

Freitag, 13. November, 2015

Unsichere Rechtslage gefährdet Versteigerung von Wasserkraftwerken

Auch der hohe Anfangsbonus für die Konzessionen schreckt Investoren ab

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.

Konjunktur

Industrieproduktion sinkt den 19. Monat in Folge

Produktionsniveau fällt auf Stand von vor 10 Jahren zurück

Umsatz mit Weißer Ware seit Jahresbeginn um 1,4 Mrd. R\$ zurückgegangen

Brasilianer kaufen wegen der Wirtschaftskrise nur noch unverzichtbare Haushaltsgeräte

Telekom

Rio 2016: Wechselkurs und hoher Datenverkehr sind Herausforderungen für Telefonanbieter

Olympische Sommerspiele im nächsten Jahr sollen beste Netzanbindung aller Zeiten bekommen

Telefónica Vivo trotz Wirtschaftskrise im dritten Quartal mit Rekordergebnis in Brasilien

Zugferd waren die Einnahmen aus dem mobilen Internetgeschäft

Innovation

Finep und BNDES legen Förderprogramm im Wert von 2,2 Mrd. R\$ für die Chemieindustrie auf

Kreditmittel sollen Forschung und Innovationen in Brasilien stärken

Brasilien verliert im globalen Innovationsumfeld weiter an Bedeutung

Nur 0,3% der weltweiten Forschungsausgaben wurden 2014 in Brasilien getätigt

Bauwirtschaft

Duratex will Absatzkrise in Brasilien durch steigende Exporte kompensieren

Holz- und Keramikersteller strebt mittelfristig einen Exportanteil von 30% am Umsatz an

Kunststoffhersteller MVC verkauft Fertighäuser für Flüchtlinge nach Europa

Exportgeschäft soll Umsatzeinbruch in Brasilien kompensieren

Kurzmeldung / Statistik

ThyssenKrupp steigert Exporte aus Brasilien wegen des starken Dollars

Neue Autoteilefabrik in Minas Gerais hat Produktion aufgenommen

Tabellen

Statistiken über die brasilianische Wirtschaft

Sponsor Gold

KPMG
cutting through complexity

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

in f e
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Sponsor Silber

Freitag, 13. November, 2015

Edition 44

Unsichere Rechtslage gefährdet Versteigerung von Wasserkraftwerken

Am 25. November will die brasilianische Regierung abgelaufene Konzessionen für 29 Wasserkraftwerke neu vergeben. Doch eine unsichere Rechtslage droht Investoren abzuschrecken und könnte sogar die Ausrichtung der Versteigerung insgesamt gefährden.

Die Regeln für die Neuvergabe der Konzessionen sind in der provisorischen Maßnahme mit Gesetzeskraft MP 688 definiert. Diese ist zeitlich befristet und muss bis Dezember vom Kongress in ein Gesetz umgewandelt werden. Diese Ausgangslage verunsichert Energieunternehmen, die Interesse an den Konzessionen haben. Angesichts der schwierigen Wirtschaftslage in Brasilien und aufgrund des Wechselkurses könnten große ausländische Investoren von der Situation profitieren. Doch auch für sie ist die Zeit zu knapp, um fundierte Entscheidungen zu treffen. So gibt es beispielsweise nicht einmal genügend Zeit, die Kraftwerke zu besichtigen.

Energieunternehmen und Branchenexperten kritisieren außerdem, dass die Regierung in der MP 688 die Frage der Dürre-Ausgleichszahlungen für Betreiber von Wasserkraftwerken mit der Neuvergabe von Kraftwerkskonzessionen verbunden hat. Auch mit den neuen Regeln der Auktion, die noch in diesem Jahr Geld in die klapprige Staatskasse spülen soll, sind nicht alle einverstanden. Schließlich sind die Finanzierungsbedingungen für die Konzessionäre, die den Zuschlag bekommen, noch nicht klar, was potenziellen Interessenten die Entscheidung erschwert.

Seit 2005 bekommt bei Energieauktionen das Unternehmen den Zuschlag, das den Strom zu den geringsten Kosten produzieren kann bzw. den größten Abschlag auf den von der Regulierungsbehörde Aneel festgesetzten Höchstpreis anbietet. Diese Regelung sollte für niedrige Strompreise sorgen. Beim neuen Versteigerungsverfahren kommt das Unternehmen zum Zug, das bereit ist, den höchsten Anfangsbonus zu zahlen. Die Regierung will auf diese Weise 17 Mrd. R\$ an Sondereinnahmen verbuchen, 11 Mrd. R\$ noch in diesem Jahr.

Professor Nivalde Castro, Energiemarktexperte von der Universität Rio de Janeiro (UFRJ), kritisierte die neuen Regeln gegenüber Valor Econômico scharf: „Das Auktionsmodell ist falsch. Es wird eine Preiswirkung entfalten ohne Nutzen für den Stromsektor. Das Geld geht aus dem Sektor und fließt direkt in die Staatskasse. Der Nutzen für die [Haushaltssanierung] wird klein und kurzfristig sein. Doch die Verbindlichkeiten für den Stromsektor werden hoch sein und über 30 Jahre laufen.“

Unternehmen, die bei der Auktion den Zuschlag bekommen, sollen im nächsten Jahr 100% der garantierten Erzeugungsmenge ins öffentliche Stromnetz einspeisen. Ab 2017 dürfen sie 30% des erzeugten Stroms auf dem freien Markt verkaufen. Diese Regelung kann für die Betreiber attraktiv sein, weil sie so mehr einnehmen können. Allerdings schwankte der Strompreis auf dem freien Markt in den letzten Jahren stark.

Für den französischen Energiekonzern Engie (ehemals GDF-Suez) stellt der Anfangsbonus die größte Hürde für die Teilnahme an der Auktion dar. Außerdem sei die Veranstaltung zu kurzfristig angesetzt, um eine belastbare Investitionsentscheidung treffen zu können, sagte der Brasilienchef des Unternehmens, Gustavo Labanca. Teilnehmen an der Auktion wollen die privaten brasilianischen Energieunternehmen Alupar und Celesc sowie möglicherweise auch der staatlich kontrollierte Konzern Eletrobras.

Sponsor

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Freitag, 13. November, 2015

Edition 44

Industrieproduktion sinkt den 19. Monat in Folge

Die brasilianische Industrieproduktion lag im September zum 19. Mal nacheinander unter dem Niveau des Vorjahresmonats. Die Rezession des Sektors hat sich gegenüber den Vormonaten sogar noch verstärkt. Und in den kommenden Monaten dürfte sich die Situation kaum verbessern. Zwar dürfte der schwache Real der heimischen Industrie mittelfristig helfen, doch kurzfristig belasten negative Faktoren wie der Streik der Ölarbeiter die Produktion.

Der Rückgang der Industrielleistung im Vergleich zu September 2014 betrug nach Angaben des brasilianischen Statistikinstituts IBGE 10,9%. und war damit zum ersten Mal seit April 2009 zweistellig. Gegenüber August sackte die Industrieproduktion um 1,3% ab. Im August hatte der Rückgang gegenüber dem Vormonat lediglich 0,9% betragen. „Abgesehen von der Finanzkrise der Jahre 2008 und 2009, die sehr punktuell war und eine schnelle Erholung gezeigt hat, haben wir eine Industrieproduktion auf dem Niveau von 2005 oder 2006. Das heißt: wir sind 10 Jahre zurückgefallen“, erklärte der Leiter der Wirtschafts- und Strategieabteilung der Bank of America Merrill Lynch (BofA) in Brasilien, David Beker, gegenüber Valor Econômico.

Einige Beratungsunternehmen haben wegen der anhaltenden Schwäche der Industrie auch ihre Prognosen für die Wirtschaftsentwicklung insgesamt abgesenkt. Tendências Consultoria geht nun davon aus, dass das Bruttoinlandsprodukt im dritten Quartal gegenüber dem zweiten nicht nur um 0,5% sondern um 1% geschrumpft ist. Alexandre Andrade vom Beratungsunternehmen GO Associados erwartet, dass sich die Industrie erst ab dem zweiten Halbjahr 2016 erholen wird.

Der Automobilsektor war einmal mehr hauptverantwortlich für die schwache Entwicklung im September. Mehr als die Hälfte des Produktionsrückgangs von 1,3% geht auf das Konto dieser Branche. Im Vergleich zum August sackte die Produktion der Fahrzeugindustrie um 6,7% ab. Im Vergleich zu September 2014 brach sie sogar um 39,3% ein. Andrade von GO Associados erklärte, dass die brasilianischen Verbraucher weniger langlebige Konsumgüter wie Autos kaufen, weil Kredite teurer geworden sind, sich die Arbeitsmarktsituation verschlechtert hat, die Reallöhne gesunken sind und die Inflation hoch ist.

Rasche positive Impulse durch den schwachen Real erwarten die Volkswirte nicht. Zum einen nehme es einige Zeit in Anspruch, die internationalen Produktionsketten umzustellen, so Andrade, zum anderen sei der Wechselkurs noch zu volatil. David Beker von der BofA hingegen berichtete, dass viele Unternehmen bereits nach Ersatz für Importprodukte auf dem heimischen Markt suchen.

Die Volkswirte sind sich einig, dass der Streik der Ölarbeiter die Wirtschaftsleistung der Industrie weiter schwächen wird. Die Öl- und Gasförderung macht 11% der gesamten Industrieproduktion aus und war bis dato der einzige Sektor, der in diesem Jahr gewachsen ist. Nach Angaben des Branchenverbandes der Ölindustrie (Sindipetro) sind 25% der Tagesproduktion des Staatskonzerns Petrobras von dem Streik betroffen. 15 Bohrplattformen im Campos-Becken sind zur Zeit lahmgelegt. Die täglichen Produktionseinbußen belaufen sich bereits auf 400.000 Barrel Öl. Sie könnten weiter steigen, da insgesamt 25 Bohrseln von den streikenden Arbeitern kontrolliert werden.

Sponsor

KPMG
cutting through complexity

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

in f e
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Herausgeber

Freitag, 13. November, 2015

Edition 44

Umsatz mit Weißer Ware seit Jahresbeginn um 1,4 Mrd. R\$ zurückgegangen

Der Umsatz mit großen Haushaltsgeräten, sogenannter Weißer Ware, in Brasilien lag von Januar bis Ende August bei 12,9 Mrd. R\$ und damit um 1,4 Mrd. R\$ unter dem Ergebnis der Vorjahresperiode. Dies geht aus einer Erhebung des Marktforschungsinstituts GfK hervor. Wegen der Wirtschaftskrise kaufen die Brasilianer in diesem Jahr eher unverzichtbare Hausgeräte wie Waschmaschinen als Luxusgeräte wie zum Beispiel Weinkühler. Nach einem Nachfrageboom in den Jahren 2009 bis 2012, als die Regierung den Verkauf von Weißer Ware durch Steuererleichterungen angekurbelt hatte, dürften die Hersteller das laufende Jahr mit einem Absatz- und Umsatzminus beenden.

Die Nachfrage nach Geräten des schwedischen Herstellers Electrolux blieb im dritten Quartal um 25% hinter dem Ergebnis der Vorjahresperiode zurück. Der US-amerikanische Konkurrent Whirlpool, in Brasilien mit den Marken Brastemp und Consul vertreten, musste einen Absatzeinbruch von 27% hinnehmen. Beide Unternehmen haben einen Marktanteil von etwa 10% und kämpfen um die Marktführerschaft.

Oliver Römerscheidt von der GfK erklärte gegenüber Valor Econômico, dass die Verbraucher derzeit weniger Luxusgeräte wie Spülmaschinen, Weinkühlschränke oder Dunstabzugshauben kaufen. Bei Hausgeräten, die zur Grundausstattung gehören, falle die Wahl auf einfachere Geräte, weil die Einkommen schrumpfen und weniger Kredite vergeben werden. Dabei setzten die Verbraucher aber weiterhin auf Qualität.

Trotz zurückgehender Absatzvolumen war der Umsatz der Hausgerätebranche im letzten Jahr noch um 6% gegenüber 2013 auf 22 Mrd. R\$ gestiegen, weil die Hersteller mehr Premium-Produkte verkaufen konnten. Seit Jahresbeginn sind die Erlöse jedoch um 10% im Vergleich zur Vorjahresperiode gesunken. Bei Kühlschränken ist der Absatz um 13% zurückgegangen. Vor allem Modelle mit zwei Türen und aus Edelstahl wurden weniger nachgefragt. Bei Herden und Backöfen blieb das Absatzvolumen bis Ende August um 16% hinter dem Vorjahr zurück. Einfache Herde verzeichneten einen Zuwachs, teurere Öfen wurden dagegen weniger verkauft. Bei den Waschmaschinen waren ebenfalls einfache Modelle auf dem Vormarsch, während das Volumen der verkauften Wäschetrockner zurückging. Das Absatz von Waschautomaten sank insgesamt um 11%.

Für die internationalen Hausgerätehersteller stellt auch der Wechselkurs eine Herausforderung dar. Electrolux verzeichnete in Lateinamerika im dritten Quartal einen Rückgang der Nettoerlöse von 17% gegenüber der Vorjahresperiode. Wechselkursbereinigt betrug das Umsatzminus dagegen nur 5,1%. Der operative Gewinn brach sogar um die Hälfte ein, vor allem bedingt durch die Situation in Brasilien. Whirlpool musste wechselkursbedingte Umsatzeinbussen von 300 Mio. USD im Brasiliengeschäft verbuchen und versuchte diese durch Preiserhöhungen, einen besseren Produktmix und Kostensenkungen zu kompensieren.

Sponsor

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

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.

Freitag, 13. November, 2015

Edition 44

Rio 2016: Wechselkurs und hoher Datenverkehr sind Herausforderungen für Telefonanbieter

Das Organisationskomitee für die Olympischen Sommerspiele in Rio de Janeiro im nächsten Jahr (Comitê Rio 2016) investiert 1,4 Mrd. R\$, damit die Veranstaltung die beste mobile Netzanbindung aller Zeiten bekommt. Zu den Herausforderungen gehören der Wechselkurs, der die Kosten für Ausrüstungen verteuert, sowie die Geschwindigkeit des technologischen Fortschritts.

Die Erfahrungen der Olympischen Spiele von London (2012) und selbst der Fußball-WM in Brasilien im vergangenen Jahr sind nur begrenzt auf Rio 2016 übertragbar. 2012 in London erreichte der mobile Datenverkehr in Spitzenmomenten, wie während des 100-Meter-Sprint-Finales des Männer, den 100-fachen Normalwert. Doch zu der Zeit existierten neue Video-Anwendungen wie Periscope, die in Rio stark genutzt werden dürften, noch gar nicht.

Saulo Bonizzato, Partner beim Technologieberatungsunternehmen Accenture, erwartet, dass der mobile Datenverkehr bei den Olympischen Spielen in Rio stärker im Vergleich zu den Spielen in London steigen wird als beim Vergleich der beiden letzten Fußballweltmeisterschaften in Südafrika (2010) und Brasilien (2014), als sich das Datenvolumen verdreifachte. „Die neuen Apps zur Videoübertragung [...] belasten das Netz sehr“, sagte Bonizzato gegenüber Valor Econômico.

Um eine bestmögliche Netzabdeckung zu gewährleisten, arbeiten die Telefonanbieter und Technologieausrüster eng mit der brasilianischen Telekommunikationsbehörde Anatel zusammen. So wurden 42 kritischen Punkte in der Olympiastadt identifiziert, an denen sich besonders viele Zuschauer und Mitglieder, Athleten, Pressevertreter und Sportfunktionäre aufhalten werden.

Die steigenden Kosten für Netzausrüstungen durch den starken Dollar umgehen die Unternehmen dadurch, dass sie Ausrüstungen teilen oder mieten statt kaufen. Wie viel die Telefonanbieter dabei aus eigener Tasche investieren, wurde nicht bekannt. Alle Unternehmen betonen jedoch, dass sie keine Mittel scheuen, um eine umfassende 4G-Netzabdeckung in der Olympiastadt zu garantieren.

„Die Verschlechterung des Wechselkurses beeinträchtigt das Telekommunikationsgeschäft als ganzes und nicht nur Rio 2016. Doch das hat uns nicht überraschend getroffen und wird auch nicht unsere Investitionen beeinflussen“, erklärte der Marketingdirektor von Claro, Rodrigo Vidigal. Der Anbieter verfügt bereits über ein flächendeckendes 4G-Netz in Rio und hat dieses an kritischen Orten wie den Sportstätten, Flughäfen und touristischen Orten verstärkt. „Wir haben etwa 200 neue Stationen, die die ganze Stadt abdecken“, so Vidigal.

Die Konkurrenten Vivo und TIM haben ihrerseits 2014 mit dem Ausbau ihrer 4G-Netze begonnen, der noch bis zum nächsten Jahr gehen soll. „Die Herausforderung besteht darin, Kapazitäten zu schaffen, denn wenn der Nutzer von 3G auf 4G umsteigt, vervielfacht sich die Datennutzung“, sagte der Technologievorstand von TIM, Leonardo Capdeville. TIM nutzt den Netzausbau auch, die Frequenzen von 1.800 MHz auf 2.600 MHz umzustellen. Der Anbieter hat außerdem bereits 100 Miniantennen an Laternenmasten angebracht, die zugleich mit Kameras ausgerüstet sind. 200 weitere Antennen sollen bis zu den Spielen noch installiert werden. Der Technologiedirektor des Comitê Rio 2016, Elly Resende, erinnerte daran, dass die mobile Breitbandtechnologie erst dann überall installiert werden kann, wenn die Sportstätten und anderen Infrastrukturprojekte fertig sind.

Sponsor

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Freitag, 13. November, 2015

Sponsor

Telefónica Vivo trotz Wirtschaftskrise im dritten Quartal mit Rekordergebnis in Brasilien

Der Telefonkonzern Telefónica Vivo ist im dritten Quartal in Brasilien gegen den Trend des Sektors gewachsen. Trotz der Wirtschaftskrise im Land stieg der Umsatz im Festnetz-, Mobil- und Internetgeschäft im Vergleich zum Vorquartal und der Vorjahresperiode. Der Nettoerlös im Zeitraum Juli bis September betrug 10,06 Mrd. R\$, ein Plus von 5,2% gegenüber der Vorjahresperiode. Beim Mobilfunk stieg der Umsatz um 6,2%, im Bereich Festnetz-, Internet und Bezahlfernsehen um 3,9%. Damit wuchs der Umsatz erstmals schneller als der des Konkurrenten América Móvil, dessen Erlöse im dritten Quartal um 4,4% auf 8,41 Mrd. R\$ zulegen.

Amos Genish, Brasilienchef von Telefónica Vivo, äußerte sich wegen der schlechten Wirtschaftsaussichten in Brasilien dennoch skeptisch: „Man kann der [Wirtschaftsentwicklung] nicht lange entkommen“, meinte der Manager im Interview mit Valor Econômico.

Genish zufolge hat das gute Ergebnis im dritten Quartal damit zu tun, dass Telefónica Vivo mit 41,8% Anteil am Gesamtmarkt die größte Zahl von Vertragskunden aller Telefonanbieter in Brasilien besitzt. Das Unternehmen erreichte im letzten Quartal auch erstmals das Ziel, mit Datendiensten knapp die Hälfte des Umsatzes im Mobilfunk – 2,87 Mrd. R\$ von insgesamt 5,86 Mrd. R\$ – zu erwirtschaften. Die Einnahmen mit dem mobilen Internet legten um 54% auf 1,96 Mrd. R\$ zu.

Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda) kletterte im Jahresvergleich um 4,3% auf 3,19 Mrd. R\$. Die Ebitda-Marge gemessen am Umsatz sank leicht von 30,5% auf 30,2%. Der Nettogewinn lag im dritten Quartal dagegen mit 886 Mio. R\$ um 16,1% unter dem Vorjahresergebnis. Grund sind gestiegene Abschreibungen und höhere Aufwendungen aufgrund des Wechselkurses. Genish will die Rentabilität des Unternehmens trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen mittelfristig steigern. Das kommende Jahr sei entscheidend, um die Integration der Unternehmen Telefónica Vivo und GVT abzuschließen, berichtete der GVT-Gründer Genish, der nunmehr die Geschicke der gesamten Gruppe in Brasilien leitet.

Der Telefonanbieter hat im dritten Quartal damit begonnen, einen Teil des technischen Kundendienstes wieder in das Unternehmen zu integrieren. Wichtige Kunden sollen wie zuvor bei GVT direkt betreut werden statt von externen Dienstleistern. 1.200 von 16.000 Mitarbeitern im Kundendienst arbeiten jetzt direkt für Telefónica Vivo. „In einem Unternehmen von der Größe von Telefónica wird es nicht möglich sein, das Modell von GVT zu haben, wo alles von eigenen Teams erledigt wurde. Doch das Konzept werden wir benutzen“, so Genish.

Um das Image aufzubessern und die operativen Kosten zu senken, will das Unternehmen den Verkauf und den Kundendienst verbessern. Das unübersichtliche Angebot von Produkten und Dienstleistungen soll radikal vereinfacht und um 90%, ausgedünnt werden. Die Digitalisierung der Dienstleistungen erlaubt es den Telefonkonzernen laut Genish, umsatzstarken Kunden maßgeschneiderte Angebote zu unterbreiten.

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Freitag, 13. November, 2015

Sponsor

Finep und BNDES legen Förderprogramm im Wert von 2,2 Mrd. R\$ für die Chemieindustrie auf

Die zum brasilianischen Wissenschaftsministerium gehörende Förderagentur für Studien und Projekte (Finep) und die staatliche Entwicklungsbank BNDES haben zusammen ein Förderprogramm für die Entwicklung der Chemieindustrie (Padiq) aufgelegt. Dabei handelt es sich zugleich um die 13. Ausschreibungsrunde des 2010 geschaffenen Programms Inova Empresas, das Innovationen in Unternehmen fördern soll. Erstmals wurden dabei die Defizite und Bedürfnisse einer Branche genau analysiert.

Das Programm Padiq stellt über sieben Kreditlinien insgesamt 2,2 Mrd. R\$ für unterschiedliche Segmente der Chemieindustrie zur Verfügung: Nahrungsergänzungsmittel für Tiere, Siliziumderivate, Verbundwerkstoffe, chemische Ausgangsstoffe für Hygieneprodukte, Parfüm und Kosmetika, Chemikalien aus nachwachsenden Rohstoffen sowie Produkte für die Ölförderung.

Die sieben Förderlinien entsprechen den Bedürfnissen und Schwachpunkten der Branche. Der Chemiesektor hat den zweitgrößten Anteil aller Branchen an der brasilianischen Industrieproduktion und ist der siebtgrößte der Welt. Dennoch muss Brasilien viele chemische Produkte importieren. Bei den Nahrungsergänzungsmitteln für Tiere verbraucht das Land zum Beispiel 10% der weltweiten Produktion, importiert diese aber zu 100%. Diese Situation belastet die Handelsbilanz des Sektors. „Die Studie des Beratungsunternehmens Bain & Company hat vorhandene technologische Lücken in der Industrie identifiziert. Unser Auswahlkriterium war es, die Produkte herauszufinden, die Marktpotenzial in Brasilien haben“, erklärte der Direktor für Innovation der Finep, Elias Ramos de Souza, gegenüber Valor Econômico.

Finep und BNDES steuern jeweils die Hälfte zum Fördervolumen von 2,2 Mrd. R\$ bei. 2 Mrd. R\$ sind für rückzahlbare Förderkredite vorgesehen, 200 Mio. R\$ als direkte Zuschüsse für Unternehmen und Forschungsinstitute. Die Antragsfrist für die Kredite beträgt drei Monate, für die Subventionen sechs Monate. Die Anträge werden von einem Komitee bestehend aus Finep- und BNDES-Vertretern geprüft. Das Gremium empfiehlt auch die passende Finanzierungsform (Kredit, Zuschuss oder Beteiligung am Eigenkapital eines Unternehmens) und welche der beiden Institutionen die Mittel zur Verfügung stellen soll. Die Finep investiert eher in Innovationsforschung, während die BNDES Projekte im industriellen Maßstab fördert.

Im Rahmen des Programms Inova Empresas wurden seit 2010 35 Mrd. R\$ an Fördermittel bewilligt und davon 30 Mrd. R\$ vergeben. Die Finep steuerte bisher 15 Mrd. R\$ bei. Die übrigen Mittel kamen von der BNDES.

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Freitag, 13. November, 2015

Edition 44

Brasilien verliert im globalen Innovationsumfeld weiter an Bedeutung

Die Investitionen in Forschung und Entwicklung (F&E) in Brasilien sind 2014 das dritte Jahr in Folge zurückgegangen. Statt acht gehören nur noch sechs brasilianische Unternehmen zu den 1000 Unternehmen in der Welt mit den höchsten Innovationsausgaben: Petrobras, Vale, Embraer, Totvs, Weg und Natura. Gerdau und Eletrobras sind dagegen nicht mehr dabei. Das geht aus der jüngsten Ausgabe der „Global Innovation 1000 Study“ der Strategieberatung Strategy& (vormals Booz & Company, heute zu PwC gehörend) hervor. Bei dem Ranking wurden die Unternehmensbilanzen des Jahres 2014 zugrunde gelegt.

Die sechs brasilianischen Firmen gaben insgesamt 2,3 Mrd. USD für F&E aus, 13,5% weniger als 2013. Da ihr Umsatz in Dollar zugleich um 16,8% auf 195 Mrd. USD zurückging, stieg der durchschnittliche Anteil der Forschungsaufwendungen am Umsatz von 1,1% auf 1,2%, ohne dass jedoch die Innovationsausgaben real gewachsen sind, wie Fernando Fernandes, Vice President bei Strategy& anmerkte.

Der Anteil Brasiliens an den weltweiten Ausgaben für F&E ist fast vernachlässigbar. Er sackte im letzten Jahr von 0,4% auf 0,3% ab. „Das hat mich überrascht. Ich dachte, dass das Land eine herausragendere Rolle hätte, mit größerem Interesse seitens internationaler Firmen. Doch was hier investiert wird, ist sehr wenig in Vergleich zu dem, was weltweit aufgewendet wird“, erklärte Fernandes gegenüber Valor Econômico. Er glaubt zudem, dass das Ergebnis für das laufende Jahr wegen der Abwertung des Real und der Wirtschaftskrise in Brasilien noch schlechter ausfallen wird.

2014 summierten sich die globalen Innovationsausgaben auf 680 Mrd. USD, ein Plus von 5% gegenüber 2013. Die Softwarebranche investierte 27% mehr in die Entwicklung neuer Produkte als ein Jahr zuvor. Sie ist damit nach der Computer- und Elektroindustrie, dem Gesundheits- und dem Automobilsektor die Industrie mit den vierthöchsten Aufwendungen für Innovationen. Die fünf Konzerne mit den höchsten Forschungsausgaben waren die selben wie 2013: Volkswagen, Samsung, Intel, Microsoft und Roche. Danach folgten Google und Amazon, die im Ranking aufstiegen, und Toyota, Novartis und Johnson & Johnson, die zurückfielen. Apple gehört gemessen an den Ausgaben erstmals zu den 20 innovationsstärksten Unternehmen der Welt (Platz 18).

Erstmals seit Beginn der Erhebung im Jahr 2008 analysierte Strategy& die Forschungsausgaben auch nach Weltregionen. Diese konzentrieren sich heute auf den asiatischen Raum. Von 2007 bis 2014 stiegen die Innovationsausgaben in der Region von 96 Mrd. USD auf 166 Mrd. USD. Der Anteil an den weltweiten Investitionen stieg von 27% auf 35%. 2007 war Europa noch führend mit 35% Anteil an den weltweiten Forschungsausgaben, gefolgt von den USA mit 34%. 2014 kamen die Europäer nur noch auf einen Anteil von 28%, die Nordamerikaner von 33%.

Sponsor

KPMG
cutting through complexity

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

in f e
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Herausgeber

Freitag, 13. November, 2015

Sponsor

Duratex will Absatzkrise in Brasilien durch steigende Exporte kompensieren

Der brasilianische Hersteller von Holzplatten und Sanitärkeramik Duratex will in zwei bis drei Jahren 30% seines Umsatzes auf internationalen Märkten erwirtschaften. Das Unternehmen exportiert bereits in über 50 Länder. 2014 trug das internationale Geschäft jedoch nur gut 10% zum Gesamtumsatz bei. „Wir glauben, dass die Zeit des starken Dollar weitergehen wird. Das gibt uns Wettbewerbsfähigkeit auf Märkten wie Europa, Asien und den USA“, erklärte der CEO von Duratex, Antonio Joaquim de Oliveira, gegenüber Valor Econômico.

Zu den steigenden Exporten soll hauptsächlich die Holzsparte beitragen. Dieses Jahr sollen 42% mehr Holzplatten ins Ausland verkauft werden als 2014, insgesamt 209.000 Kubikmeter. Die nötige Produktionskapazität dafür ist bereits vorhanden. „Bis 2019 werden wir keine Investitionen in den Kapazitätsausbau tätigen“, so Oliveira.

Von Januar bis Ende September kletterte der Nettoerlös im Geschäftsbereich Holz im Vergleich zur Vorjahresperiode um 41,4% auf 396 Mio. R\$. Der Umsatz der Sanitärmarke Deca stieg um 41% auf 33,63 Mio. R\$. Der konsolidierte Nettoerlös des Unternehmers wuchs wegen des schwachen Binnenmarktes jedoch nur um 2,2%. Der Nettogewinn brach gegenüber den ersten neun Monaten des Vorjahres sogar um 54,7% ein und betrug 137,39 Mio. R\$.

Im dritten Quartal verkaufte Duratex insgesamt 629.304 Kubikmeter Holzplatten und Holzbaustoffe – 11,9% mehr als im zweiten Quartal, jedoch 17,6% weniger als in der Vorjahresperiode. Die Keramikdivision Deca konnte den Absatz gegenüber dem zweiten Quartal um 15,1% auf 6,98 Mio. Stück steigern. Im Vergleich zur Vorjahresperiode gab es ein kleines Plus von 0,9%.

Der Reingewinn lag im dritten Quartal mit 30,5 Mio. R\$ um 63,5% unter dem Vorjahresergebnis. Der Rückgang ist der Neubewertung von Aktiva, steigenden Zinsaufwendungen, gestiegenen Energiekosten und dem Wechselkurs geschuldet. Die Ebitda-Marge ging im dritten Quartal im Vergleich zur Vorjahresperiode von 28,8% auf 23,1% zurück. Auch die bereinigte Marge lag mit 21,8% unter dem Vorjahreswert von 22,4%.

Im August hatte Duratex die Preise für einige Produktlinien im Holzsegment um 6% bis 7% angehoben. Die Marke Deca hatte ihre Preise bereits zu Jahresbeginn angepasst. Weitere Preiserhöhungen seien angesichts der wirtschaftlichen Lage in Brasilien nicht geplant, so CEO Oliveira. Vielmehr gehe es darum, den Marktanteil zu behaupten.

Nach dem Expansionskurs der vergangenen Jahre stehen die Zeichen bei Duratex in diesem Jahr auf Konsolidierung und Steigerung der Produktivität. Von 2007 bis 2014 hatte das Unternehmen seine Fertigungskapazität erhöht und andere Firmen übernommen. „Der Schwerpunkte 2015 lauten Verbesserungen im Bereich Logistik und Management, eine deutliche Steigerung der Exporte, Abbau von Lagerbeständen und Verkürzung der Lieferzeiten“, erklärte Oliveira. Bis 2017 werde das Unternehmen „viel schlanker [aufgestellt] und stärker auf Kosten und Produktivität ausgerichtet sein“, sagte der Firmenchef weiter. Duratex versucht derzeit beispielsweise gemeinsam mit Spediteuren 10% bis 15% der jährlichen Frachtkosten von etwa 230 Mio. R\$ einzusparen. Von Anfang 2014 bis Mitte 2015 wurden zudem 1500 Stellen gestrichen.

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Kunststoffhersteller MVC verkauft Fertighäuser für Flüchtlinge nach Europa

Der brasilianische Kunststoffhersteller MVC beginnt mit dem Export von Fertighäusern nach Europa, in denen syrische Flüchtlinge untergebracht werden sollen. Das erste Modellhaus wird am 12. November per Luftfracht nach Deutschland geschickt. Das Geschäft soll dem Unternehmen, das technische Kunststoffe für den Bausektor, die Wind- und die Automobilindustrie herstellt, den europäischen Markt öffnen. 2016 will MVC bereits 65 Mio. R\$ mit den Fertighäusern verdienen.

Die Lieferung nach Deutschland ist zugleich das erste Exportgeschäft der Brasilianer seit fast 10 Jahren. Das Auslandsgeschäft soll helfen, die Umsatzeinbußen auf dem heimischen Markt auszugleichen. Wegen der Wirtschaftskrise in Brasilien wird MVC dieses Jahr voraussichtlich nur 350 Mio. R\$ Umsatz erzielen. 2014 waren es noch 670 Mio. R\$. 2020 sollen technische Kunststoffe im Wert von 200 Mio. R\$ pro Jahr in Länder wie Frankreich, Österreich, Ungarn und die Türkei exportiert werden.

Die Abwertung des Real hat MVC geholfen, auf internationalen Märkten wieder mit Anbietern aus China, Korea oder der Türkei konkurrieren zu können. Der Hersteller hofft, im nächsten Jahr wieder 500 Mio. R\$ Umsatz zu erzielen – durch das Exportgeschäft, aber auch durch steigende Verkäufe von Komponenten für Windanlagen in Brasilien.

Laut dem Generaldirektor von MVC, Gilmar Lima, werden die 64 m² großen Fertighäuser in Deutschland von einer Unternehmensgruppe gekauft, die sie an die Bundesregierung oder lokale Firmen weiterverkauft wird. Bis Februar sollen die ersten 40 Häuser geliefert werden. Ende 2016 sollen es 1.200 sein. Die Importeure in Deutschland sind auch für den Weiterverkauf der Häuser in andere europäische Länder zuständig.

Die Wände der Fertighäuser sind bereits mit Elektroleitungen und Wasseranschlüssen ausgestattet. Sie werden in Deutschland zusammengebaut und Türen und Fenster ein- und die Dächer aufgesetzt. Wenn das Fundament steht, dauert der Aufbau etwa 15 Tage. Bei Ziegelbauweise beträgt die Bauzeit mindestens drei Monate.

MVC hat seit 2004 bereits 250.000 m² Häuser, Kindergärten und Schulen gebaut und einen Teil davon nach Angola, Mosambik, Uruguay, Paraguay und Venezuela exportiert. Die Kunststoffwände werden durch Glasfaser verstärkt und haben wärme- und schalldämmende Eigenschaften. MVC gehört zu 74% dem Chemieunternehmen Arteccla. Der Bushersteller Marcopolo hält 26% der Anteile.

Der Unternehmensumsatz ist in diesem Jahr drastisch eingebrochen, weil der Verkauf von Kindergärten in Fertigbauweise an die brasilianische Bundesregierung um 75% zurückgegangen ist. Das Geschäft hatte 2014 noch 400 Mio. R\$ eingebracht. Die Nachfrage der Automobilindustrie liegt in diesem Jahr 70% unter dem Vorjahresvolumen. Für das soziale Wohnungsbauprogramm Minha Casa Minha Vida, das ebenfalls wegen der Haushaltskrise ins Stocken geraten ist, baut MVC zur Zeit keine Wohneinheiten mehr. Einzig das Geschäft mit Windanlagen in Brasilien wächst in diesem Jahr. Der Umsatz in dieser Sparte dürfte in diesem Jahr 90 Mio. R\$ erreichen, nach 30 Mio. R\$ im letzten Jahr. 2016 soll er auf 160 Mio. R\$ steigen.

Sponsor

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Freitag, 13. November, 2015

Sponsor

ThyssenKrupp steigert Exporte aus Brasilien wegen des starken Dollars

Der deutsche Technologie- und Stahlkonzern ThyssenKrupp hat Ende Oktober eine neue Autoteilefabrik in Brasilien eingeweiht. Das Werk in Poços de Caldas im Bundesstaat Minas Gerais wird wegen der Krise der Automobilindustrie zunächst 500.000 Nockenwellen pro Jahr herstellen, halb so viel wie ursprünglich geplant. Von den vorgesehenen 100 Mio. R\$ an Investitionsmitteln wurden bisher 60% ausgegeben. „Wir werden die Kapazität langsamer als vorgesehen aufbauen. Das Übrige werden wir definieren, wenn der Markt Anzeichen einer Erholung zeigt“, sagte der Lateinamerikachef von ThyssenKrupp, Michael Hollermann, gegenüber Valor Econômico.

In der Fabrik in Minas Gerais werden zunächst 60 Personen arbeiten. Wenn in Zukunft die volle Kapazität erreicht wird, sollen es 170 Mitarbeiter sein. Hollermann erläuterte, dass die Fabrik auf dem technologisch neuesten Stand sei. Sie soll zunächst Volkswagen und später auch andere Hersteller in Brasilien mit Nockenwellen beliefern, die leichter sind als frühere Modelle und helfen, den Kraftstoffverbrauch zu senken.

Im Automobilbereich versucht ThyssenKrupp, das schwächere Geschäft auf dem brasilianischen Markt durch eine Steigerung der Exporte auszugleichen. Die Abwertung des Real hilft dabei. Die Autoteilefabrik in Campo Limpo Paulista im Bundesstaat São Paulo zum Beispiel exportiert bereits 75% ihrer Produktion in verschiedene Länder. Vor der Krise in Brasilien waren es nur 45%. „Da der Konzern global aufgestellt ist, haben wir Vorteile bei der Technologie und dem Zugang zu Märkten. Jetzt haben wir auch eine höhere Wettbewerbsfähigkeit durch den Wechselkurs“, sagte Hollermann.

Auch die Aufzugsparte des deutschen Technologiekonzerns verkauft immer mehr ins lateinamerikanische Ausland. Die Fabrik in Guaíba im Bundesstaat Rio Grande do Sul wurde um 30% erweitert und exportiert Aufzüge nach Kolumbien, Panama und Chile. In Brasilien ist das Geschäft mit Fahrstühlen dagegen laut Hollermann dieses Jahr um 15% bis 25% rückläufig. Die Hersteller bekommen die Krise im Bausektor und im Infrastrukturbereich zu spüren.

Auch bei Industriearüstungen für den Bergbau, die Zement- und die Stahlindustrie geht die Nachfrage zurück. Nur die Windsparte vermeldet gute Nachrichten. ThyssenKrupp stellt in Diadema im Bundesstaat São Paulo Lager für Windanlagen verschiedener Hersteller wie GE, Gamesa, AVEC und Acciona her.

Das Stahlwerk CSA von ThyssenKrupp im Bundesstaat Rio de Janeiro, an dem der brasilianische Bergbaukonzern Vale mit 27% beteiligt ist, ist zu 80% ausgelastet. Laut Hollermann produziert das Werk 5 Mio. Tonnen Flachstahl pro Jahr, der in die USA, nach Mexiko, Deutschland und Osteuropa exportiert wird. Thyssen würde die Produktion gerne steigern, doch auf dem globalen Stahlmarkt herrscht ein Überangebot, was zu fallenden Preisen führt.

ThyssenKrupp wird am 19. November die Zahlen für das abgelaufene Geschäftsjahr, das am 30. September endete, bekanntgeben. Letztes Jahr setzte der Konzern in Brasilien 9,3 Mrd. R\$ um – 60% davon mit der Stahlherstellung, 27% mit Komponenten und Ausrüstungen und 13% mit Fahrstühlen. Hollermann zufolge hat das Unternehmen in Brasilien trotz der Krise unter dem Strich keine Mitarbeiter entlassen müssen. Von den 12.000 Beschäftigten im Land arbeiten 38% im Bereich Komponenten und Anlagenbau, 33% in der Aufzugsparte und 29% in der Stahlherstellung. Bis 2020 will der Konzern bis zu 2 Mrd. R\$ in Brasilien investieren.

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Tabellen

Sponsor

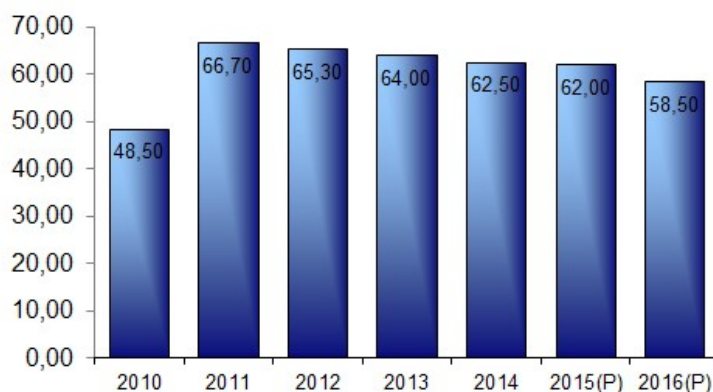
Wechselkurs zum Jahresende

(R\$/US\$)



Ausländische Direktinvestitionen

(In Mrd. US\$)



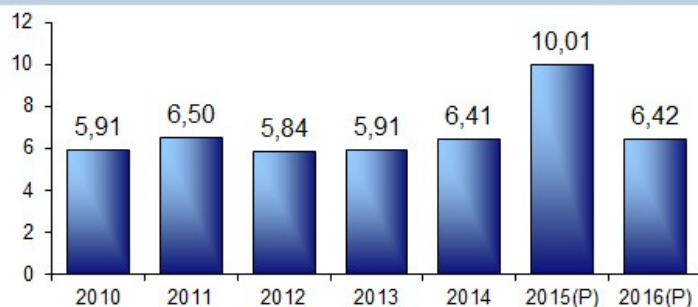
Entwicklung des BIP

(In %)



Inflationsindex IPCA

(Jahresdurchschnitt in %)



KPMG
 cutting through complexity

AGILITÄT,
 EFFIZIENZ UND
 TRANSPARENZ

in f b
 /kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Freitag, 13. November, 2015

Edition 44

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

Projektverantwortlich:

Eckart Michael Pohl

Redaktion:

Oliver Döhne

Sponsoring | Anzeigen:

Célia Utsch

anuncios@ahkbrasil.com

Weitere Informationen Analysen, Prognosen und aktuelle Wirtschaftsberichte finden Sie unter: www.gtai.de

www.ahkbrasil.com | Tel. +55 11.5187.5167