



Inhalt

Infrastruktur 2

Riesiges Investitionsprogramm

Versteigerung von Betriebslizenzen für 2 Flughäfen

Erdöl & Gas 3

Petra Energia ersteigert umfangreiche Förderlizenzen

Comgás mit klarer Wachstumsstrategie

Kosmetik 4

Natura mit neuer Produktlinie

Auge um Auge, Haar um Haar

Unternehmen 5

Schiffahrtsunternehmen Aliança erneuert Flotte und will Schiffe in Brasilien bauen

Lanxess nimmt die Produktion von Leichtplastik in Brasilien auf

Handel 6

E-Commerce in Brasilien wächst sprunghaft

Verkäufe der brasilianischen Supermärkte sinken zum ersten Mal seit fünf Jahren

Investitionskosten in Brasilien höher als in Industrieländern

Programme zeigen aber erste Wirkung

Brasilien schwächelt seit geraumer Zeit im Bereich der Investitionen. Eine Studie des brasilianischen *Forschungsinstituts für Industrielle Entwicklung Iedi* zeigt nun jedoch, dass diese Schwäche weder konjunkturell, noch durch die internationale Krise bedingt ist. Die Investitionskosten im größten Land Südamerikas werden schlichtweg immer höher. Einerseits sind sie bei den direkten Konkurrenten, den asiatischen Tigerstaaten und anderen Schwellenländern wie Indien, Russland, Südafrika oder Mexiko niedriger. Neuerdings übertreffen sie aber auch die Investitionskosten in Industrieländern, darunter die USA, Deutschland und Großbritannien. In Zeiten globaler Produktionswege erwachsen daraus Wettbewerbsnachteile, und so schauen Investoren immer öfter in andere Länder, die kostengünstigere Möglichkeiten bieten. Das Problem beschränkt sich jedoch nicht nur auf die Kostenfrage. Haben Industrieländer angesichts hoher Investitionskosten zumindest eine Infrastruktur vorzuweisen, die diese rechtfertigt, kann Brasilien auch hier nicht mithalten. Der Grund für die hohen Kosten liegt

wohl vor allem in der Finanzpolitik der vergangenen Jahre, die von einer massiven Umverteilung von oben nach unten gekennzeichnet waren. Es entstand eine breite Mittelschicht mit starker Kaufkraft. Dem ungetrübten Glauben an den Massenkonsum standen nur geringe Investitionen in die Erhöhung der Produktionskapazitäten entgegen. Und so verschob sich zunehmend das Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage. Dieser inflationäre Druck breitet sich auf die Investitionen aus. Teurere Arbeitskräfte im Bau, ließen z.B. die Kosten für Industriegebäude expressiv steigen. Maschinen und Produktionsanlagen hingegen verteuerten sich weitaus weniger. Hier schlugen Kreditprogramme der Entwicklungsbank zu niedrigen Zinsen oder Steuernachlässe durch. Daten des Finanzministeriums belegen, das 71% der gewährten Nachlässe von 163 Mrd. R\$ tatsächlich in die Produktion investiert wurden. Die Regierung sieht die Entwicklung der Investitionen daher positiv und verweist auf das Wachstum der Bruttoanlageinvestitionen von 7,8% im ersten Quartal.

Ihr Logo im
Wochenbericht,
stärken Sie
ihre Marke.

Klicken Sie hier für
weitere Informationen.

Herausgeber



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



GERMANY
TRADE & INVEST



Mit Unterstützung von





Riesiges Investitionsprogramm

Wasserver- und entsorgung soll erneuert werden

Brasilien plant ein weiteres Investitionsprogramm. Nachdem es zuletzt um Konzessionen und Lizenzen für Häfen und Flughäfen ging, rückt nun die Infrastruktur im Bereich Wasserver- und entsorgung in den Blickpunkt. Das Potential ist riesig. Über 500 Mrd. R\$ an Investitionen sieht der seit 2007 diskutierte Nationale Plan zur Sanitären Grundversorgung für den Zeitraum von 2013 bis 2033 vor. Die Ausgangslage dafür ist denkbar günstig. Auf das ganze Land gesehen, haben zwar bis zu 90% der Haushalte fließendes Trinkwasser, einen Abwasseranschluss aber nur 48%. Seit Jahrzehnten schon

wurden Investitionen nicht richtig kanalisiert oder blieben gleich ganz aus. Was fehlte war ein staatlich gelenkter Masterplan.

Das soll sich nun ändern. Gegenüber der Zeitung Estado de São Paulo sprach der brasilianische Minister für Stadtplanung, Aguinaldo Ribeiro, von einer geplanten Senkung der Sozialabgaben/Sozialfinanzierungssteuern für Unternehmen, die im Bereich investierten. Sie würde bei 2 Mrd. R\$ p.a. liegen. Zudem berate sich die Regierung mit Vertretern des Sektors gerade über die genaue Ausarbeitung der Erleichterungen. „Wir wollen sicherstellen, dass die

Vergünstigungen nicht in die Unternehmenstaschen, sondern direkt in die Investitionen fließen“, so Ribeiro. Schätzungen gehen für die nächsten 20 Jahre von staatlichen Investitionen von knapp 300 Mrd. R\$ aus. Dazu kämen 210 Mrd. R\$ von Bundesstaaten, Städten und Gemeinden. Am 7. Juni wird der Brasilianische Städtetag über das Maßnahmenpaket abstimmen. In Wahrheit ist das Programm aber schon angelaufen. Der Staat investiert dieses Jahr allein 500 Mio. R\$ in Projektplanungen, mehr als in den letzten sechs Jahren insgesamt in der Branche investiert wurde.



Versteigerung von Betriebslizenzen für 2 Flughäfen

Konsortien bieten um die Wette

In Brasilien sollen im September neue Konzessionen und Betriebslizenzen für die Flughäfen Galeão (Bundesstaat Rio de Janeiro) und Confins (Bundesstaat Minas Gerais) vergeben werden. Während bei anderen Ausschreibungen im Infrastrukturbereich Zugeständnisse der Regierung weitere Interessenten und somit mehr Konkurrenz anlocken sollen, scheint der Reiz der Flughäfen ungebrochen. Alle Unternehmen, die schon bei der letzten Ausschreibung 2012 vertreten waren, meldeten bereits ihr Interesse an, insgesamt sind es 20. Dabei handelt es sich zum großen Teil um Partnerschaften zwischen

brasilianischen und ausländischen Unternehmen. Nach Angaben der Wirtschaftszeitung Valor kooperiert die US-amerikanische Betreibergesellschaft AD&HAS mit der brasilianischen Fidens. Zusammen hatte man im vergangenen Jahr schon für den Flughafen in der Hauptstadt Brasília geboten. Queiroz Galvão soll im Hintergrund schon an eine Zusammenarbeit mit der spanischen Ferrovial denken. Die deutsche Fraport will zusammen mit der brasilianischen EcoRodovias bieten. Für die Kooperationen gibt es einen Grund. Ausländischen Unternehmen wird so die Beteiligung überhaupt erst

ermöglicht. Hingegen muss eine der Betreibergesellschaften Erfahrungen mit einem Mindestpassagiervolumen von 35 Mio. Fluggästen pro Jahr haben, eine Zahl die brasilianische Gesellschaften kaum erreichen. Zudem muss die entsprechende Gesellschaft wenigstens 25% der Lizenzrechte halten. 49% sollen hingegen stets bei der staatlichen Betreibergesellschaft Infraero liegen. Nun hofft man, dass die Preise nicht durch die Decke gehen. Galeão soll beim Mindestgebot noch über Guarulhos liegen, der letztes Jahr bei 3,9 Mrd. R\$ begann und für knapp 16 Mrd. vergeben wurde.



Petra Energia ersteigert umfangreiche Förderlizenzen

Unternehmen setzt auf Eigeninitiative und Partnerschaften

Das brasilianische Unternehmen Petra Energia hat bei der jüngsten Versteigerung von Förderlizenzen kräftig mitgeboten und für 50 Mio. US\$ die Lizenz für 28 neue Erdöl- und -gasfelder erstanden. Damit ist es unter Privatunternehmen nun führend bei der Förderung an Land und in den Bundesstaaten Bahia, Maranhão und Piauí aktiv. 9 der Lizenzen entfallen auf das Gebiet Bacia do Parnaíba, 15 auf das Gebiet Tucano Sul und 4 auf Felder vor der Küste der Bundesstaaten Pernambuco und Paraíba. Während man sich letztere zu 70% sicherte und jeweils 2 mit dem Unternehmen Queiroz Galvão

Exploração e Produção und der kanadischen Niko Resources teilt, ist Petra Energia an Land 100%iger Inhaber. Das Unternehmen erstand schon bei früheren Versteigerungen große Teile der vergebenen Lizenzen, verkaufte diese dann später aber an HRT und OGX, oder an TNK-BP. Das zeigt, dass Petra Energia teils allein auftritt, Partnerschaften vor allem im finanziellen und technologischen Bereich aber nicht ausschlägt. Ein neuer Mitspieler ist das Unternehmen Ouro Preto, das Rodolfo Landim gehört. Er geriet nach einem Rechtsstreit mit dem Milliardär Eike Batista, dessen

rechte Hand er vorher gewesen war, ins Rampenlicht. Ouro Preto erwarb nun 2 Förderlizenzen für das Parnaíba Gebiet, in dem auch schon die Firmen Batistas agieren. Wie der Direktor für neue Geschäftsfelder des Unternehmens, Dirceu Abranão, erklärte habe dies aber rein operative und keine personellen Gründe: „Wir haben nach einem allgemeinen Blick auf alle ausstehenden Fördergebiete beschlossen, dass dieses unsere Anforderungen am besten erfüllt“. Aufgrund der Regularien darf das Unternehmen nur an Land oder in flachem Wasser fördern.



Comgás mit klarer Wachstumsstrategie

Massive Investitionen, vor allem in Leitungsausbau

Als der britische Petrokonzern British Gas letztes Jahr beschloss, sich in Brasilien fortan ganz den Pré-Sal Vorkommen vor der Küste zu widmen, verkaufte man das Unternehmen Comgás an die ebenfalls brasilianische Cosan. Unter den neuen Besitzern lautet die Strategie des Erdgasversorgungsunternehmens nun ganz klar: Wachstum. „Wir werden dieses Jahr Rekordinvestitionen von 870 Mio. R\$ und bis 2015 3,2 Mrd. R\$ tätigen“, so der Geschäftsführer der Comgás, Luiz Guimarães gegenüber der Zeitung Valor. Das Unternehmen besitzt Konzessionen zum Beliefern von insgesamt 177

Gemeinden im Bundesstaat São Paulo. Versorgt werden derzeit 71 Gemeinden und 1,2 Mio. Haushalte. Das Wachstumspotential ist aber enorm, denn insgesamt umfasst das Versorgungsgebiet 8 Mio. Haushalte. So soll der größte Teil der für dieses Jahr vorgesehenen Investitionen in den Leitungsausbau fließen. Ein anderer Bereich mit Riesopotential besteht in der Belieferung von Tankstellen. Mit Erdgas fährt man in Brasilien zu 60% des Preises anderer Kraftstoffe, so Guimarães. Aktuell erwirtschaftet man mit der Versorgung von Haushalten nur 3% der Erlöse, 68% mit der Industrie und 2% mit

Gewerbegebieten. Die restlichen Anteile entfallen auf Erdgas als Ottokraftstoff und zur Stromerzeugung (inklusive Kraft-Wärme-Kopplung). Der Bundesstaat São Paulo gilt dabei als der Markt mit dem größten Potential. Die Konzessionen laufen noch 30 Jahre mit einer Option für weitere 20 Jahre. Die Verträge mit den Lieferanten laufen aber im Fall der Petrobras dieses Jahr und im Fall des bolivianischen Gases, welches 60% ausmacht, 2019 aus. Wie Guimarães betonte stehe man mit Petrobras schon in engen Verhandlungen.



Natura mit neuer Produktlinie

Schnäppchenjäger als neue Zielgruppe

Die brasilianische Kosmetikmarke Natura war bisher vor allem für hochwertige Premiumprodukte bekannt. Nun soll eine neue Produktlinie zu deutlich günstigeren Preisen auf den Markt kommen. Die Firma will so Marktanteile zurückerobern, die sie seit dem vergangenen Jahr verloren hat. Eigens für die neue Linie wurden schon 100 Mio. R\$ in Werksausbau und Produktionsanlagen aus Spanien investiert. Produziert wird nun in einem eigenen und zwei ausgelagerten Werken in Louveira (SP). Die neue Produktlinie soll sich vor allem durch weniger aufwendige Verpackungen auszeichnen. Diese sollen es den

Kunden aber im Gegensatz ermöglichen, auch den „letzten Tropfen“ auszuquetschen. Damit sollen Sparfüchse angesprochen werden. Sparen will das Unternehmen aber von der Beschaffung der Rohstoffe über die gesamte Produktionskette. Bereits 2008/2009 erkannte Natura die Marktlücke um die Zielgruppe der Schnäppchenjäger. Dabei gehe es aber trotzdem um hochwertige Produkte, Billigware wolle man nicht anbieten, so der Vize-Präsident der Marke, Marino. Die auf das wirklich Notwendige reduzierte Produktlinie zeigte in Marktforschungsstudien bisher kaum Konkurrenz zu den höherpreisigen eigenen Produkten.

Vielmehr gehe die Marke auf differenzierte Kundenprofile und Anforderungen ein. „Wir erkennen die verschiedenen Wünsche unserer Kunden und werden diese auch bedienen“, so Marino. Trotz der niedrigeren Preise seien die Gewinnmargen der neuen Produktlinie aber größer als bei anderen Artikeln. Letztlich sollen so durch Innovation Marktanteile von großen internationalen Konzernen wie Unilever, L'Oréal oder Procter & Gamble zurückgewonnen werden, die massiv investiert hatten. Wie Marino betonte haben die Verkäufe schon wieder zugelegt: „Es war ein guter Muttertag“.



Auge um Auge, Haar um Haar

Heißer Wettbewerb um die Gunst der Brasilianerinnen

Wie nur soll man jemanden davon überzeugen, dass ein bis vor kurzem nicht dagewesenes Produkt von nun an unverzichtbar ist? Die Hersteller von Haarpflegeprodukten bedienen sich dafür der Tricks von Elektronikherstellern, und so erfährt der Markt gerade eine wahre Innovationswelle. Dabei ist Brasilien für viele internationale Konzerne mittlerweile der wichtigste Markt. Um die Köpfe der Brasilianerinnen ist so ein wahrer Kampf Haar um Haar entflammt. Schon heute gibt die durchschnittliche Brasilianerin 40 R\$ monatlich für ihre Haarpracht aus. Großes Wachstumspotential besteht vor allem bei

Pflegeprodukten. Allein mit einem Produkt zur Pflege der Haarspitzen hat P&G eine Marktlücke von 100 Mio. R\$ gefunden. Nun will das Unternehmen die Produktlinie Pantene Expert mit einem Durchschnittspreis von 45 R\$ auf den Markt bringen. Die Einkommensentwicklung der letzten Jahre zeigt auch hier ihre Wirkung. Was zählt sind nicht länger möglichst billige Produkte. Vor allem auf die Qualität kommt es nunmehr an. „Sogar Frauen aus der unteren Mittelschicht achten in 90% der Fälle nicht als erstes auf den Preis“, so Juliana Azevedo, Direktorin für Marketing bei P&G. Das

Rennen bei den Premiumprodukten haben bisher die internationalen Konzerne wie Unilever, L'Oréal und P&G gemacht, brasilianische Unternehmen blieben außen vor. So haben Natura und Boticário nur geringe Marktanteile bei der Haarpflege. Natura plant nun aber die Marke Natura Plant wiederzubeleben. Das gute Image des Marktführers für Kosmetik im Allgemeinen soll auf die Köpfe übertragen werden. Boticário entwickelte ebenso eine neue Produktlinie seiner Marke Cuide-se Bem. Der Durchschnittspreis soll bei 13 R\$ liegen und so die Kundinnen verstärkt in die Geschäfte locken.



Seefrachtttransporteur Aliança erneuert Flotte und will Schiffe in Brasilien bauen

Das zu Hamburg Süd gehörende Unternehmen lässt ersten von vier neuen Containerfrachtern vom Stapel

Hamburg Süd/Aliança bereitet sich massiv auf das steigende Seefracht-aufkommen, besonders im Bereich der Küstenschifffahrt, vor. Bei der chinesischen Werft Shanghai Co. lief jetzt der erste von vier Container-großfrachtern mit einer Kapazität von 3.000 Containern vom Stapel. Das Ganze ist Teil der Erneuerung der Flotte von Aliança, die in Brasilien jetzt seit 14 Jahren unter Dampf ist. Das jetzt in Betrieb gestellte Schiff, die Sebastião Caboto, kostete Aliança stolze R\$ 450.000 Millionen. Wie die Zeitung Valor Econômico berichtet, will das Unternehmen in naher Zukunft vier weitere Großschiffe bauen lassen, und diesmal auf bra-

silianischen Werften. Erste Verhandlungen laufen bereits und bis Ende 2014 soll feststehen auf welcher. Ab 2017 sollen die „Brasilianer“ von Hamburg Süd dann auf den Weltmeeren unterwegs sein. Damit wäre Aliança dann nach ihrem Konkurrent Log-in das zweite Unternehmen, das auf brasilianischen Schiffbau setzt. Wegen des Anstiegs des Frachtbedarfs bei Transpetro hat Log-in bei der Werft Eisa in Rio de Janeiro fünf Schiffe in Auftrag gegeben, von denen zwei bereits in Dienst gestellt wurden. Log-in hat dafür insgesamt R\$ 1 Milliarde investiert. „Auch wir wollten eigentlich die vier Schiffe hier in Brasilien bauen lassen. Doch

die Lieferfristen waren angesichts des rasanten Anstiegs des Bedarfs bei der Küstenschifffahrt einfach zu lang“, argumentiert Julian Thomas, Geschäftsführender Präsident von Hamburg Süd/Aliança in Brasilien. Positiv für die Zukunft seien allerdings die Finanzierungslinien für brasilianischen Schiffbau durch den Fonds für die Handelsmarine (FMM) der brasilianischen Entwicklungsbank BNDES. Aliança betreibt derzeit neun Schiffe mit einer Kapazität von jeweils 2.500 Containern. Bis September werden die weiteren drei Schiffe aus China eintreffen und ältere Modelle ersetzen.



Lanxess nimmt die Produktion von Leichtplastik in Brasilien auf

Neues Werk soll ab 2014 Produkte für die Automobilindustrie produzieren

Der deutsche Chemiekonzern Lanxess ist in Brasilien weiterhin auf Expansionskurs. Anfang 2014 soll die siebte Fabrik im Land ihren Betrieb aufnehmen, in diesem Fall eine Produktionsanlage für Leichtplastik am schon bestehenden Standort in Porto Feliz im Bundesstaat São Paulo. Dort sollen Leichtplastikteile für die Automobilindustrie hergestellt werden. Solche werden für den Sektor immer wichtiger, da sie viele der bisher verwendeten Metallteile ersetzen und so das Fahrzeug leichter und damit spritsparender wird. „Brasilien hat in diesem Bereich für uns strategische Bedeutung. Die Nachfrage nach diesen Produkten ist in den letzten Jahren stark gestiegen“, bestätigt auch

Axel Heitmann“, Aufsichtsratsvorsitzender von Lanxess gegenüber der Zeitung Valor Econômico. In Porto Feliz produziert das Unternehmen Eisenoxypigmente für die Farbenindustrie und sog. Bladders (Blasen) für die Autoreifenherstellung. Diese Produktionseinheit mit Investitionen von R\$ 25 Millionen nahm ihren Betrieb in der letzten Woche auf und soll auf 170.000 Einheiten pro Jahr kommen. Lanxess, obwohl einer der größten Hersteller für High Performance-Gummis, ist in dieser Sparte noch recht neu und hat die argentinische Darmex sowie die amerikanische Tire Curing Bladders übernommen. Brasilien hat einen Anteil von 10% am weltweiten Gesamtumsatz

von Lanxess, was in 2012 EUR 9,1 Milliarden entsprach. Außer in Porto Feliz betreibt Lanxess Werke für die Gummiproduktion in den Bundesstaaten Pernambuco und Rio Grande do Sul. In letzterem, in der Stadt Triunfo, wurden EUR 80 Millionen investiert, um die Produktion von herkömmlichem auf „grünes“, umwelteffizienteres Gummi umzustellen. Vor allem durch die gute Performance im Automobilsektor hat Lanxess entgegen dem allgemeinen Trend in der Chemiebranche in Brasilien kräftig investiert. Laut Heitmann könnte Lanxess von Brasilien aus stark exportieren, schlugen nur die mittlerweile hohen Produktionskosten im Land nicht so in Gewicht.



E-Commerce in Brasilien wächst sprunghaft

Unerschlossene Märkte bieten riesiges Potential

Der E-Commerce verzeichnete in den vergangenen Jahren in Industrieländern Wachstumsraten von bis zu 50%, Zuwächse die vom traditionellen Handel selbst in den besten Zeiten nicht erreicht wurden. In Brasilien, wo erst die Hälfte der Bevölkerung Zugang zum Internet hat, scheint sich diese Entwicklung zu wiederholen. Die Brasilianische E-Commerce Kammer ist sich mit Beratungsfirmen der Branche einig: Dieses Jahr soll es ein sprunghaftes Wachstum von 25% geben. Claudio Ângelo vom Forschungsgremium des Einzelhandels Provar verweist auf das große Potential. Bisher ma-

che der E-Commerce nur 5% des gesamten Handels aus. Es sei aber ein Wettrennen um die Vertriebskanäle entbrannt. Das gelte vor allem für Produkte mit hoher Wertschöpfung und folglich hohen Gewinnmargen wie Elektronik und Parfums. Haushaltsgeräte verzeichnen mit 15% so den größten Anteil am E-Commerce, gefolgt von IT-Produkten 12%, Unterhaltungselektronik 8% und Kosmetik 7%. Vor allem für Kleinunternehmen, die in Kundenservice und Logistik investierten bestünden enorme Möglichkeiten, so Gabriel Lima, Direktor der Beraterfirma Enext. Im Vergleich mit den USA sei der Anteil

des Internet Handels aber noch sehr gering, was an logistischen Strukturen, der Konzentration der Einkommen und zuletzt am verschiedenen Wohlstandsniveau liege, so Antonio Everton vom Handelsverband CNC. 59% der Internetnutzer hätten aber schon einmal Preise verglichen, und 29% tatsächlich gekauft. 70% von ihnen hätten wiederum mit Kreditkarte bezahlt, so eine Verbandsstudie. Sollte die Wirtschaft nun wieder anziehen und mehr über Banküberweisungen gezahlt werden, entstünden nicht nur für Logistik und Kundenservice, sondern auch für die Banken enorme Anforderungen.



Verkäufe der brasilianischen Supermärkte sinken zum ersten Mal seit fünf Jahren

Preise sind in den letzten Monaten kontinuierlich gestiegen

Die Inflation ist der bestimmende Faktor für die Entwicklung des brasilianischen Einzelhandels. Die Preise in den Supermärkten sind einer Meldung der Zeitung O Estado de São Paulo zufolge in den letzten drei Monaten zwischen 1% und 2% gestiegen. Im März kauften die Verbraucher 2,1% weniger Lebensmittel und Getränke als im Vergleichsmonat Februar 2008, als es erstmals zum einem größeren Einbruch gekommen war. Der gesamte Einzelhandel ging im März allerdings nur um geringe 0,1% gegenüber Februar zurück. Der brasilianische Handelsverband CNC glaubt an weitere Preisanstiege im April und korrigiert deshalb das für 2013 geschätzte Ge-

samtwachstum von 5% auf 4,5% herunter. Die Einschätzung der Marktbeobachter, dass die steigenden Preise die Verkäufe beeinträchtigen, gibt zudem Anlass zu Spekulationen über steigende Zinsen. Nun wächst auch die Kritik an der Wirtschaftspolitik der Regierung. Handel und Industrie verhalten sich unterschiedlich. Während ersterer sich seit der großen Krise 2008 solide entwickelt hat, verläuft die industrielle Produktion seither unzufriedenstellend. „Nach dem Abklingen der Krise fragten wir uns, wo bleibt der Ausgleich. Wird die Industrie wieder anziehen? Was wir sehen ist, leider ein Rückgang bei Handel und Industrie“, analysiert Mariana Oliveira,

Wirtschaftsexpertin beim Consultingunternehmen Tendências. Octavio de Barros, Direktor für Wirtschaftsstudien bei Bradesco denkt etwas positiver: „Im Jahresverlauf wird der Handel immerhin wieder moderat anwachsen“. Eine Ausnahme bildet der Fahrzeughandel. Hier ist zwischen März und April mit 1,9% das erste Positivwachstum nach Monaten des Rückgangs zu verzeichnen. Für den brasilianischen Handelsverband CNC kommt dieses Ergebnis jedoch durch staatliche Anreize wie Steuerreduzierungen für die Hersteller zustande. Gäbe es diese nicht, würde auch in diesem Segment Stagnation eintreten, so ein Sprecher.

Herausgeber



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

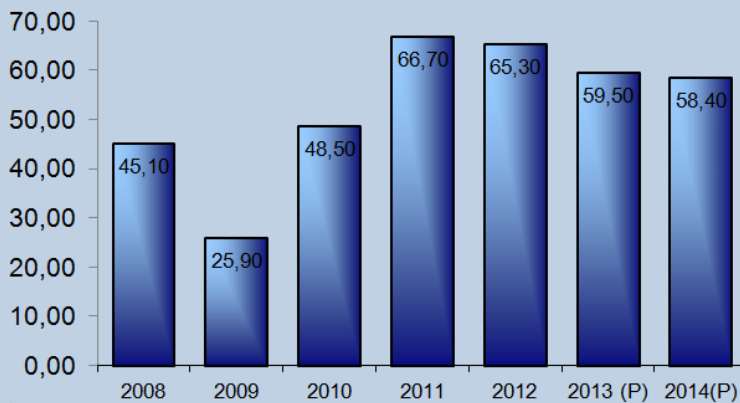


GERMANY
TRADE & INVEST

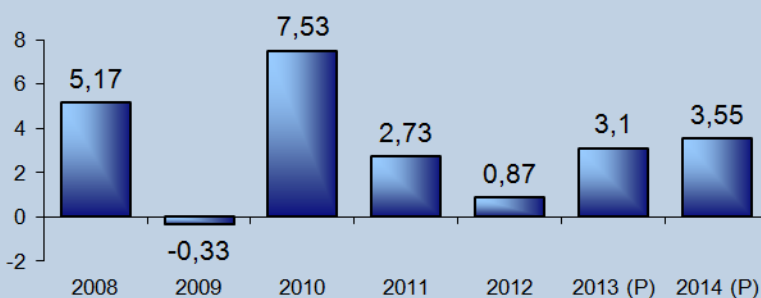
Mit Unterstützung von



Ausländische Direktinvestitionen Entwicklung 2008 - 2014* (in Mrd. US\$)



Entwicklung des BIP Entwicklung 2008 - 2014* (in %)



General Electric erhöht Investitionen in seine Gesundheitsparte

Der Konkurrenzkampf auf dem brasilianischen Markt für medizinische Apparate verschärft sich. Auch GE will kräftig mitmischen und kündigt weitere Investitionen von US\$ 25 Millionen bis 2018 an. Zählt man die 15 Millionen, die der Konzern zuvor für den Zeitraum bis 2015 bestätigt hatte, sind es gar R\$ 75 Millionen, bestätigte der CEO der Sparte Healthcare, Joe Shrawder, gegenüber der Zeitung Valor Econômico. GE will die Markführerschaft gegenüber seinen Hauptkonkurrenten Siemens und Philips erlangen. Im vergangenen Jahr erzielte das Unternehmen im Bereich medizinische Geräte und Zubehör in Brasilien einen Umsatz von R\$ 14,6 Milliarden. Das größte Werk von GE für Medizintechnik steht in Contagem im Großraum von Belo Horizonte, Minas Gerais. Dort werden Röntgenapparate, Computertomographen und Mammographen gebaut. Dazu kommen sollen Geräte für Magnetresonanz und Ultraschall. Auch Siemens investierte mit R\$ 50 Millionen viel in sein 2012 eröffnetes Werk in Joinville, Santa Catarina.

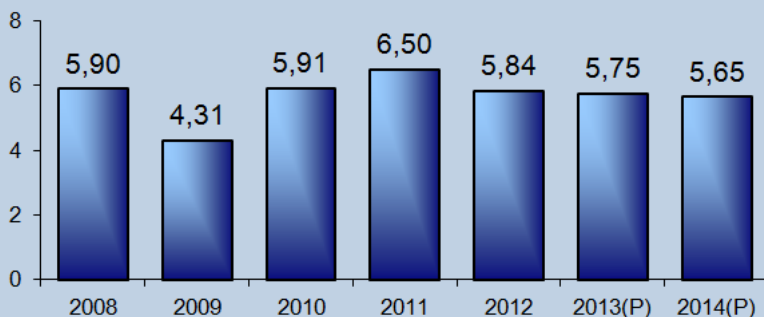
Quelle: Bradesco

(S) Schätzung / (P) Prognose

*2011-2012: Durchschnittliche Erwartung der Finanzmärkte

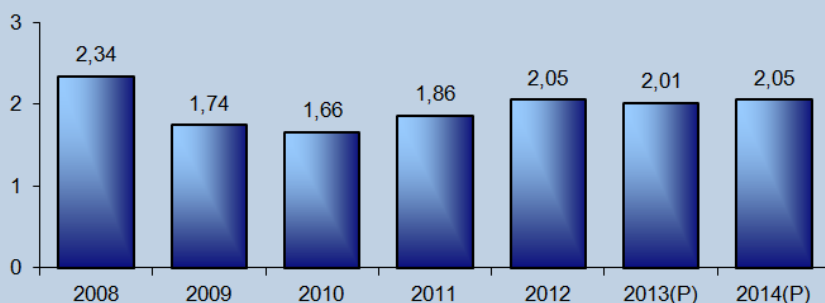
Inflationsindex IPCA Entwicklung 2008 - 2014*

(in %)



Wechselkurs zum Jahresende Entwicklung 2008 - 2014*

(R\$/US\$)



Quelle: Bradesco
(S) Schätzung

*2011-2012: Durchschnittliche Erwartung der Finanzmärkte

Breitbandnetze sollen 42,6 Millionen brasilianische Nutzer erreichen

Brasilien kommt beim Ausbau der Breitbandnetze schneller voran als bisher angenommen. Derzeit bestehen 25,8 Millionen Anschlüsse, was ein Zuwachs von 18,1% im Vergleich zum Jahr 2011 bedeutet. Eine neue Studie geht davon aus, dass sich die Zahl der Anschlüsse bis 2017 auf 42,6 Millionen und damit nahezu verdoppeln könnte. Interessant sind auch die Verbesserungen, die schnellere und qualitativ hochwertigere Internetzugänge für die brasilianische Gesellschaft einbringen, beispielweise im Bereich E-Learning und in der Telemedizin. Viele Nutzer haben das inzwischen erkannt und der Trend hin zu Breitbandanschlüssen der nächsten Generation und weg von den herkömmlichen setzt sich klar fort. Das allerdings vornehmlich in den städtischen Zentren, denn für die Umsetzung sind große Investitionen in die Infrastruktur nötig, so dass in den ländlichen Gebieten Brasiliens mangels technischer und finanzieller Möglichkeiten auch weiterhin Netze mit niedriger Übertragungsgeschwindigkeit genutzt werden.

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.

Projektverantwortliche: Ricardo Castanho und Eckart Michael Pohl

Redaktion: Oliver Döhne

Übersetzung und Bearbeitung: Thomas Tünnemann

Layout: André Araujo

Projektassistenz: Jasmin Dantas Kosubek

Weitere Informationen, Analysen, Prognosen und

aktuelle Wirtschaftsberichte können Sie unter

comex@ahkbrasil.com und www.gtai.de erhalten!

www.ahkbrasil.com - Tel.: +55 (11) 5187-5111

Herausgeber



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



GERMANY
TRADE & INVEST

Mit Unterstützung von

