



Flop in Brasilien: die Mercedes A-Klasse aus dem Werk Juiz de Fora.

Foto: Behlmer

Jetzt aber raus

Der brasilianische Binnenmarkt ist für die Automobilbranche geprägt von enttäuschten Hoffnungen. Für die vielen OEM im Land ist es zu eng. Sie setzen auf Exporte.

Allen Unkenrufen zum Trotz: Die wirtschaftliche Lage in Brasilien hat sich seit dem Amtsantritt von Luiz Inácio „Lula“ da Silva am 1. Januar 2003 stabilisiert. Der Kurs der chronisch schwächelnden Landeswährung hat sich bei knapp drei Real pro US-Dollar eingependelt (siehe auch Schaubild auf S. 20). Die Inflation wird dieses Jahr nur etwa acht Prozent betragen.

Auch Argentinien, früher der wichtigste Abnehmer brasilianischer Exporte, ist auf dem Weg der Besserung. Brasiliens Ausfuhren nehmen, begünstigt durch die schwache Währung, zu und die Wirtschaft wächst wieder. Erstmals seit 1992 wird die Leistungsbilanz im Jahr 2003 einen Überschuss ausweisen. Für 2004 er-

warten denn auch die meisten Ökonomen einen Aufschwung.

Ob der allerdings dauerhaft ist und dem Binnenmarkt nachhaltig auf die Beine helfen wird, ist fraglich. Die Unternehmen im Land zögern jedenfalls noch mit Investitionen – nicht zuletzt wegen des hohen Leitzinses von 16,5 Prozent. Noch stellt kaum einer neue Arbeitskräfte ein. Mit anderen Worten: Ob die Kaufkraft wirklich wächst, bleibt abzuwarten. In der Automobilbranche macht sich ohnehin niemand mehr Illusionen: „Wir können uns nicht auf den lokalen Markt verlassen; die optimistischen Vorhersagen sind bisher nie eingetroffen“, erklärte Paul Fleming, Präsident von VW do Brasil, auf der Brasilien-Zulieferer-Synergiebörse der Unternehmens-

beratung Forum Brasilien im November in Stuttgart.

Im Jahr 2003 wird die Zahl der Neuzulassungen in Brasilien um 8 bis 10 Prozent auf gut 1,3 Millionen sinken. Nur dank des gut laufenden Exports dürfte die inländische Automobilproduktion ihr Vorjahresniveau von 1,8 Millionen Einheiten erreichen (siehe auch Schaubild auf S. 19).

Leere Werke

Das heißt im Klartext: 40 bis 45 Prozent der OEM-Fertigungskapazitäten liegen brach. Kein Wunder, dass sich die Automobilhersteller im Land auf die ausländischen Märkte konzentrieren. Und zwar nicht nur auf Süd- und Nordamerika: Der VW Polo Stufenheck beispielsweise ist der erste brasilianische Volkswagen, der auch in Europa verkauft wird. Und der VW Gol soll im nächsten Jahr in Russland eingeführt werden.

Mittlerweile machen die OEM aus der Not der unausgelasteten Kapazitäten eine Tugend: Sie exportieren nicht nur vorhandene Fahrzeuge, sondern nutzen Brasilien als Produktionszentrale neuer Modelle für den Weltmarkt – nicht nur für Schwellenländer.

General Motors machte im vergangenen Jahr den Anfang: Der Chevrolet/Opel Meriva wurde zum großen Teil in Brasilien entwickelt. Jetzt ziehen VW mit dem Fox und DaimlerChrysler mit dem Smart-SUV nach – allerdings mit völlig unterschiedlichen Strategien: Während der Fox im Land entwickelt wurde und gleichermaßen für Binnenmarkt und Export gedacht ist, ist Brasilien für den Smart lediglich Produktionsbasis – vor allem für den US-Markt und Europa (siehe auch Beitrag auf S. 18 ff.). Das gibt Hoffnung für die Zulieferer im Land, und die ist nach Jahren der Zitterpartie auch bitter nötig.

Arne Behlmer