

CAMA-Spotlight auf ausländische Automobilmärkte

1/2010

Automobilmarkt und Automobilunternehmen in Brasilien im Frühjahr 2010

- starke Lokalisierung abseits der Absatzkrise

Der brasilianische Pkw-Markt Anfang 2010

Im Jahre 2009 wurden in Brasilien 3,0 Mio. leichte Fahrzeuge verkauft – 80 Prozent davon Pkws, die übrigen 20 Prozent Pick-ups, Geländewagen und Vans. Damit ist Brasilien der fünftgrößte Pkw-Absatzmarkt weltweit und wird aller Voraussicht nach 2010 Deutschland überholen. Von der Wirtschafts- und Finanzkrise in vielen Teilen der Welt war das Land nur wenig betroffen, auf dem Pkw-Markt war allenfalls eine leichte Kaufzurückhaltung angesichts der Unsicherheit zu spüren, ob die Krise nicht doch noch ins Land schwappen wird.

Den größten Marktanteil in Brasilien hatte 2009 Fiat (25 Prozent bzw. 740.000 Fahrzeuge) vor VW (23 Prozent bzw. 685.000 Fahrzeuge) und GM/Chevrolet (20 Prozent bzw. 590.000 Fahrzeuge). Ford setzte 2009 310.000, Peugeot/Citroen 155.000, Renault/Nissan 120.000, Honda 125.000 und Toyota 95.000 Fahrzeuge ab. Brasilianische Automobilhersteller gibt es nicht.

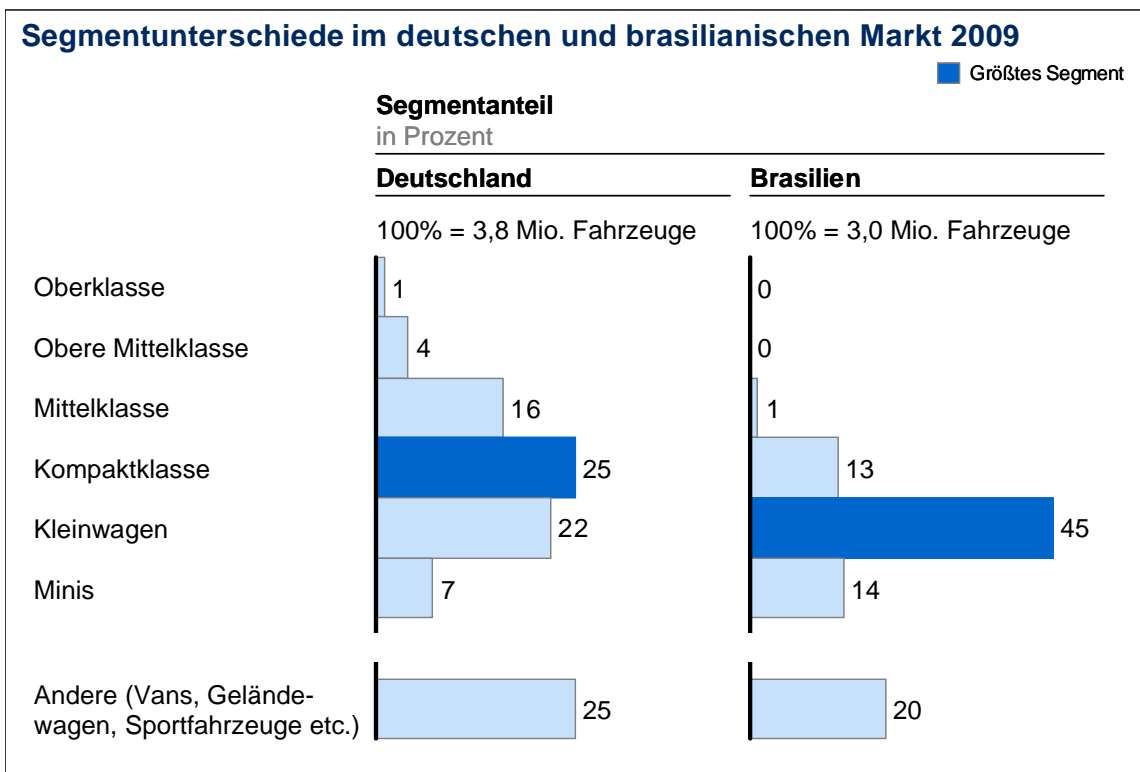
Das Länderumfeld in Brasilien war 2009 recht günstig:

- Demographisch hat Brasilien mit fast 200 Mio. Einwohnern (fünftgrößte Bevölkerung der Welt) einen potenziell sehr großen und sehr aufnahmefähigen Binnenmarkt; das Pro-Kopf-Einkommen ist mit 8.676 US-Dollar fast dreimal so hoch wie in China (3.180 US-Dollar), achtmal so hoch wie in Indien (1.043 US-Dollar), aber geringer als in Russland (12.579 US-Dollar). Obwohl nach wie vor sehr große soziale Unterschiede bestehen, ist das Land politisch stabil.
- Die makroökonomischen Indikatoren Brasiliens sind gegenwärtig besser als je zuvor: geringe Inflation (4,9 Prozent), zurückgehende Wechselkursschwankungen und eine positive Leistungsbilanz (6 Mrd. US-Dollar).

- Brasilien empfängt von allen Emerging Markets nach China und Indien die meisten Direktinvestitionen, die Regierung investiert wieder mehr und der öffentliche Sektor stabilisiert sich.
- Der private Verbrauch ist seit fünf Jahren gestiegen: seine kumulierte jährliche Wachstumsrate liegt bei 4,7 Prozent, die kumulierte jährliche Wachstumsrate des BIP bei 4,5 Prozent. Das BIP-Wachstum dürfte nach dem leichten Einbruch 2009 in den nächsten fünf Jahren etwa 5,3 Prozent betragen, eine deutlich höhere Wachstumsrate als in der Triade.

Damit gewinnt Brasilien – wie die anderen BRIC-Länder Russland, Indien und vor allem China – als Automobilmarkt immer mehr an Bedeutung. Die Zukunft der Automobilindustrie liegt in diesen Ländern, auf die 2014 voraussichtlich mehr als 30 Prozent des Weltabsatzes entfallen. Sie bieten Chancen für kosteneffiziente FuE und Beschaffung unabhängig von der Produktion in diesen Märkten selbst. Das ist für die beim Kapitalmarkt unbeliebten Automobilunternehmen sehr wichtig.

In Brasilien konzentriert sich der Absatz noch stark auf die unteren Marktsegmente.



Die unterschiedliche Produktstruktur in Deutschland und Brasilien (Abb. 1) spiegelt die großen Unterschiede im Pro-Kopf-Einkommen der beiden Länder wider, aber noch deutlicher ist die unterschiedliche Bedarfsstruktur: nicht nur das Oberklassensegment, auch die obere Mittelklasse und die eigentliche Mittelklasse fehlen in Brasilien fast vollständig. 2009 wurden

hier kaum mehr als 30.000 Fahrzeuge abgesetzt, d.h. nur ein Prozent des Gesamtmarktes. Das lässt sich angesichts der in Brasilien durchaus vorhandenen Kaufkraft nur damit erklären,

- dass die Kriminalität aufgrund der nach wie vor starken sozialen Gegensätze die Brasilianer selbst in den sehr großen Städten wie São Paulo und Rio de Janeiro mit sehr hohen Einkommen dazu zwingt, möglichst unauffällige, kleine Fahrzeuge zu kaufen und
- dass die Brasilianer ein deutlich rationaleres Verhältnis zum Automobil haben als die Deutschen – Statussymbole sind dort eher teure Telefone, Reisen oder Häuser.

Die Segmentstruktur zeigt aber auch, warum alle großen Volumenhersteller in Brasilien tätig sind. Ein Kleinwagensegment von 1,4 Mio. Fahrzeugen ist hoch attraktiv, da es die benötigten Skalenvorteile ermöglicht.

Der brasilianische Markt gewinnt an Größe und Bedeutung, er ist führend bei alternativen Antriebstechniken. Es wurden hier „flexfuel“-Fahrzeuge entwickelt, die Ethanol aus Zuckerrohr in jedem beliebigen Gemisch mit Benzin und Diesel vertragen. Dadurch ist weltweit einzigartig eine 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. Brasilien begibt sich damit zwar in eine gewisse Abhängigkeit von den Weltmarktpreisen für Öl und Zucker, kann sie aber selbst mit beeinflussen. Das Land hat genügend Anbaufläche und kann damit die Kritik entkräften, dass eine Fläche in der Größe von Bayern, auf der heute Zuckerrohr angebaut wird, effizienter und umweltbewusster zum Anbau von Nahrungsmitteln für eine steigende Weltbevölkerung genutzt werden könnte.

Entsprechend wird in Brasilien gegenwärtig auch keine Notwendigkeit gesehen, über Elektromobilität nachzudenken. Die ausschließlich ausländischen multinationalen Automobilhersteller in Brasilien (allen voran VW, Fiat, GM und Ford) investierten in den letzten Jahren in Kompetenzen bei „flexfuel-Motoren“ und damit verbundene Antriebstechnologien (z.B. elektronische Kontrolleinheiten und Flex-Startsysteme). Sie passen ihre Produkte zunehmend den Marktbedingungen an und bieten angesichts der insgesamt noch geringen Kaufkraft überwiegend abgespeckte Varianten meist älterer Modelle, z.B. ohne Airbags zu einem bezahlbaren Preis an – bezahlbar zumindest für eine zunehmend größere Kundengruppe trotz der hohen Steuerbelastung. Die hohen Preise der Elektrofahrzeuge werden dagegen die Brasilianer selbst mittelfristig nicht bezahlen können oder wollen. Solche Fahrzeuge werden zudem vor allem im oberen Mittel- und Oberklassensegment angeboten, das in Brasilien ja nahezu völlig fehlt. Zudem würden selbst diejenigen, die sich ein Elektrofahrzeug leisten könnten, keines kaufen, weil solche Fahrzeuge auffallen; Fahrzeuge müssen in Brasilien angesichts der hohen Kriminalität aber möglichst unauffällig sein.

Automobilhersteller und –zulieferer in Brasilien

Die Automobilindustrie ist eine Schlüsselindustrie der brasilianischen Wirtschaft mit 273.000 Beschäftigten allein bei Herstellern und Zulieferern mit einem Beitrag von etwa 5 Prozent bzw. 64 Mrd. US-Dollar zum BIP. Bis in die 80er Jahre wurde der brasilianische Automobilmarkt von den vier Herstellern „der ersten Welle“ – VW, Ford, Fiat und GM – und großen Zulieferern wie Bosch, Johnson Control, ZF, VDO etc. geprägt. In einer zweiten Investitionswelle kamen dann auch Daimler, Honda, Hyundai, Land Rover, Mitsubishi, PSA, Renault und Toyota nach Brasilien.

Insgesamt 3,0 Mio. Pkws wurden 2009 in Brasilien produziert. Größter Pkw-Produzent war VW mit 790.000 Fahrzeugen und einem Anteil von 26 Prozent an der Gesamtproduktion vor Fiat, GM und Ford (605.000, 490.000 bzw. 240.000 Fahrzeuge und Anteile von 20, 16 und 8 Prozent). Honda, Renault und PSA haben Anteile von jeweils etwa 4 Prozent, alle übrigen Hersteller sind kleiner. Im deutlichen Unterschied zu den anderen BRIC-Ländern (China, Indien und Russland) gibt es keinen einzigen einheimischen Hersteller von Automobilen abgesehen von sehr kleinen Herstellern von Geländefahrzeugen der Marke Gurgel und bis vor 2 Jahren Troller. Beide wurden von Ford übernommen.

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

Brasilien ist bisher noch kein Exportland, weil die Löhne im Vergleich zu Standorten in Asien und Südafrika relativ hoch sind und der Export hoch besteuert wird. Am stärksten exportiert VW do Brazil (30 Prozent der hier produzierten Fahrzeuge), Fiat dagegen importiert Fahrzeuge und verkauft deshalb mehr als VW auf dem Inlandsmarkt (trotz geringerer Produktion), 740.000 Fahrzeuge im Vergleich zu 685.000 von VW.

Die Struktur des brasilianischen Marktes unterscheidet sich sehr von der anderer BRIC-Länder. Ausländische Hersteller wurden in der Phase der Industrialisierung gefördert und durch Marktprivilegien geködert (Importsubstitutionspolitik). Die heute sehr wettbewerbsfähigen Tochtergesellschaften haben jedoch den Aufbau einer eigenen brasilianischen Automobilindustrie verhindert.

Die Automobilproduktion ist im Süden Brasiliens in vier großen Autoclustern konzentriert:

1. Rio Grande de Sul (mit General Motors und Zulieferern wie Delphi, Pirelli und Valeo)
2. Paraná (mit den Herstellern General Motors, Nissan, Renault, Volkswagen und Volvo)
3. São Paulo (mit den Herstellern 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 den Herstellern Daimler, Fiat und Iveco und Zulieferern wie Delphi, Magneti Marelli).

Dieses Standortmuster wurde in letzter Zeit 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 den später hinzugekommenen Herstellern weit voraus sind: Alle vier haben hier FuE-Zentren weltweiter Bedeutung, produzieren für Binnenmarkt und Auslandsmärkte und haben landesweite Vertriebsnetze. Die übrigen (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.

Zukunftsaussichten für die brasilianische Automobilindustrie

Die Zukunftsaussichten der brasilianischen Automobilindustrie erscheinen in einer kurzfristigen Perspektive sehr gut, bei langfristiger Betrachtung eher unsicher.

Kurzfristig werden Hersteller und Zulieferer ihren in den letzten Jahren erfolgreichen Weg fortsetzen und die selbst entwickelten („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 bislang durch das Angebot abgespekter bzw. technologisch weniger entwickelter Modelle bzw. durch ältere Bauteile durchaus gewollt war, mittelfristig abzubauen. Dies ist den technologisch hoch entwickelten Tochtergesellschaften der ausländischen Hersteller auch schnell möglich.

Langfristig stellt sich mit dem Übergang zur Elektromobilität für die Muttergesellschaften die Frage, an welchen Standorten künftig die konventionellen Technologien (Verbrennungsmotoren) für den Weltmarkt weiterentwickelt und gefertigt werden. Der Übergang zur Elektromobilität wird etwa ab einem Marktanteil der neuen Technologien von 5 Prozent einsetzen, 95 Prozent der Fahrzeuge und Teile mit vermutlich schnell abnehmender Bedeutung müssen dann aber noch an anderen Standorten mit hoher Kompetenz gefertigt werden.

Es lässt sich begründen, dass eine räumliche Trennung der Produktion von neuen und alten Technologien Abstimmungskosten vermindert. Während die neuen (Elektro-)Technologien vor allem in den Industrieländern und wahrscheinlich auch in einigen Emerging Markets allen voraus China (wo sie stark durch den Staat gefördert werden) entwickelt und gefertigt werden, werden Produkte mit konventioneller (Verbrennungs)Technologie zunehmend in Niedriglohnländer verlagert werden. Allerdings sind dort die Rahmenbedingungen oft noch instabil – z. B. infolge der unzureichenden Sicherung des „intellectual property“ wie in China – dass die traditionellen Technologien zur Streuung des Risikos und zur Sicherung der Finanzierung der hohen Entwicklungs- und Produktionskosten der neuen Technologien auch in stabileren Emerging Markets gefertigt und von dort exportiert werden.

Brasilien bietet sich als Produktions- und Exportbasis für Produkte auf Basis der alten (Verbrennungs)Technologien an, weil die Gefahr eines Abflusses von „intellectual property“ weniger begründet ist. Brasilien gilt als „save heaven“ in der Automobilindustrie. Die Zukunftschancen sind somit hier sehr günstig, wenn die technischen und regulativen Voraussetzungen für den Export verbessert werden.

Elektrofahrzeuge werden sich in Brasilien dagegen selbst langfristig nur dann durchsetzen können, wenn die Technologie robust und die Preise bezahlbar werden und wenn eine Infrastruktur für die Energieversorgung geschaffen wird. Strom ist hier noch sehr teuer. Ein brasilianischer Manager hat dafür die folgende Vision entwickelt: die Zuckermühlen können nicht nur Zucker und Ethanol produzieren, sondern durch Verstromung von Zuckerrohr auch ausreichend Energie erzeugen, um Elektrofahrzeuge günstig aufzuladen.

Haben Sie Anmerkungen zu diesem Spotlight?

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