



An der Avenida Paulista in São Paulo haben neben vielen brasilianischen Industrieunternehmen auch schon einige ausländische Firmen ihren Sitz.

AMANDA PEROBELLI / REUTERS

Schweizer Konzerne setzen auf Brasilien

Nach Jahren der Stagnation geht es im grössten Land Lateinamerikas wirtschaftlich aufwärts

ALEXANDER BUSCH

Brasilien war lange Zeit eine Enttäuschung für Schweizer Firmen. Nachdem die grösste Volkswirtschaft Lateinamerikas in den nuller Jahren stark gewachsen war, stagnierte sie ab 2013 fast ein Jahrzehnt lang. Inzwischen hat sich die Situation stark verbessert: Seit vier Jahren wächst Brasiliens Wirtschaft jährlich um mehr als 3 Prozent. 2024 zog es 71 Milliarden Dollar an ausländischen Direktinvestitionen an. Nur in China und den USA investierten ausländische Firmen mehr. Laut der Unternehmensberatung PwC erwarten 82 Prozent der Chefs der brasilianischen Niederlassungen deutscher Firmen, dass sich das Wachstum in den nächsten zwölf Monaten beschleunigt.

«Die Schweiz war 2024 der drittgrösste ausländische Investor hier», sagt Hans Aebi, Geschäftsführer des Swiss Business Hub Brazil in São Paulo. «Auch dieses Jahr haben die meisten Schweizer Firmen hier ambitionierte Wachstumspläne.»

Millionenstädte mit Kaufkraft

Ein Beispiel ist der Schokoladenhersteller Lindt & Sprüngli. Das Unternehmen ist mit seinen Premiumprodukten schon lange in Brasilien vertreten. In den letzten elf Jahren hat Lindt & Sprüngli neunzig Läden eröffnet. «Wir wachsen seit Jahren zweistellig», sagt Walter Angst, der Geschäftsführer von Lindt & Sprüngli in Brasilien. Das Land ist der sechstgrösste Schokoladenmarkt, doch nur 15 Prozent des Umsatzes entfallen auf das Premiumsegment.

Angst ist zuversichtlich, dass sich auch bei der Schokolade immer mehr Kunden Premiumprodukte leisten werden. Bei Kaffee und Bier sei das in den letzten Jahren bereits geschehen. Brasilien hat viele Städte mit über einer Million Einwohnern und teilweise kaufkräftigen Konsumenten. «Brasilianer feiern gerne und schenken grosszügig», sagt Angst. Feste wie Muttertag, Weihnachten, Ostern oder auch der Tag der Sekretärin bescherten viel Umsatz.

Dennoch ist der Markt schwierig: In Brasilien gibt es in jedem Gliedstaat andere Steuergesetze und Gewerkschaften. Das Land ist riesig, und in weiten Teilen herrscht tropisches Klima. Kühlketten

über den gesamten Transport hinweg aufrechtzuerhalten, ist herausfordernd.

Trotzdem eignet sich Brasilien auch als Standort für weltweite Strategien. Das zeigt das Beispiel des Zahnimplantateherstellers Neodent. Matthias Schupp hat die brasilianische Tochtergesellschaft der Schweizer Straumann-Gruppe zum globalen Unternehmen gemacht. Innovationen werden lokal gesteuert. «Nur wenn du vor Ort bist, kannst du richtig steuern – aus Basel heraus geht das nicht», sagt Schupp.

Straumann hat mit Neodent in Brasilien erfolgreich eine Dual-Brand-Strategie eingeführt. Dabei bilden die aus der Schweiz importierten Implantate von Straumann das Premiumsegment. Sie werden durch lokal produzierte Value-Produkte ergänzt. «Value heisst nicht billig», sagt Schupp. «Es bedeutet gute Qualität, aber mit reduziertem Service.» Inzwischen hat Neodent dieses Modell weltweit ausgerollt.

An diesen Erfolg will Schupp anknüpfen. Und zwar mit dem Medizintechnikhersteller Medartis. Das Unternehmen produziert hochwertige Implantatsysteme aus Titan für Knochenbrüche. Gerade hat es den lokalen Anbieter Neortho übernommen – auch hier will Schupp eine Dual-Brand-Strategie mit Premiumprodukten aus der Schweiz und lokal produzierten Implantaten einführen. Schupp ist zuversichtlich, dass der Markt wächst: «Knochenbrüche passieren unabhängig vom Wachstum – so wie Zahnausfall. Das ist kein Luxusgut.»

Ein weiterer Vorteil des Standorts Brasilien sind die Arbeitskräfte. «Hier bekommst du gute, loyale und ausgebildete Leute. Das ist heute ein echtes Asset im internationalen Wettbewerb», sagt Schupp. Er hat bereits in Ecuador, Russland, Portugal und der Schweiz gearbeitet. Brasilianer seien hochmotiviert. Emotionen und Leidenschaft spielten bei ihnen eine grosse Rolle. Das spüre man an der Agilität und daran, wie Aufgaben bewältigt würden.

Auch im Hinblick auf Infrastrukturprojekte ist Brasilien interessant für Schweizer Unternehmen. Derzeit werden Lizenzen für Fernstrassen, Häfen oder Stromnetze fast wöchentlich ausgeschrieben. 2024 vergab der Staat Konzessionen im Wert von 42 Milliarden Euro.

Das ist der höchste Auftragswert seit fast zwanzig Jahren. Der Infrastrukturverband AbdiB rechnet damit, dass bis 2027 noch einmal Konzessionen im Wert von 50 Milliarden Euro dazukommen. «In Brasilien gibt es derzeit 170 grosse Infrastrukturprojekte, von der Energiegewinnung über die Wasserversorgung bis zum Bau neuer Eisenbahnlinien», sagt Hans Aebi. Auch Schweizer Firmen engagierten sich in Infrastrukturprojekten.

Viel günstige grüne Energie

Von der Elektrifizierung profitiert zum Beispiel die Firma Hitachi Energy, die ihren Hauptsitz in Zürich hat. Gerade investiert der weltgrösste Hersteller von Transformatoren 200 Millionen Dollar in den Ausbau seines Werks in Brasilien.

«Brasilien zählt heute zu den Top-Standorten von Hitachi Energy weltweit – bei Umsatz, Volumen und Innovationsfähigkeit», sagt Glauco Freitas, der Brasilien-Chef des Unternehmens. Das Land ist mit erneuerbarer, günstiger und reichlich verfügbarer Energie gesegnet. «Diese Kombination zieht globale Wachstumsindustrien an.» Als Beispiele nennt er Rechenzentren, grünen Wasserstoff, Offshore-Windkraftwerke und E-Mobilität. Doch der Investitionsbedarf ist gewaltig: «Die Netze in Brasilien sind dafür noch nicht bereit – hier braucht es massive Investitionen in Flexibilität, Digitalisierung und Netzstabilität.»

Hitachi Energy arbeitet von Brasilien aus mit Kunden in Nord- und Südamerika, Europa und im Nahen Osten zusammen. Denn Brasilien produziere und liefere zuverlässig, auch in Zeiten geopolitischer Unsicherheit, sagt Freitas.

Gute Wachstumschancen rechnen sich auch Unternehmen aus, die als Neulinge in Brasilien auftreten. So hat die Münchner Softwarefirma Ecomply den Markteintritt mit einer webbasierten Software für Datenschutzmanagement gewagt. Der Wiener Physiker und Geschäftsführer Philipp Schauburger wurde auf das brasilianische Datenschutzgesetz aufmerksam, weil es eine Kopie des deutschen ist. «Wir haben hier einen Markt mit 220 Millionen Menschen, wo sich die Firmen auf die neuen Datenschutzbestimmungen einstellen müssen», sagt Schauburger. Er rechnet

damit, dass er mit der Software in wenigen Monaten einen Umsatz im zweistelligen Millionenbereich erzielen kann.

Auch der österreichische Verpackungshersteller Alpa verzeichnet in Brasilien ein starkes Mengenwachstum. Bis jetzt beliefert Alpa vor allem Unternehmen, die Reinigungsmittel, Kosmetik, Lebensmittel oder Schmierstoffe herstellen. Alpa investiert aber auch in Produktionsanlagen für Medikamente. Laut dem Marktforschungsunternehmen Iqvia wird Brasilien bis 2027 zum sechstgrössten Pharmamarkt aufsteigen.

Ein Kontinent am Wachsen

Für die Schweizer Firmen geht es dabei nicht nur um den brasilianischen Markt – sie haben den ganzen Kontinent im Blick. Laut Prognosen werden auch Argentinien, Chile, Peru und Kolumbien in den nächsten Jahren wachsen. Südamerika ist ein Markt mit 440 Millionen Menschen, vergleichbar also mit der EU. Das Durchschnittseinkommen entspricht demjenigen von Ungarn oder Rumänien.

Durch die veränderte geopolitische Lage könnte dieser Markt an Attraktivität gewinnen. Denn trotz der jahrzehntelangen Freihandelszone mit Mexiko hat Trump die Produkte aus dem Nachbarland mit hohen Strafzöllen belegt. Auch Brasilien wird mit Rekordzöllen bestraft. Unternehmen in Lateinamerika überlegen nun, wie sie ihre Wertschöpfungsketten von Mexiko nach Argentinien ausdehnen können. Bisher orientierten sie sich vor allem nach Norden. Das könnte sich nun ändern.

Auch das Abkommen zwischen dem Mercosur, bestehend aus Brasilien, Argentinien, Uruguay und Paraguay, und der Efta, der auch die Schweiz angehört, birgt für Schweizer Konzerne grosses Potenzial. Das Abkommen würde Schweizer Produkte für brasilianische Konsumenten, Patienten und die Industrie deutlich konkurrenzfähiger machen.

«Die brasilianische Industrie muss ihren Maschinenpark erneuern, um auf dem Weltmarkt konkurrenzfähiger zu werden», sagt Hans Aebi vom Swiss Business Hub Brazil. Dies sei eine grosse Chance für die Schweizer Industrie. Nun muss das Abkommen nur noch unterzeichnet werden.