

Die ‚Hauptstadt‘ Lateinamerikas

Natürlich kennt ein jeder den Spruch, dass man von seinen Fehlern lernen muss. Leider wird aber die zweite Seite dieses Aspektes leicht vergessen: Auch von den Erfolgen Anderer zu lernen.

Für ‚alte Lateinamerika Hasen‘ ist es z. B. eher verwunderlich, dass so wenig dessen, was die in der Region erfolgreicheren Unternehmen tun und lassen, den ‚Newcomern‘ bekannt zu sein scheint.

So ist für den erfahrenen Lateinamerika-Manager eine Binsenwahrheit, dass Miami (oder besser: Südflorida) das Wirtschafts- und Kommunikationszentrum Lateinamerikas ist. Nur selten würde er/sie deshalb versuchen, eine lateinamerikaweite Organisation von Mexiko-Stadt oder Sao Paulo aus aufzubauen und zu koordinieren – Miami ist hier schlicht und einfach die natürliche Wahl.

Selbstverständlich kann Zentralamerika von Mexiko aus mit bedient werden und die Mercosur-Staaten schon irgendwie von Sao Paulo aus; da hört es sich dann aber auch schon wieder auf. Bereits die geografische Weitläufigkeit, die geringeren Kommunikations- und Reiseoptionen, die kulturellen und politischen, aber auch die wirtschaftlichen und historischen Unterschiede, sind einer zentralen Verwaltung Lateinamerikas von ‚innen‘

her wenig dienlich. Übergreifende Aktivitäten in Lateinamerika (Latam) können in der Praxis halt leichter und effektiver von ‚außen‘ gesteuert werden. So gesehen ist es besser, dies eher von Frankfurt oder Stuttgart aus zu tun, als von einem der lokalen Marktzentren aus.

Natürlich sind die Umstände (Zeitunterschied, Reisekosten und Reisedauer, sprachliche und kulturelle Erfahrungen und Kenntnisse) einer

eben in Miami anzutreffen sind. Diese Entwicklung hat inzwischen eine deutliche Eigendynamik entwickelt, die sich auch in Zukunft kaum abschwächen wird. So verwalten amerikanische, asiatische und europäische Konzerne ihre großen Werke in Mexiko und Brasilien nicht deshalb von Süd-Florida aus, weil es dort immer sonnig ist (das ist es an den beiden Standorten auch), sondern weil Miami von dem entscheidenden Personenkreis in beiden Märkten als

Übergreifende Aktivitäten in Lateinamerika können in der Praxis leichter und effektiver von „außen“ gesteuert werden.

zentralen Verwaltung von Europa aus praktischen Gründen wenig zuträglich. Das gilt dabei ebenso für den Standort einer Lateinamerikazentrale in Spanien (nicht unbedingt anders, als wenn man Nordamerika von London aus steuern wolle; das geht natürlich schon, aber ob es praktisch ist bleibt dahingestellt).

Das natürliche Zentrum jeder zentralen Marktbearbeitung Lateinamerikas ist nun einmal Miami.

Dafür gibt es viele und sehr einleuchtende praktische Gründe; der wichtigste ist letztlich aber, dass sich dies „halt so eingespielt hat“ und die meisten relevanten Akteure der Region

zentraler (und neutraler!) Ort akzeptiert wird.

Dabei ist auch die Tatsache nicht zu verachten, dass Florida einer der größten Bundesstaaten der USA ist und sich der Großraum Miami zu einem der wichtigsten Finanz- und Wirtschaftszentren der USA entwickelt hat. Nicht wenige ausländische Unternehmen nutzen diesen Standort deshalb gleich, um ihre Interessen in beiden Regionen, Nord- und Südamerika, zentral zu verwalten.

Sozusagen: Zwei Fliegen mit einer Klappe -- oder auch: zwei große Märkte für einen Preis ■

Miami-Office

2300 Glades Rd., Suite 460W
Boca Raton, FL 33431
Tel. 561.955.0012
Fax 561.955.0091
jrb.miami@jrbechtile.com

Chicago-Office

1211 W. 22nd St., Suite 529
Oak Brook, IL 60523
Tel. 630.203.2120
Fax 630.572.1379
jrb.chicago@jrbechtile.com

Boston-Office

67 South Bedford St., Suite 400W
Burlington, MA 01803
Tel. 781.229.5804
Fax 781.359.1829
jrb.boston@jrbechtile.com

Frankfurt-Office

Bockenheimer Landstrasse 17/19
D-60325 Frankfurt
Tel. 069.710456.453
Fax 069.710456.450
jrb.frankfurt@jrbechtile.com