
CAMA-Spotlight auf ausländische Automobilmärkte

Update 06/ 2012

Automobilmarkt und Automobilunternehmen in Brasilien im Sommer 2012

Der brasilianische Pkw-Markt Anfang 2012

Im Jahre 2011 wurden auf dem viertgrößten Automarkt nach China, den USA und Japan 3,4 Mio. Pkw und LCV verkauft – der Markt stagniert jedoch. Im ersten Quartal 2012 wurden etwas weniger Fahrzeuge (- 1 Prozent) als im ersten Quartal 2011 verkauft.

Die größten Marktanteile hatten 2011 Fiat (22% Prozent bzw. 754.000 Fahrzeuge) vor VW (21 Prozent bzw. 703.000 Fahrzeuge) und GM mit der Marke Chevrolet (20 Prozent bzw. 632.000 Fahrzeuge). GM erlaubt nicht, dass Opel in Brasilien Fahrzeuge verkauft. Etwa jedes fünfte Auto kommt von deutschen Herstellern, ihr Absatz wächst überproportional. Die Marktchancen werden als sehr gut angesehen. Bis 2020 könnte sich der Absatz verdoppeln.

Das Länderumfeld in Brasilien ist recht günstig:

- Brasilien hat mit fast 200 Mio. Einwohnern (fünftgrößte Bevölkerung der Welt) einen sehr großen und aufnahmefähigen Binnenmarkt, auch wenn die Motorisierung mit 170 Autos je 1000 Einwohner noch gering ist. Mit 12.789 US-Dollar ist das Pro-Kopf-Einkommen in den letzten Jahren sehr stark gestiegen, die massive Ungleichverteilung ist jedoch geblieben. Trotz der großen sozialen Unterschiede ist das Land politisch stabil.

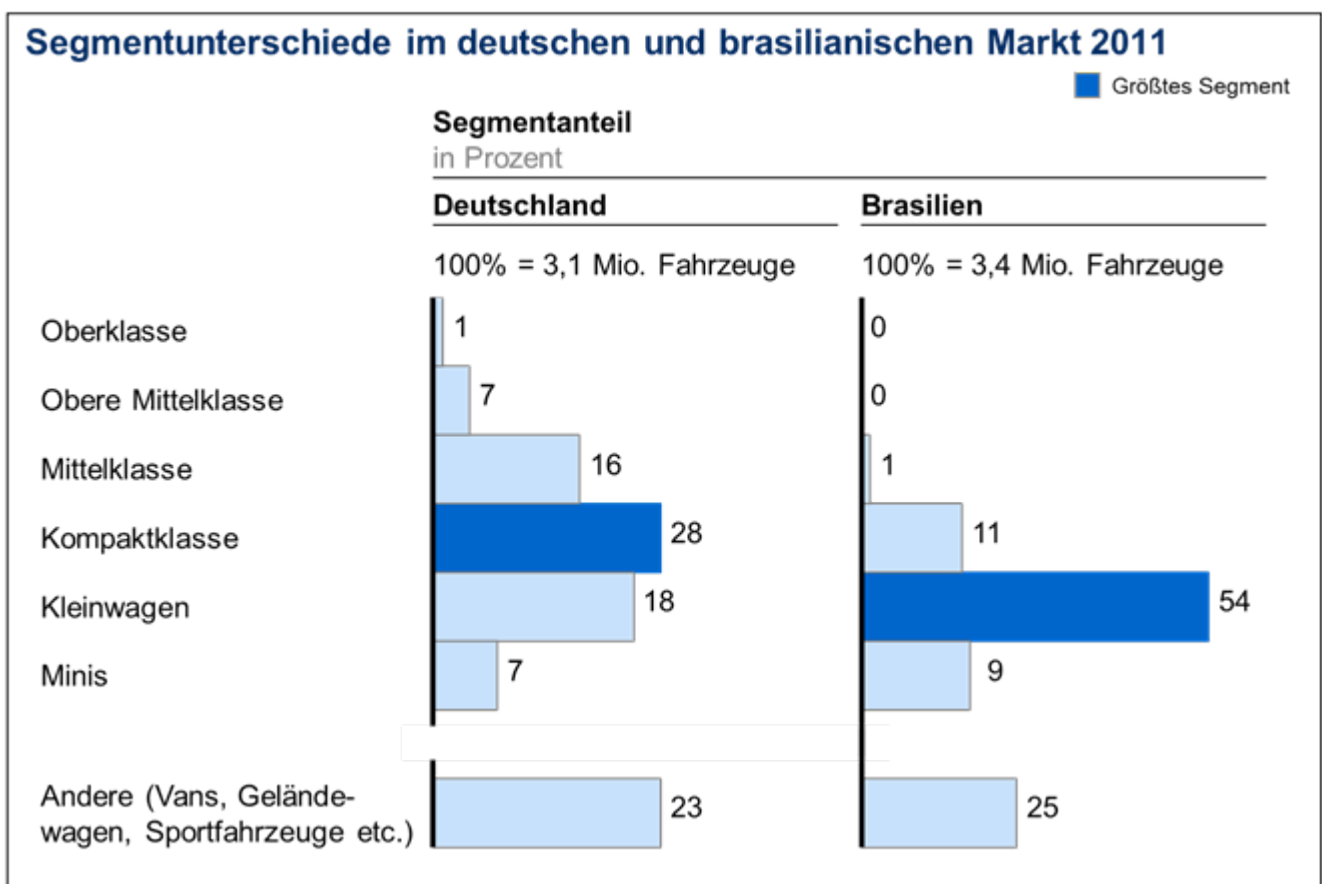
- Die makroökonomischen Indikatoren sind günstig. Brasilien hat zwar nicht so hohe Wachstumsraten wie China, jedoch seit 2004 ein stetiges Wirtschaftswachstum zwischen etwa 3 und 6 Prozent (Ausnahme 2010 nach der Wirtschafts- und Finanzkrise mit mehr als 7 Prozent). Der Rückgang des Wirtschaftswachstums 2009 war aufgrund der starken Exportnachfrage relativ gering (- 0,5 Prozent). Haushaltsdefizit (2011 etwa 2 Prozent), Staatsverschuldung (etwa 66 Prozent des BIP), Inflationsraten (4 bis 5 Prozent) und Leistungsbilanzüberschuss weisen Brasilien als ein Land mit solider Entwicklung aus. Der starke Real als Folge der hohen Rohstoffexporte und hoher ausländischer Direktinvestitionen mindert jedoch die Exportchancen der Industrie.
- Infolge der seit etwa zwei Jahrzehnten relativ stabilen und wirtschaftsfreundlichen Rahmenbedingungen ist Brasilien als Investitionsstandort sehr attraktiv. Mit etwa 800 Unternehmen ist der Raum Sao Paulo der größte deutsche Investitionsstandort außerhalb Deutschlands. Teilelieferanten profitieren von relativ geringen Lohnnebenkosten. Immer mehr Produktgruppen werden vor dem Weltmarkt durch protektionistische Maßnahmen geschützt, ein deutlicher Verstoß gegen WTO-Regeln.
- Weniger günstig für die Automobilindustrie sind hohe Produktions- und Finanzierungskosten aufgrund relativ hoher Lohnkosten, geringer Arbeitsproduktivität und Zinsen sowie hohe Einfuhrzölle, um die Unternehmen zur Ansiedlung in Brasilien zu zwingen. Die im Dezember 2011 erhöhte Steuer auf importierte Produkte trifft Hersteller wie Zulieferer. Ausgenommen sind Produkte, die in einem Land der südamerikanischen Freihandelszone Mercosur (Argentinien, Brasilien, Paraguay, Uruguay) hergestellt werden oder einen „local content“ von mindestens 65 Prozent haben.

Der Absatz konzentriert sich stark auf die unteren Marktsegmente, auf Kleinwagen, Mini- und Kompaktfahrzeuge. Das Nachfrageverhalten ändert sich und mit steigenden Einkommen steigen die Ansprüche – Beispiel hierfür ist der zunehmende Anteil der Premiumfahrzeuge.

Die in Deutschland und Brasilien sehr unterschiedliche Segmentstruktur spiegelt die großen Unterschiede im pro Kopf-Einkommen und in den Kosten für Anschaffung und Unterhalt von Autos wider. Mittelklassefahrzeuge sind in Brasilien erheblich teurer als Deutschland. Der

geringe Anteil der Mittel- und der Oberklasse lässt sich jedoch angesichts der durchaus vorhandenen Kaufkraft nur damit erklären,

- dass die Kriminalität aufgrund der starken sozialen Gegensätze Brasilianer mit sehr hohen Einkommen dazu zwingt, möglichst unauffällige, kleine Fahrzeuge zu kaufen und
- dass Brasilianer ein deutlich rationaleres Verhältnis zum Automobil haben als die Deutschen. Statussymbole sind dort eher Medien, Wohnungen und Reisen.



Der brasilianische Markt ist führend bei alternativen Antriebstechnologien. Da „flexfuel“-Fahrzeuge Ethanol aus Zuckerrohr in jedem beliebigen Gemisch mit Benzin und Diesel vertragen, ist eine einzigartige alternative „green industry“ mit Technologien entstanden, die von der Regierung stark gefördert werden. Zuckerrohr und Öl sind ausreichend vorhanden, so dass Alternativen zum Öl – anders als in Nordamerika, Europa und Asien – nicht erforderlich sind. Mehr als die Hälfte des Kraftstoffs in Brasilien wird aus Zuckerrohr gewonnen.

Entsprechend wird in Brasilien gegenwärtig keine Notwendigkeit gesehen, über Elektromobilität nachzudenken. Elektrofahrzeuge werden trotz des hohen Anteils an Energie aus Wasser- und Windkraft keine große Rolle spielen. Dafür wird die Ethanollobby sorgen. Die Automobilhersteller in Brasilien investieren in „flexfuel-Motoren“ und damit verbundene Antriebstechnologien. Sie brachten lange vorwiegend abgespeckte Varianten meist älterer Modelle z.B. ohne Airbags auf den Markt, wobei hier aktuell Veränderungen zu beobachten sind. Während früher Fahrzeuge in Brasilien erst etwa fünf Jahre nach globaler Markteinführung angeboten wurden, kommen sie heute spätestens nach zwei Jahren auf den Markt. Die hohen Preise der Elektrofahrzeuge werden die Brasilianer selbst mittelfristig nicht bezahlen können oder wollen. Zudem werden Hybridfahrzeuge vor allem im oberen Mittel- und Oberklassesegment angeboten, das in Brasilien noch gering ausgeprägt ist.

Automobilhersteller und -zulieferer in Brasilien

Die Automobilindustrie ist eine Schlüsselindustrie der brasilianischen Wirtschaft. Sie erreicht etwa ein Drittel der Wirtschaftsleistung der deutschen Automobilindustrie. Der Anteil von mehr als 20 Prozent an der Wertschöpfung des verarbeitenden Gewerbes und etwa 5 Prozent des BIP sind sehr hoch. Etwa 3,14 Mio. Pkws wurden 2011 in Brasilien produziert.

Bis vor wenigen Jahren wurde die Automobilproduktion in Brasilien durch drei Hersteller dominiert: größter Pkw-Produzent war Volkswagen (828.000 Fahrzeuge bzw. 26 Prozent Marktanteil) vor Fiat (762.000, 24 Prozent) und GM (643.000 Fahrzeuge, 20 Prozent). Brasilien ist der zweitgrößte Auslandsstandort der deutschen Hersteller. In den nächsten Jahren sind hohe Investitionen in neue Werke und in die Modernisierung von Produktionsanlagen geplant, insbesondere Europas Autohersteller bauen ihre Werke aus. So werden Volkswagen und Renault mehrere Milliarden Euro investieren, auch Daimler wird wieder nach Brasilien zurückkehren. BMW, chinesische und koreanische Hersteller suchen Standorte, um die Marktpräsenz in Brasilien zu verstärken.

Die Produktionsstruktur unterscheidet sich von den Märkten der anderen BRIC-Länder. Ausländische Hersteller wurden in der Industrialisierungsphase gefördert und durch Marktprivilegien geködert (Importsubstitutionspolitik). Im deutlichen Unterschied zu den anderen BRIC-Ländern (China, Indien und Russland) gibt es keinen einzigen einheimischen Hersteller von

Automobilen. Den Aufbau einer eigenen brasilianischen Autoindustrie haben die ausländischen Hersteller verhindert, ebenso wird der Auslandsmarkt „Brasilien“ vor Importen der Konkurrenten abgeschirmt.

Nicht der starke Real bzw. die Aufwertung gegenüber dem Dollar erklärt die relativ geringe internationale Wettbewerbsfähigkeit der brasilianischen Autoindustrie, sondern geringe Investitionen, hohe Produktionskosten (insbesondere Lohnkosten und eine geringe Produktivität), hohe Steuern, Bürokratie, der Mangel an gut ausgebildeten Arbeitskräften und die schlechte Infrastruktur.

Die Automobilproduktion ist im Süden Brasiliens angesiedelt und konzentriert sich immer noch vorwiegend in vier großen Autoclustern:

1. Rio Grande de Sul (mit General Motors und Zulieferern wie Delphi, Pirelli und Valeo)
2. Paraná (mit General Motors, Nissan, Renault, Volkswagen und Volvo)
3. São Paulo (mit Ford, GM, Honda, Nissan, PSA, Renault, Toyota und Volkswagen und Zulieferern wie Bosch, Bridgestone, Delphi, Goodyear, JCI, Magneti Marelli, Mahle, Pirelli, TRW und Valeo) und
4. Minas Gerais (mit Daimler, Fiat und Iveco und Zulieferern wie Delphi und Magneti Marelli).

Dieses Standortmuster wurde durch neue Werke außerhalb der Cluster erweitert. In den vier Produktionsclustern ist die Binnenmarktorientierung sehr hoch („local for local“), wobei die vier Pionierunternehmen auf dem brasilianischen Markt (VW, Ford, Fiat und GM) den später hinzugekommenen Herstellern (wie Daimler, Honda, Hyundai, Land Rover, Mitsubishi, PSA, Renault und Toyota) weit voraus sind: Alle vier haben hier FuE-Zentren weltweiter Bedeutung, produzieren für Binnenmarkt und Auslandsmärkte und haben landesweite Vertriebsnetze. Die später auf den Markt gekommenen Hersteller und Zulieferer haben fast keine FuE-Aktivitäten in Brasilien, die Beschaffung beschränkt sich auf Submodule für Auslandsstandorte. Die Fabriken sind relativ klein, das Händlernetz ist auf größere Städte konzentriert.

Fast alle Zulieferer haben heute mehrere Produktionswerke in Brasilien. Ihre brasilianischen Tochtergesellschaften gehören in der Regel zu ihren jeweils größten Tochtergesellschaften. Für viele Zulieferer, wie z.B. ZF, war Brasilien der erste ausländische Produktionsstandort.

Zukunftsaussichten für die brasilianische Automobilindustrie

Die Zukunftsaussichten der brasilianischen Automobilindustrie erscheinen günstig. Hersteller und Zulieferer werden den bisher erfolgreichen Weg fortsetzen und die „flexfuel“-Technologien weiter optimieren. Die Verlagerung von immer mehr Forschungs- und Entwicklungskapazitäten nach Brasilien wird dies unterstützen. Ziel wird es dabei sein, den technologischen Rückstand, der lange durch abgespeckte bzw. technologisch weniger entwickelte Modelle bzw. ältere Bauteile durchaus gewollt war, weiter aufzuholen. Dies ist den technologisch hoch entwickelten Tochtergesellschaften der ausländischen Hersteller schnell möglich.

Langfristig stellt sich mit dem Übergang der Muttergesellschaften der in Brasilien produzierenden Tochtergesellschaften internationaler Automobilunternehmen in die Elektromobilität weiterhin die Frage, an welchen Standorten künftig die traditionelle Verbrennungstechnologie für den Weltmarkt weiterentwickelt und gefertigt werden wird. Der Übergang in die Elektromobilität wird etwa ab einem Marktanteil der neuen Technologie von 5 Prozent einsetzen, die übrigen 95 Prozent Fahrzeuge und Teile müssen aber auch danach irgendwo gefertigt werden.

Es lässt sich begründen, dass eine Trennung der Produktion von neuen und alten Technologien an unterschiedlichen Standorten Abstimmungskosten vermindert. Während die neuen (Elektro-)Technologien vor allem in den Industrieländern und ggf. in wenigen Emerging Markets wie China (wo sie stark durch den Staat gefördert werden) weiterentwickelt und gefertigt werden wird, werden Produkte mit der traditionellen (Verbrennungs)Technologie vor allem in Niedriglohnländer verlagert. Allerdings sind dort die Rahmenbedingungen oft noch instabil – z.B. infolge der unzureichenden Sicherung des „intellectual property“ in China – so dass die traditionelle Technologie zur Streuung des Risikos und zur Sicherung der Finanzierung der teuren Produktion der neuen Technologie auch in stabileren Emerging Markets gefertigt und von dort exportiert werden muss.

Brasilien bietet sich als Produktions- und Exportbasis für Produkte auf Basis der alten (Verbrennungs)Technologie sehr gut an, weil die Gefahr eines Abflusses von „intellectual property“ nicht wahrscheinlich ist. Brasilien gilt als „save heaven“ in der Automobilindustrie. Gute Zukunftsaussichten für Brasilien also, wenn dort die technischen und regulatorischen Voraussetzungen für stärkere Exporte geschaffen werden.

Elektrofahrzeuge werden sich in Brasilien dagegen selbst langfristig nur dann durchsetzen können, wenn die Technologie robust und die Preise bezahlbar geworden sind, wenn eine Infrastruktur für Strom vorhanden ist, der im Moment sehr teuer ist. Ein brasilianischer Manager hat dafür folgende Vision entwickelt: die Zuckermühlen könnten nicht nur Zucker und Ethanol produzieren, sondern durch Verbrennung der Zuckerrohrpflanze auch ausreichend Energie erzeugen, um damit Elektrofahrzeuge günstig aufzuladen.

Die Wachstumschancen wären noch besser, würden die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen verbessert, z.B. durch einen Abbau der Bürokratie, bessere Bildungsangebote und mehr Investitionsanreize. Der zunehmende Protektionismus bekämpft mehr Symptome als Ursachen der Wachstumshemmnisse der Industrie.

Haben Sie Anmerkungen zu diesem Spotlight?

info@cama-automotive.de – wir antworten umgehend!