

Der Mercosur in Brasilien: starke Regionen statt Regionalisierung

Brasilien vom 29. 9. bis 16. 12. 1996
betreut von der Konrad-Adenauer-Stiftung

Inhalt

Zur Person	174
Das Wichtigste vorweg	174
I. Medien	175
O Globo – Welt der Bilder	175
Novelas am Fließband	175
Deutscher Bilder-Donner	177
Journalismus zwischen Alma Mata und Manipulation	178
II. Mercosur	179
Die Dekade der Gewinner	179
Der Mercosur als Motor	180
Zahlen und Fakten: Brasilien im Mercosur	181
Potential im Wachstumsmarkt	182
Übel am Anfang	184
Paraná: Das beste Verhältnis von Arbeit und Kapital	184
Der Gigant São Paulo erwacht	187
Rio Grande do Sul: Der Südzipfel	188
Santa Catarina: Die Heimat der Mittelständler	189
Rio de Janeiro – neue Pläne, alte Reize	190



Cordelia Becker, Jahrgang 1968, Studium der Betriebswirtschaft und Sprachen in Gießen, Nürnberg und Birmingham. Abschluß 1994 als Diplom-Kauffrau. Volontariat bei der Georg-von-Holtzbrinck-Schule für Wirtschaftsjournalisten in Düsseldorf. Stationen u. a. beim „Handelsblatt“, „Wirtschaftswoche“, „DM“ und n-tv. Nach einem zweimonatigen Stipendium bei der „Financial Times“ in London zunächst Politikredakteurin beim „Handelsblatt“. Vom 29. September bis 16. Dezember 1996 Brasilien-Aufenthalt als Heinz-Kühn-Stipendiatin. Anschließend als Redakteurin des Manager Magazins in Hamburg für Management-Themen verantwortlich.

Das Wichtigste vorweg

Glaubt man den Zeitungen, dann ist das südamerikanische Wirtschafts-bündnis Mercosur ein Erfolg. Der Zusammenschluß von Brasilien, Argentinien, Uruguay und Paraguay scheint sich für Wirtschaft und Verbraucher zu lohnen. Stimmt dieser Eindruck? Was passiert im Land selbst? Besteht die Gefahr, daß die reicheren, südlichen Bundesstaaten soweit von der Nähe zu den Nachbarländern profitieren, daß sie sich endlich von lang schon abgelehnten Nordstaaten trennen wollen? Kann das Handelsbündnis den Staat gefährden? Das war – neben vielen anderen – die Frage, mit der ich nach Rio de Janeiro flog.

Um es vorwegzunehmen: Gefahr für Brasiliens Grenzen existiert nicht. Regionalisierungstendenzen bestehen, spielen aber keine Rolle. Interessanter ist, daß die Bundesstaaten miteinander um Investoren wetteifern. Dabei haben nicht nur die südlichen Bundesstaaten Brasiliens Erfolg.

Zur Gliederung: Anfangs gehe ich auf TV Globo – meine Praktikumsstation – und die Medienlandschaft ein. Anschließend folgen Fakten zum Mercosur mit Erfolgsgeschichten einiger Bundesstaaten.

Leider ist es nicht möglich, alle Eindrücke in diesem Bericht zu verarbeiten. Ich hätte gern zahllose Reportagen geschrieben – von der Musikschule in der Favela bis zum Studentenprojekt mit Landlosen in Porto Alegre. Mir sind so viele interessante, aufgeschlossene, verrückte, liebenswerte Menschen begegnet und Geschichten passiert, daß eines für mich feststeht: Das war mein erster Flug nach Rio. Aber nicht der letzte.

Für die sehr persönliche, unkomplizierte Betreuung durch Erdmuthe Op de Hipt bedanke ich mich. Sie hat mir geholfen, einen lang gehegten Wunsch zu verwirklichen.

I. Medien

O Globo – Welt der Bilder

Zwanzig Schritte – und schon ist es vorbei. Den meisten Passanten im feineren Stadtviertel Jardim Botânico mitten in Rio de Janeiro fällt der häßliche Betonklotz kaum auf.

Doch die triste Fassade verbirgt bunte Bilder. Denn hier ist das Macht- und Schaltzentrum von TV Globo, dem viertgrößten Sender der Welt und dem Größten in Lateinamerika.

Roberto Marinho, Südamerikas schillerndster Medienmogul, Besitzer von Globo und „reichster Mann des Kontinents“ (Forbes) baute sein Reich auf der Zeitung „O Globo“ auf. Heute ist Globo ein Konzern. Die Gruppe hält Anteile an 89 Regionalsendern, zahlreichen Radiostationen, der zweitgrößten brasilianischen Tageszeitung. Zum Konglomerat gehört auch ein Kabel-TV-Netz mit 26 Kanälen, das wichtigste Satellitennetz Südamerikas sowie rund hundert Unternehmen mit 24 000 Angestellten, die nicht der Medienbranche zuzurechnen sind.

Dabei fing alles ganz klein und traurig an. 1925 gründete Roberto's Vater Irineu eine Zeitung. Er konnte seinen Erfolg nicht mehr erleben, denn knapp einen Monat, nachdem sie zum erstenmal am Kiosk lag, starb er. Sein ältester Sohn Roberto Marinho übernahm mit 26 Jahren die Leitung und schuf – nicht zuletzt dank seiner hervorragenden Kontakte zu den Militärs – den Mediengiganten. Heute hat sich der über 90jährige zwar aus dem Tagesgeschäft verabschiedet, aber immer noch zieht „der Gott“, wie er hausintern respektvoll genannt wird, die Fäden.

Sein Imperium ist vor allem dank der Fernsehaktivitäten mächtig. TV Globo verfügt zur Primetime über 70 Prozent Zuschauerquote und rund 65 Prozent der Werbung, so die Angaben von Globo selbst. Bei rund 100 Millionen Fernsehern im Land sichert das eine gewaltige Vormachtstellung. An die reicht weder der schärfste Konkurrent RCB TV noch die Grupo Bloch mit TV Manchete heran. Die Aussichten sind hervorragend: Der brasilianische TV-Markt gilt nach der Europäischen Union und Japan als der am schnellsten wachsende der Welt. Neun Millionen Fernseher wurden allein 1996 verkauft – ein Anstieg um 48 Prozent. Neue Märkte wie HDTV und Abo-Kanäle versprechen ein Bombengeschäft.

Die Enkel des Gründers bauen das Medienimperium weiter aus. Roberto Irineu (48) kümmert sich ums TV-Geschäft, João Roberto (44) betreut das Printsegment und José Roberto (42) die Radiosender.

Gerade haben die Medien-Brüder rund 250 Millionen US\$ in das Filmprojekt „Projac“ gesteckt.

Novelas am Fließband

Das Gebäude entspricht der Firmenpolitik. Ein weißer Bungalow verbirgt den Blick auf die gewaltigen, hinter dem Empfang liegenden Bauten. Auf 1 300 000 qm sind vor den Toren Rio de Janeiros vier riesige Fernsehstudios

samt dreier Filmstädte entstanden. Noch wird an zwei weiteren Studios gebaut, aber bald sollen auch Besucher in kleinen Elektrowagen über das Gelände gleiten können. Ein Park à la Disneyworld ist angedacht. Ökologisch korrekt hat der Mediengigant sogar 400 000 qm aufforsten lassen, um die Rodungen für den schönen Schein zu rechtfertigen.

Brasilianische Herrenhäuser, Kneipen und koloniale Villen stechen rosa, weiß und hellgelb von den grünen Hügeln ab. Ein paar Bretter halten die Fassaden von hinten. Die rund 2000 Mitarbeiter verlieren sich in den Weiten des Geländes. 20 Tage haben sie für den Aufbau der Filmstadt gebraucht. „Ein BBC-Mann sagt, das dauert bei ihm 9 Monate“, berichtet der Fahrer des Elektro-Caddys stolz.

Dann lenkt er den Wagen zu einer großen Halle, in der die Innenaufnahmen stattfinden. Drinnen beleuchten Scheinwerfer und Kameras die Szene; üppige Couchen und Ledergarnituren. Die Kulisse für „Salsa & Merengue“ ist perfekt.

Hier entstehen sogenannte Telenovelas, verwickelt-emotionalen Seifenopern, im Eilverfahren. Rund acht Monate flimmert jede Herz-Schmerz-Geschichte über die Kanäle. Ist eine Serie angelaufen, wird oft noch an den letzten Folgen geschrieben. Die Sendungen genießen Kult-Status, ihren Darstellern ist der Starrummel sicher. Denn jeder Brasilianer liebt seine „novela as oito“, die Serien um 19 und 20.30 Uhr über Liebe und Eifersucht in den besseren Kreisen. Die Drehbücher handeln immer vom Schicksal der Wohlhabenden, mal nach historischen Vorlagen, mal aktuell aufbereitet. Armut, das wissen die Macher, kennen ihre Zuschauer selbst gut genug. Der Brasilianer will Glamour.

Dabei ist die Telenovela eigentlich eine kubanische Erfindung, mit der Fidel Castro seine Landsleute zerstreuen wollte. TV Globo importierte die Idee aus dem Land mit viel Sozialismus und wenig Brot – und machte Telenovelas nach den Gesetzen des Marktes zu einer brasilianischen Kunstform; der potenzierten „Lindenstraße“. Die Blut- und Boden-Geschichten sind nicht nur ein Riesenerfolg, sondern auch ein Riesengeschäft.

TV Globo kann sich die teuersten Darsteller leisten. Andere, wie die Grupo Bloch/TV Manchete, produzieren in kleineren Studios. TV Manchete teilte seine Produktion in die Studios in Vista Alegre, einem Wohnviertel außerhalb; gegenüber dem berühmt-berüchtigten Elendsviertel Viario Geral. Die Außenproduktionen werden in einer Kulissenstadt 40 km außerhalb in Maricá abgedreht. „Eine Produktion mit 150 Folgen kostet 8000 US\$, stöhnt Produktionsdirektor Emilio Benaderet, wir können uns keinen Flop erlauben.“ Sein Sender, die Nummer drei im Geschäft, hat keine Chancen gegen TV Globo. „Die kaufen sich einfach die besten Stückeschreiber und Stars“, bedauert Benaderet.

Damit hat Globo so viel Erfolg, daß seine Studios zu klein waren. Denn immerhin, so schätzt der Produktionsdirektor, verdient Globo allein durch den Verkauf der Serien in 140 Länder rund 15 Millionen Mark jährlich.

Novelas sind in Brasilien beliebt. Vor allem bei Frauen, die rund 80 Prozent der Zuschauer stellen. „Die Popularität der Telenovelas beruht vor

allem darauf, daß niemand lesen und schreiben kann“, vermutet Emilio Benaderet. Die Analphabetenrate beträgt 18 Prozent. In fast jeder Elendshütte der Favelas läuft Tag und Nacht ein Fernseher, der die lockere Unterhaltungskost, durchmischt mit Nachrichten, präsentiert. Durch die in den letzten Jahren hinzugekommenen Sender – mittlerweile sind es über 50 Programme – wird die Konkurrenz härter. TV Globo muß seinen Marktanteil behaupten und ausbauen. Kaum läuft die Rinderfarm-Saga „rei do gado“ an, schon wird über das nächste Projekt nachgedacht. Kein Wunder, daß der Platz in den über die Stadt verteilten Studios für Globo zu knapp wurde.

Deshalb entstand Projac. Die hier mit neuester Technik produzierten Seifenopern sollen schließlich als Exportartikel auch nach Europa verkauft werden. Brückenköpfe hat TV Globo bereits durch sein Londoner Verkaufsbüro und Kooperationen mit Portugal. Schon kann er auf Erfolge wie „Die Sklavin Isaura“ zurückblicken. Ob sich die fernsehbegeisterten Globianer demnächst auch in Europa einkaufen, läßt Globo-Pressesprecher Paulo Canero allerdings erst mal offen: „Kein Kommentar“.

Deutscher Bilder-Donner

Aufgeregt läuft Hans Donner zum Fenster und deutet auf den Regenbogen, der sich anmutig von der Christus-Statue in Richtung Zuckerhut schwingt. Er begeistert sich für Farben. Der künstlerische Direktor des Medienkonzerns Globo hat auch das Logo des Senders in Regenbogenfarben mit einem Schuß Silber kreiert. Der TV-Designer kommt aus Wuppertal. Nachdem er sein Graphik- und Design-Studium in Wien beendet hatte, ging er nach Rio de Janeiro, „der schönsten Stadt der Welt“. Bei seiner Ankunft war TV Globo noch im Aufbau. Medienmogul Marinho wollte ein neues, modernes Image und dafür ein Design, das sich wie ein roter Faden durch das gesamte Programm zieht. Dafür zahlte er auch gut. Anfang der 80er Jahre produzierte Donner einen 90-Sekunden-Spot, für mehr als 1,5 Millionen Dollar. „Ich will das Beste, egal, was es kostet“, sagte ihm Bonifácio „Boni“ de Oliveira, der Produktionschef von Globo.

Donners Design paßte perfekt zum Sender. „Ich habe immer schon dreidimensional gedacht“, sagt der Grafiker, „und Computerbilder entworfen, als im Design noch keine Rechner benutzt wurden.“ Er besuchte Spezialisten im Silicon Valley und entwarf reflektierende Metallröhren, in denen sich Regenbogen spiegeln.

Der Aufwand lohnte sich. Seine Ankündigungs-Trailer für Nachrichten, Magazine und Serien werden täglich bis zu einer Stunde gesendet. Die Brasilianer sind begeistert.

Mittlerweile hat Donner in der ganzen Welt ausgestellt, entwirft Uhren und Hochhäuser – und sogar Karnevalskostüme. Gemeinsam mit einer Sambaschule aus São Paulo kreierte der Designer 1997 eine Show, die seinen Namen trug: „Hans Donner – der Magier und sein Universum.“

Sein Büro ähnelt einer Studentenbude: 20 Quadratmeter Unordnung, zwischen denen die sechs Mitarbeiter agieren. Eine Sekretärin gibt es nicht. Ebensovienig Beschränkungen. Hans Donner kann designen, wie er will. Probleme mit seinem mächtigen, als Manipulator verrufenen Arbeitgeber kennt Donner nicht: „Hätte Globo nicht den Erfolg, dann hätte ich nicht die Freiheit in meiner Arbeit.“

Journalismus zwischen Alma Mata und Manipulation

Décio Lopes hat Glück gehabt. Der Sportjournalist hat eine der begehrten Stellen bei TV Globo erhalten. Damit ist er den meisten Nachwuchstalenten ein gutes Stück voraus.

In Brasilien wie in Deutschland gilt Journalismus als Traumberuf, auf den sich viele stürzen. Die ersten scheitern an der Universität. Denn seit 1969 regelt ein Gesetz, daß jeder Redakteur Journalismus studieren muß. Journalisten, so die Begründung der damaligen Gesetzgeber, hätten ein so schlechtes Ansehen, daß nur ein Studium Abhilfe schaffen könne.

Décio Lopes mußte dazu die obligatorische Aufnahmeprüfung bestehen, bevor er an der staatlichen Universität in Rio de Janeiro ein Sammelsurium von Fächern studieren konnte.

Seine möglichen Arbeitgeber sind nicht besonders zahlreich. Die besten und größten Zeitungen sitzen in São Paulo und Rio de Janeiro. Regionalzeitungen gibt es kaum. Titel wie die „Folha do São Paulo“, „Diário“, „Estado do São Paulo“, „Jornal do Brasil“, „Globo“ oder das Boulevardblatt „Día“ bieten aber nur einer kleinen Anzahl von Schreibern Arbeit.

Die Bezahlung ist schlecht. „Rund 800 bis 1000 Reais verdient ein Jungredakteur“, schätzt Paulo Luiz Horta, der für die Zeitung „O Globo“ (Auflage werktags: 288 000) schreibt. Beim „Jornal do Brasil“ ist es nur die Hälfte. Nicht viel angesichts gestiegener Mieten und Lebenshaltungskosten. Eine Ananas kostet 1 Real, ein Stück Käse dagegen schon 12 Reais. Bei der Miete sind 300 Reais für ein WG-Zimmer in Rio normal.

Nach vier Jahren Studium versuchen die Studienabsolventen, in die Ausbildungsprogramme der Sender und Zeitungen zu kommen. Festgelegte Inhalte gibt es nicht; die Konkurrenz ist hart. „Rund 1400 Journalismus-Studenten verlassen jedes Jahr die Universitäten“, schätzt der Globo-Redakteur Horta. Arbeiten sie erstmal, treffen sie auf die Wirren brasilianischer Gesetze und Wirklichkeiten. Laut Paragraphen darf ein Journalist nämlich nicht mehr als fünf Stunden täglich arbeiten, da sein Job so stressig ist. Ausnahmen erlauben bis zu sieben Stunden Arbeit täglich. Tatsächlich arbeiten viele Redakteure zweimal fünf Stunden, um ihre Familie ernähren zu können. René Antonio, Redakteur bei TV Globo, jobbte früher von 8-14 Uhr bei Globo und anschließend bis drei Uhr nachts bei einem weiteren Sender. Andere Kollegen haben normale Schichten, die sie oft überziehen. Als Fernsehredakteure gehören sie mit 4000 bis 5000 Reais zur gehobenen Mittelschicht.

Zu den ganz Glücklichen gehört Fátima Bernades. Die Moderatorin des Mittagsmagazins „jornal hoje“ ist Spitzenverdienerin und kann sich über einen sicheren Arbeitsplatz freuen. In der Großraum-Redaktion bereitet sie die drei Blöcke ihrer Magazinsendung als Wundertüte vor. Die Sonderangebote für Papaya gehört ebenso dazu wie die Erklärung elektronischer Wahlurnen. Regelmäßig liefern ihr fünfzehn der insgesamt 90 lokalen TV-Globo-Stationen zu.

Die sind vor allem für die abendliche Nachrichtensendung „jornal nacional“ wichtig. Denn Auslandskorrespondenten leistet sich der Medienriese nur wenige. Kritikern gilt die Berichterstattung als zu regierungsfreundlich – gleichgültig, gegenüber welcher Regierung.

TV Globo, das seine Vormachtstellung den guten Kontakten Roberto Marinhos zu den Militärs während der Diktatur verdankt, wird von Redakteuren anderer Sender als Sprachrohr herrschender Politiker empfunden und von der „Folha do São Paulo“ wegen seines Meinungsmonopols gelegentlich hart angegriffen.

Journalisten im Sender fühlen sich dagegen nicht sehr eingeschränkt. „Das hat früher vielleicht mal eine Rolle gespielt“, relativiert Nachrichtenredakteur Luíz Avila. Er sieht vor allem den Fall des ehemaligen Präsidenten Fernando Collor, der über eine Korruptionsaffaire stolperte und zurücktrat, als Grund für die größere Freiheit.

Pikanterweise hatte TV Globo – mit rund 60 Millionen Zuschauern meinungsbildend bei den rund 170 Millionen Brasilianern – den schillernden Präsidenten zunächst selbst innerhalb eines Jahres vom Provinzfürsten zum Präsidenten aufgebaut. Als das Volk gegen seine Bereicherungen demonstrierte, folgte TV Globo kurzerhand der öffentlichen Meinung und drehte einen Spot, der den Untergang der Gesellschaft im Sumpf der Korruption zeigte. Damit war Collor's Fall programmiert. Doch solche Geschichten hört man bei TV Globo nicht allzu gern. Besonders nicht, weil gerade der neuer Nachrichtenkanal Globo News gestartet ist. Macht haben und weiter machen lautet die Devise hinter den unscheinbaren Mauern.

II. Mercosur Die Dekade der Gewinner

In den 80er Jahren lag Brasilien am Boden: Hyperinflation von über 1700 Prozent, abschreckende Importzölle, der höchste Schuldenberg der Welt, ständig wechselnde Wirtschaftspläne und Wirren beim Übergang von der Diktatur zur Demokratie schreckten Investoren ab. Für die Brasilianer war es die „verlorene Dekade“.

Das Blatt hat sich gewendet. Die OECD rechnet das fünftgrößte Land der Erde zu einem der interessantesten Wachstumsmärkte der Welt. Die Privatisierung riesiger Staatskonzerne zieht US-amerikanisches, französisches und spanisches Kapital an. Die Demokratie hat ihre Probe beim Scheitern Fernando Collors bestanden. Der neue Präsident Fernando Henrique

Cardoso ist bei Volk und Staatsoberhäuptern gleichermaßen angesehen. Sein „Plano Real“ hat die Währung stabilisiert. Brasilien, das den USA lange politisch sehr verbunden war, hat wieder engeren Anschluß an seine Nachbarstaaten gefunden.

Der Mercosur als Motor

Einer der Faktoren, die Brasilien so populär gemacht haben, ist der Mercosur. Das Kürzel steht für „mercado comun del sur“, den gemeinsamen südamerikanischen Markt. Er wurde 1991 gegründet. Sein Ziel: Die Integrationsstränge, die in Südamerika seit Simon Bolivar existieren, Wirklichkeit werden zu lassen. Nach zahlreichen gescheiterten Versuchen seit den 60er Jahren wollten die Gründerstaaten Brasilien, Argentinien, Paraguay und Uruguay den Sprung zum Weltmarkt schaffen. Sonst, so fürchteten sie, gäbe es gegen die großen Handelsblöcke wie der nordamerikanischen Freihandelszone (NAFTA), die europäische Union (EU) und die Tigerstaaten (ASEAN) keine Chance mehr.

Jetzt wollen die Länder Nord-, Mittel- und Südamerikas bis zum Jahr 2005 die gesamtamerikanische Freihandelszone verwirklichen. Die Nordamerikaner blicken dabei nicht nur auf Mexiko, sondern beachten auch andere Regionalblöcke in Lateinamerika. So haben sich die Andenstaaten zusammengeschlossen. Auch Kolumbien, Venezuela und Chile bieten sich als interessante Wirtschaftspartner an.

Der Mercosur ist mit Abstand das ehrgeizigste Projekt. Er kann auch auf die größten Erfolge verweisen: Seit 1995 bilden die vier Gründerländer eine Zollunion. Das Bündnis umfaßt mit 200 Millionen Einwohnern mehr als 40% der Bevölkerung Lateinamerikas und stellt mit einem jährlichen Bruttoinlandsprodukt von 870 Milliarden US\$ mehr als die Hälfte des BIP Lateinamerikas. Von den Waren, die in Südamerika gefertigt werden, produzieren die Mitgliedsländer etwa 40%. Knapp vierzig der fünfzig größten Unternehmen Lateinamerikas haben dort ihren Sitz. Der Mercosur steht hinsichtlich seiner wirtschaftlichen Bedeutung nach der asiatisch-pazifischen Wirtschaftsgemeinschaft ASEAN, der Europäischen Union und der NAFTA an vierter Stelle unter den Wirtschaftsblöcken der Welt. Sein Anteil am Welthandel ist mit rund 2% allerdings noch vergleichsweise gering.

Dagegen entwickelt sich der Warenaustausch zwischen den Mitgliedsländern sehr dynamisch. Das Handelsvolumen vervierfachte sich zwischen 1990 und 1995 auf 16 Milliarden US\$. Schon investieren große brasilianische Konzerne wie die Brauerei Brahma oder der Baukonzern Odebrecht in Argentinien – teilweise mit mehr Erfolg als im Stammland. Allerdings gibt es nach wie vor umfangreiche Ausnahmeregelungen bei den Binnenzöllen und bei dem seit Januar 1995 geltenden gemeinsamen Außenzoll.

Gleichzeitig vertieft der Mercosur die Beziehungen zu anderen Staaten des Subkontinents. Seit Oktober 1996 gilt das mit Chile unterzeichnete

Freihandelsabkommen. Damit ist der südamerikanische Musterknabe zwar noch nicht Mitglied, aber Zölle werden wechselseitig abgebaut. Mit Bolivien wurde bereits 1995 ein Kooperationsabkommen geschlossen. Obwohl das Land weiterhin Mitglied des Andenpaktes bleibt, gewinnt der Mercosur durch diese Schritte an Bedeutung, während andere lateinamerikanische Bündnisse unwichtiger werden.

Mit der Europäischen Union unterzeichneten die Mercosurländer bereits 1995 ein Rahmenabkommen, das Investitionsförderungen vorsieht. Ein Streitpunkt sind nach wie vor Agrarprodukte, da die südamerikanischen Erzeugnisse eine starke Konkurrenz für die europäischen Bauern wären. Doch auch die Bereitschaft Lateinamerikas, seine Einfuhrschranken für Industrieprodukte aus Europa zu öffnen, hängt davon ab, ob die eigenen Erzeugnisse nach Europa gelangen.

Trotz der starken Expansion des Mercosur-Binnenhandels nahm der Export der EU in den südamerikanischen Wirtschaftsraum kräftig zu. Deutschland ist unter den europäischen Ländern der wichtigste Wirtschaftspartner des Mercosur.

Zahlen und Fakten: Brasilien im Mercosur

Ziel des Mercosur ist die Abschaffung sämtlicher Zölle zwischen den Mitgliedsländern. Intern soll dadurch der Handel angekurbelt werden. Nach außen wollen sie als ein Wirtschaftsraum auftreten und sich gegen bestehende Handelsblöcke behaupten.

In Brasilien mit seinen knapp 155 Millionen Einwohnern leben die meisten der nunmehr rund 200 Millionen Konsumenten in dem gemeinsamen, 1991 gegründeten Markt. In diesem Wirtschaftsraum werden auf 85% der vermarkteten Produkte keine Zölle erhoben. Immer niedrigere Einfuhrzölle und der dadurch ausgelöste Wettbewerb zwangen zur Modernisierung der brasilianischen Industrie. Neben dem technischen Fortschritt ermöglichte das auch reale Preissenkungen.

Außer durch den Mercosur ist Brasilien vor allem durch den Plano Real wieder interessant für Investoren geworden. Das am ersten Juli 1994 eingeführte Wirtschaftsprogramm wurde vom jetzigen Präsidenten Cardoso entwickelt, als er noch Finanzminister war. Ihm ist es zu verdanken, das sich die hohe, Investitionen erschwerende Inflationsrate auf ein akzeptables Niveau reduzierte. Seit Anfang 1994 sank die Inflationsrate von über 1300% auf rund 15,6% (1996).

Durch den Wegfall der galoppierenden Inflationsraten konnten rund 30 Millionen Brasilianer erstmals langlebige Güter von ihrem Geld kaufen. Güter wie Kühlschränke (1996: +81%), Waschmaschinen (+98%), Fernseher (+108%) und PCs (+175%) verkauften sich wie warme Semmeln. Arbeiter, deren Gehälter nicht mehr vom „Tiger der Inflation“ gefressen wurden, kauften mehr Lebensmittel. „Brasilien hat in den vergangenen fünf Jahren sehr viel an Konkurrenzfähigkeit gewonnen. Der Boom ist ein wenig

dem in Deutschland nach dem Mauerfall vergleichbar“, meint Helge Karsten Reimelt, Vizepräsident der Deutsch-Brasilianischen Industrie- und Handelskammer São Paulo und Präsident der Bayer S.A.

Dieser wirtschaftliche Erfolg relativiert sich allerdings, da zwei Drittel der Bevölkerung unterhalb der Armutsgrenze leben. Rund 50 Millionen Brasilianer nehmen am von Korruption geprägten Wirtschaftsleben gar nicht teil. Auch wenn 100 Reais – das entsprach 1996 etwa 100 US\$ – viel erscheinen: Für einen Polizisten mit rund 400 RS\$ Monatsgehalt ist selbst die Miete eines Zimmers, das 200 RS\$ kostet, unmöglich. Ihm bleibt nur, in die Vorstädte oder Favelas zu ziehen. Die einzige Möglichkeit für diejenigen, die den Mindestlohn von 112 RS\$ beziehen, ist vom „jeito“ zu leben; den kleinen Gefallen und Gefälligkeiten, die Brasilianer als Lebenskünstler gut beherrschen. Trotzdem sind bis auf wenige Anhänger der linken Opposition die meisten in der Bevölkerung einhellig der Meinung, daß erstmals breite Bevölkerungsschichten von der stabilen Währung profitieren.

Damit die Währung auch in Zukunft stabil bleibt, muß die Regierung allerdings das Haushaltsdefizit von rund 30% des BIP reduzieren. Die Regierung setzt dabei auf Einnahmen aus der Privatisierung der Staatsbetriebe. Zum Verkauf stehen unter anderem Schlüsselbranchen wie Telekommunikation, Elektroenergie, Transport und Bergbau.

Das relativ geringe Wirtschaftswachstum von rund 4% ist auf ein hohes Zinsniveau zurückzuführen, das die Währung absichern soll. Gleichzeitig erschwert es jedoch Investitionen.

Potential im Wachstumsmarkt

Brasilien wird von den großen Wirtschaftszeitungen selten auf Seite Eins plaziert. Die Deutschen denken beim größten Land Lateinamerikas zuerst an Rios Strandschönheiten, Karneval, Kindersex oder Regenwald. Das alles gibt es. Doch es gibt noch mehr: Chancen. Die werden angesichts der Asieneuphorie in vielen Unternehmen allerdings gern übersehen. Glaubt man dem Mehrjahresplan der brasilianischen Regierung und legt Zeitungsartikel zugrunde, erreicht die Summe brasilianischer Investitionsvorhaben von 1996 bis 1999 stolze 360 Milliarden US\$. Ob Coca-Cola, McDonalds, Avon oder Tupperware: sie alle haben das Potential erkannt – und investieren kräftig. Immer mehr Firmen werden von Ausländern übernommen oder arbeiten mit ausländischen Unternehmen zusammen.

Für den, der investieren will, erhebt sich allerdings die Frage, wo. Denn immerhin ist Brasilien rund 24 mal so groß wie die Bundesrepublik Deutschland. Längst konkurrieren die Bundesstaaten um ausländische Investoren. Die größten Vorteile bieten jene, die nahe der Grenze zu Argentinien, Paraguay und Uruguay liegen. Zwischen Puerto Montt in Chile und der Hauptstadt Brasilia befindet sich denn laut Unternehmensberater Sönke Böge (Consultoria Böge) „das beste Stück vom Kuchen“. Wer dort produ-

ziert, kann nicht nur Brasilien sondern auch die Nachbarstaaten bequem beliefern.

Waren früher vor allem São Paulo als Wirtschaftszentrum und Rio de Janeiro als kulturelle Zentren des Landes wichtig, treten jetzt auch andere Bundesstaaten gegeneinander an. Nach wie vor gilt dabei, daß der arme Nordosten grundsätzlich gegen den reichen, mittelständisch-europäisch geprägten Süden steht. Der historisch früher besiedelte Nordosten ist dabei immer noch von kolonialen Strukturen geprägt: Die Besitzer der riesigen Fazendas genießen im Kongreß großen Einfluß und unterstützen sich auch über Parteigrenzen hinweg. Herkunft wirkt stärker als Parteizugehörigkeit in einem Land, in dem rund ein Drittel der Abgeordneten schon die Mitgliedschaft in einer der 14 Parteien gewechselt hat.

Der später von europäischen Einwanderern geprägte Süden ist reicher – und wehrt sich dagegen, den Norden zu finanzieren. Dies führt zwar nicht zu ernst gemeinten Regionalisierungstendenzen, immerhin aber zu einem Standortwettbewerb. Darin spielen auch die Bundesstaaten eine Rolle, die früher vergleichsweise wenig beachtet wurden. Sie treten jetzt ebenso wie einzelne Städte – zum Beispiel die Freihandelszone Manaus – in Konkurrenz zu São Paulo. Bislang profitieren Minas Gerais, der Bundesstaat São Paulo, Paraná, Santa Catarina und, bis zu einem gewissen Maß, Rio Grande do Sul, Ceará und der Bundesstaat Rio de Janeiro von der neuen Situation. Während die südlicheren Bundesstaaten aufgrund stabiler Rahmenbedingungen, gut ausgebildeter Arbeitskräfte und besserer Infrastruktur gewinnen, kann der Norden und Nordosten nur niedrigere Löhne für die arbeitskräfteintensive Produktion anbieten.

Um es vorwegzunehmen: Zwar spielen auch heute noch Faktoren wie Abneigung zwischen den europäisch geprägten Südbrasilianern und den von schwarzen und indianischen Kulturen beeinflussten Nordbrasilianern eine Rolle. Zwar gibt es in Südbrasilien politische Regionalisierungstendenzen – jedoch reicht das nicht aus, um den Staat ernsthaft zu gefährden.

Zum Teil liegt das an der Geschichte, denn anders als andere südamerikanische Länder hat Brasilien nie einen Bürgerkrieg erlebt. Die bestehenden Grenzen sind schon lange festgeschrieben. Nationalität spielt als Verbundfaktor in einem Schmelztiegel wie Brasilien eine große Rolle. „Mein Mann ist Brasilianer und Franzose“, sagt Paula Horta Laquette. Für die alte Dame ist das kein Gegensatz. Schließlich kam er aus Frankreich und verbrachte sein ganzes Leben in Brasilien. Diese lockere, offene Auffassung steht im Gegensatz zu kleinlichem Aufrechnen und nationalstaatlichem Denken.

Noch dazu ist aufgrund der großen Armut Migration an der Tagesordnung. Das verbindet kulturell: Busladungen voller Kleinbauern fahren vom kleinsten Dorf in Südbrasilien in den Amazonas, um dort ihr Glück zu versuchen. Aus dem Nordosten gehen Tausende nach Salvador oder Rio auf der Suche nach Arbeit. Auffallend ist, daß die meisten nordestinos nicht weiter südlich ziehen als bis Rio de Janeiro. Vielen ist die europäische Kultur Südbrasilien zu fremd.

Übel am Anfang

Eliezer Batista, Chairman der mächtigen Vale do Rio Doce, bringt es auf den Punkt: „Brasilien verliert Zeit.“ Denn der internationale Wettbewerb um gute Investoren verlangt schnelle Reaktionen. Noch kämpft Brasilien. Mit schleppenden Verfassungsreformen, einem gemächlichen Privatisierungsprogramm, der Überbewertung des Real, Gesetzen, die lange existieren und nicht angewendet werden. Das treibt die Kosten hoch, beispielsweise im Hafbereich. Eine absurde Arbeitsjustiz, archaische Strukturen, Bürokratie, Korruption, schlechte Schul- und Ausbildung – die Liste der Probleme ist lang.

An manchen Tagen quälen sich über 8000 Busse aus Brasilien durch die Grenzstadt Ciudad del Este am Dreiländereck zwischen Argentinien, Brasilien und Paraguay. Sie interessieren sich nicht für das Spektakel der berühmten Wasserfälle von Foz do Iguazu, sondern für die über 10 000 Importläden. Nachts fahren sie vollgestopft zurück. An Bord und im Kofferraum drängen sich steuerfrei eingekaufte Kühlschränke, Fernseher, Videorecorder, Handys, Parfüm oder Whiskey. Die Ware kommt aus Korea, den USA oder Schottland oder Paraguay und Uruguay. Und sie ist Schmuggelgut. Die Zöllner gucken weg, denn sie bekommen ein großzügiges Trinkgeld.

Das Beispiel zeigt: Auch im Mercosur funktioniert noch nicht alles. Doch obwohl der brasilianische Staat viel Geld verliert, obwohl solche Erscheinungen ein Zeichen dafür sind, daß noch nicht zusammengewachsen ist, was auf dem Papier zusammengehört, daß supranationale Organe und eine gemeinsame Lösung von Problemen sinnvoll wäre: am Ende profitieren die Partner. Brasilien als attraktivstes Land und größter Markt in noch größerem Maße als seine Partnerländer.

Die Auswirkungen des Mercosur im Land selbst zu verfolgen ist spannend, vielschichtig – und nicht ganz einfach. Im Folgenden sollen deshalb einige Bundesstaaten und ihre Position als Standort für den Mercosur beschrieben werden.

Paraná: Das beste Verhältnis von Arbeit und Kapital

Die Entscheidung setzte neue Maßstäbe. Monatelang hatte die gesamte Industrie gerätselt, wo Renault seine neue Autofabrik bauen würde. Als sie dann fiel, waren einige Bosse platt. Die Franzosen hatten sich für den Nachbarstaat der Wirtschaftsmetropole São Paulo, den südbrasilianischen Bundesstaat Paraná, entschieden. Ganz in der Nähe der für ihre Sauberkeit, Sicherheit und Lebensqualität bekannten Hauptstadt Curitiba wollten sie das neue Werk bauen.

Als dann auch noch Chrysler sich für den Bundesstaat Paraná entschied, horchten andere Investoren auf. Zu Recht. Mit einer für brasilianische Verhältnisse sehr geplant durchgeführten Industrialisierung bereitete sich

der traditionelle Agrarstaat Paraná seit den 70er Jahren auf den großen Sprung in die Zukunft vor.

Die rund 24000 Industriebetriebe konnten nicht zuletzt wegen ihrer strategisch günstigen Lage im Herzen des Mercosur seit 1991 ein durchschnittliches Wachstum von über 35 Prozent verbuchen.

Obwohl der Eintritt Paraná in das Industriezeitalter erst spät erfolgte, konnten innerhalb von 25 Jahren Fortschritte erzielt werden, die bei den traditionellen Industriestaaten Brasiliens Neid erwecken. Vom Rest des Landes unbemerkt hat sich der früher ausschließlich von Monokulturen abhängige Agrarstaat in eine moderne Wirtschaft verwandelt. Heute ist Paraná verglichen mit den anderen Bundesländern mit einem Anteil von 25% der größte Stromproduzent, mit 15 400 km die Nummer Drei bei asphaltierten Straßen und mit 2,48 Milliarden US\$ der viertwichtigste Exporteur. Flächenmäßig steht Paraná an 15. Stelle, mit 8,7 Millionen Einwohnern an sechster Stelle.

„Paraná hat Investoren eindeutige Vorteile gegenüber anderen Standorten anzubieten“, versichert José Carlos Gomes Carvalho, Präsident des Industrieverbandes FIEP. „Hier zahlt ein Unternehmer die niedrigsten Energiekosten im Land, und die Grundstückspreise liegen deutlich unter denen von São Paulo. Die stark von mitteleuropäischen Kulturen geprägte Bevölkerung ist offener und flexibler als die Staaten mit vornehmlich portugiesischer Einwanderung.“

Die interessantesten Geschäftsmöglichkeiten liegen im Bereich der weiterverarbeitenden Industrien. Der Anteil der Industrie am BIP (30%) ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen. Gute Chancen versprechen auch Engagements in der Weiterverarbeitung von Zitrusfrüchten, Rind-, Schweine- oder Hühnerfleisch, von Holz und Papier sowie im Maschinenbau.

Mit dem Ziel, die Wertschöpfung im eigenen Bundesstaat zu erhöhen, bietet die Regierung über das Wirtschaftsförderungsprogramm hinaus interessante Subventionen. Unternehmen, die in Curitiba oder Araucária arbeiten, können die Zahlung von bis zu 50% der anfallenden Mehrwertsteuer ICMS für zwei Jahre zurückhalten. Eine eigens von der Regierung geschaffene Beratungsstelle verrät ausländischen Investoren weitere Tricks.

„Hier“, berichtet Hans Dieter Thomas, Leiter der brasilianischen Tochter des deutschen Textilmaschinenherstellers Trütschler, „bestehen die gleichen Wettbewerbschancen wie in São Paulo. Im Vergleich mit den großen Wirtschaftsmetropolen des Landes ist alles überschaubarer. Das hilft insbesondere Unternehmen ohne Südamerikaerfahrung, sich zurechtzufinden.“

Thomas, seit 1975 in Brasilien, hat die Industrialisierung Paraná seit ihren Anfängen begleitet: „Wir haben im Gegensatz zu anderen ausländischen Firmen den brasilianischen Markt immer mit der modernsten Technologie beliefert. Unsere Standards sind deshalb dieselben wie in Deutschland.“ Diese Unternehmensphilosophie hatte Erfolg. Trütschler wurde Marktführer in Brasilien.

Mit der Equitel hat sich auch die brasilianische Telekommunikations-tochter der Siemens in Curitiba etabliert und dort drei ihrer vier Produktionslinien konzentriert. Gemeinsam mit der Telefonherstellung in Mankos setzte die Equitel 1995 rund 450 Millionen US\$ um. „Wir bauten diese Fabrik vor zwanzig Jahren, weil Paraná damals der größte Siemens-kunde im Telefongeschäft war“, erklärt Julio O. Fenner Boye, Industriedirektor der Equitel. „Heute wissen wir, daß diese Entscheidung richtig war. Mit den multinationalen Konzernen haben sich hier exzellente Zulieferer niedergelassen. Die drei Fakultäten für Ingenieurwissenschaften in Curitiba und die Ausbildungsstätten der SENAI versorgen uns mit guten Technikern.“

Von den 1100 Angestellten der Equitel in Curitiba sind 25% Akademiker und weitere 50% haben eine 11jährige Schulausbildung. Bei der Herstellung werden modernste Industrieroboter genutzt. „Unser Werk“, so Boye stolz, „hatte stets zweistellige Zuwachsraten. 1995 konnten wir die Produktion um 105% erhöhen. Mit diesen Produktivitätssteigerungen können wir uns mit allen Siemensfabriken der Welt vergleichen.“

FIEP-Präsident José Carlos Gomes Carvalho hebt das gute Verhältnis zwischen Arbeitgebern und -nehmern hervor: „Wir haben vor acht Jahren umgedacht und den Dialog zu den Gewerkschaften gesucht. Jetzt werden Meinungsverschiedenheiten im Vorfeld ausgeräumt. Deshalb gibt es keine Streiks. Das Verhältnis Arbeit-Kapital in Paraná gilt als das beste Brasiliens.“

Wichtigster Ausbilder für Arbeitskräfte ist der von der Industrie getragene SENAI, der mit sechs regionalen Zentren und 20 Schulen in allen wichtigen Regionen präsent ist. „Wir bieten verschiedene Kurse in den Bereichen Lebensmittel-, Automobil-, Bekleidungs-, Metall- und Maschinenbauindustrie sowie für die Bauwirtschaft und Elektronik an“, berichtet Tede Willian Gomes Camacho, Direktor des SENAI in Curitiba. „Vergangenes Jahr nahmen über 45 000 Paraeneser an unseren Aus- und Fortbildungsmaßnahmen teil.“ Die SENAI bildet in enger Zusammenarbeit mit deutschen Institutionen in einem an das Duale System angelehnten Konzept die verschiedensten Techniker aus. Gleich neben dem SENAI Curitiba liegt das Zentrum für Umweltsanierung. Diese Institution bietet als einzige in ganz Brasilien eine einjährige Ausbildung für Umwelttechniker an. Direktor Luiz Henrique Bucco zieht eine positive Bilanz: „Wir unterrichten in einem der modernsten chemischen Labors von Südamerika. Ein großer Teil der Schüler wird direkt von den Unternehmen geschickt. Die anderen haben meist schon vor Kursende einen garantierten Job.“ Das Umweltzentrum arbeitet eng mit der deutschen Gesellschaft für Wirtschaftliche Zusammenarbeit (GWZ) zusammen. Von der GWZ entsandte Spezialisten für Umwelt-Verfahrenstechnik und Chemische Analyse helfen dem Zentrum, das hohe Unterrichtsniveau zu garantieren. Denn für die Zukunft braucht Paraná noch mehr qualifizierte Fachkräfte – nicht nur für Renault.

Der Gigant São Paulo erwacht

Emerson Kapaz sieht in São Paulo die Stadt der Zukunft. Der Landesminister für Wissenschaft, Technologie und wirtschaftliche Entwicklung empfängt in seinem Büro in einem Altbau in der Landeshauptstadt täglich ausländische Unternehmensdelegationen. Denen verkündet er, vor Optimismus strotzend, die neuesten Ergebnisse seiner Studie über Investitionen im Land. In den nächsten zwei Jahren, so das Papier, werden 112 brasilianische und ausländische Unternehmen 14,35 Milliarden US\$ in das Bundesland São Paulo investieren.

Die neue Investitionswelle hat Anfang 1995 begonnen, als der Umfang des neuen Privatisierungsprogramms bekannt wurde. Nun durften sich Investoren in Unternehmen sogenannter wichtiger Sektoren wie Telekommunikation, Transport, Energie und Sanierung einkaufen.

Das bedeutendste Staatsunternehmen, das in den zwei Jahren des Real-Plans verkauft wurde, war die Elektrizitätsgesellschaft Light mit Hauptsitz in Rio de Janeiro. Ihr Verkauf im Mai 1996 brachte 2,17 Milliarden US\$ in die Staatskassen von Rio. Und allein der Verkauf des Streckenabschnitts Mittelost der brasilianischen Bundeseisenbahn brachte 316 Millionen US\$.

In São Paulo, wo sich 20 Prozent der brasilianischen Bevölkerung und 40 Prozent des Bruttoinlandsprodukts konzentrieren, werden die lukrativsten Unternehmen privatisiert. Allein in der Telekommunikation, so Telebrás-Präsident Fernando Xavier Ferreira, dürften São Paulo und Rio de Janeiro 61 Prozent der bundesweit angekündigten Investitionen in Höhe von 5 Milliarden US\$ erhalten. Im Energiebereich beabsichtigt die Regierung von São Paulo ihre drei Elektrizitätsunternehmen zu privatisieren. Ihr Gesamtwert wird auf 30 Milliarden US\$ geschätzt.

Ob Toyota, Carrefour oder DuPont – fast täglich kündigen multinationale Unternehmen neue Investitionen in São Paulo an. Der Grund dafür, so Emerson Kapaz, ist die mit keinem anderen Bundesland vergleichbare Struktur São Paulos sowie die geographische Lage im wichtigsten Verbraucherzentrum des Landes.

Lange Zeit war das Wirtschaftszentrum mit seinem urbaren Gürtel, der ABC-Stadt, abgemeldet. „Zu voll“, hieß lakonisch das Urteil der Investoren, die die Meldungen über endlose Staus, Chefs, die ihr Büro nicht erreichen und Firmen, die Vermögen für Grundstücke zahlen, aufmerksam verfolgten. Sicher, São Paulo bot auch Vorteile wie die gut ausgebildeten Arbeiter, eine exzellente Universität, eine funktionierende Verwaltung. Doch es ging nichts mehr.

Jetzt lockt São Paulo wieder. Diesmal ist es nicht nur die Metropole, sondern gleich der ganze Bundesstaat.

Eine Untersuchung des Konzerns Vale do Rio Doce Internacional zeigt, daß die Entwicklungsregion im Südosten mit ihren beiden Ballungsräumen Buenos Aires und São Paulo die reichste von Lateinamerika ist. Die umfaßt direkt oder indirekt zehn brasilianische Bundesländer und fünf benachbarte Volkswirtschaften: Argentinien, Chile, Paraguay, Uruguay und Bolivien.

Die Region besteht aus einem Gebiet von 8,3 qkm und hat ein Bruttoinlandsprodukt von über 560 Milliarden US\$.

Die Bemühungen zur Beschleunigung des Paulistaner Privatisierungsprogrammes ist den überholten Strukturen des Bundeslandes zu verdanken. Laut Mário Silvério, Direktor der Paulistaner Entwicklungsgesellschaft (CPD), ist der Mangel an öffentlichen Investitionen in die Struktur das derzeit größte Problem in Konkurrenz mit anderen Bundesstaaten. „Trotz der dichtesten strategischen Systeme für das produktive Gewerbe legen inkonsequente Gewerkschaftspolitik, komplizierte Besteuerung und Vernachlässigung der Produktionsstrukturen die Investitionsprozesse in São Paulo lahm.“

Mit dem Programm zur Restrukturierung aller Sektoren, die vorher in staatlicher Hand lagen und nun der Privatwirtschaft überlassen werden, hat die Landesregierung nach Meinung von Silvério eine Lösung gefunden, die São Paulo seine frühere Attraktivität zurückgeben wird.

„Unser Landtag hat einen Gesetz-Entwurf zur Reduzierung der Steuerlast genehmigt, um die Ansiedlung neuer Unternehmen zu fördern“, erklärt Kapaz. „Wir bieten ihnen multinationale Transportsysteme, Straßen, Wasserwege und Bahnen sowie ein vereinfachtes Steuersystem.“

Eines der großen Projekte zur Verbesserung der Struktur des Bundeslandes ist laut Kapaz der Bau der Gasleitung Bolivien-Brasilien, deren Fertigstellung für 1998 geplant ist. Die Gasleitung verlangt Investitionen in Höhe von 1,8 Milliarden US\$, an denen sich Petrobrás, die interamerikanische Entwicklungsbank BNDES und die Anden-Fördergemeinschaft beteiligen. Über die 3060 km Rohrleitung wird preiswertes Gas von den riesigen Vorkommen im Andenstaat zu brasilianischen Konsumzentren wie dem Süden und vor allem São Paulo transportiert. Silvério hofft, daß seine Stadt damit den Wettbewerb um Investoren gewinnt.

Rio Grande do Sul: Der Südzipfel

In Brasilien ist Rio Grande do Sul das, was Texas in den USA ist. Der Cowboy heißt hier Gaúcho und reitet über die wilden Prärien des Südwestens. Die Entfernungen sind riesig und das Selbstbewußtsein dementsprechend. Ein bißchen mag es an den vielen deutschen und italienischen Einwanderern liegen, ein bißchen an der Vegetation: Der Besucher fühlt sich oft wie in Europa. Nur die Gaúchos sind fremd und sie fühlen sich auch fremd: Für sie ist Argentinien nah und Brasília weit, weit weg.

Die Nähe zu den Partnerländern des Mercosur ist für Rio Grande do Sul ein großer Vorteil. Da der Bundesstaat jedoch geteilt ist in einen westlichen, von riesigen Fazendas geprägten Bereich und den von Industrie und Handel beeinflussten Küstenstreifen, profitieren in erster Linie die Industriezentren an der Küste vom Mercosur. Jetzt hat die Landesregierung einige Änderungen in ihre Fördermechanismen für Industrieansiedlung vorgenommen. Damit sollen vor allem Schuhproduzenten, Kfz-Zulieferer und der Bereich

der Spitzentechnologie gefördert werden. Sie bekommen die ausländische Konkurrenz am stärksten zu spüren und benötigen dringend Anreize zur qualitativen Verbesserung.

Santa Catarina: Die Heimat der Mittelständler

In diesem Jahr wird die BR 101, die Hauptverkehrsader Santa Catarinas zur Autobahn ausgebaut. Die Häfen haben die kürzesten Entladezeiten Brasiliens. Die Stromkosten sind fast 50 Prozent billiger als in Deutschland, und in drei Jahren wird Erdgas als alternative Energie zur Verfügung stehen: Es tut sich etwas im Süden.

Santa Catarina, das nördlich von Rio Grande do Sul liegt, der vielleicht europäischste Bundesstaat Brasiliens, will Firmen ansiedeln. Und zwar Unternehmen, die nicht nur Rohstoffe ausbeuten, sondern weiterverarbeitende Industrie. Deshalb gilt der Staat für viele kleine und mittlere Unternehmen schon heute als einer der attraktivsten Standorte im Land.

Unterschiedliche Branchen als auch die Landwirtschaft sind vielfältig und relativ ausgewogen vertreten. Keiner der Industriezweige ist mit mehr als 20 Prozent am Bruttosozialprodukt beteiligt. Das BIP hat sich von 1985 (7,34 Milliarden US\$) bis 1994 (23,31 Milliarden US\$) mehr als verdreifacht, im selben Zeitraum stieg das Pro-Kopf-Einkommen von 1800 US\$ auf 4800 US\$. Dieser Steigerung der Kaufkraft steht ein für brasilianische Verhältnisse sehr kontrolliertes Bevölkerungswachstum von 4 auf 4,7 Millionen Einwohner gegenüber. Nur acht Städte überschreiten die 100 000 Einwohner-Marke. Die Produktionsbetriebe verteilen sich branchenabgestimmt über sechs Regionen: Im Norden, rund um Joinville, der mit 350 000 Einwohnern größten Stadt im Staat, konzentrieren sich Zulieferer der Automobilindustrie, Anlagen- und Maschinenbauer, Möbelproduzenten, Gießereien sowie große Hersteller von Elektromotoren, Motor-kompressoren und Kühlschränken. Das Itajaí-Tal gilt weltweit als einer der größten Ballungsräume der Textilindustrie und ist für das dort hergestellte Kristallglas bekannt. Im Küstengebiet nördlich und südlich der Landeshauptstadt Florianopolis gehören Tourismus und Fischfang zu den wichtigsten Einnahmequellen. Darüber hinaus hat sich mit dem „CELTA“ ein modernes Zentrum für die Anwendung von Spitzentechnologien etabliert. Es ist Anziehungspunkt für eine steigende Zahl von kleinen und mittleren Unternehmen aus den Bereichen Informatik, Automatisierung, Elektrik-Elektronik, Biomedizin und Telekommunikation. Der Süden ist Standort vieler Keramikerhersteller, darunter zwei der drei größten der Welt. Daneben werden Mineralien gefördert und Kleidung hergestellt.

Investitionswilligen Unternehmen werden von der Landesregierung und den Stadtverwaltungen eine Reihe von Subventionen angeboten. Hauptinstrument ist das Programm PRODEC, über das bis zu 40 Prozent der Kapitalanlage, die der Unternehmer an eigenen Mitteln aufbringen müßte, finanziert werden können.

Hans Prayon, Leiter der Nebenstelle der Deutsch-Brasilianischen Handelskammer São Paulo in Santa Catarina sagt: „Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen werden sich hier wohl fühlen. Im Dienstleistungsbereich besteht Nachholbedarf, und eine Reihe von Firmen sucht über Partner Zugang zu modernen Technologien.“ Rolf Ehlke, leitender Direktor der Kristallglasbläserei „Cristal Blumenau SA“ sieht gute Chancen in der Möbel-, Lebensmittel- und Holzverarbeitenden Industrie. Daß die meisten Hersteller von Kristallglas Partner bräuchten, um ihr Unternehmen zu automatisieren, will er nicht verneinen.

Einer der großen Vorteile Santa Catarinas – und darin scheinen alle Unternehmer einig – sind die verfügbaren Arbeitskräfte. Wichtigste Institution ist der SENAI (Ausbildungsdienst für die Industrie), der 26 Schulen und 16 mobile Ausbildungsstätten unterhält. Neben zweijährigen Berufsausbildungen werden dreijährige Kurse für Techniker, Fortbildungen zum Industriemeister sowie eine Vielzahl von Weiterbildungsmaßnahmen angeboten.

Deutsche Auswanderer prägen die Region. So landete beispielsweise am 2. September 1850 von Dr. Otto Blumenau mit 17 deutschen Auswanderern im Itajaí-Tal. Die nach ihm benannte Stadt Blumenau zählt heute 210 000 Einwohner, schmückt sich mit Fachwerk – dafür gibt es Steuervorteile – und dem zweitgrößten Oktoberfest der Welt. Noch deutscher geht es im nahen Pomerode zu, wo das „Tortenparadies“ mit Kokos-Streuselkuchen lockt und die Einwohner Platt sprechen.

„Heute“, so Hans Prayon, als Vizepräsident des Textil- und Lebensmittelkonglomerats Cia. Hering auch einer der wichtigsten Unternehmer Santa Catarinas, „Gilt Blumenau als die weltweit erfolgreichste deutsche Auswanderung.“ Neben den Deutschen prägen vor allem Einwanderer aus Italien die Völkergemeinschaft von Santa Catarina. Sie ließen sich in den sanften Hügeln nahe Bento Gonçalves nieder. Dort steht auch das Weingut Valduga. Betty Valduga, die hier in der vierten Generation Wein der Spitzenklasse produziert, fühlt sich sogar mehr als Italienerin denn als Brasilianerin.

Rio de Janeiro – neue Pläne, alte Reize

Die Stadt am Zuckerhut ist nicht nur Wahrzeichen und kulturelles Herz Brasiliens, sondern auch ein wichtiges Wirtschaftszentrum. Die Rolle Rios ändert sich allerdings vom Einfallstor und Logistikzentrum, das neben São Paulo jahrzehntelang die wichtigste Rolle gespielt hat, zu einem Moderator. Eliezer Batista, Chairman der Vale do Rio Doce International und Ehrenpräsident der deutsch-brasilianischen Handelskammer in Rio de Janeiro sieht das keineswegs als Verlust: „Rio übernimmt eine immer größere wirtschaftliche Rolle bei der Dezentralisierung.“ Batista sieht Rio als Dienstleistungszentrum mit dem an den Hafen von Sepetiba angeschlossenen Teleporto. Ein weiterer, wichtiger Faktor sind für den Experten

Energiefragen. Dort könnte Rio durch die Produktion von Erdgas eine wichtige Rolle spielen.

Nach zwei Jahrzehnten der Stagnation befindet sich das Bundesland Rio de Janeiro jetzt im Aufbruch. Wichtig war dabei der industrielle Konjunkturaufschwung – wie die LKW- und Omnibusfabrik von Resende – und wichtige Infrastrukturprojekte wie der Gas-Chemiepool von Duque de Caxias und der Hafen von Sepetiba.

Laut Berechnungen des Landesindustrieverbandes Rio de Janeiro (Firjan) sollen bis zum Jahr 2000 Investitionen von 18 Milliarden US\$ in das Bundesland fließen und über 400 000 direkte Arbeitsplätze entstehen. Gute Infrastruktur-Bedingungen, gewährleistet durch das Privatisierungsprogramm, und der Umstand, daß Rio für 70 Prozent der brasilianischen Erdölproduktion und 90 Prozent der Gaserzeugung steht, machen die Stadt am Zuckerhut für in- und ausländische Investoren attraktiv.

In den 40er Jahren erwirtschaftete das Bundesland Rio de Janeiro 20 Prozent des brasilianischen Bruttolinlandsproduktes (BIP). Doch dann verlor es an Bedeutung. Der Verlust des politischen Status als Hauptstadt Brasiliens, das Programm zur Importsubstitution der Regierung Kubitschek, von dem vor allem São Paulo profitierte, und die Auslandsschuldenkrise der 80er Jahre führten zur wirtschaftlichen Aushöhlung des Bundeslandes.

1995 überholte Rio de Janeiro das Nachbarland Minas Gerais und eroberte Platz zwei in der Rangliste der brasilianischen Bundesländer zurück. Der Wandel kam nicht über Nacht. Vor vier Jahren initiierten Landesregierung und Stadtverwaltung eine aggressive Politik der Steueranreize, um die Aufmerksamkeit der Unternehmen auf sich zu lenken. Der Anteil Rios am nationalen BIP kehrte 1994 auf 12,5 Prozent zurück. Der wirtschaftliche Wiederaufschwung des Landes Rio de Janeiro gehört auch zu den Prioritäten der brasilianischen Bundesregierung, die in ihrem Mehrjahresplan drei Megaprojekte im Infrastrukturbereich einschließt:

Das auf 300 Millionen Reais veranschlagte Projekt zur Modernisierung des Hafens von Sepetiba sieht den Bau von vier neuen Terminals für Getreide, Eisenerz, Container und sonstige Güter vor. Aufgrund der guten Verkehrsverbindungen zu den wichtigsten brasilianischen Industriezentren und Erzeugerregionen von Getreide und Eisenerz stellt Sepetiba die vernünftigste Lösung dar, um das Hafensystem im brasilianischen Südosten zu verbessern. Darüber hinaus sollen 50 000 Arbeitsplätze geschaffen werden.

Das 900 Millionen RS\$-Projekt Teleporto will die Infrastruktur im Telekommunikationsbereich anhand spezieller Technologien zur Übertragung von Bild und Ton modernisieren – angefangen mit dem Bau von 18 „intelligenten Gebäuden“ im Viertel Cidade Nova in Rio. Inbegriffen ist die Erhöhung der Investitionen durch die Landesfernmeldebehörde TELEREJ.

In den kommenden vier Jahren will die Petrobrás 2,7 Milliarden RS\$ zur Steigerung der Produktion von Erdöl und Erdgas im Campos ausgeben. Dadurch soll die Einrichtung eines petrochemischen Pools in Duque de Caxias zur Produktion von Polyethylen und anderen Ethylen-Derivaten mit Einheiten zur Erdgas-Verarbeitung ermöglicht werden.

Andere bedeutende Infrastruktur-Projekte sind die Sanierung der Guanara-Bucht und der Bau eines Fracht- und Passagier-Terminals im internationalen Flughafen Galeão. Letzterer soll mit dem Hafen von Rio und einem Zweig des Bundeseisenbahnnetzes verbunden werden. Der Bau einer 10 Kilometer langen Express-Straße zu Rios Nachbargemeinden, der Via Light, ist der Beginn einer Reihe von Initiativen.

Die Projekte zeigen, wie vital die Privatwirtschaft die Aufgaben des wenig produktiven öffentlichen Sektors anpackt. Insgesamt sollen im Rahmen der Privatisierungs-Programme drei Milliarden R\$ in die Landeskassen fließen. Die privaten Investitionsspritzen sanieren die Landesfinanzen und erlauben der Regierung die Verwendung von heute unproduktiv eingesetzten Geldern für anderweitige Zwecke.

Wie der Industrieverband FIRJAN errechnete, sind 70 Unternehmen dabei, Investitionen im Bundesland Rio de Janeiro zu tätigen. Die deutsche Präsenz ist offenkundig. Außer VW erkannten auch andere, daß die Landeswirtschaft sich der ausländischen Konkurrenz öffnet. Die neue VW-Fabrik in Resende konsolidiert die Bildung eines großen Wirtschaftspools um das Zentrum Volta Redonda im Süden des Bundeslandes.

Die Investitionen erfolgen auch, weil der Mercosur die Absatzchancen steigert. Die Ferteco, die jährlich 6 Millionen Tonnen Eisenerz durch den Hafen von Sepetiba schleusen möchte, steckt 90 Millionen US\$ in das Projekt. Der Metallbauer Thyssen investiert 25 Millionen US\$ in Barra do Pirai. Der Pharmaproduzent Knoll do Brasil will seine Fabrikanlagen in Rio mit 25,5 Millionen US\$ verdoppeln, um der wachsenden Nachfrage auf dem Binnenmarkt und in den Ländern des Mercosur nachzukommen. Und die brasilianische Tochtergesellschaft von Bayer kündigt nicht nur Investitionen von 16 Millionen US\$ bis 1999 an, sondern zeigt darüber hinaus auch Interesse an dem Konsortium, das der Eisenerzriese Companhia Vale do Rio Doce zur Teilnahme an der Privatisierung des Bundeseisenbahnnetzes RFF bilden will.

Rio bekam darüber hinaus den Zuschlag für die erste Fernseher-Fabrik außerhalb der Freihandelszone Manaus: die Zenith Televisores. Andere bedeutende Unternehmen, die in das Bundesland investieren sind Brahma, Antártica, Cyanamid, Xerox do Brasil, American Can und die Companhia Sideúrgia Nacional. Viele kleinere Unternehmen, die sich für Investitionen interessieren, sind auf der jährlich in Rio stattfindenden Messe vertreten.

Rio de Janeiro, die Eingangstür und Postkarte Brasiliens, wird den Umbruch nicht von einem Tag auf den anderen bewältigen. Aber ein Anfang ist gemacht.