

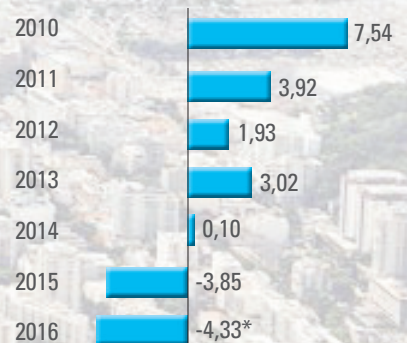
Die Welt schaut auf Brasilien. Sie erwartet spektakuläre Bilder von sportlichen Wettkämpfen, aber auch von fröhlichen, ausgelassenen, feiernden Menschen. Zwei Jahre nach der Fußballweltmeisterschaft hat der Gastgeber der Olympischen Sommerspiele wieder Gelegenheit, sich von seiner starken Seite zu zeigen. Mit Samba, Sonne, Strand und Spielen steht die Olympiastadt Rio de

Janeiro für Energie und Lebensfreude – für brasilianisches Flair. Durch die internationale Aufmerksamkeit beim Wettstreit der Sportler um Medaillen erhofft sich Brasilien nicht nur einen Prestigegewinn. Der erwartete Besucherstrom soll vor allem der Tourismusbranche des Landes wichtige Einnahmen bringen, um die wirtschaftliche Bilanz dieses Jahres wenigstens etwas aufzupolieren.

Im Abwärtstrend

Die brasilianische Wirtschaft schrumpft seit 2015.

(jährl. Wirtschaftswachstum in Prozent)



Quelle: OECD, *Prognose

Brasilien befindet sich derzeit nicht gerade auf der Siegerstraße. Der einstige Muster-schüler unter den sogenannten BRICS-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China, Südafrika), denen Wirtschaftsexperten ein überdurchschnittliches Wachstum zutrauten, kämpft mit einer schweren wirtschaftlichen und politischen Krise. Legte das Bruttoinlandsprodukt (BIP) der siebtgrößten Volkswirtschaft der Welt 2010 noch um 7,5 Prozent zu, steckt das Land heute in einer Rezession (s. Grafik S. 11). Inflation und Arbeitslosenquote sind deutlich zweistellig, die Investitionsquote befindet sich auf einem Tiefstand. Der private

Konsum, der das Land in den Boomjahren antrieb, liegt am Boden.

Auch die bayerisch-brasilianischen Wirtschaftsbeziehungen haben gelitten. Bis 2013 liefen die Geschäfte sehr gut, dann kam ein kräftiger Dämpfer. Der Export nach Brasilien ging 2014 um 18 Prozent zurück, 2015 um weitere zwölf Prozent. Dagegen stiegen die Importe aus dem südamerikanischen Land im vergangenen Jahr wieder um sechs Prozent. Allerdings liegt das Handelsvolumen heute immer noch auf einem sehr viel höheren Niveau als 2009, betont Daniel Delatrée, Referent für Lateinamerika bei der IHK für Mün-

chen und Oberbayern: „Der Rückgang ist noch keine Katastrophe. Brasilien bleibt ein spannender und wichtiger Markt.“ Mit einem Handelsvolumen von rund 1,7 Milliarden Euro ist Brasilien knapp nach Mexiko Bayerns wichtigster Handelspartner in Lateinamerika (s. Grafik S. 15).

Einer der Gründe für die aktuelle Wirtschaftsmisere in Brasilien ist der Verfall der Weltmarktpreise für Rohstoffe. Bei Eisenerz und Soja, die größtenteils nach China gehen, stagniert die Nachfrage. Mit dem Absturz des Ölpreises wurden auch die ehrgeizigen Pläne des Staatsunternehmens Petrobras gestoppt, die neu entdeck-



„Brasilien braucht Technologien und Innovation“

Martin Langewellpott (47), bayerischer Repräsentant in Brasilien, hat im viel beschworenen „Land der Zukunft“ schon einige Höhen und Tiefen erlebt. Er sieht Anzeichen, dass es wieder aufwärtsgeht.

Bayern und Brasilien verbindet eine traditionsreiche und erfolgreiche Partnerschaft. 2015 ließ sich das 600. Unternehmen aus dem Freistaat dort nieder. Doch statt Vorfreude auf die Olympischen Spiele beherrschen die schlechte Wirtschaftslage und die politische Krise die Schlagzeilen. Wie ist die Stimmung unter den bayerischen Unternehmen?*

Die politische Krise in Brasilien der letzten Monate hat in der Tat gravierende Auswirkungen auf die Wirtschaft. Die Stimmung ist schlecht, aber es besteht berechtigter Anlass zur Hoffnung, dass am historischen Tag der Amtsübergabe im Präsidentenpalast am 12. Mai 2016 der Tiefpunkt erreicht ist und es wieder aufwärtsgeht. Der brasilianische Börsenindex hat schon in den vergangenen Monaten parallel zur steigenden Wahrscheinlichkeit einer Amtsenthebung von Präsidentin Rousseff sein wirtschafts-

psychologisches Licht vorausgeworfen: Seit Jahresbeginn wurde ein Plus von 40 Prozent verzeichnet.

Welche Probleme machen den bayerischen Firmen in Brasilien zu schaffen?

Um der Krise zu begegnen, mussten viele bayerische Unternehmen vor Ort Restrukturierungs- und Schrumpfungmaßnahmen vornehmen. Bereits getätigte Investitionen liegen brach, neue werden verschoben, Kosten müssen gesenkt werden. Dazu gehören auch Kurzarbeit und Entlassung von Arbeitskräften, die gerade erst mit hohem Aufwand qualifiziert wurden. Wer in den Boomjahren kein gesundes Polster hat aufbauen können, lebt von der Substanz. Und wer nur auf den Binnenmarkt angewiesen war, hat die Krise voll zu spüren bekommen. Dennoch ist es wichtig durchzuhalten. Auch im krisengeplagten Brasilien geht es doch immer wieder bergauf.

* Das Interview wurde am 12. Mai 2016 geführt

ten Pre-Sal-Ölvorkommen zu erschließen, die tief unter der Atlantikküste liegen. Von Investitionen in Förder- und Verarbeitungsanlagen hatten sich auch deutsche Firmen Aufträge erhofft.

Massive Korruptionsvorwürfe

Petrobras, größtes und wichtigstes Unternehmen des Landes, steht auch im Zentrum des riesigen Korruptionsskandals, der sich zur politischen Krise ausgeweitet hat. Schmiergelder in Milliardenhöhe sollen geflossen sein. Politiker wie Wirtschaftsbose, Angehörige des brasilianischen Kongresses ebenso wie Vorstände der größten

Baukonzerne des Landes, aber auch viele andere Mitglieder der brasilianischen Oberschicht stehen in Verdacht, darin verwickelt zu sein. Auch Präsidentin Dilma Rousseff (68) wird Korruption vorgeworfen. Seit Mai ist sie per Amtsenthebung suspendiert. Ihr wird vorgeworfen, Budgetregeln verletzt und damit Haushaltszahlen geschönt zu haben, um ihre Wiederwahl 2014 zu sichern. 180 Tage hat sie Zeit, die Vorwürfe zu widerlegen.

Interimsstaatschef ist der bisherige Vize Michel Temer (75) – auch er nicht frei von Korruptionsverdacht. Von ihm wird ein sehr viel wirtschaftsfreundlicherer Kurs

Warum wäre es ein Fehler, Brasilien abzuschreiben?

Das Land hat seit der letzten Krise vor 18 Jahren wie kaum eine andere Volkswirtschaft einen gewaltigen Sprung nach vorne gemacht. Im Ranking der wichtigsten Wirtschaftsnationen belegt es Platz sieben. Hinzu kommt, dass Brasilien Krisen bisher immer aus eigener Kraft hat lösen können. Und andere Weltregionen haben momentan mit Instabilitäten und Umwälzungen zu kämpfen, von denen Brasilien verschont ist. Im Bereich Energie sowie mineralische und agrarische Rohstoffe baut das Land seine Kapazitäten weiter aus. Außerdem kennt Brasilien auf Jahre hinaus kein demografisches Problem und hat einen riesigen Binnenmarkt. Um weiter und wieder wachsen zu können, braucht das Land Technologien und Innovation. Bayerische Unternehmen sind mit ihrem Know-how hier ausgezeichnete Partner.

Wo bieten sich derzeit gute Geschäftschancen?

Die Landwirtschaft hat das Land seit Ausbruch der Krise über Wasser gehalten. Vor allem die Bereiche, die hier zuliefern oder verarbeiten, haben gute Chancen wie zum Beispiel bestimmte landwirtschaftliche Maschinen, Chemie, (grüne) Biotechnologie/Lifesciences, aber auch spezielle Lösungen im Bereich der Umwelt- oder Verpackungstechnik. Außerdem findet bei den erneuerbaren Energien und auch im

Gesundheitssystem ein verhaltener Ausbau statt. Und es wird aus Effizienz- und Kostengründen in neue Datenverarbeitungssysteme investiert.

Es gibt durchaus bayerische Unternehmen, die in diesen Sektoren gerade jetzt aktiv werden. Aufgrund des Wechselkurses sind die Gründungen einer Niederlassung und die Übernahme einer brasilianischen Firma zurzeit extrem günstig.

Sie sind seit 1999 bayerischer Repräsentant in Brasilien und haben bereits verschiedenste Krisen und den unglaublichen Höhenflug erlebt. Wie ist Ihre Prognose für das Land?

Ob es in den kommenden Monaten zur Absetzung von Rousseff kommt, hängt stark von den wirtschaftspolitischen Impulsen der Interimsregierung von Michel Temer ab. Bis jetzt ist er bei der Bevölkerung nicht gerade populär. Gelingen ihm keine raschen Erfolge, die das Vertrauen wieder herstellen, könnte Temer den Präsidentenpalast ebenso schnell wieder verlassen, wie er eingezogen ist.

Brasilien braucht jetzt Reformen in Richtung mehr Wettbewerbsfähigkeit und einen Stopp der Deindustrialisierung der brasilianischen Wirtschaft. Ich traue Brasilien zu, dass es auf eine Sicht von 20 Jahren, in der es dann hoffentlich nicht zu einer neuen Krise kommt, einen BIP-Zuwachs von durchschnittlich zwei bis drei Prozent pro Jahr schafft.

Krisenstrategie 1: Neue Angebote entwickeln

„Aus der Not eine Tugend gemacht“

Die Brainlab AG aus Feldkirchen investiert weiter in Brasilien. Kunden dort bietet sie auf die Krise zugeschnittene Finanzierungsmodelle.

„Von dieser Krise darf man sich nicht nervös machen lassen. Brasilien ist für uns nach wie vor ein interessanter Markt“, sagt Stefan Vilsmeier (48), Gründer und Vorstandschef der Brainlab AG. Das Technologieunternehmen aus Feldkirchen bei München engagiert sich seit 17 Jahren in dem südamerikanischen Land. Brainlab entwickelt und produziert softwaregestützte Medizintechnologie für präzise, minimalinvasive Eingriffe. Behandlungen in verschiedenen chirurgischen Bereichen und in der Radiotherapie werden damit effizienter und kostengünstiger.

„Bei unserem Start in Brasilien Anfang 1999 war die wirtschaftliche Situation des Landes ebenfalls nicht gerade rosig“, erinnert sich Vilsmeier. Viel Geduld und ein langer Atem seien hier schon immer gefragt gewesen: „Das Land fordert großen Einsatz, und man sollte ihm auch ein bisschen Liebe schenken.“ Dafür biete Brasilien auch viel Potenzial. Gerade im Gesundheitsbereich gebe es noch immer eine eklatante Unterversorgung.

Die Basis für Brainlabs bisherigen Erfolg in Brasilien ist das starke Netzwerk, welches das Unternehmen mit Ärzten und Spezialisten führender Krankenhäuser des Landes aufgebaut hat. Die Klinik, in der Präsidentin Dilma Rousseff ihre Krebserkrankung behandeln ließ, nutzt beispielsweise Brainlab-Systeme in der Strahlentherapie. Mit renommierten Universitätskliniken wie in Porto Alegre entstanden Partnerschaften. „Wir sind mit den Wissenschaftlern und Ärzten schon lange im Gespräch, tauschen uns aus und nutzen deren Innovationsfähigkeit“, so Vilsmeier. „Hier können wir uns gestaltend mit einbringen.“



Foto: Brainlab AG

„Brasilien ist für uns nach wie vor ein interessanter Markt.“

Stefan Vilsmeier,

Unternehmensgründer und
Vorstandschef der Brainlab AG

Die Niederlassung in São Paulo führt Vinicius Dessoay, ein Brasilianer, der sich in beiden Welten auskennt. Er studierte in Deutschland und sammelte als Vilsmeiers Assistent einige Jahre in der Firmenzentrale bereichsübergreifend Erfahrungen. Mittlerweile sind in São Paulo 19 Mitarbeiter beschäftigt. Vorstandschef Vilsmeier reist selbst regelmäßig nach Brasilien. Er pflegt den Kontakt mit den Kunden – entwickelt ein Gefühl für das Land. „Brasilien

ist für uns ein kleiner Markt, der aber relativ viel Aufmerksamkeit verlangt.“

Denn trotz guter Kundenbeziehungen geht auch an Brainlab die aktuelle Wirtschaftskrise nicht spurlos vorüber. Viele Mittel für öffentliche Krankenhäuser sind eingefroren. Der Investitions- und Innovationsstau im Medizinbereich werde noch mindestens ein bis eineinhalb Jahre andauern, schätzt Vilsmeier. Brainlab hat deshalb seine Strategie verändert: „Wir haben damit begonnen, ein kreatives Spektrum verschiedener Finanzierungsmodelle anzubieten“, erklärt der Vorstandschef.

Der Effekt ist positiv. Die neuen Finanzierungsmöglichkeiten bringen zusätzliche Kunden. Krankenhäuser, die große Investitionen hätten aufschieben müssen, können sich monatliche Ausgaben für Ratenzahlung, Mieten oder Lizenzierung noch leisten. „Wir haben hier aus der Not eine Tugend gemacht“, sagt Vilsmeier.

Brainlab investiert in Brasilien zum Beispiel in gezielte Marketingmaßnahmen. Ein umfangreiches Schulungs- und Ausbildungsangebot mit hochkarätigen Workshops zeigt gute Erfolge. Viele Kunden werden so motiviert, in Upgrades ihrer Systeme zu investieren. Die Umsatzeinbußen durch die Krise halten sich deshalb bisher im Rahmen. Brainlab musste weder Mitarbeiter noch Ressourcen reduzieren, und Vilsmeier ist zuversichtlich, dass sich das auch künftig nicht ändern wird: „Mit den richtigen Mitarbeitern, Marketing und Kreativität haben wir hier weiterhin sehr gute Chancen.“

www.brainlab.com

erwartet. Geplante Privatisierungs- und Reformmaßnahmen der neuen Regierung sollen das Staatsdefizit verringern und die Schlüsselindustrien wieder auf Wachstumskurs bringen.

Premiummarken finden ihre Kunden

Neben dem Ölsektor macht sich die Wirtschaftsflaute besonders in der Baubranche und dem verarbeitenden Gewerbe bemerkbar. So ist der Industriesektor im vergangenen Jahr um über acht Prozent geschrumpft. Auch Bayerns Maschinenbauer verzeichnen eine deutlich geringere Nachfrage aus Brasilien. Der Absatz von Kraftfahrzeugen ging ebenfalls stark zurück. Allerdings sind BMW und Audi davon weniger betroffen – Premiummarken verkaufen sich nach wie vor gut.

Die Mehrheit der rund 600 bayerischen Unternehmen, die in Brasilien direkt investiert haben, bekommen die anhaltende Rezession dort recht deutlich zu spüren. Da sich die meisten aus strategischen Gründen für ein Engagement auf dem lateinamerikanischen Markt entschieden haben, versuchen sie, die Wirtschaftsflaute dort mit möglichst geringen Verlusten durchzustehen, sagt Gabriele Vetter, Referatsleiterin für Lateinamerika bei der IHK: „Kaum ein Unternehmen zieht sich komplett zurück, aber die Firmen konsolidieren ihr Geschäft. Bei vielen steht eher eine Verkleinerung an als eine Expansion.“

Das bestätigt auch Martin Langewellpott, bayerischer Repräsentant in São Paulo. Die Bedürfnisse der ausländischen Unternehmen hätten sich geändert. In den Boomjahren ging es eher darum, die Firmen beim Markteintritt zu unterstützen, eine Wirtschaftsdelegation folgte der nächsten. Es sei „hipp“ gewesen und lohnend, in Brasilien aktiv zu werden. „Jetzt geht es dagegen darum, den Unternehmen vor Ort beim Krisenmanagement unter die Arme zu greifen“, so Langewellpott (siehe Interview S. 12).

Allerdings gibt es auch Unternehmen wie die Freudenberg Chemical Specialities mit Sitz in München, deren Geschäft in Brasilien trotz der herausfordernden ökonomischen Rahmenbedingungen gut vorankommt. Das Technologieunternehmen investierte gerade 15 Millionen Euro in einen neuen Standort im Bundesstaat São

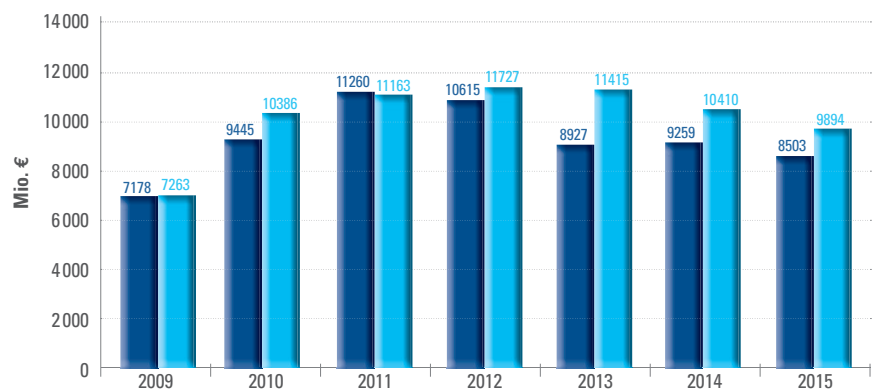
Paulo. Dort werden Spezialtrennmittel, Prozesschemikalien und Lösungen für die chemische Oberflächenveredelung entwickelt, produziert und vertrieben. Die Kunden sind breit gestreut und kommen unter anderem aus der Autoindustrie, der Luftfahrt, der Schuhherstellung und der Windenergie.

Nach wie vor gibt es in Brasilien auch starke Branchen, in denen es trotz Krise läuft. Dazu zählt beispielsweise der Umweltbereich mit den Schwerpunkten erneuerbare Energien sowie Wasserversorgung und Abwasserentsorgung. Durch verheerende

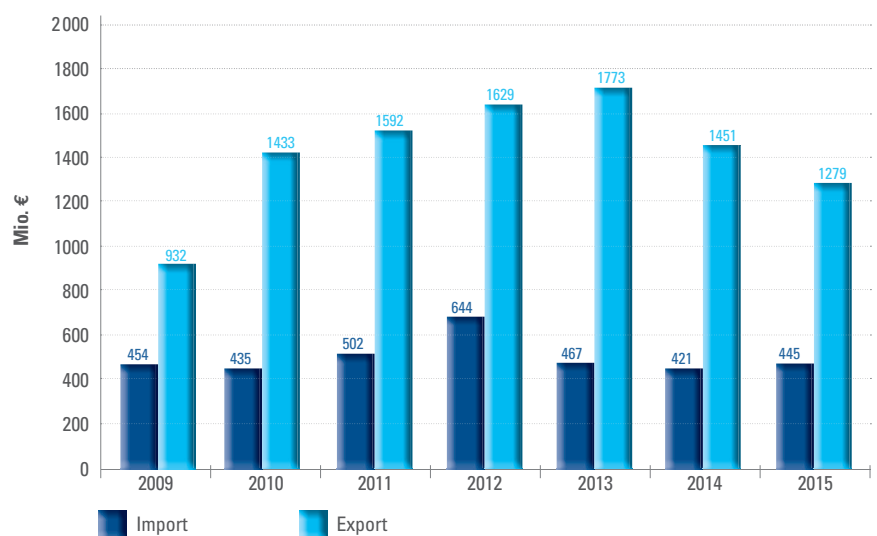
Umweltkatastrophen unter Druck gesetzt, müssen Kommunen hier künftig strenge gesetzliche Vorgaben erfüllen. Die Auslandshandelskammer (AHK) in São Paulo richtete für den Umweltbereich eine eigene Abteilung ein, um deutsche Unternehmen beim Markteintritt gezielt zu unterstützen. Die Medizintechnik ist eine weitere Branche, die relativ krisensicher ist. Die private Gesundheitsversorgung wird in Brasilien wegen des unzureichenden staatlichen Systems immer wichtiger. Kliniken und Arztpraxen setzen auf moderne Medizintechnik aus Deutschland. „Diese Ni-

Ein wichtiger Markt für „made in Germany“

Im vergangenen Jahr exportierten deutsche Firmen Produkte im Wert von etwa zehn Milliarden Euro nach Brasilien.



Bayerische Unternehmen verkauften Güter und Dienstleistungen für knapp 1,3 Milliarden Euro nach Brasilien.



Quelle: Statistisches Bundesamt; Bayerisches Landesamt für Statistik; Mai 2016

Krisenstrategie 2: Aktivitäten reduzieren

„In einer Art Winterschlaf“

Der Seil- und Hebeteknik-Spezialist Pfeifer fährt sein Geschäft in Brasilien herunter, bis sich die Wirtschaft dort wieder erholt.



Foto: Pfeifer do Brasil

„Erste Folgen der Wirtschaftskrise bekamen wir vor zwei Jahren zu spüren, jetzt gehen wir durch schwierige Zeiten“, sagt Georg Zankl (56), Geschäftsführer von Pfeifer do Brasil in Rio de Janeiro. Mit dem Verfall des Wechselkurses begannen die Probleme für die bis dahin recht erfolgreiche brasilianische Tochterfirma der Pfeifer Group aus Memmingen. Seit 2010 ist der führende europäische Hersteller von Stahlseilen und Hebeanker-systemen für die Betonfertigteileindustrie mit einer eigenen Niederlassung in Brasilien vertreten, war dort aber auch vorher schon aktiv. Durch den rasanten Wertverlust des brasilianischen Real musste Pfeifer do Brasil notgedrungen die Preise seiner in Deutschland hergestellten und importierten Produkte ständig erhöhen. „Dadurch haben wir viele Kunden an die lokalen Konkurrenten verloren“, erklärt Geschäftsführer Zankl. Gleichzeitig ging durch die Wirtschaftskrise die Nachfrage deutlich zurück. „Speziell bei den Stahlseilen ist die Situation durch die Konkurrenz nationaler Hersteller sehr schwierig“, so Zankl.

Dabei ist das Unternehmen auf dem brasilianischen Markt gut positioniert. Während des Baubooms in den vergangenen Jahren waren Qualitätsprodukte gefragt, die europäische Sicherheitsstandards ga-

rantieren. Die vier größten Aufzughersteller, die hier an vielen Projekten beteiligt sind, sowie einer der größten europäischen Windturbinenhersteller gehören schon seit mehr als einem Jahrzehnt zu Pfeifers Kunden. Die Gründung der brasilianischen Tochtergesellschaft 2010 brachte daher schnell den erhofften Umsatzzuwachs. Durch die lokale Präsenz konnte der bayerische Mittelständler seinen Bekanntheitsgrad in Brasilien weiter erhöhen. Mit Service und Dienstleistungen wie Importlogistik und Finanzierung gewann Pfeifer do Brasil vermehrt auch kleine und mittlere Unternehmen als Kunden. „Der persönliche Kontakt ist in Brasilien eine wesentliche Voraussetzung für den Erfolg“, betont Zankl. Kaum weniger gefragt seien allerdings Geduld und mittelfristiges Denken sowie Flexibilität – gerade jetzt und ganz besonders in der Krise. „Man muss in Brasilien bereit sein, immer wieder neue und ganz andere Wege zu gehen.“

Pfeifer ist dazu bereit. Um trotz deutlicher Geschäftseinbußen während der Wirtschaftsflaute das Überleben zu sichern, fuhr Pfeifer do Brasil seine Aktivitäten erst einmal herunter. Downsizing heißt die Devise. „Wir müssen den Gürtel jetzt eng schnallen, um zu überwintern“, sagt Geschäftsführer Zankl. Das Unternehmen fokussiert sich derzeit auf die großen Kun-

„Man muss in Brasilien bereit sein, immer wieder neue und ganz andere Wege zu gehen.“

Georg Zankl, Geschäftsführer von Pfeifer do Brasil in Rio de Janeiro

den, insbesondere auf die staatlich geförderte Windkraftindustrie, die noch immer viele Geschäftsmöglichkeiten bietet. Das Lager wurde abgebaut, das Personal reduziert. Für die Zukunft ist Zankl aber durchaus optimistisch. Durch die politischen Veränderungen sieht er Brasilien schon jetzt in einer neuen Phase, die auf eine bessere Zukunft hoffen lässt und meint: „Die Firma ist jetzt in einer Art Winterschlaf, aber sie existiert weiter. Man kann jederzeit wieder richtig loslegen.“ Wer in Brasilien investieren möchte, könne sich derzeit günstig einkaufen und sich bereits auf den richtigen Moment vorbereiten.

www.pfeifer.de

schonmärkte bieten Chancen, die speziell bayerische Unternehmen mit ihrem Know-how gut zu nutzen wissen“, sagt IHK-Fachmann Delatrée.

Sein außerordentliches Potenzial hat Brasilien trotz der wirtschaftlichen und politischen Probleme nicht verloren: Das Land ist reich an Rohstoffen, verfügt über einen riesigen Binnenmarkt mit etwa 200 Millionen Menschen und einer jungen Bevölkerung (etwa ein Viertel unter 15 Jahre). Die

Industrielandschaft ist breit gefächert, die Agrarwirtschaft exportstark. Deutsche Produkte und Technologien stehen hoch im Kurs. Weil der Real im Vergleich zum Euro deutlich gefallen ist, nutzen einige deutsche Unternehmen jetzt die Gelegenheit, zu relativ günstigen Konditionen eigene Strukturen aufzubauen. Sie wollen gut aufgestellt sein, wenn es wieder aufwärtsgeht. Die wirtschaftsfreundlichere Politik der Übergangsregierung lässt sie hoffen.

Ab 2017 rechnen Wirtschaftsexperten wieder mit einem besseren Geschäftsklima und erneutem Wachstum. Vielleicht gibt das Olympische Feuer ein erstes Signal für einen erfolgreichen Neustart Brasiliens. ■

→ IHK-ANSPRECHPARTNER

Daniel Delatrée, Tel. 089 5116-1365
daniel.delatree@muenchen.ihk.de

Gabriele Vetter, Tel. 089 5116-1372
gabriele.vetter@muenchen.ihk.de