

## BRASILIEN

## Lokales Engagement ist unabdingbar

Brasilien ist für VDMA-Firmen strategisch wichtig, für einige sogar ein Top-Markt. Für die Markterschließung bieten sich deutschen Maschinenbauern verschiedene Optionen an.

Deutsche Maschinenbauer analysieren derzeit intensiv die Absatzmöglichkeiten und die Option, sich in Brasilien stärker zu verankern. Viele Maschinenbauer sind heute schon in Brasilien mit Tochterunternehmen und lokaler Fertigung vertreten – ein großer Imagevorteil. Auch die spontane Umfrage auf dem VDMA-Informationstag „Markterschließung Brasilien“ am 15. April mit 100 Teilnehmern in Frankfurt ergab: Auf der Agenda stehen die Ziele „Niederlassung gründen“ und „Produktion aufbauen“ ganz oben.

Dr. Alexandre Barboza, Leiter der Handelsabteilung des Generalkonsulats von Brasilien in Frankfurt, hob diese starke Stellung der deutschen Industrie insbesondere in São Paulo hervor. Er stellte sich auch den kritischen Fragen nach der Wachstumsstrategie seines Landes. Laut Barboza gehöre es zur Erfolgsge-

schichte Brasiliens, dass immer mehr Schichten am Wohlstand teilhaben.

### Visa-Verfahren sehr aufwendig

Brasilien ist ein Wachstumsmotor für deutsche Unternehmen. Die Ernst Koch GmbH & Co. KG aus Hemer hat gerade durch die Besetzung von Nischenmärkten in Brasilien (Produktionsanlagen für die Baustahlindustrie) ihre Position im Weltmarkt gesichert. Für die Inbetriebnahme vor Ort, so der Geschäftsführer Jochen Koch, hält die Firma eine umfangreiche Personalliste eigener Mitarbeiter vor. Diese arbeiten die brasilianischen Mitarbeiter ein, wobei der Einsatz von lokalem Personal begleitet wird. Das Visa-Verfahren einschließlich der Beschaffung einer Arbeitsgenehmigung sei allerdings ein gigantischer Aufwand, zumal der Zeitplan für die Monteure im Voraus festgelegt sein müsse.

Botschaftsrat Barboza empfahl als Lösung für das Visa-Dilemma, dass deutsche Unternehmen Tochterunternehmen in Brasilien gründen und dort Service-Arbeitsplätze schaffen. Die Zahl der Arbeitsgenehmigungen bemesse sich auch nach der reziproken Zahl der Arbeiterlaubnisse im Entsenderland. Der VDMA wird gemeinsam mit dem Generalkonsulat Frankfurt einen Workshop zu Visa-Verfahren anbieten, eine Unterstützung, zu der sich der Botschaftsrat spontan bereit erklärte.

### Antrag auf Zollausssetzung stellen

Die lokale Konkurrenz in Brasilien ist groß. Umso entscheidender sind die hohen Importzölle, die – kombiniert mit lokalen Steuern – einen kumulativen Hebeleffekt haben. Brasilien gewährt allerdings Zollausssetzungen, wenn der Bedarf in technischer Hinsicht nicht durch lokale Produktion gedeckt werden kann. Den Antrag muss eine in Brasilien eingetragene Firma (mit CNPJ-Nummer) stellen. „Ausländische Lieferanten ohne eigene Niederlassung können sich aber auch durch eine lokale Beratungsfirma vertreten lassen“, empfiehlt Alexander Stampfer von der Rietter Ingolstadt GmbH. Der Lieferant oder potenzielle Käufer beantragt den Sonderzollstatus „Ex-Tarifário“. Dieses Verfahren führt Abimaq, der Maschinenbauverband Brasiliens, durch. Zwischen VDMA und Abimaq besteht seit 2009 eine Kooperation. „Abimaq prüft sehr gewissenhaft“, weiß Dr. Susanne Engelbach, VDMA Außenwirtschaft, aus direkten Gesprächen mit der zuständigen Abteilung. Auch die lange Liste der Ex-Tarifários, die im Internet eingesehen werden kann, zeugt davon.



Foto: VDMA

Dr. Alexandre Barboza (links) im VDMA: „Wir unterstützen Investoren, die nach Brasilien kommen.“

### Service auch in die Fläche

„Umweltschutz, Real Time Maintenance (RTM) und Maschinensicherheit sind neue Megathemen“, so Andreas Fobbe, Exportmanager der ifm electronic gmbh aus Essen, die unter anderem in Brasilien eine Vertriebsniederlassung mit eigenen Mitarbeitern aufgebaut hat. Auch in der Krise setzte ifm durch eine hohe Besuchsfrequenz bei den Kunden ein Zeichen. Ein großes Lager für schnelle Lieferungen ist ein weiterer Pluspunkt für die Kunden. Fobbe rät zu einer differenzierten Nutzung von Messen. „Die Gründung vieler kleiner Messen ist eine Herausforderung“, meint er. Die ifm electronic habe daher einen modularen Messestand entwickelt, der bei kleinen und mittleren Veranstaltungen zum Einsatz kommt.

### Anreize für Produktionsaufbau

Benedikt Heid, Leiter der brasilianischen Niederlassung der ProMinent Dosier-technik GmbH aus Heidelberg, warnt: Auch wenn die Marktchancen in Brasilien enorm sind, müsse eine realistische Marktstrategie verstehen, dass die brasilianische Wirtschaftspolitik alles unternehme, damit die lokale Wirtschaft und der Arbeitsmarkt ausreichend von diesem Boom profitieren. Andererseits seien Megainvestoren wie der brasilianische



Foto: ProMinent

Niederlassung: Durch Erhöhung der lokalen Wertschöpfung können deutsche Unternehmen bestehen.

Ölmulti Petrobras dringend auf ausländische Lösungskapazität angewiesen, da die nationalen Engineering-Kräfte bei Weitem nicht ausreichen. Folgerichtig hat ProMinent, die seit 1990 in Brasilien tätig ist, 2009 eine Produktion am Standort errichtet, um durch die Erhöhung der lokalen Wertschöpfung (Anlagen und Service) im Wettbewerb besser bestehen zu können.

### Hohe Anlaufkosten

Um derzeit die Local-Content-Anforderungen zu erfüllen, müssen mindestens 60 Prozent lokale Wertschöpfung in Gewicht plus 60 Prozent Anteil an den Kosten erreicht werden. Auch für die Multivac Sepp Hagenmüller GmbH & Co. KG aus Wolfertschwenden zählt das Potenzial in Brasilien. Ältere Maschinenmodelle werden von lokalen Wettbewerbern erfolgreich kopiert und verkauft. Laut Harald Suchanka, Verkaufsdirektor bei Multivac, ist von zwei strategischen Annahmen auszugehen: „Brasilien will nach Möglichkeit nur große, komplexe Maschinen importieren“, meint er und: „Die Produktion von den Multivac-Standardprodukten ist teurer als in Deutschland.“

Daher lohne es sich, in ein einfacheres Maschinendesign zu investieren. Für zwei Maschinentypen hat Multivac die

Berechtigung erworben, die Finame-Finanzierungen zu nutzen. Die Multivac-Produktion in Brasilien befindet sich im Bundesstaat Paraná, der Steuervorteile bietet. Allerdings stelle die Verteilung auf zwei Standorte hohe Anforderungen an die Management-Kapazität und Logistik.

### Ohne Niederlassung geht es nicht

Die Referenten des VDMA-Infotages, alle im Brasiliengeschäft erfahren, sind sich einig: Nur mit firmenangepasster Präsenz vor Ort lässt sich der riesige Markt erfolgreich angehen. Etablierte Konkurrenten, insbesondere lokale Fabrikanten, sind dabei eine feste Größe. Was die Niederlassung angeht, ist die enge Kommunikation mit dem Mutterhaus unverzichtbar. Das Marktpotenzial in Brasilien muss begeistern und tut es auch, denn die Anlaufkosten für eine erfolgreiche Marktbearbeitung sind hoch.

„Nur mit firmenangepasster Präsenz vor Ort lässt sich der riesige Markt erfolgreich angehen.“

Dr. Susanne Engelbach  
VDMA

### KONTAKT

Dr. Susanne Engelbach  
VDMA Außenwirtschaft  
Telefon +49 69 6603-1446  
susanne.engelbach@vdma.org