

Montag, 19. Mai, 2014

Anzeige

## Industrieverbände schließen sich zusammen

Produktion wächst weiterhin nur langsam. Im März sogar Rückgang um 0,5%

### Herausgeber:



Deutsch-Brasilianische  
Industrie- und Handelskammer  
Câmara de Comércio e Indústria  
Brasil-Alemanha



GERMANY  
TRADE & INVEST

Eine Gemeinschaftspublikation der Deutsch-Brasilianischen Auslandshandelskammern und von Germany Trade and Invest - Gesellschaft für Aussenwirtschaft und Standortmarketing mbH. Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

### KFZ

#### Renault und Hyundai steigern Umsatz trotz schlechter Marktlage

Franzosen verkaufen im ersten Quartal 2014 fast 7.000 Autos mehr als 2013, Südkoreaner fast 6.000 mehr

#### Motorradproduktion wächst im ersten Quartal trotz Kreditklemme

Absatzdelle wegen der WM befürchtet. Im Gesamtjahr sollen 1,7 Mio. Einheiten vom Band laufen

### Infrastruktur

#### 100 Mrd. R\$ pro Jahr nötig, um Infrastrukturengpässe zu beseitigen

Brasilien hinkt anderen Schwellenländern bei der Investitionsquote hinterher

#### Unternehmen wappnen sich gegen drohenden Wasser- und Energiemangel

Eigenstromerzeugung, Tanklaster und Anpassung der Produktion

### Wirtschaft

#### Fußball-WM wird Kreditkartengesellschaft Cielo 1 Mrd. R\$ kosten

Konsumrückgang durch verordnete Feiertage befürchtet. Auswirkungen durch WM insgesamt aber neutral

#### In der Warteschlange der Zentralbank

Anbieter von elektronischen Bezahlsystemen brauchen ab sofort Zulassung

### Unternehmen

#### Gerdau erwartet Stahlmarkt-Wachstum von 3,5% in diesem Jahr

Konzern verzeichnet im ersten Quartal Gewinnsprung wegen steigender Einnahmen aus Eisenerzgeschäft

#### Ambev will wegen höherer Getränkesteuer weniger investieren

Nach starkem ersten Quartal fürchtet die Brauerei negative Folgen durch Steuererhöhung zum 1. Juni

### Kurzmeldung / Statistik

#### Multiplan macht im April 15 % mehr Umsatz

Die 11,4 Mrd. R\$ Umsatz aus 2013 werden in diesem Jahr noch übertroffen

### Tabellen

Statistiken über die brasilianische Wirtschaft

**KPMG**  
cutting through complexity

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

in f e  
/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Sponsor

## Industrieverbände schließen sich zusammen

Immer mehr brasilianische Industrieverbände schließen sich zusammen oder gründen gemeinsame Dachorganisationen, um im internationalen Wettbewerb zu bestehen und sich politisch mehr Gehör zu verschaffen. Die Verbände der Forstwirtschaft, der Holzindustrie sowie der Papier- und Zellstoffindustrie fusionierten Anfang April zu einer gemeinsamen Interessenvereinigung namens Ibá (Indústria Brasileira de Árvores). Produzenten von Rind-, Schweine- und Hühnerfleisch gründeten den Verband für tierische Proteine (Associação Brasileira de Proteína Animal – ABPA). Der Stahlverband (Instituto Aço Brasil) schloss sich mit 21 weiteren Vereinigungen zu einer branchenübergreifende „Koalition der Wettbewerbsfähigkeit“ zusammen, der zum Beispiel auch die Schuh- und Elektronikindustrie angehören. Gemeinsam wollen die Branchen ihre Position gegenüber der Konkurrenz durch Importprodukte stärken.

Die neuen Großverbände erhoffen sich auch mehr politisches Gewicht in Brasília. Vorbild ist die Automobilbranche, die die Regierung 2012 dazu bewegen konnte, Steuern und Lohnabgaben zu senken und den Fahrzeugkauf durch zinsgünstige Kredite zu subventionieren, um die Nachfrage zu stimulieren. Der neue Verband der Fleischindustrie ABPA fordert ebenfalls Subventionen. Der Sektor beschäftigt 4,1 Mio. Arbeitnehmer und trägt 81 Mrd. R\$ zum brasilianischen BIP bei. Entsprechend ernst wird er deshalb in Brasília genommen, wie der ABPA-Präsident Francisco Turra in Brasil Econômico betonte: „Wenn man von 4 Millionen Arbeitsplätzen spricht, hat man immer die Aufmerksamkeit der Regierung. Ich habe erst heute mit dem Landwirtschaftsminister telefoniert.“ Der Verband der Holzverarbeitenden Industrie Ibá führt Investitionen von 53 Mrd. R\$ bis 2020 in Feld, um politische Forderungen zu stellen. Dazu gehören zum Beispiel die Fortführung der Sozialabgabensenkung und Steueranreize für Investitionen.

Die brasilianische Industrie ist indes noch weit davon entfernt, die Stagnation der letzten Jahre zu überwinden. Nach Angaben des staatlichen Statistikinstituts IBGE ging der Industrie-Output im März gegenüber Februar um 0,5% zurück. Im Laufe der letzten drei Monate bis März stieg die Produktionsindex allerdings um 0,6%. In den ersten drei Monaten des Vorjahres war die Produktion nur um 0,2% gewachsen. Zur negativen Entwicklung im März haben vor allem der Produktionsrückgang in der Fahrzeugindustrie (-2,9% gegenüber Februar) und im Maschinen- und Anlagenbau (-5,3%) beigetragen. Die Automobilindustrie hat mit 10% ein starkes Gewicht im Index. Positiv entwickelte sich dagegen die Rohstoffproduktion (+2,4%) und die Brennstoffindustrie (+5,4%). Das IBGE erhebt monatlich Daten zur Industrieproduktion. Die Berechnungsgrundlage für den Produktionsindex wurde im April ausgeweitet und aktualisiert. Sie basiert nunmehr auf 944 Produkten und 7.800 Fabriken. Neue Produkte wie Tabletcomputer werden in die Berechnung einbezogen. Die Gewichtung einzelner Branchen im Index wurde verändert und das Referenzszenario aktualisiert.

Montag, 19. Mai, 2014

Sponsor

## Renault und Hyundai steigern Umsatz trotz schlechter Marktlage

Zusammen mit Toyota und Mitsubishi sind Renault und Hyundai bis jetzt die einzigen Autobauer in Brasilien, die der schwachen Nachfrage nach Neuwagen trotzen. Insbesondere Renault und Hyundai können ihre Umsätze steigern.

Renault erholt sich dabei noch von einem Produktionsstopp, der Anfang 2013 eingelegt werden musste, um den Ausbau der Fabrik in Paraná zu vollenden, was zu Nachschubproblemen bei Händlern geführt hatte. Hyundai und Toyota profitieren dagegen von ihren Investitionen in die lokale Produktion neuer Kleinwagen, wie etwa dem HB20. Mit der Limousinen-Version dieses Modells konnte Hyundai im letzten Jahr seine Position auf dem Markt weiter ausbauen.

Zwischen Januar und April dieses Jahres, als der Absatz in Brasilien um 4,5 % zurückging, verkaufte Renault fast 7.000 Autos mehr als im ersten Quartal 2013. Hyundai setzte im gleichen Zeitraum in absoluten Zahlen fast 6.000 Wagen mehr ab, einschließlich importierter Modelle und Nutzfahrzeuge ihres Partners Caoa aus Goiás. Allein der Absatz des Modells HB20, das als einziges in der Fabrik in Piracicaba (SP) hergestellt wird, wuchs in diesem Jahr um 16,7 %.

Mitsubishi's Umsatz steigerte sich im Zuge einer Kapazitätserweiterung und aufgrund der Anpassung von Modellen für den brasilianischen Markt um 4 %. Trotz der guten Zahlen sind die Unternehmen nicht vor den Auswirkungen der schwachen Konjunktur gefeit. So musste Renault die Hälfte der Produktion der Nachtschicht einstellen und auch die Bänder wegen des Exportrückgangs nach Argentinien ruhen lassen.

Hyundai hingegen arbeitet weiter bei voller Auslastung, wird aber die Zeit der Fußball-WM dazu nutzen, die Produktion in der Fabrik von Piracicaba an Spieltagen der Seleção zu unterbrechen, da die Händler einen Verkaufsrückgang erwarten. Außerdem hat der Autobauer seiner Belegschaft in der ersten Julihälfte 12 Tage Ferien verordnet.

Der Bundesverband Brasilianischer Autohändler (Fenabrave) bestätigte, dass es im April erste Umsatzimpulse gegeben habe, die jedoch weit schwächer ausfielen als im letzten Jahr. Bislang gilt April mit fast 14.000 verkauften Autos pro Tag (Nutzfahrzeuge ausgenommen) als der stärkste Monat in 2014. Im Vergleich zu April 2013 ist dies jedoch ein Minus von 12,1 %, was auch den Feiertagen geschuldet ist, die die Verkaufsperiode um 2 Tage verkürzt hatten.

In den ersten vier Monaten des Jahres 2014 wurden insgesamt 1,1 Mio. Fahrzeuge zugelassen, was rund 58.000 weniger sind als im Vergleichszeitraum 2013.

Montag, 19. Mai, 2014

Sponsor

## Motorradproduktion wächst im ersten Quartal trotz Kreditklemme

Dank einer Vertriebsoffensive von Herstellern und Händlern hat die Produktion und der Absatz von Motorrädern in Brasilien im ersten Quartal zugelegt. Für das zweite Quartal befürchtet die Branche dagegen wegen der Fußball-WM schlechtere Geschäfte: „Weil sie von einem Rückgang der Verkaufszahlen in der Zeit während der WM ausgehen, haben Hersteller und ihre Konzessionshändler die Kräfte darauf konzentriert, den Absatz im ersten Quartal zu steigern.“, erklärte der Geschäftsführer des Branchenverbandes Abraciclo, José Eduardo Gonçalves, in Brasil Econômico. Im Vorfeld der WM kauften Konsumenten erfahrungsgemäß eher Produkte wie Fernseher oder Stereoanlagen, so Gonçalves weiter.

Im ersten Quartal stieg die Motorradproduktion im Land nach Angaben von Abraciclo auf 408.665 Einheiten, ein Zuwachs von 6,6% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Der Absatz legte im Jahresvergleich um 3,7% auf 365.306 Einheiten zu. Für das Gesamtjahr prognostiziert der Verband ein vergleichbares Produktionsvolumen wie 2013, als 1,7 Mio. Motorräder vom Band liefen. Für die Stagnation macht Gonçalves die unsichere Wirtschaftsentwicklung und die Zurückhaltung der Banken bei der Vergabe von Konsumentenkrediten verantwortlich: „Seit 2012 gehen die Banken viel selektiver bei der Kreditvergabe vor [...] Bis Ende 2013 wurden nur 20% der Finanzierungsanfragen genehmigt“, sagte Gonçalves in Brasil Econômico. 70% der Zweiräder werden heute über Kredite oder Kaufgemeinschaften (Consórcio) finanziert. Das Volumen für Fahrzeugkredite ist im ersten Quartal 2014 um 15,3% zurückgegangen. Flávio Menghetti vom Fahrzeughändlerverband Fenabrave schätzt deshalb, dass inzwischen 50% der Motorräder über Konsortien finanziert werden.

Je nach Kubikklasse verlief die Absatzentwicklung zu Jahresbeginn unterschiedlich. So wurden im ersten Quartal 25% mehr Motorräder mit mehr als 450 Kubikzentimeter Hubraum verkauft als im gleichen Vorjahreszeitraum. Die schweren Motorräder werden bevorzugt von Kunden der oberen Mittelschicht gekauft, die in der Regel keine Schwierigkeiten bei der Kreditaufnahme haben. Bei kleineren Krafträdern mit bis zu 150 Kubikzentimeter Hubraum betrug das Absatzplus gemessen an der Stückzahl dagegen nur 2,9%. Mit 315.508 verkauften Einheiten repräsentieren die leichten Motorräder 85% des Gesamtabsatzes. 2014 jährt sich zum fünften Mal die Markteinführung von Flex-Fuel-Motorrädern, die auch Bioethanol tanken können. Aktuell sind 58% aller verkauften Motorräder mit Flex-Fuel-Motoren ausgerüstet. Seit 2009 hat sich ihr Marktanteil damit verfünffacht.

Montag, 19. Mai, 2014

Sponsor

## 100 Mrd. R\$ pro Jahr nötig, um Infrastrukturengpässe zu beseitigen

Brasilien müsste in den kommenden 20 Jahren insgesamt zwei Billionen R\$ in den Infrastrukturausbau investieren, um bei der Wettbewerbsfähigkeit zu anderen Schwellenländern wie Südkorea, Chile oder Kolumbien aufzuschließen. Zu diesem Ergebnis kommen die Herausgeber des jüngst veröffentlichten Buches "Gargalhos e soluções na infraestrutura de transporte" (Engpässe und Lösungen in der Verkehrsinfrastruktur) Armado Castelar und Cláudio Frischtak. Castelar ist Volkswirt am Wirtschaftsinstitut Ibre der Fundação Getúlio Vargas, Frischtak Geschäftsführer der Beratungsgesellschaft Inter B. „Wenn die Infrastrukturinvestitionen wie durch ein Wunder von 2,5% auf 4,5% des Bruttoinlandsproduktes (BIP) ansteigen würden, könnte das Land in diesem Jahr statt 1,8% um mehr als 3% wachsen“, so Frischtak in Brasil Econômico. Allein für den Erhalt der bestehenden Infrastruktur sind ihm zufolge jährliche Investitionen in Höhe von 3% des BIP notwendig. Um zur Gruppe der Länder mit den höchsten Infrastrukturinvestitionen aufzuschließen, müssten jährlich 100 Mrd. R\$ zusätzlich in den Ausbau von Straßen, Schienenwegen, Häfen und Flughäfen fließen, so Frischtak weiter. Die gesamtwirtschaftliche Investitionsquote Brasiliens (Verhältnis von Bruttoanlageinvestitionen zum BIP) müsste von derzeit 18,3% auf 29% gesteigert werden.

Die Politik ist durchaus gewillt, die Investitionsquote zu steigern, kommt jedoch mit der Umsetzung von Investitionsvorhaben nicht schnell genug voran. Finanzminister Mantega kündigte bereits unzählige Male an, dass Infrastrukturinvestitionen 2014 den Privatkonsum als Zugpferd der Wirtschaftseinwicklung ablösen sollen, um das BIP-Wachstum auf 3% zu steigern. Doch die Investitionswirkung von großen Bauprojekten wie Autobahnen und Flughäfen, für die die Regierung 2012 und 2013 Konzessionen vergeben hatte, verzögert sich. Paulo Fleury, Leiter des Instituts für Logistik und Supply Chain Ilos in Rio de Janeiro, erwartet, dass die großen Infrastrukturprojekte erst im nächsten Jahr zum Wirtschaftswachstum beitragen werden: „Die Frist zwischen Konzessionsvergabe und Investitionswirkung beträgt zwei bis drei Jahre“, so der Logistikexperte in Brasil Econômico. Fleury warf der Regierung vor, beim Ausschreibungsverfahren für Infrastrukturprojekte zu optimistisch gewesen zu sein. Die meisten Straßenbauprojekte seien für Privatunternehmen nicht rentabel genug. Anstatt auf ein Konzessionsmodell hätte die Regierung besser auf öffentlich-private Partnerschaften setzen sollen. Laut Fleury würde aber auch die Vergabe aller geplanten Infrastrukturprojekte nicht ausreichen, das angestrebte BIP-Wachstum zu erreichen.

Montag, 19. Mai, 2014

Sponsor

## Unternehmen wappnen sich gegen drohenden Wasser- und Energiemangel

Die brasilianische Industrie entwickelt Strategien, um auf drohende Engpässe bei der Wasser- und Energieversorgung zu reagieren und die Auswirkungen auf die Produktion gering zu halten. Branchen wie der Automobilsektor und die Chemieindustrie, die auf diese Produktionsfaktoren stark angewiesen sind, haben bereits erste Maßnahmen ergriffen. Dazu gehören der Einsatz von Generatoren und Tanklastern sowie veränderte Produktionsabläufe und der Import von Produkten.

Fátima Giovanna Covielle Ferreira vom Chemieindustrieverband Abiquim unterstrich in Valor Econômico die Bedeutung von Wasser für die Prozesskühlung in der Branche: „Ohne entsprechende Kühlung kann nicht produziert werden“. Als Reaktion auf die Wasserknappheit lassen viele Unternehmen ihre Anlagen inzwischen lieber in den kühlen Nachtstunden laufen. Firmen mit Produktionsstandorten im ganzen Land verlagern die Fertigung in Regionen, die weniger unter der Trockenheit leiden. Mindestens ebenso bedrohend wie die Wasserknappheit sind Probleme mit der Energieversorgung. „Wir fürchten Stromausfälle, weil die Fabriken keine abrupten Stopps vertragen und auch nicht alle mit Generatoren ausgerüstet sind. Das würde auf jeden Fall zu Produktionsverlusten führen“, erklärte Fátima. Weil die Stromrechnung in der Chemieindustrie 20% bis 40% der Kosten ausmacht, fordert Abiquim von der Regierung Anreize für die Energieerzeugung durch Kraft-Wärme-Kopplung.

Einige Autohersteller haben auch ohne Subventionen bereits in die Stromerzeugung investiert. Volkswagen betreibt seit 2010 ein Kleinwasserkraftwerk im Bundesstaat São Paulo und verkündete 2012, ein zweites Kraftwerk für 160 Mio. R\$ bauen zu wollen. Beide Kraftwerke zusammen könnten etwa 40% des Energiebedarfs von VW decken. Laut Konzernangaben sind die Kosten für die Eigenstromerzeugung vergleichbar mit dem Preis für Netzstrom aus Wasserkraft. Volkswagen hat die Produktion in seinem Werk in São Bernardo do Campo jüngst gedrosselt, allerdings nicht wegen Strom- oder Wassermangel sondern weil die Absatzzahlen eingebrochen sind.

Der japanische Hersteller Honda will sein Werk in Sumaré im Bundesstaat São Paulo künftig mit Windstrom aus Rio Grande do Sul betreiben. Dafür baut Honda derzeit einen Windpark für 100 Mio. R\$, der im September ans Netz gehen soll. Nach Angaben des Geschäftsführers von Honda Energy do Brasil, Carlos Eigi, verfügt der Autobauer außerdem über Notstromaggregate, die die Grundfunktionen des Werkes eine Zeitlang aufrecht erhalten können, nicht jedoch die Produktion. „Man kann keine ganze Fabrik mit Generatoren betreiben“, betonte Eigi in Valor Econômico. Falls es bei der Wasserversorgung zu Engpässen kommt, will Honda Wasser durch Tankwagen liefern lassen oder eigene Brunnen bohren.

Der Präsident des Automobilherstellerverbandes Anfavea, Luiz Moan, stellte indes heraus, dass die Branche bereits große Anstrengungen unternommen habe, um den Wasser- und Energieverbrauch zu senken. Moan zufolge ist der Wasserverbrauch der Automobilindustrie zwischen 2008 und 2011 um 30% zurückgegangen und der Stromverbrauch um 11% gesunken. Seitdem hätten die Hersteller noch weitere Maßnahmen ergriffen. Dazu gehörten die Nutzung von Regenwasser und geschlossene Wasserkreisläufe, so der Anfavea-Präsident in Valor Econômico.

Montag, 19. Mai, 2014

Sponsor

## Fußball-WM wird Kreditkartengesellschaft Cielo 1 Mrd. R\$ kosten

Eine Analyse des brasilianischen Anbieters für Abrechnungsdienstleistungen Cielo hat ergeben, dass ihm durch die Fußball-WM 1 Mrd. R\$ aus Kreditkartengeschäften entgehen werden. Dagegen besagt eine Studie des Finanzdienstleisters Credit Suisse, dass die gesamte Kreditkartenwirtschaft durch das Turnier 5,9 Mrd. R\$ mehr einnehmen wird.

Grund für die Befürchtungen Cielos sind die Feiertage, die den WM-Städten verordnet wurden. Bis jetzt haben vier Austragungsorte Spieltage für arbeitsfrei erklärt. „Zwar wird die WM für mehr Einnahmen durch Touristen sorgen, jedoch werden die Feiertage diesen Effekt wieder ausgleichen und unterm Strich zu einem Nettoverlust führen“, meint Rômulo de Mello Dias, Präsident von Cielo.

Das Kreditkartenunternehmen geht davon aus, dass sich die Mehrausgaben der Touristen auf 23 % belaufen werden, so wie es auch während der WM 2010 in Südafrika der Fall war. Außerdem rechnet Cielo mit einer Finalteilnahme Brasiliens, was die Anzahl an Feiertagen erhöhen würde.

Der sog. „WM-Effekt“ müsse aber relativiert werden, „da er nicht einmal 1 % unseres gesamten Finanzvolumens eines Jahres ausmacht“, so Dias. Er führt aus: „Unser Ziel war es, die Behauptung zu widerlegen, dass die WM gut für die Wirtschaft sei.“ Im vergangenen Jahr nahm Cielo 450 Mrd. R\$ durch Einkäufe mit Kreditkarten ein.

Folgt man den Ergebnissen der Studie von Credit Suisse, dann trügen einheimische und ausländische WM-Besucher zu einem Umsatzplus von insgesamt 11,2 Mrd. R\$ bei (was weniger als der Hälfte des Betrags von 25,2 Mrd. R\$ entspräche, den die Regierung erwartet). 5,9 Mrd. R\$ dieses Gesamtbetrags würden per Karte bezahlt. „Für die Kreditkartenwirtschaft, dürfte das Plus bei den Ausgaben der Touristen mehr als ausreichend sein, um den schwächeren Konsum oder aufgeschobene Kaufentscheidungen in anderen Sektoren wettzumachen“, schrieben Analysten der Credit Suisse.

Marktbeobachter glauben, dass die Gesamtauswirkungen der Fußball-WM auf den Konsum neutral oder leicht positiv ausfallen werden. Unabhängig von der WM übertraf Cielo im ersten Quartal 2013 die Markterwartungen mit einem Nettogewinn von 802,7 Mio. R\$, was einem Wachstum von 27,4 % gegenüber dem Vergleichszeitraum in 2013 entspricht.

Die Kreditkartengesellschaft gab auch bekannt, in 2014 ihre Ausgaben auf einen Wert zwischen 0,75 R\$ bis 0,78 R\$ je Transaktion anheben zu wollen (zuvor hatte man mit einem Betrag zwischen 0,72 R\$ bis 0,75 R\$ je Transaktion gerechnet). Die Ausgaben sollen zum Teil in den Aufbau einer neuen Betriebs-Plattform von Cielo fließen, an deren Aufbau seit der Übernahme des amerikanischen Abrechnungsdienstleisters Merchant e-Solutions im Juli 2012, gearbeitet wird. Mit der Fertigstellung der Plattform wird zwischen 2015 und 2016 gerechnet.

## In der Warteschlange der Zentralbank

Etwa 60 Nichtfinanzunternehmen, die elektronische Bezahlendienste anbieten, müssen in den nächsten 180 Tagen eine Zulassung bei der brasilianischen Zentralbank beantragen, um weiter arbeiten zu dürfen. Die Unternehmen müssen nachweisen, dass sie die neuen Governance- und Sicherheitsregeln befolgen, die die Bank im vergangenen November bekanntgegeben und am 24. April in ihrer endgültigen Version veröffentlicht hat. Durch die neuen Regelungen soll der Markt für elektronische Bezahlssysteme besser reguliert werden. Sie betreffen drei Gruppen von Unternehmen, „Bezahlinstitutionen“ (instituições de pagamento) genannt, die elektronische „Bezahlarrangements“ (Arranjos de pagamento) anbieten. Zur ersten Kategorie gehören Anbieter von Guthabekarten wie elektronische Essenmarken oder elektronische Fahrscheine, Geldkarten und anderen Micropayment-Systemen. Emittenten von Kreditkarten wie Banken oder Einzelhändler bilden die zweite Gruppe. Die dritte Kategorie umfasst Unternehmen wie Cielo oder Rede, die Kreditkartenterminals betreiben und Kreditkartenprozesse abwickeln. Finanziell abgesichert werden die Bezahlarrangements klassischerweise durch Kreditkartenorganisationen.

Von der neuen Regulierung ist beispielsweise die deutsche Firma SumUp betroffen, die Lesegeräte für mobile Zahlungsprozesse per Smartphone und Tablet anbietet. Der Geschäftsführer der brasilianischen Filiale von SumUp, Igor Marchesini, zeigte sich in Brasil Econômico über die Regulierung der Zentralbank zufrieden: „Wir arbeiten bereits in Einklang mit den Anti-Geldwäsche-Regeln und befolgen den Governance Code. Deswegen sind unsere Kosten höher als die der Konkurrenz. Jetzt, wo alle die selben Regeln befolgen müssen, wird der Markt symmetrischer“. SumUp ist seit vergangendem November auf dem brasilianischen Markt und hat bereits 22.000 Selbständige und Kleinunternehmen als Kunden. Zur Abwicklung der Bezahlvorgänge hat das deutsche StartUp ein Bezahlarrangement mit Cielo abgeschlossen. Marchesini erwartet, dass der neue Regulierungsrahmen Investitionen in elektronische Bezahlssysteme leichter und sicherer machen wird. Der Markt hat seiner Meinung nach noch ein großes Wachstumspotenzial.

Zunächst müssen sich nur Unternehmen mit einem Jahresumsatz über 500 Mio. R\$ bei der Zentralbank registrieren. Bis 2019 wird die Grenze schrittweise auf 50 Mio. R\$ abgesenkt. Dabei zählt allerdings der Gesamtumsatz der Partner eines Bezahlarrangements. Kleine Dienstleister, die beispielsweise ein Abkommen mit einem Kreditkartenunternehmen haben, müssen die neuen Regeln also ebenfalls anwenden.

Montag, 19. Mai, 2014

Sponsor

## Gerdau erwartet Stahlmarkt-Wachstum von 3,5% in diesem Jahr

Der brasilianische Stahlkonzern Gerdau schaut trotz der Produktionsdelle im Automobilsektor zuversichtlich auf die Entwicklung des brasilianischen Stahlmarktes in diesem Jahr: „Das Szenario ist positiv und der Stahlverbrauch dürfte zunehmen“, sagte der Vorstandsvorsitzende André Gerdau Johannpeter in einer Telefonkonferenz mit Investoren, in der er die Bilanz für das erste Quartal präsentierte. Laut Joahnpeter erwartet der Konzern in diesem Jahr ein Wachstum des Marktvolumens von 3% bis 3,5%. Die Nachfrage werde vor allem durch die Agrarwirtschaft, den Infrastruktur- und den Bausektor getrieben, während die Industrie unter der Abschwächung der Wirtschaftsentwicklung leide.

Die Konzernbilanz weist für das erste Quartal ein Gesamtumsatz von 10,55 Mrd. R\$ aus, 15,1% mehr als ein Jahr zuvor. Der Gewinn vor Steuern (EBITDA) stieg um 48,6% auf 1,2 Mrd. R\$. Der Zuwachs fiel höher aus als von Analysten erwartet. Der Nettogewinn lag mit 397,2 Mio. R\$ sogar 168% über dem des ersten Quartals 2013. Gerdau produzierte in den ersten drei Monaten des Jahres 4,55 Mio. Tonnen Rohstahl, 3,3% mehr als ein Jahr zuvor. Der weltweite Stahlabsatz ging dagegen im Jahresvergleich um 3,7% auf 4,38 Mio. Tonnen zurück. Bei der Eisenerzproduktion (1,73 Mio. Tonnen) verzeichnete der Konzern ein Wachstum von 54,4% gegenüber dem ersten Quartal 2013. Das Absatzvolumen stieg um 119,3% auf 2 Mio. Tonnen. Das kräftige Wachstum hängt mit der Inbetriebnahme einer neuen Anlage zur Erzaufbereitung im Bundesstaat Minas Gerais im vergangenen August zusammen. Der Geschäftsbereich „Eisenerz“, dessen Zahlen seit Anfang 2014 eigenständig ausgewiesen werden, soll in diesem Jahr laut Finanzvorstand André Pires de Azevedo 9 bis 9,5 Mio. Tonnen produzieren. Für die eigene Stahlproduktion benötigt Gerdau 4 bis 5 Mio. Tonnen. Das übrige Eisenerz wird an andere Stahlfirmen im In- und Ausland verkauft. Aktuell kann der Konzern bis zu 11,5 Mio. Tonnen Erz pro Jahr produzieren. Bis 2016 soll die Kapazität auf 18 Mio. Tonnen gesteigert werden, bis 2020 auf 20 Mio. Tonnen. Bislang hat Gerdau 1 Mrd. R\$ in die Erzproduktion investiert. Die Summe könnte auf 3 Mrd. R\$ steigen.

Auch auf dem US-Markt erwartet der brasilianische Stahlkonzern in diesem Jahr eine steigende Nachfrage. Nach einem Rückgang des Stahlverbrauchs um 0,6% im letzten Jahr geht Gerdau nunmehr von einem Zuwachs von 4% und einem Gesamtverbrauch von 99,4 Mio. Tonnen aus. „Wir sehen starke Anzeichen der Erholung“, so der Vorstandsvorsitzende Johannpeter in der Telefonkonferenz mit Analysten. Die Aktienmärkte reagierten positiv auf die Quartalsbilanz und die Ankündigungen der Konzernspitze. Gerdau-Stammaktien legten um 2,41% zu, Vorzugsaktien um 2,98%.

## Ambev will wegen höherer Getränkesteuer weniger investieren

Trotz steigender Absatzzahlen im ersten Quartal will der brasilianische Brauereieriese Ambev seine geplanten Investitionen in diesem Jahr zurückfahren. Grund ist der erwartete Nachfragerückgang für Kaltgetränke durch die Erhöhung der Getränkesteuer. Ab 1. Juni wird der Staat eine höhere Abgabe auf Bier, Energiedrinks und Erfrischungsgetränke verlangen. Nach Berechnungen der Bundessteuerbehörde (Receita Federal) dürften sich diese Getränke dadurch im Schnitt um 2,25% verteuern. Der Finanzvorstand von Ambev, Nelson Jamel, bezeichnete die Erhöhung in einer Telefonkonferenz mit Journalisten als „unangemessen“. Er kündigte an, dass der Braukonzern die höheren Preise an die Verbraucher weitergeben müsse und deshalb mit einem Nachfragedämpfer rechne: „Dies wird sich negativ auf den Verkauf auswirken“, zitierte Brasil Econômico den Ambev-Vorstand. Die geplante Erweiterung der Produktionskapazität steht deshalb nun auf dem Prüfstand. Die für dieses Jahr vorgesehene Eröffnung von zwei neuen Fabriken in Uberlândia (Minas Gerais) und Ponta Grossa (Paraná) könnte verschoben werden. Das Investitionsbudget für das Gesamtjahr dürfte unter dem im Februar verkündeten Betrag von 2,8 Mrd. R\$ liegen.

Die Steuererhöhung im Juni kommt für die Getränkeindustrie überraschend. Die Branche hatte den Schritt eigentlich erst im Oktober erwartet und befürchtet nun negative Folgen für das Geschäft während der Fußball-WM. „Diese Erhöhung wird den Absatz während der Weltmeisterschaft beeinträchtigen“, bekräftigte Sandra Peres, Chef-Analystin beim Broker Coinvalores, in Brasil Econômico. Der Ambev-Konzern strebt für das Gesamtjahr trotzdem ein hohes einstelliges bis zweistelliges Umsatzwachstum in Brasilien an.

Im ersten Quartal 2014 hat Ambev insgesamt 29,3 Mio. Hektoliter Bier verkauft. Das entspricht einem Anstieg von 8,6% gegenüber dem Vorjahreszeitraum, der allerdings besonders schwach verlief. Der Bruttoverkaufserlös bis Ende März stieg um 19,1% auf 5,8 Mrd. R\$. Beim Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) verzeichnete Ambev einen Zuwachs von 15,1% gegenüber dem ersten Quartal 2013 auf nunmehr 2,8 Mrd. R\$. Der Nettogewinn stieg um 9,7% auf 2,6 Mrd. R\$. Ausschlaggebend für den steigenden Bierabsatz waren die hohen Temperaturen in mehreren Regionen zu Jahresbeginn und eine Abschwächung der Teuerung für Lebensmittel. Ambev selber trug mit der Kampagne „Sommer ohne Preiserhöhung“ zur Preisstabilität bei, was sich positiv auf die Verkaufszahlen auswirkte. Sandra Peres von Coinvalores wies in Brasil Econômico auch darauf hin, dass der Brauereieriese mit Blick auf die Fußball-WM das Marketingbudget im ersten Quartal auf 2,5 Mrd. R\$ erhöht habe (Q1 2013: 2 Mrd. R\$), um seine Position als Marktführer zu stärken. Dennoch sank der Marktanteil von Ambev in Brasilien zwischen Januar und März leicht um 0,6% auf 67,5%.

Montag, 19. Mai, 2014

Sponsor

## Multiplan macht im April 15 % mehr Umsatz

Das Immobilienunternehmen Multiplan, das v.a. Shoppingcenter betreibt, ist optimistisch, was die Umsätze seiner Malls für 2014 angeht. Gestern zeigte sich der Präsident, José Isaac Peres, gegenüber Analysten überrascht vom hohen Umsatz von 14,9 % im April. Das Ergebnis ging in die Bilanz des ersten Quartals ein, die Multiplan am Dienstag vorgestellt hatte.

Peres, der mit den Zahlen der letzten drei Monate des Jahres 2013 nicht zufrieden gewesen war, hob hervor, dass der Umsatz von 14,9 % im Vergleich zum April des vergangenen Jahres klar über dem Durchschnitt der Einzelhandelsbranche liege. Für ihn zeige dieser Wert, dass der Erlös seiner Shoppingcenter das Jahr mit einem Ergebnis abschließen werde, das über den 11,4 Mrd. R\$ aus dem vergangenen Jahr liege. Damals konnte der Erlös im Vergleich zu 2012 schon um 16,3 % gesteigert werden.

Auch wenn die Umsatzzahlen des Unternehmens für April nur die Änderungen gegenüber des Vorjahresmonats ausweisen, stieg der Erlös im ersten Quartal um 11,2 % im Vergleich zum ersten Quartal 2013, als 2,7 Mrd. R\$ erwirtschaftet wurden. Peres erinnerte daran, dass April der erste Monat sei, in dem ein Vergleich nicht durch die Karnevalsfeiertage verzerrt werde.

„Ich glaube, dass der Einzelhandel in diesem Jahr erneut für Überraschungen sorgen wird“, so Peres und erinnerte damit an die anstehende Fußballweltmeisterschaft und die Präsidentschaftswahlen im Oktober. „Der Einzelhandel in den Shoppingcentern bringt weiterhin gute Umsätze, vor allem, wenn man ihn mit der gesamten brasilianischen Wirtschaft vergleicht“, fügte er hinzu.

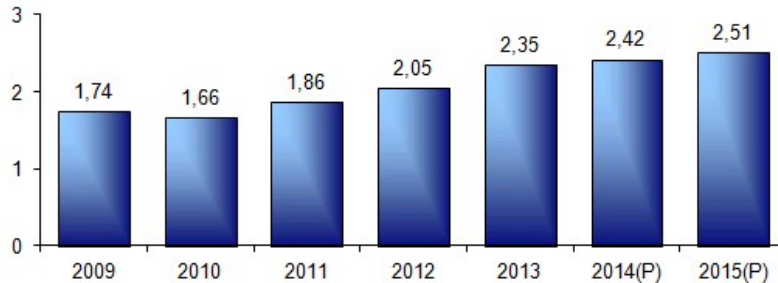
Obwohl der Aktienkurs des Unternehmens 1,6 % schwächer geschlossen hatte und der Preis für eine Aktie nun bei 50,38 R\$ liegt, zeigten sich die Analysten mit dem Erlös zufrieden. „Wir halten das Umsatzniveau für 2014 für stabil, solange die Auslastung der neuen Shoppingmalls noch nicht erreicht ist und die bewährten Einkaufszentren weiterhin ihre Qualität und Widerstandskraft unter Beweis stellen“, so Börsenmakler der Agentur Fator.

Multiplanchef Peres kündigte unterdessen die Planung neuer Shoppingcenter in Rio de Janeiro und der südbrasilianischen Stadt Canoas an. Dadurch sollen insgesamt 1,5 Mio. Menschen versorgt werden. Außerdem gab er bekannt, dass die Shoppingmall Morumbi Corporate in der Lage sei, jährliche Einnahmen von 100 Mio. R\$ zu generieren, sobald die volle Auslastung erreicht sei.

**Tabellen**

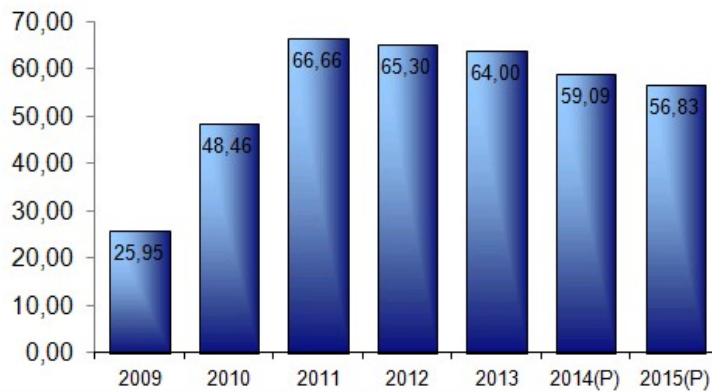
**Wechselkurs zum Jahresende**

(R\$/US\$)



**Ausländische Direktinvestitionen**

(In Mrd. US\$)



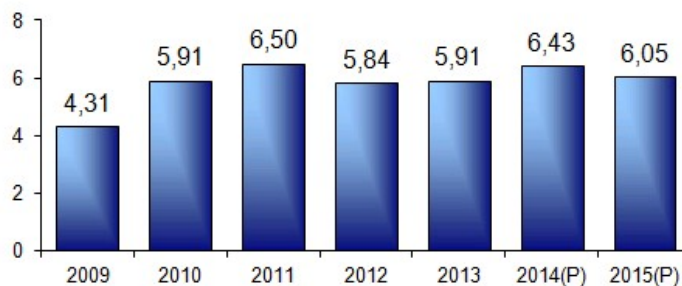
**Entwicklung des BIP**

(In %)



**Inflationsindex IPCA**

(Jahresdurchschnitt in %)



Montag, 19. Mai, 2014

## Impressum

### Herausgeber:

Eine Gemeinschaftspublikation der Deutsch-Brasilianischen Auslandshandelskammern und von Germany Trade and Invest - Gesellschaft für Aussenwirtschaft und Standortmarketing mbH

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

### Projektverantwortlich:

Eckart Michael Pohl  
diretoria.comunicacao@ahkbrasil.com

### Redaktion:

Oliver Döhne  
oliver.doehne@gtai.de

### Sponsoring | Anzeigen:

Bruno V. Zarpellon  
sponsoring@ahkbrasil.com

Weitere Informationen Analysen, Prognosen und aktuelle Wirtschaftsberichte finden Sie unter: [www.gtai.de](http://www.gtai.de)

[www.ahkbrasil.com](http://www.ahkbrasil.com) | Tel. +55 11.5187.5167