

Deprioritise deliberately

Entry today would absorb capital and management attention without the fundamentals holding. A sound decision, provided it is made consciously.

The question mark rule

If you answered more than six questions with unknown, your score tells you little. You do not have a Mexico problem, you have an information problem. That is the cheapest position of all, because it can be resolved in four weeks.

The knockout rule

If any single gate scores 1 point or less, that gate is a disqualifier regardless of your total score. Six strong gates and one blocked gate add up to a project that stalls at exactly that point eighteen months later.

And the question this assessment cannot answer for you:

Who is closer to your most important customer right now than you are?

What happens next

We test your result against the actual situation in your segment in a 45-minute conversation. The outcome is one of three classifications: move, monitor or deliberately deprioritise. The goal is a decision, not a pitch.

Request a conversation · [Email] · [Calendar link]