

Freitag, 12. Juni, 2015

Sponsor Gold

## Kein Schwung für Investitionen

Produktion von Investitionsgütern sinkt im April um 24%

### Herausgeber:

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

### Wirtschaft

#### Regierung gibt 22,5 Mrd. R\$ aus Spareinlagen für Immobilienfinanzierung frei

Mindestreservequote der Geschäftsbanken bei der Zentralbank abgesenkt

#### Absatz von Weißer Ware sinkt im ersten Quartal nochmals um 12%

Die Haushaltsgeräte-Branche hofft aber, im Gesamtjahr das Ergebnis von 2014 zu wiederholen

### Pharma

#### Sanofi will in Brasilien auf den Wachstumspfad zurückkehren

Pharmaunternehmen hat in den letzten beiden Jahren die Marktführerschaft verloren

#### Aspen Pharma setzt verstärkt auf eigene Produkte

Bislang vertreibt das Unternehmen in Brasilien vor allem Medikamente anderer Hersteller

### Unternehmen

#### Bayer Brasilien wird Bayer China überholen

Nach Abspaltung der Chemie-Sparte dürfte Brasilien drittgrößter Markt für den Konzern werden

#### Fibra baut Führungsposition auf dem globalen Zellulose-Markt aus

Erweiterung des Standorts Três Lagoas und Vertriebspartnerschaft mit Konkurrent Klabin

### Konjunktur

#### Bierproduktion dürfte bis Juli weiter zurückgehen

Sinkende Haushaltseinkommen und hohe Vergleichswerte aus dem WM-Jahr 2014

#### Weit entfernt von der Krise und näher am Verkaufsort

Wirtschaftssituation des Landes beeinflusst das Investitionsvorhaben von AmBev nicht

### Kurzmeldung / Statistik

#### Volvo wird in Brasilien auch Industriemotoren produzieren

Segment bietet trotz Wirtschaftskrise mehr Wachstumschancen als der Fahrzeugbereich

### Tabellen

Statistiken über die brasilianische Wirtschaft

**KPMG**  
cutting through complexity

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

in f e  
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Sponsor Silber

## Kein Schwung für Investitionen

Die Produktion der brasilianischen Industrie ist im April zum 14. Mal in Folge gegenüber dem Vorjahresmonat zurückgegangen. Neben der schwachen Konjunktur sind Analysten zufolge eine sinkende Nachfrage, steigende Produktionskosten und hohe Zinsen dafür verantwortlich. Zahlen des brasilianischen Statistikinstituts IBGE zufolge sank die Industrieaktivität im April im Jahresvergleich um 7,6%. Insbesondere das schlechte Abschneiden der Investitionsgüterindustrie (-24%) zog das Ergebnis dabei nach unten. Laut dem Industrieverband CNI lag der Umsatz der Industrie im April um 6,4% unter dem Vorjahreswert. Die Auslastung der Betriebe erreichte 80,6% (-0,4%), was auf einen hohen Leerlauf hindeutet.

Gemäß IBGE war die Produktion in allen Investitionsgüter-Segmenten rückläufig. Transportmittel verzeichneten ein Minus von 29,8% gegenüber April 2014. Dies ist vor allem auf den starken Einbruch bei LKW-Zugmaschinen zurückzuführen. Die Produktion von Investitionsgütern für Mischnutzung sank um 27,8%, für industrielle Nutzung um 7,8%, für die Bauwirtschaft um 35,4%, für den Energiesektor um 20,2% und für die Landwirtschaft um 12,2%.

Alex Agostini, Ökonom bei der Ratingagentur Austin Rating, führte die schwierige Situation der Investitionsgüterindustrie auf die Vertrauenskrise in den Unternehmen zurück. Er forderte die Politik auf, langfristige Perspektiven zu schaffen, um das Investitionsklima zu verbessern: „Es gibt leider keine Zweifel, dass der Industriesektor weiterhin schlingern wird, bis die Regierung die strategische Entscheidung für einen langfristigen Plan trifft, der Forschung und Entwicklung von neuen Technologien und die Qualifizierung von Arbeitskräften [fördert]“, bekräftigte Agostini gegenüber Brasil Econômico. Für das Gesamtjahr rechnet der Ökonom mit einem Rückgang der Industrieproduktion um 5%.

Auch die Unternehmen verlangen von der Regierung eine Vision, die über die aktuelle Sparpolitik hinausgeht und hilft, wieder Vertrauen in die Wirtschaftsentwicklung zu schaffen: „Es muss eine Wachstumsstrategie, eine positive Agenda geschaffen werden, damit [wir] die unsichere Lage, die Investitionen abschreckt, hinter uns lassen“, meinte der Leiter des Bereichs Wirtschaftspolitik beim Industrieverband CNI, Flávio Castelo Branco, gegenüber Brasil Econômico.

Außer der miesen Stimmung belasten auch steigende Produktions- und Kapitalkosten das Investitionsklima. Der Leitzins der Zentralbank für die Wirtschaft liegt inzwischen bei 13,75% pro Jahr. Die Mittel für das Investitionsförderprogramm PSI der staatlichen Entwicklungsbank BNDES wurden in diesem Jahr von 80 Mrd. R\$ auf 50 Mrd. R\$ gekürzt. Die BNDES leiht Unternehmen das Geld für die Anschaffung von Investitionsgütern. Die Zinssätze liegen zwar deutlich unter Marktniveau, wurden jedoch, je nach Kreditlinie, von 4% auf 6,5% bzw. von 8% auf 11% erhöht. All diese Faktoren wirken sich negativ auf die Kapitalbildung im Land aus. Diese lag im ersten Quartal um 7,8% unter der Vorjahresperiode.

Sponsor

**AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ**

in f e  
/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Freitag, 12. Juni, 2015

Sponsor

## Regierung gibt 22,5 Mrd. R\$ aus Spareinlagen für Immobilienfinanzierung frei

Die brasilianische Regierung hat am 28. Mai eine weitere Maßnahme beschlossen, damit Banken mehr Kredite für die Baufinanzierung und den Agrarsektor zur Verfügung stellen. Weil die Sparguthaben der brasilianischen Verbraucher im ersten Quartal um 30 Mrd. R\$ gesunken sind, konnten die Banken weniger Kredite für Immobilien und an Landwirte vergeben, die durch Spareinlagen refinanziert werden. Der Nationale Geldrat CMN, bestehend aus Zentralbankpräsident Alexandre Tombini, Finanzminister Joaquim Levy und Planungsminister Nelson Barbosa, entschied nun, die gesetzlichen Pflichteinlagen der Geschäftsbanken bei der Zentralbank auf die Sparguthaben ihrer Kunden abzusenken. Dadurch sollen die Banken 22,5 Mrd. R\$ mehr an Immobilien- und 2,5 Mrd. R\$ mehr an Agrarkrediten zur Verfügung stellen können. Rechnet man die beschlossene Erweiterung der Kreditlinie zur Immobilienfinanzierung des Arbeitnehmergarantiefonds FGTS hinzu, sollen sogar 31 Mrd. R\$ zusätzlich zur Immobilienfinanzierung bereit stehen.

Die Erhöhung der umlaufenden Geldmenge birgt jedoch Inflationsrisiken und läuft den Zinserhöhungen der Zentralbank entgegen, die die Geldmenge drosseln und dadurch die Teuerung bremsen sollen. Um den Effekt zu neutralisieren, erhöhte die Bank zugleich die Mindestreservequote der Geschäftsbanken auf befristete Sichtverbindlichkeiten von 20% auf 25%. Dadurch hofft die Zentralbank, dem Geldmarkt 25 Mrd. R\$ an Liquidität zu entziehen. Unter dem Strich soll die umlaufende Geldmenge stabil bleiben, damit die Inflation nicht weiter angeheizt wird. "Es wird keinen Anstieg der liquiden Mittel geben, weil wir kohärent mit der derzeitigen Geldpolitik bleiben müssen. Die Maßnahme ist neutral", unterstrich der Direktor für Geldpolitik der Zentralbank, Aldo Mendes, gegenüber O Estado de S.Paulo. Die Absenkung der Mindestreserven für Spareinlagen gilt bereits seit dem 1. Juni. Sie ist auf zwei Jahre befristet. Die Erhöhung der Zwangseinlagen auf Sichteinlagen tritt dagegen erst in 90 Tagen in Kraft. Die Übergangszeit soll gewährleisten, dass der Kreditmarkt nicht austrocknet.

Außer der Freigabe zusätzlicher Mittel zur Immobilienfinanzierung beschloss der Geldrat CMN auch, künftig strenger zu überwachen, dass die Banken tatsächlich 65% der Mittel aus den Spareinlagen für Immobilienkredite verwenden. Bei den Sichteinlagen dürfen die Geldhäuser weiterhin 60% der Mittel zur Vergabe von Fahrzeug- und Betriebsmittelkrediten nutzen.

Die Reaktion der betroffenen Branchen fiel positiv aus. "Das ist ein hervorragendes Zeichen dafür, dass die Regierung sich um die Lage der Baubranche sorgt", sagte der Präsident der brasilianischen Bauindustriekammer Cbic, José Carlos Martins, gegenüber O Estado de S.Paulo. Martins zufolge wird die Maßnahme helfen, den Aderlass bei den Arbeitskräften in der Branche zu stoppen. Allein in diesem Jahr sind im Bausektor 90.000 Stellen verloren gegangen. Ronaldo Cury de Caputa, Vizepräsident für den Bereich sozialer Wohnungsbau beim Bauindustrieverband des Bundesstaates São Paulo (Sinduscon-SP), fügte hinzu: "Die Finanzinstitutionen werden weiter selektiv bei der [Kreditvergabe] sein, doch wenigstens gibt es jetzt wieder Geld. Der Markt war eingefroren und wird wieder zu atmen beginnen."

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Freitag, 12. Juni, 2015

Sponsor

## Absatz von Weißer Ware sinkt im ersten Quartal nochmals um 12%

Nach den Boomjahren 2009 bis 2010, als das Geschäft der brasilianischen Haushaltsgerätehersteller aufgrund von Steuererleichterungen florierte, lahmte der Absatz von Weißer Ware seit 2013. Nach Angaben von Lourival Kiqula, Präsident des brasilianischen Elektrowarenherstellerverbandes Eletros ist das Verkaufsvolumen im ersten Quartal um 12% gegenüber der Vorjahresperiode gesunken. „Der Verkaufsrhythmus hat sich seit 2013 verlangsamt. Wegen der gesamtwirtschaftlichen Lage haben wir bereits ein schlechtes Ergebnis im ersten Halbjahr erwartet. Zurzeit sinkt der Vertrauensindex des brasilianischen Konsumenten wegen der Unsicherheiten auf dem Arbeitsmarkt, des erschwerten Zugangs zu Krediten und des Zinsanstiegs“, erklärte Kiqula gegenüber der Zeitung Brasil Econômico.

Der Verbandspräsident hofft, dass die Branche das Vorjahresergebnis von 17,6 Mio. verkauften Hausgeräten durch ein anziehendes Geschäft im zweiten Halbjahr wiederholen kann. 2011 und 2012 war das Absatzvolumen noch um 7% bzw. 18% gestiegen, 2013 dagegen um 4% und 2014 um 3% zurückgegangen. Im Segment der Unterhaltungselektronik erwartet Kiqula neue Impulse durch die Einführung des Digitalfernsehens, nachdem der Absatz von TV-Geräten in den ersten drei Monaten des Jahres um 40% eingebrochen ist.

Als einziger Haushaltsgerätehersteller hat bisher das US-amerikanische Unternehmen Whirlpool, in Brasilien mit den Marken Brastemp und Consul vertreten, Entlassungen angekündigt. Die Zahl der Mitarbeiter im Land soll um 15% reduziert werden, was einem Abbau von etwa 3000 Stellen entspricht. Dies hatte Konzernvorstand Jeff Fetting vor Kurzem in einem Interview mit dem Wall Street Journal verkündet. Der brasilianische Whirlpool-Chef João Carlos Brega bestritt jedoch, dass es ein Entlassungsprogramm im Land gebe.

Der Hersteller Mabe Brasil meldete am 3. Mai Insolvenz an, will diese aber nutzen, um sich neu aufzustellen und die Geschäfte weiterzuführen. Die koreanischen Hersteller LG und Samsung wollen ihre geplanten Fabriken im Bundesstaat São Paulo nun später bauen als ursprünglich vorgesehen.

Alexis Frick vom Marktforschungsunternehmen Euromonitor Internacional wies darauf hin, dass in Brasilien letztes Jahr trotz des Endes der Steuererleichterungen und trotz sinkender Absatzvolumen 27,2 Mrd. R\$ mit Weißer Ware umgesetzt wurden, 7% mehr als 2013. Einen Absatzboom gab es im letzten Jahr bei tragbaren Elektrogeräten. Die Verkaufszahlen legten um 14,5% zu und der Umsatz erreichte 14,3 Mrd. R\$. Die Zurückhaltung bei der Anschaffung neuer Haushaltsgeräte hat Frick zufolge auch mit der längeren Lebensdauer der Geräte zu tun: „Wer in den letzten Jahren Kühlschrank, Herd oder Waschmaschine getauscht hat, wird keine neuen Anschaffungen tätigen, vor allem nicht in einer schwierigen Wirtschaftslage“, meinte der Marktforscher.

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Freitag, 12. Juni, 2015

Sponsor

## Sanofi will in Brasilien auf den Wachstumspfad zurückkehren

Der französische Pharmakonzern Sanofi ist in den letzten Jahren in Brasilien kräftig ins Schlingern geraten. Trotz zweimaligen Austausches des Landeschefs musste das Unternehmen beim Medikamentenabsatz seine Führungsposition abgeben und liegt nun hinter den nationalen Herstellern EMS und Hypermarcas nur noch an dritter Stelle. Auch im Generika-Segment verlor Sanofi Platz 1 an EMS und liegt nur noch knapp vor Hypermarcas. Der Schweizer Pius Hornstein, neuer Brasilien-CEO des französischen Pharmakonzerns, soll das Unternehmen nun wieder auf Kurs bringen und ihm zu neuem Wachstum verhelfen. Seine Vorgänger Heraldo Marchezini, der Mitte 2013 entlassen wurde, und Patrice Zagamé, der sich kein Jahr im Amt halten konnte, waren an dieser Aufgabe gescheitert.

Nach der Übernahme des brasilianischen Generika-Herstellers Medley für 1,5 Mrd. R\$ im Jahr 2009 waren die Vorzeichen für Sanofi im Land eigentlich überaus positiv. Durch den Zukauf avancierten die Franzosen mit einem Schlag nicht nur zum Marktführer im Nachahmer-Segment sondern auch zum größten Pharmahersteller in Brasilien überhaupt. Doch in den Folgejahren wurde dieser Vorsprung verspielt. Der Niedergang ist Marktinsidern zufolge einerseits strategischen Managementfehlern zuzuschreiben – zum Beispiel zu hohen Lagerbeständen – andererseits aber auch dem aggressiven Preiskrieg der lokalen Konkurrenten auf einem sich konsolidierenden Markt. Im Generika-Segment war Sanofi 2012 mit 31,2% Anteil noch Marktführer in Brasilien. Heute liegen die Franzosen mit 15,14% abgeschlagen hinter EMS (29,62%) und nur noch knapp vor Hypermarcas (14,08%). Die lokalen Marken arbeiten mit starken Preisabschlägen, um Marktanteile zu gewinnen.

Hornstein übernimmt die Führung von Sanofi in Brasilien zudem in einer schwierigen Marktlage, denn auch der Pharmabereich bekommt die Wirtschaftskrise zu spüren. Im Gespräch mit der Zeitung O Estado de S.Paulo äußerte sich der Schweizer jedoch zuversichtlich, den Konzern in Brasilien auf den Wachstumspfad zurückführen zu können. Den Umsatzanstieg im ersten Quartal bezeichnete er als ermutigendes Zeichen. Um nachhaltig zu wachsen will das Pharmaunternehmen, das in Brasilien in verschiedenen Feldern agiert (rezeptfreie Arzneimittel, Generika, Medikamente gegen seltene Krankheiten, Tierarzneimittel) verstärkt in neuartige Präparate investieren. Heute sind nur 10% der im Land verkauften Sanofi-Produkte patentgeschützt. "Die Gruppe erweitert das Portfolio an innovativen Produkten, die versprechen, Umsatz zu garantieren", erklärte Hornstein. Ein Diabetes- und ein Cholesterin-Mittel durchlaufen bereits das Zulassungsverfahren. Bis 2020 will Sanofi in Brasilien 18 neue Produkte auf den Markt bringen. Auch bei Generika und rezeptfreien Mitteln soll das Portfolio wachsen. "In den nächsten Monaten werden wir zudem einen Impfstoff gegen Dengue-Fieber auf den Markt bringen", fügte der neue CEO hinzu.

Um Schwierigkeiten bei der Verteilung seiner Produkte im Flächenland Brasilien in den Griff zu bekommen, errichtet Sanofi bis 2020 zudem für 200 Mio. R\$ ein neues Distributionszentrum in Guarulhos in der Metropolregion São Paulo. Hornstein stellte im Gespräch mit O Estado de S.Paulo außerdem klar, dass er nicht zurück sondern nach vorne schaue: "Ich glaube, dass die nächsten Jahre für die Gruppe im Land viel besser werden als die letzten", schloss der Manager.

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Freitag, 12. Juni, 2015

## Aspen Pharma setzt verstärkt auf eigene Produkte

Der südafrikanische Pharmakonzern Aspen Pharmacare, eine der weltgrößten Generika-Hersteller und Marktführer auf dem afrikanischen Kontinent, ist dabei, in Brasilien eine neue Wachstumsstrategie zu implementieren. Der bisherige Ansatz bestand in der Übernahme existierender globaler oder lokaler Produkte von Wettbewerbern. Ab dem neuen Geschäftsjahr, das im Juli beginnt, will das Unternehmen mithilfe von selbst entwickelten Medikamenten für Frauen, für Erkrankungen des zentralen Nervensystems sowie Augenmitteln im Land wachsen.

In Zuge der neuen Strategie plant Aspen seine Fabrik in Serra (Espírito Santo) in den kommenden fünf Jahren für 20 Mio. R\$ zu erweitern. Die aktuelle Produktionskapazität von 19 Mio. Tabletten pro Monat soll nahezu verdoppelt und das Lager vergrößert werden. Die Mitarbeiterzahl – derzeit 405 – soll um 12% wachsen. "Ab dem kommenden Jahr wird Aspen zwar weiterhin nach möglichen Übernahmekandidaten schauen, beabsichtigt aber auch, in den eigenen Laboren entwickelte Produkte auf den Markt zu bringen", fasste der CEO von Aspen Brasilien, Alexandre França, den Strategiewechsel gegenüber Valor Econômico zusammen.

Anfang 2015 kaufte Aspen vom Hersteller Bristol-Myers Squibb das Arzneimittel Florinef zur Behandlung der Addison-Krankheit (Nebennieren-Dysfunktion) und die Salben Omcilon-A Orabase gegen Aphten und Entzündungen im Mundraum sowie Omcilon-A "M", die bei Hautentzündungen und Juckreizen abhilft. 2013 hatten die Südafrikaner ein globales Übereinkommen im Wert von 1 Mrd. USD mit dem US-Pharmakonzern Merck Sharp & Dohme (MSD) geschlossen. In Brasilien führte Aspen im Rahmen dieser Partnerschaft schon drei umsatzstarke Medikamente ein. Bereits seit 2012 vermarkten die Südafrikaner das Abführmittel Magnesia Milk von Philipps und die Produkte Kwell und Nedaz zur Läusebekämpfung von GlaxoSmithKline (GSK). "Die Pharmaindustrie hat gesehen, dass sie nicht überall gleich stark vertreten sein kann, deshalb machen alle diese Anpassungen", rechtfertigte França die Übereinkünfte mit Wettbewerbern in bestimmten Märkten und Segmenten. Erst kürzlich hatten die Pharmariesen GSK und Novartis einen Asset-Tausch im Wert von 20 Mrd. USD vereinbart.

Die Magnesiummilch von Philipps ist heute das zweitstärkste Produkt von Aspen in Brasilien mit einem Umsatzvolumen von etwa 18 Mio. R\$. Verkaufsschlager sind die Beruhigungsmittel auf pflanzlicher Basis der Marke Calman, die etwa 25 Mio. R\$ pro Jahr einbringen. Im Rahmen der neuen Geschäftsstrategie wollen die Südafrikaner in Brasilien auch existierende Medikamente in neuen Darreichungsformen vermarkten. Der Umsatz im Land soll von 170 Mio. R\$ im Geschäftsjahr 2013/2014 auf 230 Mio. R\$ in diesem Jahr steigen, sowohl mit Hilfe der erfolgten Übernahmen als auch durch organisches Wachstum.

Neu auf den brasilianischen Markt bringen wird Aspen im Geschäftsjahr 2015/2016 zwei Mittel zur Behandlung von Krankheiten des zentralen Nervensystems und ein Medikament für Frauen. Angesichts der schwierigen Wirtschaftslage sagte Brasilienchef França, dass eine erfolgreiche Markteinführung der Produkte Priorität sei und er ein Wachstum über dem Branchendurchschnitt anstrebe: "Der brasilianische Markt wird dieses Jahr offensichtlich nicht zweistellig wachsen, sondern nach langer Zeit einstellig bleiben. Doch wir hoffen, über Marktniveau zu wachsen", so França wörtlich.

Sponsor

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Freitag, 12. Juni, 2015

Sponsor

## Bayer Brasilien wird Bayer China überholen

Der deutsche Chemie- und Pharmakonzern Bayer will sich auch in Brasilien künftig auf das Geschäft mit Arzneimitteln (HealthCare) und Pflanzenschutzmitteln (CropScience) konzentrieren. Die Werkstoff-Sparte MaterialScience soll dagegen abgestoßen werden. Dies drückt sich in den laufenden Investitionsbudgets aus. Die Zuwendungen für das Agrochemie- und das Pharmageschäft steigen 2015 um 10% auf 213 Mio. R\$.

Die Konzernführung von Bayer hatte im September 2014 die Abspaltung und den Börsengang des Teilkonzerns Bayer MaterialScience angekündigt. Der Prozess soll bis Mitte 2016 abgeschlossen sein. Durch die Abtrennung dürfte Brasilien im nächsten Jahr gemessen am Umsatz der drittgrößte Markt für Bayer werden, nach den USA und Deutschland. Derzeit liegt China noch vor Brasilien. Doch im Reich der Mitte ist das Chemiegeschäft wichtiger als in Brasilien, wo Bayer lediglich eine Fabrik für Werkstoffe im Bundesstaat Rio de Janeiro betreibt. Diese trug letztes Jahr mit 961 Mio. R\$ nur gut 10% zum Umsatz im Land bei.

2014 erwirtschaftete der deutsche Konzern in Brasilien insgesamt 8,3 Mrd. R\$, ein Plus von 18% gegenüber dem Vorjahr. Auf die Agrochemie-Sparte CropScience entfielen 66% des Umsatzes (5,45 Mrd. R\$), auf die Pharma-Sparte HealthCare 23% (1,87 Mrd. R\$). Während die Geschäfte mit Pflanzenschutz- und Arzneimitteln mit einem Plus von 24% bzw. 14% gegenüber 2013 kräftig wuchsen, ging der Erlös der MaterialScience um 2% zurück. Auch deshalb will sich Bayer künftig stärker auf den Gesundheits- und Agrarmarkt ("Life Science"-Produkte) konzentrieren. "Der Chemiesektor durchlebt einen schwierigen Moment in Brasilien. Es fehlt Wettbewerbsfähigkeit", erklärte der Brasilienchef des Konzerns, Theo van der Loo, gegenüber O Estado de S.Paulo. Der Manager gab zugleich ein Bekenntnis für die beiden verbleibenden Sparten im Land ab: "Ungeachtet der Verlangsamung der Wirtschaft haben wir Vertrauen in die Geschäfte in Brasilien."

Die Investitionen in der Sparte CropScience sollen in Brasilien zur Stärkung des Pflanzenschutzmittel-Geschäfts genutzt werden. Hier muss Bayer wachsen, um den Agrochemie-Giganten Monsanto und Pioneer (DuPont) Paroli bieten zu können. In den letzten fünf Jahren hat der Konzern deshalb bereits eine Einkaufstour in Argentinien und Brasilien unternommen und verschiedene kleinere Unternehmen und Labore übernommen, die spezielles Know-how für den Schutz und die Verbesserung von Soja-Saatgut besitzen. Das Investitionsbudget für dieses Jahr soll für das organische Wachstum des Unternehmens genutzt werden. Weitere Zukäufe sind aber nicht ausgeschlossen.

Im Pharmabereich will Bayer das Konsumgütergeschäft stärken. Das Segment wies laut van der Loo zuletzt jährliche Wachstumsraten von über 25% auf. Letztes Jahr hat der Konzern für 14,2 Mrd. USD das Konsumgütergeschäft von Merck übernommen und ist damit zum zweitgrößten Hersteller für rezeptfreie Arzneimittel nach Johnson & Johnson avanciert. Außerdem will Bayer HealthCare in Brasilien mit fünf innovativen Medikamenten punkten, darunter einem Blutgerinnungshemmer und zwei neuen Krebsmitteln.

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Freitag, 12. Juni, 2015

Sponsor

## Fibra baut Führungsposition auf dem globalen Zellulose-Markt aus

Der brasilianische Zelluloseproduzent Fibria hat im Mai zwei Maßnahmen angekündigt, die seine Weltmarktführerschaft bei der Herstellung von Zellulose aus Eukalyptus-Holz konsolidieren dürften. Anfang des Monats gab das Unternehmen eine Vertriebspartnerschaft mit dem kleineren lokalen Produzenten Klabin bekannt. Fibria wird vier Jahre lang mindestens 900.000 Tonnen Zellulose pro Jahr aus der neuen Fabrik von Klabin in Ortigueira (Paraná) aufkaufen und vermarkten. Der Wert des Geschäfts beläuft sich nach Schätzung der Ratingagentur Moody's auf 1,2 Mrd. R\$ pro Jahr. Am 14. Mai kündete der weltgrößte Eukalyptus-Zellulosehersteller außerdem offiziell den Ausbau seiner Fabrik in Três Lagoas im Bundesstaat Mato Grosso do Sul an. Durch das Projekt "Horizonte 2" soll die Produktionskapazität bis Ende 2017 um 1,75 Mio. Tonnen auf 3,05 Mio. Tonnen pro Jahr steigen. Die Investitionen belaufen sich auf 7,7 Mrd. R\$.

2018 wird Fibria nach derzeitigem Stand jährlich 7,95 Mio. Tonnen auf dem Weltmarkt verkaufen – 7,05 Mio. Tonnen aus eigenen Fabriken und 900.000 Tonnen von Klabin. Mit diesem Volumen ist der Papierhersteller fast doppelt so groß wie die Nummer 2 im Markt, April aus Indonesien, und liegt deutlich vor dem chilenischen Hersteller CMPC und Suzano Papel aus Brasilien, die im Ranking folgen. Heute produziert Fibria bereits 5,3 Mio. Tonnen Eukalyptus-Zellulose pro Jahr an den Standorten Aracruz (Espírito Santo), Jacaré (São Paulo), Três Lagoas und Eunápolis (Bahia, Joint-Venture mit der schwedisch-finnischen Gruppe Stora Enso). Die Produktionslinie Horizonte 2 in Três Lagoas wird zugleich neue Maßstäbe bei den Herstellungskosten setzen. Mit 341 R\$ (aktuell knapp 110 USD) pro Tonne werden die Produktionskosten die weltweit niedrigsten sein.

Der Wachstumsprozess von Fibria ist laut dem Vorstandsvorsitzenden Marcelo Castelli damit jedoch noch nicht am Ende angelangt. Der Konzern hält derzeit allerdings eher nach Konsolidierungs-Opportunitäten in der Branche Ausschau, anstatt auf die unkontrollierte Steigerung des Zellulose-Angebots auf dem Weltmarkt zu setzen. Mit dem Ausbau der Fabrik in Três Lagoas, zugleich die erste große Kapazitätserweiterung des 2009 gegründeten Unternehmens, will Fibria nur mit der Konkurrenz Schritt halten. Der brasilianische Wettbewerber Eldorado hat kürzlich den Bau einer zweiten Produktionslinie, ebenfalls in Três Lagoas, mit einer jährlichen Kapazität von 2 Mio. Tonnen angekündigt. Auch CMPC hat gerade seinen Standort Guaíba (Rio Grande do Sul) erweitert. Insgesamt wächst die weltweite Produktionskapazität für Zellstoff aus Eukalyptus-Holz bis 2018 um 5 Mio. Tonnen.

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Freitag, 12. Juni, 2015

Sponsor

## Bierproduktion dürfte bis Juli weiter zurückgehen

Der Abwärtstrend des brasilianischen Biermarktes hat sich im Mai verstärkt. Gemäß Zahlen der Bundesfinanzbehörde Receita Federal produzierten die brasilianischen Brauereien im vergangenen Monat 998,1 Mio. Liter Bier. Das sind 10,7% weniger als im Mai 2014. Seit Jahresbeginn ist der Bierausstoß im Vergleich zum Vorjahr um 6,7% auf 5,5 Mrd. Liter gesunken. Der Rückgang dürfte sich noch bis mindestens Juli fortsetzen.

Nach Angaben des Brauereiverbandes CervBrasil sind der hohen Vergleichswerte aus dem Vorjahr – bedingt durch die Fußball-Weltmeisterschaft – und die sinkenden verfügbaren Einkommen der Brasilianer für die Entwicklung verantwortlich. „Die WM-Zeit entsprach fast einem Monat mehr an Produktionsvolumen. Wenn die Monate, die positiv von der WM 2014 beeinflusst wurden, vorüber sind, dürfte sich der Vergleich mit dem Vorjahr normalisieren“, erklärte der Hauptgeschäftsführer von CervBrasil, Paulo Petroni, gegenüber Valor Econômico. Die Sondereffekte der Fußball-WM werden auch sichtbar, wenn man die aktuellen Zahlen mit denen von vor zwei Jahren vergleicht. Von Januar bis Ende Mai lag die Produktion um insgesamt 5% über der von 2013.

Laut Petroni bemühen sich die Brauereien, Kosten zu senken und Rohstoffe, die in Dollar gehandelt werden, wie Aluminium, Gerste und Hopfen, zu ersetzen. Durch Änderungen in der Besteuerung von Kaltgetränken stieg im Mai die Steuerlast auf Bier, was sich in einer Erhöhung der Endverbraucherpreise um etwa 5% niederschlug. Die Preisanpassungen und das schrumpfende Haushaltseinkommen der Brasilianer drückten wiederum den Bierkonsum, vor allem außer Haus.

Die Hersteller versuchen, das sinkende Volumen durch den Absatz von Premium-Bieren mit höheren Margen, durch kleinere Verpackungen und durch Kürzungen der Marketingbudgets aufzufangen. Trotz sinkender Absätze fiel die Bilanz des ersten Quartals für die großen Brauereien deshalb positiv aus. Marktführer Ambev konnte den Gewinn gegenüber dem ersten Quartal 2014 um 14,1% auf 2,96 Mrd. R\$ steigern. Der Umsatz stieg um 19,1% auf 10,8 Mrd. R\$, trotz eines Absatzminus von 0,2%. Die Gruppe investierte in Premium-Marken wie Budweiser und Corona, die bereits mehr als 8% des Umsatzes ausmachen und noch weiteres Wachstumspotenzial haben. Ambev bleibt mit 67,5% Marktanteil die mit Abstand größte Brauereigruppe des Landes.

Die Grupo Petropolis, Nummer 2 in Brasilien, teilte mit, dass das Absatzvolumen im ersten Quartal im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben sei. Die Gruppe hat zwei neue Produktionsstandorte in Nordostbrasilien in Betrieb genommen und will vor allem in der Region kräftig wachsen. Insgesamt soll der Umsatz dieses Jahr um 35% auf 12 Mrd. R\$ steigen.

Heineken veröffentlichte gleichfalls keine Details, teilte aber mit, dass der Absatz im ersten Quartal zweistellig gewachsen sei. Der globale Gewinn der niederländischen Brauerei legte im ersten Quartal um 305% auf 579 Mio. EUR zu. Auch Heineken will mehr höherwertige Biere verkaufen.

Leidtragende des Absatzrückgangs in Brasilien war die Gruppe Brasil Kirin, deren Verkaufsvolumen im ersten Quartal um 16,8% gegenüber der Vorjahresperiode auf 46,8 Mrd. Yen (1,2 Mrd. R\$) zurückging. Neben der schwachen Nachfrage waren auch gestiegene Kosten und Wechselkurseffekte für das Ergebnis ausschlaggebend. Die Brauerei hat ebenfalls eine neue Produktionsanlage im Nordosten in Betrieb genommen, um in der Region zu wachsen.

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Freitag, 12. Juni, 2015

Sponsor

## Weit entfernt von der Krise und näher am Verkaufsort

Die Wirtschaftskrise in Brasilien hat keinen Einfluss auf den Investitionsplan und das Geschäft von AmBev, sagte der CEO des Unternehmens, Bernardo Paiva, der seit Januar im Amt ist. Er versicherte, dass die Brauerei die Investitionspläne von 3 Mrd. R\$ für Brasilien beibehalten werde. Diese umfassen die Eröffnung von zwei Fabriken, eine in Ponta Grossa (Paraná) und eine weitere in Uberlândia (Minas Gerais), die bereits noch in diesem Jahr fertiggestellt werden.

"Alle reden von der Krise in Brasilien, aber wir nicht. Das wirtschaftliche Umfeld hilft dem Unternehmen natürlich nicht, aber Ambev kennt Brasilien. Wie oft haben wir eine Krise durchlebt, manchmal mit unterschiedlichen Preisänderungen an nur einem Tag (in Bezug auf die Zeit der Hyperinflation). Wir sind ein hundertjähriges Unternehmen und haben beschlossen, an der Krise nicht teilzunehmen", kündigte Herr Paiva an.

Eine Möglichkeit, das negative wirtschaftliche Szenario zu umgehen, ist die Arbeit an Premium-Marken. "Die Strategie ist das Wachstum unserer Premiummarken, im Falle von Budweiser Stella Artois neben anderen, und unser Konsumentenerlebnis zu verbessern. Ein gutes Markenportfolio mit Produkten von hohem Mehrwert steht auch in unserem Fokus", so der Manager. Das Investitionsprogramm von 3 Mrd. R\$ hat ebenfalls das Ziel, den Vertrieb der Marken zu auszubauen. "Es ist notwendig, die Produktionsprozesse so zu verbessern, dass der Vertrieb von Produkten aller Marken möglich ist", summiert er, ohne näher darauf einzugehen, welche Marken in den zwei im Bau befindlichen Anlagen hergestellt werden sollen.

Adalberto Viviani, Vorstandsvorsitzender von Concept, einer auf den Getränkemarkt spezialisierten Consultingfirma, sieht den Einstieg von Bernardo Paiva als CEO von AmBev als Signal der eigentlichen Positionierung des Unternehmens – die Konzentration auf den Umsatz. "AmBev hat eine sehr konsistente Geschäftsdynamik und Herr Paiva ist ein Fachmann mit genau dieser Vertriebsorientierung, Führungsstärke und Motivation." Das Unternehmen weiß, an welcher Verkaufsstelle eine bestimmte Marke positioniert, welche Art von Verpackung benutzt und zu welchem Preis angeboten werden sollte", so Herr Viviani.

Für den Berater wird das Premium-Segment in den kommenden Jahren weiter wachsen, auch wenn sich die Kaufkraft der Bevölkerung verringern sollte. Herr Viviani versicherte, dass alles von der Form der Marktpositionierung abhängt. "Die Klasse AB wird weiterhin auf der Suche nach differenzierten Produkten sein, während die Klassen C und D weiterhin die Marken mit hohem Verbrauch mit nach Hause nehmen werden. Genau deshalb sind die Investitionen von AmBev sinnvoll, um in einen Dialog mit dem Verbraucher direkt am Point-of-Sales zu treten. Dafür wird in die Stärkung des Vertriebs investiert.", sagte der Berater.

Der Tag von Bernardo Paiva, welcher bereits 24 Jahre Berufserfahrung bei AmBev hat, begann seinen Tag direkt mit den Sales-Teams schon früh morgens in einem Brauerei Distributionszentrum in der Nähe von St. Kitts. Herr Paiva führte die Morgensitzung durch, die eine improvisierte Samba von dem Team einschloss. Diese Aktion war als Incentive der Vertriebsmitarbeiter für die Kampagne gedacht, die von der Firma selbst entwickelt wurde und Bars/Restaurants motivieren soll, Wasser zu sparen. Eine Einsparung von 62% der Wasserrechnung der Betriebe wäre möglich. Dazu wurden 300.000 Flugblätter in ungefähr 600 Verkaufsstellen im ganzen Land verteilt.

**KPMG**  
cutting through complexity

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

in f e  
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Freitag, 12. Juni, 2015

## Volvo wird in Brasilien auch Industriemotoren produzieren

Der schwedische Nutzfahrzeug-Konzern Volvo will ab dem ersten Halbjahr 2016 in Brasilien auch Industriemotoren herstellen und investiert dafür 10 Mio. R\$ in sein Werk in Curitiba (Paraná). Das Unternehmen schätzt die Marktaussichten für industrielle Motoren trotz Wirtschaftskrise und hartem Wettbewerb rosiger ein als im Fahrzeugbereich. Bislang importierte Volvo lediglich Schiffsmotoren aus Schweden in das südamerikanische Land.

In zwei bis drei Jahren soll die Industriemotorensparte Volvo Penta etwa 1.000 Dieselmotoren pro Jahr in Brasilien produzieren. Das entspricht etwa einem Viertel des aktuellen Marktvolumens im Land. Die Motoren werden vor allem für die Energieerzeugung eingesetzt. Die Wettbewerber in dem Segment heißen Cummins, Caterpillar und FPT.

“Obwohl der Markt umkämpft ist und die Industrieaktivität zurückgeht, gibt es eine starke Nachfrage nach Stromgeneratoren“, bekräftigte Gabriel Barsalini, Vize-Präsident von Volvo Penta in Südamerika. Der schwedische Konzern erwartet, dass das Segment bis 2017 wegen der Energiekrise jedes Jahr um 10%-15% wachsen wird.

Die Industriemotoren werden im Volvo-Werk in Curitiba gebaut. Dafür wird eine bestehende Produktionslinie für LKWs und Busse umgerüstet. Die Motoren werden laut Barsalini einen lokalen Wertschöpfungsanteil von 56% aufweisen. Damit bekommen Kunden Zugang zu den zinsgünstigsten Investitionsgüter-Krediten der staatlichen Entwicklungsbank BNDES.

Sponsor

**KPMG**  
cutting through complexity

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

in f b  
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

**Tabellen**

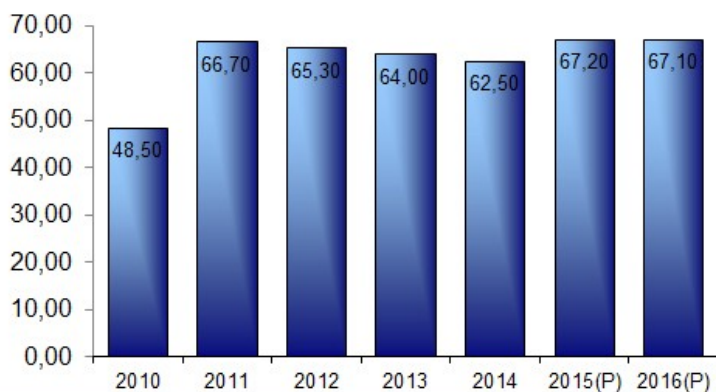
**Wechselkurs zum Jahresende**

(R\$/US\$)



**Ausländische Direktinvestitionen**

(In Mrd. US\$)



**Entwicklung des BIP**

(In %)



**Inflationsindex IPCA**

(Jahresdurchschnitt in %)



**KPMG**  
 cutting through complexity

AGILITÄT,  
 EFFIZIENZ UND  
 TRANSPARENZ

in f b  
 /kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Freitag, 12. Juni, 2015

## Impressum

**Herausgeber:**

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

**Projektkoordination:**

Marco Túlio Pereira

[kontakt@wochenbericht.com.br](mailto:kontakt@wochenbericht.com.br)

**Projektverantwortlich:**

Eckart Michael Pohl

**Redaktion:**

Oliver Döhne

**Sponsoring | Anzeigen:**

Célia Utsch

[anuncios@ahkbrasil.com](mailto:anuncios@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