

# Fokus Volkswirtschaft

Nr. 60, 18. Juni 2014

## Noch in der Aufwärmphase? Engagement deutscher Mittelständler in Brasilien

Autorin: Dr. Jennifer Abel-Koch, Telefon 069 7431-9592, research@kfw.de

Aus Perspektive des deutschen Mittelstandes bietet Brasilien nicht nur sportliche Herausforderungen. Eine wachsende Mittelschicht mit hoher Kaufkraft bietet große Absatzmöglichkeiten. Zudem genießen viele deutsche Marken einen guten Ruf. Trotzdem sind bisher nur wenige deutsche Mittelständler in Brasilien aktiv. Dies liegt auch an den hohen Kosten, die durch Handelshemmnisse, schlechte Infrastruktur und ausufernde Bürokratie verursacht werden.

Eine wachsende Mittelschicht, zu der inzwischen mehr als die Hälfte der knapp 200 Millionen Einwohner zählen<sup>1</sup> sowie das positive Image deutscher Produkte, die für Qualität, Zuverlässigkeit und Leistungsstärke stehen,<sup>2</sup> machen Brasilien potenziell zu einem attraktiven Absatzmarkt für den deutschen Mittelstand. Es werden aber nicht nur Konsumgüter nachgefragt. Um die Wettbewerbsfähigkeit Brasiliens zu erhalten, sind auch Investitionen in innovative Technologien und moderne Produktionsanlagen notwendig. Mit Wachstumsraten von bis zu 3,5 %, die für die Zukunft prognostiziert werden,<sup>3</sup> bietet das Schwellenland auf lange Sicht nach wie vor gute Chancen.<sup>4</sup>

Momentan liegt das jährliche Wirtschaftswachstum allerdings nur bei rund 2 %. Eine hohe Inflation trübt die Konsumfreude, und auch der zunehmende Verschuldungsgrad privater Haushalte bereitet Sorgen.

### Entwicklung der Exporte

Dies spiegelt sich auch in den deutschen Exporten nach Brasilien wider, die im Vergleich zu den gesamten deutschen

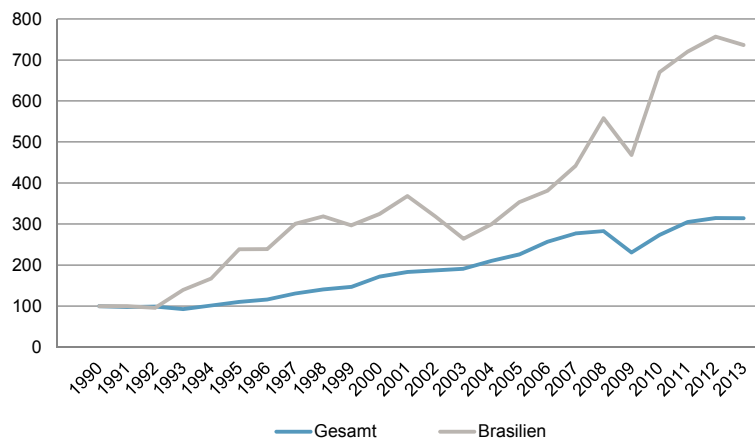
Exporten überproportional gestiegen sind. Vom starken Einbruch infolge der Finanzkrise hat sich der Handel mit Brasilien sehr schnell erholt. Zuletzt zeigte sich jedoch eine deutlich schwächere Entwicklung.

Im Jahr 2013 wurden Güter im Wert von insgesamt 11,4 Mrd. EUR nach Brasilien ausgeführt. Brasilien ist damit der wichtigste Handelspartner in Lateinamerika. Fast die Hälfte der Exporte kommt aus den Bereichen Maschinenbau, Elektrotechnik, Optik und Fahrzeugbau, gefolgt von chemischen und pharmazeutischen Erzeugnissen, die etwa ein Viertel der deutschen Exporte nach Brasilien ausmachen.

### Direktinvestitionen in Brasilien

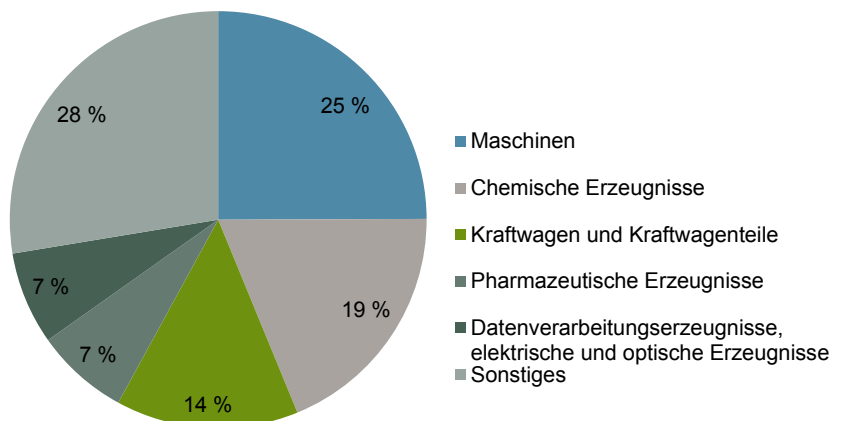
Ein ähnliches Bild ergibt sich für deutsche Direktinvestitionen in Brasilien, deren Bestand sich Ende 2012 auf

Grafik 1: Entwicklung deutscher Exporte (Wert, 1990=100)



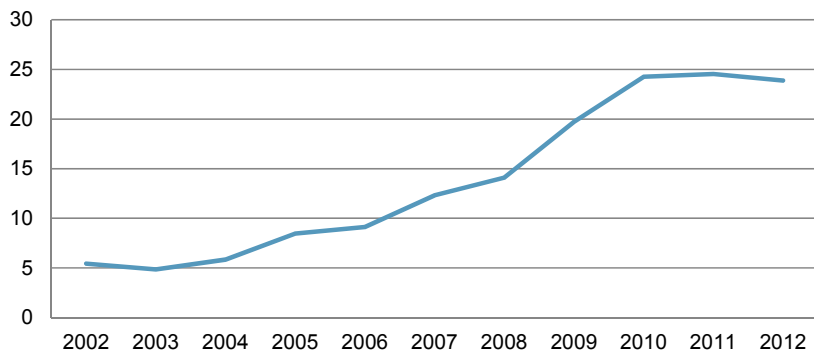
Quelle: Deutsches Statistisches Bundesamt

Grafik 2: Zusammensetzung deutscher Exporte nach Brasilien 2013



Quelle: Deutsches Statistisches Bundesamt

**Grafik 3: Unmittelbare und mittelbare deutsche Direktinvestitionen in Brasilien (Bestandswerte in Mrd. EUR)**



Quelle: Deutsche Bundesbank

23,8 Mrd. EUR belief und damit weniger als 2 % der gesamten deutschen Direktinvestitionen ausmachte. Hierunter fällt neben dem Erwerb von oder der Beteiligung an bereits bestehenden Unternehmen vor allem die Errichtung neuer Betriebe im Ausland. Nach Schätzungen der Deutsch-Brasilianischen Handelskammer São Paulo haben sich insgesamt rund 1.400 deutsche Unternehmen in Brasilien angesiedelt und machen etwa 10 % des brasilianischen Bruttoinlandsproduktes aus. Der Schwerpunkt liegt dabei in den Branchen Automobilbau, Chemie und Maschinenbau. Auch dynamische Industrien wie Medizintechnik, Sicherheitstechnik und Erneuerbare Energien attrahieren deutsche Firmen.<sup>5</sup>

Neben großen Konzernen wie Volkswagen, BASF oder Siemens sind auch viele

deutsche Mittelständler in Brasilien aktiv. Erfolgreiche Beispiele sind der Kölner Kofferhersteller Rimowa, der ein Werk in São Paulo unterhält, oder die Firma Hightex mit Sitz am Chiemsee, die kürzlich die Dachkonstruktion des Fußballstadions Maracanã in Rio de Janeiro gebaut hat.

**Mittelständler in Brasilien**

Allerdings repräsentieren diese Firmen nur eine Minderheit des deutschen Mittelstandes. Laut einer repräsentativen Umfrage im Auftrag der Europäischen Kommission sind in Deutschland nur 12 % der international tätigen kleinen und mittleren Unternehmen in Brasilien aktiv.<sup>6</sup> In den meisten Fällen sind diese Firmen als Exporteure aktiv, nur eine Minderheit tätigt Direktinvestitionen, geht

vertragliche Vereinbarung mit brasilianischen Firmen ein oder kooperiert in anderer Form mit ortsansässigen Unternehmen. Damit bildet Brasilien das Schlusslicht unter den BRIC-Ländern. In China sind 27 % der befragten Unternehmen aktiv, in Russland 21 % und in Indien immerhin 13 %.

**Tabelle: EU-27 Länder mit höchstem Anteil international tätiger kleiner und mittlerer Unternehmen mit Aktivitäten in Brasilien.**

Rang	Land	Anteil
1	Deutschland	12%
2	Portugal	12%
3	Spanien	11%
4	Großbritannien	9%
5	Frankreich	9%
6	Luxemburg	7%
7	Italien	6%
8	Zypern	6%
9	Schweden	5%
10	Belgien	5%

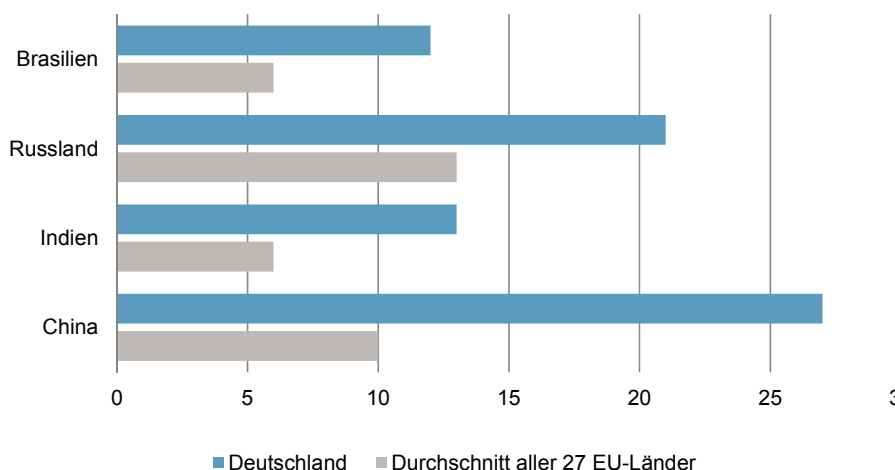
Quelle: EIM (2010)

Im europäischen Vergleich ist der Anteil kleiner und mittlerer Unternehmen, die Brasilien als Zielland für ihre Geschäfte entdeckt haben, dennoch relativ hoch. Nur spanische und portugiesische Mittelständler zeigen ein ähnliches Engagement in Brasilien. Im europäischen Durchschnitt liegt der Anteil internationalisierter kleiner und mittlerer Unternehmen, die in Brasilien aktiv sind, bei nur 6 %.

**Gründe für geringes Engagement**

Die Gründe für das geringe Engagement sind vielfältig. Sprachliche und kulturelle Hürden sowie unzureichende Informationen spielen wie andernorts auch eine nicht unerhebliche Rolle. Besonders schwer wiegt jedoch der Mangel an qualifizierten Fachkräften in Brasilien. Die brasilianische Arbeitslosenquote betrug im April 2014 gerade einmal 4,9 %.<sup>7</sup> Der Anteil der 25- bis 64-Jährigen, die über einen Hochschulabschluss verfügen, liegt bei nur 13 % und spiegelt den Reformbedarf im öffentlichen Bildungssystem wider.<sup>8</sup>

**Grafik 4: Anteil international tätiger kleiner und mittlerer Unternehmen mit Aktivitäten in BRIC-Ländern (in Prozent)**



Quelle: EIM(2010)

Auch die mangelhafte Transportinfrastruktur in Brasilien stellt, für ausländische wie heimische Unternehmen, ein gravierendes Problem dar. Meldungen von Rekordstaus in São Paulo machen deutlich, dass Investitionen in Verkehrswege unabdingbar sind.<sup>9</sup>

Darüber hinaus scheuen viele Mittelständler den hohen bürokratischen Aufwand, der mit einem Engagement in Brasilien einhergeht. Im Doing Business Index der Weltbank, der die Rahmenbedingungen für Unternehmensgründungen bewertet, belegte Brasilien 2014 nur Platz 116 unter 189 Ländern. Die Eröffnung eines Betriebes mit allen notwendigen Genehmigungen und Registrierungen dauert durchschnittlich 107 Tage, mehr als siebenmal so lang wie in Deutschland.<sup>10</sup> Das komplexe Steuersystem und die hohen Steuersätze tragen ein Übriges dazu bei.

Auch die hohen Finanzierungskosten stellen ein Problem für deutsche Mittelständler dar. Der Leitzins der brasiliani-

schen Notenbank liegt derzeit bei 11 %. Langfristige Investitions- und Betriebsmittelkredite vergibt fast ausschließlich die nationale Entwicklungsbank BNDES.

Hemmnisse sind jedoch nicht nur bei der Gründung eines Produktions- oder Vertriebsstandortes in Brasilien zu erwarten. Auch Exporte kleiner und mittlerer Unternehmen werden durch umfangreiche Handelsbarrieren gebremst. So lag der Zollsatz auf Importgüter 2012 bei durchschnittlich 13,5 %.<sup>11</sup> Reduzierte Zollsätze gelten nur für Produkte, die nicht in Brasilien hergestellt werden können. Daneben gibt es auch eine Reihe nicht-tarifärer Handelshemmnisse wie aufwändige Lizenzierungsverfahren für brasilianische Importeure.

#### Fazit

Trotz der zuletzt eher schwachen Konjunktur bieten sich in Brasilien nach wie vor gute Chancen für deutsche Mittelständler, vor allem in technologieintensiven Bereichen wie der Medizin- und Umwelttechnik, aber auch beim Ausbau

der Transportinfrastruktur. Ein stärkeres Engagement deutscher kleiner und mittlerer Unternehmen in Brasilien ist aber nur bei einem konsequenten Abbau bürokratischer Hürden, einer Vereinfachung des Steuersystems und einer Reduzierung tarifärer und nicht-tarifärer Handelsbarrieren in Brasilien zu erwarten.

Die laufenden Verhandlungen über ein Freihandelsabkommen zwischen der Europäischen Union und Mercosur, der Zollunion südamerikanischer Länder, der auch Brasilien angehört, sind ein erster Schritt in die richtige Richtung. Die im Oktober in Brasilien anstehenden Präsidentschaftswahlen sollten weitere wichtige Impulse geben. Nicht zuletzt könnte auch die Aufmerksamkeit der Weltöffentlichkeit, die in den nächsten Wochen auf das Fußballland Brasilien gerichtet sein wird, von Nutzen sein. ■

<sup>1</sup> Arnold, J. und J. Jalles (2014), Dividing the Pie in Brazil: Income Distribution, Social Policies, and the New Middle Class, OECD Economics Department Working Papers No. 1105.

<sup>2</sup> Globe One (2011), BRIC Branding Survey: The Perception of German Brands in the World's Key Growth Markets.

<sup>3</sup> IMF (2014), World Economic Outlook Database

<sup>4</sup> Siehe hierzu auch Schoenwald, S. und K. Ullrich (2014), Schwellenländer Check: Brasilien – Bei Infrastruktur großer Aufholbedarf zur Weltklasse, KfW Economic Research.

<sup>5</sup> Germany Trade and Invest (2013), Aufbruchsstimmung in Brasilien, www.gtai.de.

<sup>6</sup> EIM (2010), Opportunities for the Internationalisation of SMEs: Survey Report Large Scale Random Survey. Befragt wurden 5956 Firmen in 27 EU-Ländern (davon 480 in Deutschland) mit weniger als 250 Mitarbeitern die in mindestens einem der folgenden Bereich aktiv sind: Exporte, ausländische Direktinvestitionen, Lizenz- oder Franchisevereinbarungen sowie Verkaufs- oder Vertretungsvereinbarungen mit ausländischen Firmen, oder andere regelmäßige Formen der Kooperation mit ausländischen Partnern.

<sup>7</sup> Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

<sup>8</sup> OECD (2013), Education at a Glance 2013.

<sup>9</sup> Ausführlicher dazu auch in Schoenwald, S. und K. Ullrich (2014), Schwellenländer Check: Brasilien – Bei Infrastruktur großer Aufholbedarf zur Weltklasse, KfW Economic Research.

<sup>10</sup> World Bank (2014), Doing Business 2014: Understanding Regulations for Small and Medium-Size Enterprises.

<sup>11</sup> World Trade Organization.