

CeBIT

GLOBAL BUSINESS MAGAZINE

ENTERING NEW **MARKETS**

March 6-10, 2012

INNOVATIONSFREUDE

GFT-Chef Ulrich Dietz über
Brasilien und Code_n

brasil
CeBIT PARTNER COUNTRY 2012

MARKTERSCHLIESSUNG

Dr. Jürgen Friedrich
über den Mittelstand
in Brasilien

NETZPOLITIK

Brasilien fördert Internet-
zugang in der Bildung

BILDUNGSKOOPERATION

Wettbewerb um Talente
in Brasilien

In Kooperation mit:



GERMANY
TRADE & INVEST

Brasilien investiert in die Zukunft

Der ICT-Sektor ist für Brasilien die Basis für die weitere wirtschaftliche und soziale Entwicklung.

Partner
Country Brazil
+ CeBIT 2012:
flatworld-blog.com
live from
events

GER|MA|NY TRADE|&|IN|VEST*

[ˈdʒərməni treɪd ænd ɪnˈvest]

* **Germany Trade & Invest**
ist die Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Bundesrepublik Deutschland.

Unser Service

- Markt- & Branchenanalysen
- Wirtschafts- & Steuerrechtsinformationen
- Zoll- & Tarifbestimmungen
- Internationale Projekte, Ausschreibungen & Geschäftskontakte
- Geschäftspraktische Tipps

www.gtai.de

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und vom Beauftragten der Bundesregierung für die Neuen Bundesländer aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.



**GERMANY
TRADE & INVEST**

Schaufenster der Nationen



The world is flat. Die CeBIT 2012 belegt, wie stimmig die Prognose von Thomas Friedmann war: ICT ist Treiber der weltwirtschaftlichen Entwicklung. Sie bringt die Nationen vorwärts - und einander näher.

Und die CeBIT macht erfahrbar, wie sich die Weltwirtschaft dadurch verändert. Gerade die einmalige Präsenz Brasiliens in Hannover zeigt: Die CeBIT ist und bleibt das Schaufenster auf die Leistungsfähigkeit ganzer IT-Nationen.

Das Partnerland Brasilien macht wie kaum ein anderes deutlich, dass der Aufbau einer Infrastruktur von Informations- und Kommunikationstechnik die Basis für wirtschaftliche und soziale Entwicklung ist. Sie lesen hier, wie die dynamische Wirtschaft Brasiliens damit in die ganze Welt Wachstumsimpulse weitergibt.

Ganz unabhängig und manchmal gegenläufig zu aktuellen Konjunkturen der Branche hat sich die CeBIT sehr stabil zum Ausgangspunkt für die erfolgreiche Internationalisierung von Unternehmen entwickelt. Zahlreiche und große Pavil-

lons der Nationen, Regionen und Kommunen aus der ganzen Welt sind heute ein fester und elementarer Bestandteil der globalen Plattform CeBIT.

Hier stellen sich Unternehmen auf den Prüfstand des Weltmarkts. Den internationalen Ausstellern aus ganz unterschiedlichen Produktbereichen den einfachen Zugang zum europäischen Markt und zu den Kunden in Deutschland zu ermöglichen, das bleibt das Alleinstellungsmerkmal der CeBIT.

Mein persönlicher Dank gilt heute all jenen Partnern, die sich in den vergangenen Jahren mit großem Engagement in ihren Ländern, Organisationen und Verbänden für den Messeplatz Hannover stark gemacht haben. Ich verdanke Ihnen zahllose Anregungen und persönliche Begegnungen. Die CeBIT ist auch 2012 der Ort, an dem neue Wachstumsstories begonnen werden. Ich freue mich auf den Dialog mit der Welt. <

Ernst Raue
Vorstand Deutsche Messe AG

IMPRESSUM

Herausgeber

local global GmbH
Marienstraße 5
D-70178 Stuttgart
Telefon + 49 711 / 22 55 88-0
Fax + 49 711 / 22 55 88-11
info@localglobal.de
www.localglobal.de



In Kooperation mit

Germany Trade & Invest
Gesellschaft der
Bundesrepublik
Deutschland für
Außenwirtschaft
und Standortmarketing

Friedrichstraße 60
10117 Berlin
Telefon +49 30 200 099-0
www.gtai.de

Deutsche Messe AG
Messegelände
D-30521 Hannover
Telefon + 49 511 / 89-0
Fax + 49 511 / 89-3 26 26
www.messe.de

Konzept: Hans Gäng
Layout: Katja Zoller
Titelfoto: Ugg Boyã/flickr
Druck: BWH GmbH - die
Publishing Company

Inhalt

4 PROGRAMM



5 Investition in Entwicklung

Grußwort: Dilma Rousseff,
Präsidentin der Föderativen Republik Brasilien

6 Lust auf Neues

GFT-Gründer Ulrich Dietz im Gespräch über Brasilien
und seine Initiative Code_n.

7 Frische Ideen für die CeBIT

CODE_n bringt Startups auf die CeBIT und krempelt
die Halle 16 um.

8 „Es kommt auf ein gutes Netzwerk an“

Dr. Jürgen Friedrich, Geschäftsführer von Germany Trade
& Invest über die Chancen des Mittelstands in Brasilien.

10 Wachstum, aber konsolidiert

Brasilien 2012: Nach einer Konsolidierungsphase dürften
öffentliche Investitionen geben neue Impulse.

12 IT-Sektor im Aufwind

Der brasilianische IT-Markt legt 2012 wieder zweistellig
zu. Mit ehrgeizigen Zielen ist der Staat Wachstumstreiber.

16 Technologische Aufholjagd

Gesundheitswirtschaft und Finanzdienstleister
kündigen Milliardeninvestitionen in IT an.

18 ICT für Mega-Events

WM 2014 und Olympia 2016 geben den IT-Investitionen einen
Extra-Schub. Die Pläne für die Mega-Events sind ambitioniert.

20 Nischen im Ausland

Brasiliens IT-Unternehmen wachsen rasch und punkten
im Ausland in Nischen - zum Beispiel im Finanzsektor.

21 Onlinekäufer sind vorsichtig

E-Commerce trifft in Brasilien auf vorsichtige User. Aber auch
auf logistische Probleme - vor allem außerhalb der Metropolen.

22 Global Player vor Ort

Weltkonzerne wie SAP, Microsoft, IBM, Telefonica und Oracle
agieren erfolgreich - und bauen die Ressourcen in Brasilien aus.

24 Jugend im Internetfieber

Der Staat fördert den Netzzugang auch ärmerer Schichten.
Im Bildungssektor setzt er ebenfalls mehr auf IT-Einsatz.

26 Bildungsnetz in Brasilien

Kooperationen mit drei Hochschulen: Steinbeis-Hochschule
Berlin hilft beim Employer Branding vor Ort.

Wettbewerb um Talente

SIBE-Gründer Prof. Dr. Werner Faix über mittelständische
Personalstrategien für Brasilien.

CODE _n 12

IT-AVANTGARDE
AUF DER
CEBIT 2012
IN HALLE 16

Programm

DAILY

09:00-10:00 Press breakfast
10:00 – 11:00 CODE_n pitch
13:00 – 14:00 CODE_n pitch
17:00 Lounge Music

TUESDAY, 6. MARCH 2012

11:00 Shaping tomorrow with innovation Dr. Markus Draeger, Fujitsu
11:30 Connecting innovation to profit Guy Wanger, Ernst & Young
12:00 – 12:30 Mobile Payment - What about the banks?
Dr. Hansjörg Leichsenring
14:00 Cross-media tablet solutions for smaller publishers Thomas Wein, Reversport
14:30 iPads and other tablets in the advisory process in Banks Anton Meier

15:00 Mobile Banking Strategy - much more than an iPhone App Frank Schwab, imacor
15:30 – 16:00 Digital Storytelling Julian Kramer fischerAppelt

WEDNESDAY, 7. MARCH 2012

11:00 Managed Mobile - Unternehmenserfolg to go - BYOD Michael Melzig, Fujitsu
11:30 State Support of Entrepreneurship by the Russian Federation: The Skolkovo Foundation Vadim Balashov
12:00 The new EU data privacy regulation Dr. Peter Katko
14:00 Mobile Banking at Deutsche Bank Michael Koch, Deutsche Bank
14:30 IT Revolution 4.0 Andre Kiehne, Fujitsu
15:00 Cloud Computing Drives Mobile Banking Growth Stephan Pechardscheck, BearingPoint
17:00 – 18:00 Mobile Monday Dr. Peter Katko, Ernst & Young

THURSDAY, 8. MARCH 2012

11:00 Shaping tomorrow with innovation Dr. Markus Draeger, Fujitsu
11:30 Innovation Management Kristijan Grgurevic, Ernst & Young
12:00 – 13:00 Technology enables work & life balance Dr. Ole Halfpap, Ernst & Young
14:00 Besseres BI durch HANA Perry Fett, TDS
14:30 – 15:00 Mobile Business bei der Sparkassen Finanzgruppe Andreas Ewig, DSGV
15:00 Panel Diskussion zum Thema "Gründermuffel Frau?" Computerwoche
15:30 – 16:00 Panel Diskussion zum Thema "Gründermuffel Frau?" Computerwoche

FRIDAY, 9. MARCH 2012

11:00 Managed Mobile - Unternehmenserfolg to go - BYOD Michael Melzig, Fujitsu
11:30 Digital supply chain management Kristijan Grgurevic
12:00 Keeping taxes on track Frank Blumberg
14:00 Cloud Computing Thomas Loczewsky, Ernst & Young
14:30 t3n & CeBIT/Blogger tour
16:00 Technology enables innovation Kristijan Grgurevic, Ernst & Young

SATURDAY, 10. MARCH 2012

11:00 Connecting innovation to profit Gerhard Müller, Ernst & Young
11:30 IT Revolution 4.0 Thomas Gronbach, Fujitsu



© Deutsche Messe

Partnerland Brasilien CeBIT 2012

DIENSTAG, 6. MÄRZ 2012

Deutsch-Brasilianischer ITK-Gipfel German-Brasilian ICT Summit
13:45 -15:00, Nord/LB-Forum
Einer der Höhepunkte im Partnerjahr wird der Deutsch-Brasilianische ITK-Gipfel am ersten Messtet mit hochrangigen Regierungsmitgliedern und Persönlichkeiten aus der Wirtschaft sein.

"Invest in Brazil" – Chancen in Brasiliens Smart Grid Sektor

13:30 – 18:30, Brasilianischen Pavillon, Halle 6, Stand F46

MITTWOCH, 7. MÄRZ 2012

Brasilien - eine Chance für deutsche ITK Unternehmen

09:00 – 13:00
Convention Center, Saal 12
Am zweiten Messtet folgt eine Informationsveranstaltung zum brasilianischen Markt in Zusammenarbeit von BITKOM und der Deutsch-Brasilianischen Gesellschaft: Brasilien - eine Chance für deutsche ITK Unternehmen.

Informationstechnik in Rio Grande do Sul - neue Ideen aus Südbrasilien

15:00 – 18:00
Convention Center, Saal 15/16
Unter dem Titel „Informationstechnik in Rio Grande do Sul - neue Ideen aus Südbrasilien“ plant die AHK Porto Allegre eine Vortragsreihe.

"Invest in Brazil" – Brasiliens Strategie für Cloud Computing und Rechenzentren

13:30 – 17:45, Brasilianischen Pavillon Halle 6, Stand F46

DONNERSTAG, 8. MÄRZ 2012

Deutsch-Brasilianischer Workshop

10:00 – 15:00
Convention Center, Saal 16
Die deutsch-brasilianischen Gespräche werden in einem Experten-Workshop zu den Themen Financial IT, Smart Cities, Cloud Computing und IT-Security fortgesetzt.

"Invest in Brazil" – Die Halbleiter-Industrie in Brasilien

09:30 – 13:35
Brasilianischen Pavillon Halle 6, Stand F46

Freitag, 9. März 2012

"Invest in Brazil" – Chancen für Innovationen in Brasilien

09:30 – 14:00
Brasilianischen Pavillon Halle 6, Stand F46
Apex Brasil lädt Sie zur Teilnahme an der Veranstaltungsserie „Invest in Brazil seminars“ ein.

brasil
CeBIT PARTNER COUNTRY 2012

Investition in Entwicklung

„Mit dem Ziel, Forschung und Entwicklung im IKT-Bereich zu intensivieren, hat Brasilien große Investitionen in die Bereiche Bildung, Wissenschaft, Technologie und Innovation getätigt. Um den Zugang zu den IKT demokratischer zu gestalten, wurden politische Strategien für die Bereiche E-Government, digitale Inklusion, Infrastrukturausbau für den Zugang zum Breitbandinternet sowie für Preissenkungen bei Geräten und Ausrüstungen entwickelt.“



Dilma Rousseff,
Präsidentin der Föderativen
Republik Brasilien

Mit großer Freude habe ich die Einladung der Bundesregierung zur Teilnahme an der CeBIT 2012 in Hannover angenommen. Die Wahl Brasiliens zum diesjährigen Partnerland ist eine Ehre und Ausdruck für die langjährige

solide Partnerschaft zwischen Deutschland und Brasilien.

Über Jahrzehnte hinweg haben Vertreter der Regierungsbehörden und der Privatwirtschaft beider Länder eine fruchtbare Zusammenarbeit aufgebaut, die Brasil-

iens Industrie in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts einen Sprung nach vorne ermöglichte.

Die Teilnahme Brasiliens an der CeBIT 2012 steht für eine neue Phase dieser Partnerschaft. Weltweit revolutionieren Infor-

mations- und Kommunikationstechnologien (IKT) die Produktion, den Handel und die Art und Weise, wie wir kommunizieren. Die IKT tragen zur Erhöhung von Effizienz und Transparenz in allen gesellschaftlichen Bereichen bei und eröffnen neue Möglichkeiten, Zugang zu Wissen zu erhalten. Im Rahmen der Entscheidung Brasiliens für eine nachhaltige Entwicklung, die wirtschaftliches Wachstum, gesellschaftliche Teilhabe und Rücksichtnahme auf die Umwelt miteinander vereint, haben diese Technologien eine strategische Rolle.

Auf der CeBIT wird Brasilien seine Kompetenzen im Bereich der Entwicklung innovativer Produkte und Prozesse vorstellen. Ich lade alle Messteilnehmer dazu ein, sich selbst davon zu überzeugen, welche Fortschritte wir erzielt haben, und neue Partnerschaften mit den zahlreichen brasilianischen Unternehmen und öffentlichen Institutionen, die auf der Messe in Hannover vertreten sind, zu begründen. <

Zukunftsmarkt Brasilien

> Vom 6. bis 10. März 2012 holen die Deutsche Messe und BITKOM das Flair Brasiliens nach Hannover. Erstmals wird dann ein südamerikanisches Land Partner des weltweit wichtigsten Ereignisses der digitalen Wirtschaft.

2012 wird die stärkste Ökonomie Südamerikas das Partnerland der CeBIT sein. An verschiedenen Pavillons präsentieren brasilianische Unternehmen und staatliche Einrichtungen den attraktiven Standort in allen Facetten. Im Zentralpavillon in Halle 6 stehen vor allem die Schlüsselbranchen wie Erdöl und Landwirtschaft im Vordergrund.

Dort klären Organisationen wie die brasilianische Exportagentur Apex Brasil über Investitionsmöglichkeiten auf. In Halle 11 steht die Telekommunikation im Fokus, in Halle 12 sind es Lösungen für Banken und Sicherheit wie beispiels-

weise E-Billing und digitale Zertifikate. Das Thema Bildung, Forschung und Entwicklung wird in Halle 26 präsentiert, wo sich auch brasilianische Startups vorstellen. E-Government-Lösungen sind das Thema in Halle 7, Endverbraucher kommen in Halle 22 auf ihre Kosten, wo unter anderem Gaming und Digital TV auf dem Programm stehen. Insgesamt ist die Rekordzahl von rund 80 Ausstellern aus Brasilien gemeldet. „Die CeBIT ist eine hervorragende Plattform für Geschäfte - aber auch, um mit Politikern beider Länder über die Informationsgesellschaft von morgen zu sprechen“,

betonte BITKOM-Präsident Streibich, der die Branchen-Kooperation mit der brasilianischen ITK-Industrie gemeinsam mit BITKOM-Präsidiumsmitglied Ulrich Dietz auf den Weg brachte. Eine international abgestimmte Technologiepolitik werde immer wichtiger. Messe-Vorstandsmitglied Rau: „Mit Brasilien haben wir eine der wachstumsstärksten Nationen der Welt zu Gast.“

Auf den Deutsch-Brasilianischen ITK-Gipfel folgen Experten-Workshops. BITKOM will damit auch mittelständischen Unternehmen helfen, ihre internationalen Aktivitäten erfolgreich auszubauen. Während

der CeBIT können sich Interessenten bei Fachveranstaltungen mit dem Motto „Invest in Brazil“ über die Möglichkeiten und Chancen des brasilianischen ITK-Marktes informieren. Mehrere brasilianische Minister und Vertreter brasilianischer Behörden, Organisationen und Banken informieren über den aktuellen Stand der verschiedenen Technologien und Förderprogramme. Global Player der ITK-Branche, die bereits erfolgreich in Brasilien tätig sind, berichten über ihre Aktivitäten und Erfahrungen. Die brasilianische Export- und Investmentagentur Apex Brasil erläutert, wie sie Investoren unterstützt. <



Lust auf Neues

→ Weil Brasilien kommt und er mit Code_n eine ganze CeBIT-Halle umkrempelt, ist es keine gewöhnliche CeBIT für Ulrich Dietz, den Gründer und CEO der GFT Technologies, der im Präsidium des Branchenverbands BITKOM für das Internationale verantwortlich ist und zudem im Ausstellerbeirat der CeBIT sitzt. Im Gespräch über Brasilien und seine Initiative Code_n.

INTERVIEW: HANS GÄNG

› Warum kommen Unternehmer immer so enthusiastisch aus Brasilien zurück?

Unternehmer, die in São Paulo oder Rio unterwegs sind, kommen in der Tat euphorisiert zurück. Brasilien wächst dynamisch und hat riesige Infrastrukturprojekte gestartet. Die Aufbruchsstimmung im Land kann jeder förmlich fühlen.

› Wie bewerten Sie die Akzeptanz, die die junge Bevölkerung und den jungen Unternehmen neuen Technologien entgegenbringen?

Brasilien ist ein Land mit 200 Millionen Menschen, mehr als die Hälfte der Menschen sind jünger als 25 Jahr. Und die sind sehr offen für Technologien- insbesondere für mobile Endgeräte. Die jungen Brasilianer erkennen die persönlichen und wirtschaftlichen Gestaltungsmöglichkeiten der Technologie. Das ist in Indien, Afrika übrigens nicht anders. Dabei sind sie häufig risikofreudig und nutzen die sich bietenden Geschäftschancen. Ich bin überzeugt, die deutsche IT-Industrie wird weiter gute Geschäfte in Brasilien machen.

› Ist Brasilien dann ein IT-Wunderland, in dem einem alles zufliegt?

Wie lange hat GFT sein Business in Brasilien aufgebaut und erweitert?

Ich habe das Land nicht als Schlaraffenland erlebt. Wir haben auch dort harte Arbeit hinter uns. Wir haben entsprechendes Durchhaltevermögen aufbringen müssen. Man kann davon ausgehen, dass man für Brasilien schon seine fünf oder eher sogar zehn Jahre braucht, um gute und langfristige Business-Perspektiven auf einer soliden Rechtsgrundlagen zu entwickeln.

› Welche Rolle nimmt das Land im globalen "Produktionsverbund" der GFT Technologies ein?

Für die GFT Technologies ist Brasilien neben Deutschland und Spanien einer

© GFT

drei weltweiten Entwicklungsstandorte. Hier entwickeln wir Dienstleistungen und Lösungen für den Weltmarkt. Und von Brasilien aus decken wir den gesamten amerikanischen Markt ab, also auch Nordamerika. Brasilien ist auch ein Ausgangspunkt für weitere Märkte im aufstrebenden Südamerika.

› Herr Dietz, mit Code_n bringen

Sie etwas ganz Neues in die CeBIT.

Sind Sie froh, dass Sie an der Idee zu Code_n festgehalten haben?

Ja natürlich. Mir macht Code_n sehr viel Spaß, unser Team ist hochmotiviert. Das wird ein spannendes Format, auf das wir uns alle freuen. Unsere Partner haben verstanden, dass man Messen anders und auch unterhaltsam gestalten kann. Wir sprechen mit der optischen Gestaltung der Halle 16 alle Sinne an. Eine Band spielt, Konferenzen finden statt, die 50 Fellows, die wir präsentieren, zeigen ihre Konzepte. Wir dokumentieren das alles in einem Buch und einem Film. Wir machen Sachen, über die Sie staunen werden!

› Ideen sind nur so gut, wie sie dann umgesetzt werden können. Wie flankiert Code_n die Startups, wenn die CeBIT am Samstag die Tore zur Halle 16 schließt?

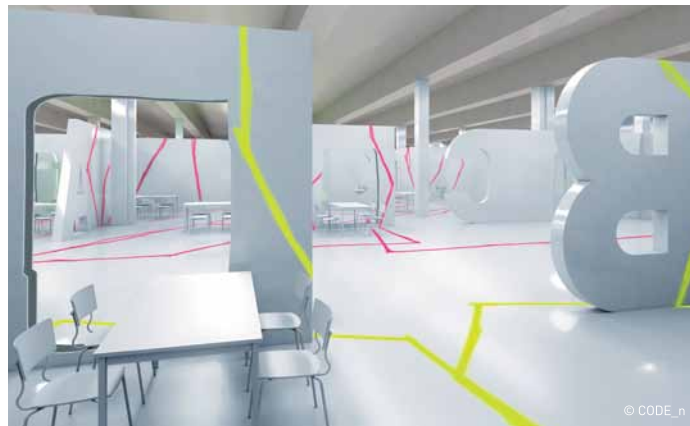
Wir lernen jetzt alle Startups erstmal richtig kennen. Für uns intern haben wir entschieden, dass wir in jedem Fall die zehn Finalisten begleiten werden - auch im Zeitraum von zwei Jahren, wo wir beratend und unterstützend zur Seite stehen werden, vielleicht auch Verbindungen zu Finanzinvestoren herstellen.

› Hatten Sie echte Aha-Erlebnisse bei der Sichtung der vielen Geschäftsideen?

Ja. Wir haben einige sehr interessante Konzepte gesehen, an denen wir uns selbst beteiligen wollen. <

Frische Ideen für die CeBIT

TEXT: HANS GÄNG



CODE_n bringt die findigsten Köpfe der Branche ins Gespräch – in der eigens von renommierten Künstlern gestalteten Halle 16 im Herzen des Messegeländes.

„CODE OF THE NEW“ - DIE DNA DER INNOVATION

CODE_n steht für „Code of the New“, die DNA der Innovation. Initiator ist GFT Technologies AG, ein internationaler Anbieter von IT-Lösungen und -Dienstleistungen. Partner sind die Deutsche Messe AG, Ernst & Young, Fujitsu Technologies Solutions, BITKOM und das Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe (ZKM). Die gemeinsame Initiative vergibt 2012 erstmals den CODE_n Award an eine besonders innovative IT-basierte Lösung für das mobile Leben. Der Gewinner erhält ein Preisgeld von 25.000 Euro sowie ein zweijähriges Coaching durch die strategischen Partner der Initiative.

Seit Mitte Januar stehen die Finalisten fest: Ihre Ideen reichen Vom professionellen Übersetzungsservice für Facebook Messages bis zum ersten mobilen Kassensystem für die Gastronomie, das über iPhones realisiert wird. Und zu einem Collaborative Web Service, mit dem sich Live-Beratungen in Onlineshops realisieren lassen. Oder zu einer Storytelling-Anwendung, die Orte mit Geschichten verknüpft und hierfür auf User Generated Content setzt. Die Finalisten des CODE_n Wettbewerbs überraschen mit innovativen Lösungen, die alle Aspekte des mobilen Lebens abdecken. Ausgewählt aus mehr als 400 Bewerbungen können die 50 besten Innovatoren ihre Ideen auf der CeBIT 2012 präsentieren. Eine hochkarätig besetzte Jury wählt den Gewinner des CODE_n Award, der am 8. März 2012 verliehen wird. Eine Jury mit Experten wie Gabriele Fischer (brand eins), Lars Hinrichs

(HackFwd), Carsten Knop (Frankfurter Allgemeine Zeitung), Paulus Neef (PQuadra), Jens-Uwe Sauer (Seedmatch), Dr. Joseph Reger (Fujitsu) und Prof. Peter Weibel (ZKM) nominierte für den Endspurt eine Shortlist mit den zehn Top-Innovatoren.

KUNST PLUS TECHNOLOGIE

Den optischen Rahmen für CODE_n bildet ein radikal neuer Auftritt, wie ihn das weltweit wichtigste Event der digitalen Wirtschaft noch nicht erlebt hat. Künstler Tobias Rehberger und Architekt Jürgen Mayer H. verknüpfen Kunst mit Technologie und kreieren auf den 3.500 Quadratmetern der Halle 16 einen einzigartigen Innovation Space, der den CODE_n Finalisten eine perfekte Bühne bietet – eine Plattform für Inspiration, Dialog und Business. Präsentieren werden sich dort auch die Partner des Wettbewerbs. <

KONTAKT

GFT Innovations GmbH
Andrea Wlcek
Geschäftsführerin
Filderhauptstraße 142
70599 Stuttgart
Tel.: +49 711 62042-0
code-n@gft.com
www.code-n.org

„Es kommt auf ein gutes Netzwerk an“

› Dr. Jürgen Friedrich ist Geschäftsführer von Germany Trade & Invest – der Gesellschaft der Bundesregierung für Außenwirtschaftsförderung und Standortmarketing. Mit ihrem Netz von Korrespondenten versorgt die GTAI vor allem den Mittelstand mit Marktinformationen. Im Global Business Magazine zur CeBIT veröffentlicht die GTAI Berichte zum Partnerland Brasilien.

INTERVIEW: HANS GÄNG



› In welchen Sektoren ergeben sich Sie denn die besten Chancen für Mittelständler?

Brasilien investiert in Anbetracht der Fußball-WM 2014 und den Olympischen Spielen 2016 massiv in die Infrastruktur und in die betreffenden Sportstätten. Da sind sicherlich Aufträge zu holen. Aber auch Häfen werden ausgebaut, Flughäfen müssen vergrößert und modernisiert werden. Die Frage der öffentlichen Sicherheit stellt sich ebenfalls.

Diese beiden Großereignisse bieten sicherlich enormes Geschäftspotenzial. Doch, und auch das ist klar: Die Konkurrenz ist groß, nicht nur deutsche Unternehmen wollen diese Chance nutzen.

› Wie attraktiv ist der IT-Standort Deutschland für Ansiedlungen und Investitionen aus dem Ausland?

Für Deutschland ist die IT-Branche von enormer Bedeutung. Sie ist für mehr als 80 Prozent aller neuen Innovationen in einer Vielzahl der führenden Industriezweige Deutschlands verantwortlich: Hierzu zählen die Automobilindustrie, der Maschinen- und Anlagenbau, die Medizintechnik oder auch die Logistikbranche. Zudem zählt die deutsche Telekommunikationsinfrastruktur zu den besten weltweit. Dies ist letztlich auch ein Grund, weshalb Deutschland ein beliebter Standort für IT- und Software-Unternehmen ist. ‹

„Unternehmen müssen genau beobachten, wo reelle Marktchancen bestehen, in welchem Bereich eine Nische frei ist und wo gute Geschäfte zu machen sind.“

› Alle schwärmen vom Wachstumsmotor Brasilien. Was sollten Unternehmen tun, um daran zu partizipieren?

Hier gilt ganz klar: Unternehmen müssen sich gut informieren. Es stimmt, dass Brasilien ein riesiger Markt ist. Es stimmt ebenfalls, dass das Land ein enormes Potential vorzuweisen hat. Gleichzeitig stimmt aber auch, dass die Brasilianer durchaus darauf bedacht

sind, die eigene Industrie zu schützen. Das bedeutet, dass Unternehmen genau beobachten müssen, wo reelle Marktchancen bestehen, in welchem Bereich eine Nische frei ist und wo gute Geschäfte zu machen sind. Und dann kommt es darauf an, vor Ort gut vernetzt zu sein oder Partner zu finden, die auf ein gutes Netzwerk zurückgreifen können. Dann ist sicherlich Brasilien ein sehr interessanter Markt.

› Welche Förderinstrumente können kleine und mittlere Unternehmen nutzen, um besser in den brasilianischen Markt zu kommen?

Es existieren zahlreiche Anreize und Fördermöglichkeiten, vor allem für kleine und mittlere Unternehmen.

Selbstverständlich kommt es auf die Branche des Unternehmens an, aber genau da kommt unsere Expertise ins Spiel: In mehr als 50 Ländern hat Germany Trade & Invest Repräsentanten, die eng mit dem Auslandschamkammer-Netzwerk zusammenarbeiten und die Unternehmen mit detailliertem Fachwissen zu den betreffenden Ländern und den entsprechenden Branchen versorgen.

KONTAKT



Germany Trade & Invest
Gesellschaft der Bundesrepublik
Deutschland für Außenwirtschaft
und Standortmarketing
Hauptsitz Berlin
Friedrichstraße 60
10117 Berlin
Tel.: +49 30 200 099-0
Standort Bonn
Villemombler Str. 76
53123 Bonn
Tel.: +49 228 249 93-0
www.gtai.de



Lateinamerika Verein e.V.

Wirtschaftsvereinigung für Lateinamerika
Asociación empresarial para América Latina
Associação empresarial para América Latina
Business Association for Latin America

Wirtschaftspotenzial Lateinamerika – machen Sie mit!

Der Lateinamerika Verein e.V.

- Branchenübergreifendes Mitgliedernetzwerk
- Individuelle Mitgliederberatung
- Veranstaltungen, Unternehmerreisen, Seminare
- Informationen in Publikationen und online



Aktuelle Termine

26. April 2012 | 14 - 18 Uhr | Hannover Messe

BDI Brazil Board – Branchenmeeting Mittelstand

Automotive | Mobilität | Logistik | Rohstoffe

Gemeinsam mit dem deutschen Mittelstand werden konkrete, praxisnahe Eintrittsstrategien für den brasilianischen Markt diskutiert.

01. - 12. Mai 2012

Unternehmerreise Bergbau nach Uruguay und Peru

Besichtigung von Tagebau- und Untertagebauminen | Termine bei Ministerien, Behörden, Verbänden etc. | Branchenspezifische Unternehmengespräche

19. - 30. Juni 2012

Unternehmerreise Elektroindustrie nach Peru und Kolumbien

Unternehmensbesichtigungen in Lima, Bogotá und Medellín | Termine mit politischen Entscheidungsträgern, Verbänden und AHKs | Einzelgespräche mit deutschen und örtlichen Unternehmern

Sie sind interessiert? Erfahren Sie mehr und sprechen Sie uns an:

www.lateinamerikaverein.de | info@lateinamerikaverein.de | +49 (0)40 413 43 13



Wachstum, aber konsolidiert

Die Aussichten vieler Branchen in Brasilien für 2012 sind zurückhaltend optimistisch. Experten gehen für die ersten Monate von einer Konsolidierungsphase aus. Die Industrieproduktion stagnierte Ende 2011 und dürfte erst in im 2. Halbjahr anziehen. Hoffnungen setzt die Wirtschaft auf die angekündigten höheren öffentlichen Investitionen. Im Mittelpunkt stehen Aufträge für den Stadionbau der Sportereignisse 2014 und 2016, den Ausbau der Infrastruktur sowie Erweiterungen von Flughäfen und Hafenanlagen.

TEXT: SUSANN KREUTZMANN, SÃO PAULO, GTAI

Es sei wichtig, dass Unternehmen 2012 die Chance nutzen, Kosten zu senken, sagt David Kupfer, Ökonom der Entwicklungsbank BNDES. Mit einem weniger starken Wechselkurs gebe es zudem mehr Spielraum für Investitionen. Kupfer vertraut auch 2012 auf einen starken Binnenkonsum als feste Stütze der brasilianischen Wirtschaft. Offiziell wird von einem Anstieg des privaten Konsums um 5% ausgegangen, der damit über dem erwarteten BIP-Wachstum von 3,7% liegen würde. Viele Marktbeobachter machen allerdings auf die Inflation als Unsicherheitsfaktor aufmerksam. Brasilien schloss 2011 mit einer Inflation in Höhe von 6,5% ab. Für 2012 gab die Zentralbank eine Zielmarke von unter 5,0% aus.

Einen positiven Effekt für den Binnenmarkt erwarten viele Marktbeobachter von der Anhebung des Mindestlohnes um 14% zum Jahresanfang. Allerdings werde die generelle Lohnentwicklung weniger dynamisch als 2011 ausfallen, erklären sie. Durch die insgesamt gute Auftragslage in der Industrie wird der Arbeitsmarkt auch weiter stabil sein. Dadurch ergebe sich zunehmend Spielraum für Lohnverhandlungen, sagt der Ökonom Márcio Salvato von der Wirtschaftshochschule Ibmec. Das könne dazu führen, dass die Lohnanpassung in einigen Branchen höher als die Produktivitätssteigerung ausfalle. Die Investitionsrate der Unternehmen lag 2011 bei enttäuschenden 5,1%. Zum Vergleich: 2010 waren es 21%. BNDES-



Chefökonom Fernando Puga erwartet für 2012 eine Investitionsquote von 6,5%, angekurbelt durch öffentliche Aufträge. Stärkstes Schwungrad sei dabei der Erdölsektor, der auch zahlreiche nachgelagerte Branchen mitziehe. Acht von neun Sektoren planen laut einer Umfrage von Valor Economico 2012 gleiche oder höhere Ausgaben, um die Produktion zu erweitern oder zu diversifizieren. Positiv blicken vor allem der Maschinenbau, die chemische Industrie, Automobil- und Baustoffindustrie

Auch der Verband der elektrischen und elektronischen Industrie Abinee ist über einen möglichen Wettbewerbsnachteil Brasiliens besorgt. "Es ist eine Branche mit internationaler Produktion", sagt Abinee-Präsident Humberto Barbato. Deshalb analysierten viele Unternehmen, in welchem Land sich Investitionen am meisten lohnten. Für 2012 geht der Branchenverband von einer Erhöhung der Investitionen um 13% im Vergleich zum Vorjahr aus. Allerdings machen die Ausgaben von 3,4 Mrd. R\$

Stärkstes Schwungrad ist der Erdölsektor, der auch zahlreiche nachgelagerte Branchen mitzieht.

sowie Hersteller von Elektronikartikeln in die Zukunft. Der Maschinenbauverband Abimaq erwartet zwar keine glänzenden Aussichten, aber Investitionssteigerungen zwischen 5 bis 6% in den Mitgliedsunternehmen. 2011 hatte es einen Einbruch bei den Investitionen der Branche gegeben.

Der Chemieverband Abiquim verweist auf die langfristigen Investitionsentscheidungen der Unternehmen. Die Branche will demnach 2012 rund 4,8 Mrd. Real (R\$; 1 Euro = 2,258 R\$; circa 2,1 Mrd. Euro; Stand Januar 2012) und damit etwa doppelt so viel wie 2010 investieren. Besorgt zeigt sich allerdings die ökonomische Direktorin Fátima Ferreira über eine zunehmende ausländische Konkurrenz. Das werde über einen längeren Zeitraum Investitionsentscheidungen beeinflussen, sagt sie.

nur 2 bis 4% des Gesamtumsatzes aus. Der Automobilherstellerverband Anfavea setzt auch 2012 auf einen starken Binnenmarkt und geht von einer Absatzsteigerung von 4 bis 5% aus. Von 2011 bis 2015 plant die Branche Investitionen von 22 Mrd. R\$. Einen Absatzeinbruch von 20% erwartet der Verband der Autoimporteure Abeiva für 2012. Grund ist die Erhöhung der Industriesteuer IPI für importierte Kfz um 30%. Der Branchenverband rechnet deshalb mit Preissteigerungen um bis zu 28% für alle ab Februar verkauften importierten Kfz. Die IPI-Erhöhung gilt seit Mitte Dezember 2011 bis Ende 2012. Die Kfz-Importe Brasiliens stiegen 2011 um 87,4%. Insgesamt wurden etwa 3,63 Mio. Autos verkauft, von denen 23,6% Importwagen waren. Spitzenreiter war der südkoreanische Hersteller Kia. <



New Markets New Media

Editorial commitment and long term partnerships: local global is supporting international trade & investment promotion and the exhibition industry. Our media and conferences focus on successful internationalization.

References:

Global Business

- ▼ Deutscher Außenwirtschaftstag 1999-2011
- ▼ Global Connect 2008-2012
- ▼ sourcing_asia 2004-2011
- ▼ Asia-Pacific Sourcing 2007-2011
- ▼ Baden-Württemberg 2007-2012 Magazine Business Baden-Württemberg
- ▼ Niedersachsen 2007-2010 Website, Magazine Niedersachsen Global
- ▼ AUMA 2005-2012: Exhibition Markets China, CEE, Europe, Latin America
- ▼ edubiz Boosting Corporate Brain 2010-2012

Deutsche Messe

- ▼ Hannover Messe 1998-2012
- ▼ Partner Country Russia 2005
- ▼ Partner Country India 2006
- ▼ Partner Country Turkey 2007
- ▼ Partner Country Italy 2010
- ▼ Partner Country France 2011
- ▼ Partner Country China 2012
- ▼ CeBIT Flat World Forum 2009-2011



Exhibition Market Latin America 2011 | 2012

Trade Shows in Latin America: New Opportunities for International Exhibitors

For German and European as well as Latin American companies, the "Exhibition Guide Latin America" gives an insight into the range of the Latin American exhibitions and presents the most important trade fair venues. Furthermore, the publication gives practical advice for an efficient trade fair and overviews the political and economic development of selected Latin American countries.



In cooperation with





© Leonardo Barbosa/sxc

IT-Sektor im Aufwind

Der Umsatz steigt weiter und Mobilität ist der Wachstumsmotor: Der brasilianische IT-Markt wird nach dem erfolgreichen Vorjahr auch 2012 zweistellig zulegen. Dynamik kommt von der deutlich steigenden Nachfrage nach Mobilität, dem Bedarf an moderner Datenspeicherung sowie vom Effizienzdruck in der Industrie angesichts der asiatischen Importkonkurrenz. Der Staat fördert den Sektor durch Steuersenkungen und einen Breitbandplan. Weitere Impulse geben die anstehenden Sportevents 2014 und 2016.

TEXT: OLIVER DÖHNE, SÃO PAULO, GTAI

Der brasilianische IT-Markt wird 2012 nach Prognosen des Consulting-Unternehmens IDC um 11,6% auf rund 80 Mrd. Real (R\$; 1 Euro = 2,27 R\$; rund 35 Mrd. Euro) wachsen. Etwa 55% des IT-Branchenumsatzes entfallen auf Hardware, 14% auf Software und 31% auf IT-Dienstleistungen. Wachstumstreiber sind neben der expandierenden Gesamtwirtschaft die zunehmende Nachfrage nach Mobilität in der Telekommunikation, die hohe Zahl neuer Internetuser und die Vorbereitung der sportlichen Megaevents 2014 und 2016.

Die Industrie muss zudem ihre Effizienz steigern, um gegen die Importkonkurrenz zu bestehen, die infolge der starken brasilianischen Währung und wegbrechender traditioneller Märkte durch die Krise verstärkt nach Brasilien kommt. Das wirkt sich positiv auf die Branchenkonzunktur aus. Zudem steigt der Bedarf an neuen Speichermöglichkeiten sowie Sourcing- und Analysetools und macht Brasilien zu einem immer interessanteren Absatzmarkt für IT-Produkte und -Dienstleistungen.

Die Begeisterung für Internet und Mobilfunk ist besonders ausgeprägt. Die Menge von Handys übertrifft bereits deutlich die Einwohnerzahl. Brasilianer verbringen eine überdurchschnittlich lange Zeit online und die Regierung hat gerade erst damit begonnen, einkommensschwächeren Haushalten den Kauf von Smartphones und Tablets sowie den Zugang zu Breitbandnetzen zu ermöglichen. Durch die "digitale Einbeziehung" (inclusao digital) werden rund 100 Mio. Brasilianer, die bisher keinen Zugang zum Internet hatten, als Nutzer aktiviert.

„INCLUSAO DIGITAL“ FÜR 100 MILLIONEN BRASILIANER

Dazu verpflichtete die Regierung die Netzbetreiber zu günstigen Einstiegsangeboten für den Netzzugang. Die Netzbetreiber müssen den Kunden Pläne für Geschwindigkeiten von 1 MB/s ab 35 R\$ anbieten. Netzbetreiber Vivo vertreibt nach eigenen Angaben in Rios befriedeter Favela Complexo do Alemão am erfolgreichsten Datenpakete inklusive Modem für rund 90 R\$.



© Blog do Málton Jung/flickr

Der nationale Breitbandplan sieht vor, landesweit Glasfaserkabel zu verlegen. Ziel bis 2014 sind 40 Millionen Breitbandanschlüsse.

Um auch die entsprechende Hardware für die neuen Marktteilnehmer erschwinglich zu machen, befreite die Regierung die lokale Tablet-Produktion über das Gesetz "lei do bem" von den Sozialabgaben PIS und Cofins. Unternehmen wie die taiwanische Foxconn sowie die brasilianischen Hersteller Positivo und Itautec haben die lokale Tabletproduktion bereits aufgenommen oder sind kurz davor. Ein ähnlicher Anreiz ist für Smartphones vorgesehen, was Modelle schon ab 150 R\$ möglich machen könnte. Zwar ist der Anteil von Smartphones und Tablets als Online-Zugang momentan im internationalen Vergleich noch gering. Nach Angaben von

Experten könnte dies schon 2013 ganz anders aussehen, wenn die digitale Einbeziehung greift und mobile Geräte in allen Preisklassen zu haben sind. Brasilien wird 2012 und 2013 ein sehr starkes Wachstum erzielen und bald das Niveau von USA, Japan oder Europa erreichen, sagt Alexander Banks, Vizedirektor der Marktforschungsfirma comScore in der Tageszeitung Folha de So Paulo.

Durch das rasante Wachstum von mobilen Breitbandzugängen, noch bevor das Festnetz landesweit ausgebaut ist, entwickelte sich der Mobilfunk zum Hauptinternetzugang. Die Regierung möchte auch das Festnetz stärker verbreiten und so insbesondere die Versendung und

Übertragung großer Datenmengen ermöglichen. Der nationale Breitbandplan sieht daher vor, landesweit Glasfaserkabel zu verlegen. Ziel bis 2014 sind 40 Mio. Breitbandanschlüsse.

In Anbetracht der explodierenden Nachfrage nach Mobilität und Internet ist die installierte Kapazität am Limit. Breitbandanschlüsse in Brasilien gelten im internationalen Vergleich als teuer und ineffizient. Übergangstarife zwischen Fest- und Mobilnetz rangieren unter den höchsten der Welt. Von den rund 38 Mio. Anschlüssen besitzen nur ein Fünftel eine Datenübertragungsgeschwindigkeit von 2 Megabyte pro Sekunde oder mehr. Besonders prekär ist die Situation >



› laut Branchenverband Brasscom im Norden und Nordosten des Landes. Neue schnelle Mobilfunkfrequenzen der vierten Generation (2,5 GHz) sollen im April 2012 versteigert werden. Einige Unternehmen baten Anfang 2012 um Verschiebung, da noch Uneinigkeit besteht, ob bestehende 700 MHz-Frequenzen einbezogen werden dürfen. Nach Schätzungen der Regulierungsbehörde Anatel werden bis 2020 Investitionen von über 250 Mrd. R\$ nötig. Ziel bis 2018 sind 50 Mio. Festnetzanschlüsse, 270 Mio. Mobilanschlüsse und 165 Mio. Breitbandverbindungen. Beim PC und Notebook-Verkauf zog Brasilien 2011 mit rund 16 Mio. Stück an Japan vorbei und liegt mittlerweile hinter China und den USA weltweit

Dienstleistungen sind noch weit von der Sättigung entfernt. IDC sieht IT-Services in den nächsten Jahren um durchschnittlich 10,5% wachsen.

auf Platz drei. Bereits seit Mitte 2010 übertrifft der Verkauf von Notebooks/Netbooks den von Desktop-PCs. Mit Positivo und Itautec verfügt Brasilien auch über starke einheimische Produzenten, Positivo ist sogar Marktführer vor HP. Vom IT- und Medienboom profitieren auch die Hersteller von Computerperipherie. Produzenten von Druckern und anderem Computerzubehör verzeichnen Absatzzuwäch-

se von bis zu 30%. Auch für Computerspiele ist Brasilien ein großer und stark wachsender Markt. Microsoft entschloss sich, die Xbox 360 vom Partner Flextronics in der Freihandelszone Manaus produzieren zu lassen. Bei Software steigt insbesondere die Nachfrage im Verwaltungs- und Gesundheitssektor, weshalb der brasilianische Hersteller Totvs 20% seines Portfolios auf diesen Bereich konzen-

triert. Auch die Global Player machen mit ihren Paket-Lösungen in der Medizintechnik gute Geschäfte. Der Branchenverband Abes kritisiert, dass der Staat selbst eine große Rolle bei der Softwareentwicklung spielt, anstatt den Privatsektor zu fördern. Er bevorzugt zudem Open-Source-Software.

WETTBEWERB MIT CHINA UND INDIEN

Auch die hohe Kostenstruktur Brasiliens verhindert in den meisten Bereichen einen Wettbewerb der Software-Branche auf Augenhöhe mit China und Indien. Ausländische Unternehmen sind für 71% des Branchenumsatzes zuständig. Obwohl brasilianische IT-Firmen in einigen Bereichen nach Expertenmeinung international sehr wettbewerbsfähig und teilweise sogar führend sind (zum Beispiel Finanzmarkt, Landwirtschaft), kommen bisher nur 6% ihres Umsatzes aus dem Ausland.

International erfolgreiche Entwicklungszentren für IT-Anwendungen befinden sich in Recife (Porto Digital) sowie Rio de Janeiro (Cenpes, Ilha do Fundao). Ein Zentrum der brasilianischen Softwareproduktion ist der Bundesstaat Rio Grande do Sul, insbesondere in Caxias do Sul und Sao Leopoldo. Führend in der IT-Ausbildung sind die Universitäten von Florianopolis, Campina Grande und Campinas (Unicamp) sowie die Faculdade Impacta in São Paulo.

Die Nachfrage nach Dienstleistungen ist nach Expertenmeinung noch weit von der Sättigung entfernt. Selbst ohne die anstehenden Sportevents, die eine zusätzliche Nachfrage schaffen, sorgt schon die normale Nachfrage für ein beträchtliches organisches Wach-

MARKTINDIKATOREN

Indikator	Wert
Umsatz 2012 (Prognose)	80 Mrd. R\$
Hardware	44 Mrd. R\$
Dienstleistungen	25 Mrd. R\$
Software	11 Mrd. R\$
Wachstum 2011	11,0%
Wachstum 2012	11,6%
Breitbandanschlüsse	55,1 Mio.
fest	16,2 Mio.
mobil	38,9 Mio.
Smartphone	31,3 Mio.
Modem	7,6 Mio.
Anteil der Bevölkerung mit Internetzugang	47%
Absatz von Smartphones 2012 (Prognose)	15,5 Mio. (+63,2%)
Absatz Notebooks/Netbooks 2012 (Prognose)	10 Mio. (+18,5%)
Absatz von Desktop-PC (Prognose)	7 Mio. (-0,5%)
Absatz von Tablets (Prognose)	1,5 Mio.
Anteil Smartphones auf Handymarkt	15%
Quellen: Telebrasil, IDC, Presse	

tum. Laut IDC wird der Umsatz mit IT-Services in den nächsten Jahren um durchschnittlich 10,5% wachsen. Wichtiger Trend ist die Datenspeicherung als Dienstleistung. Während konventionelles Outsourcing 2014 nur noch um 2% wächst, werden Cloud Services dann um bis zu 28% zulegen.

Auch wird man laut Marktexperten weniger mit individuellen Verträgen und mehr mit "I accept-Button"-standardisierten Dienstleistungen zu tun haben. "IT-Dienstleistungen werden dann wie Strom eingekauft", sagt Dominik Maurer, Brasilien-Chef von T-Systems, der davon ausgeht, dass in Zukunft mindestens 20-30% der IT-Ausgaben der Unternehmen für Cloud-Services ein-

gesetzt werden. Nach einer Studie von Frost & Sullivan verwendet mehr als die Hälfte der großen Unternehmen bereits eine Cloudlösung. Insgesamt stieg die Akzeptanz 2011 von 27% auf 37%. 2012 rechnen Experten mit einer Überwindung der restlichen Sicherheitsbedenken und mit einem endgültigen Durchbruch von Cloud-Speicherung.

AUFRÜSTUNG DER AUSTRAGUNGSRORTE

Weitere langfristige Trends bis 2014 sind nach Angaben von Gilberto Pavoni Junior von ITWEB die Green IT, die Vernetzung von elektronischen Geräten über Bluetooth, das Internet of

Things und eine Anpassung der Unternehmen an das sich wandelnde Telekommunikationsverhalten von Mitarbeitern und Kunden. Im Vorfeld der Sportevents 2014 und 2016 ist zudem mit einer erheblichen Aufrüstung der Austragungsorte und Flughäfen mit Sicherheits- und Datenverarbeitungstechnologie zu rechnen. Die Sportevents dürften nach Schätzung von IDC der Branche ein zusätzliches Wachstum von 2% bescheren. Auch der kürzlich liberalisierte Markt für Kabelfernsehen bzw. digitales Fernsehen wird voraussichtlich stark wachsen. Infolge der steigenden Digitalisierung der Gesellschaft gewinnt das Internet immer mehr an Bedeutung als

Marketing- und Vertriebskanal. Im E-Commerce liegt Brasilien auf Platz sieben und wird bis 2014 auf Platz vier vorrücken. 2011 wurden nach Angaben der brasilianischen E-Commerce-Kammer Verkäufe von rund 18,7 Mrd. R\$ im Netz getätigt, 30% mehr als im Vorjahr. Das entspricht einem Anteil von 3,0% am Einzelhandelsumsatz. In den USA liegt dieser Anteil bei 24,4%. Auch aufgrund der wachsenden Einkommen besteht hier noch viel Expansionsraum. In die Digitalisierung der öffentlichen Verwaltung ist ebenfalls Dynamik gekommen. Im digitalen Steuerwesen gilt Brasilien als fortgeschritten.

In einer Studie zum Entwicklungsstand der IT-Infrastruktur von Accenture und IDC erhielt Brasilien gute Noten bezüglich Mobilität und IT-Investitionen sowie Akzeptanz von Cloud Computing. Verbesserte Werte gegenüber dem Vorjahr ergaben sich bei Green IT sowie korporativen Investitionen in Prozesse zur Innovation der IT. Verschlechterungen im Vergleich zum Vorjahr ergab die Untersuchung bei Delivery und Sicherheit.

Staatlicher Anreiz für die IT-Branche insgesamt ist die neue Bemessungsgrundlage für betriebliche Pensionsrücklagen für die Arbeitnehmer, die nicht mehr 20% des Gehalts beträgt sondern 2,5% des Unternehmensumsatzes. Das Regierungsprogramm Brasil Maior soll die einheimische Wirtschaft über höhere Local-Content-Vorgaben schützen, wobei aber viele IT-Komponenten gar nicht in Brasilien hergestellt werden und daher nicht von den Maßnahmen betroffen sind. Das Programm Pronatec soll für Nachschub an qualifizierten Arbeitskräften sorgen. Zurzeit sind rund 30.000 Stellen unbesetzt. <



Technologische Aufholjagd

→ Fehlende Infrastruktur und Fachkräftemangel hemmen das Wachstum. Die Gesundheitswirtschaft und Finanzdienstleister kündigen Milliardeninvestitionen in IT an.

TEXT: SUSANN KREUTZMANN, SÃO PAULO, GTAI

Der Anteil von Informationstechnologie am brasilianischen Bruttoinlandsprodukt (BIP) ist in den vergangenen Jahren stetig angewachsen. Derzeit trägt der Sektor mit 1,8% zur wirtschaftlichen Leistung Brasiliens bei. Nach Erwartungen der Branche soll dieser Anteil in den kommenden Jahren auf 3% steigen. In Europa tragen Informations- und Datenverarbeitung mit durchschnittlich 4,0 bis 4,5% zum nationalen BIP bei.

In Brasilien herrscht jedoch nach Ansicht von Experten Nachholbedarf vor allem bei kleinen und mittleren Unternehmen. Die Ausgaben für Informationstechnik einschließlich Computer, Software und Serviceleistungen betragen dort deutlich weniger als 1,0%. Brasilianische Großunternehmen geben nach einer Studie von Cisco Systems bis zu 2,3% ihres Umsatzes für IT aus. Damit gehört Brasilien im Vergleich der BRIC-Länder zusammen mit

Russland zu den Schlusslichtern. Nach Einschätzung von Fernando Meirelles von der Wirtschaftsuniversität Getúlio Vargas (FGV) in São Paulo besteht vor allem in Krisenzeiten die Gefahr, dass Unternehmen noch mehr bei den IT-Ausgaben kürzen. Nach Einschätzung von Rodrigo Abreu von Cisco Systems ist der Bedarf nach Informationstechnologie in Brasilien enorm. "Kleine und mittlere Unternehmen nutzen vergleichsweise wenig Computertechnik, haben aber

umgekehrt einen großen Anteil an der volkswirtschaftlichen Produktion", sagt er. Auch in großen Unternehmen und im öffentlichen Dienst sei der Einsatz von IT noch lange keine Selbstverständlichkeit. Einen großen Anschlag erwarten Marktbeobachter von dem Ausbau der IT-Infrastruktur zur Fußball-Weltmeisterschaft 2014 und den Olympischen Spielen 2016. Dadurch werde sich die Datenübertragungsgeschwindigkeit für alle Bereiche verbessern, sagt Abreu.

Besonders die Bevölkerung wird von den Hochgeschwindigkeitszugängen profitieren. Rund 15 Mio. Festnetz-Internetanschlüsse gab es laut Abreu 2011 in Brasilien. Damit kommen auf 100 Einwohner 7,5 Internet-Zugänge. Aktuell sind in Brasilien rund 98 Mio. Computer im Einsatz - ein Computer für jeden zweiten Brasilianer. Als Vergleich: In Europa und den USA übersteigt die Zahl der Computer die der Einwohner. Bis 2014 soll die Zahl der PCs und Laptops nach Schätzungen von Cisco Systems auf 140 Mio. steigen. Und selbst dann bleibt noch Luft nach oben. Seit 2007 hat sich die Zahl der verkauften Computer in Brasilien verdoppelt.

Nach vier Jahren Stagnation konnte sich Brasilien 2011 auch im internationalen Technologie-Ranking verbessern und kletterte von Platz 61 auf Platz 56, wie eine jährliche Untersuchung des World Economic Forum zeigt. Die Studie wertet die Möglichkeiten des Internet-Zugangs und die Nutzung von IT aus. Allerdings liegen nicht nur die VR China (Platz 36) und Indien (Platz 48), sondern auch lateinamerikanische Länder wie Chile, Uruguay und Costa Rica noch vor Brasilien. Als größte Hemmnisse für einen weiteren Ausbau des Internets sehen die Forscher Bürokratie und eine fehlende Infrastruktur. Schüler würden nicht flächendeckend in Informatik ausgebildet und es bestehe ein Mangel an ausgebildeten IT-Fachleuten, heißt es. Große Investitionen in neue Technologien sind in den kommenden Jahren im Gesundheitswesen und bei Finanzdienstleistungen zu erwarten. Marktbeobachter sind sich einig, dass in beiden Branchen auch in den kommenden Jahren ein zweistelliges Wachstum erreicht wird. Mit zunehmendem Einkommen steigt in Brasilien die Nachfrage nach Anlagemöglichkeiten und Gesundheitsdienstleistungen. So will beispielsweise die spanische Telefónica mit ihrer Tochter Telefónica Digital verstärkt in die zentrale Verwaltung von Patientendateien und Untersuchungsergebnissen investieren, die dann über eine externe Zentrale gesteuert wird. Microsoft will in Brasilien rund 3 Mrd.



© totalAldo/flickr

Im Gesundheitswesen wie bei Finanzdienstleistungen ist in den kommenden Jahren zweistelliges Wachstum zu erwarten.

R\$ in den Bereich Tele-Health einbringen, um für Kliniken, Praxen und Krankenkassen Lösungen für die Datenverwaltung anzubieten. Dabei setzt Microsoft vor allem auf Cloud-basierte Dienstleistungen.

Auch T-Systems do Brasil, Tochter der Deutschen Telekom, bietet angepasste Netzwerklösungen, Infrastruktur und Computerhardware für Firmen an. Dominik Maurer, Chef von T-System do Brasil, verweist darauf, dass die Speicherung in der Datenwolke in brasilianischen Unternehmen immer mehr Akzeptanz findet. Jedes Unternehmen, das wachsen will, müsse sich mit der Cloud auseinandersetzen. Denn sie biete Kostenvorteile, mehr Effizienz und verbesserte Geschäftsbedingungen. T-System erwirtschaftete 2010 mit seinen 2.100 Mitarbeitern in Brasilien einen Umsatz von etwa 340 Mio. R\$. Derzeit nutzen

rund 27% aller brasilianischen Großunternehmen Cloud-Anwendungen.

Auch für den Marktführer von Sicherheitssoftware, Trend Micro, wird Brasilien als Absatzmarkt immer interessanter. Für Konkurrent Symantec war Brasilien 2011 mit 40% der größte globale Wachstumsmarkt, wie CEO Enrique Salem bestätigt. Für 2012 erwartet er ein ähnlich positives Ergebnis.

Gute Chancen auf dem brasilianischen Markt haben auch Anbieter von Software zur Kundenverwaltung (Customer Relationship Management; CRM) Software. Sie vertrauen auf die anhaltend hohe Nachfrage von Telekommunikations-, Versicherungs- und Finanzdienstleistungsunternehmen, die ihre Kundenbeziehungen pflegen und ausbauen müssen.

Das staatliche Statistikinstitut IBGE hat den Einfluss von Hightech-Einsatz auf

das Produktionswachstum untersucht und kommt auf eine einfache Formel: Je höher der Technologieeinsatz, desto größer der Erfolg. Mit dem Einsatz von Informationstechnologie produzierten die Unternehmen im 1. Halbjahr 2011 etwa 6,6% mehr als im Vorjahreszeitraum. Unternehmen, die weniger in Hightech investierten, kamen nur auf ein Wachstum von 1,7%.

Spitzenreiter sind dem IBGE zufolge die Flugzeugproduktion und Weltraumforschung mit einem Wachstum von 9,5%. Die Pharmazeutische Industrie, die zu den größten Abnehmern von IT gehört, kam auf ein Wachstum von 6,4%. Auch die Automobilindustrie lag mit 6,5% Wachstum über dem Durchschnitt. Als Negativbeispiel führte das IBGE die Textil- und Lederindustrie mit einem traditionell hohen Anteil von manueller Arbeit an, deren Produktion im 1. Halbjahr 2011 um 8,5% sank. Nach Einschätzung des Ökonomen Júlio Sérgio Gomes de Almeida vom Institut für Studien der Industrieentwicklung (Iedi) zeigen diese Beispiele, dass Brasilien noch viel mehr in IT investieren muss, um einen höheren Mehrwert seiner Produkte zu erreichen. <

ICT für Mega-Events

→ Mit der WM 2014 und Olympia 2016 stehen Brasilien gleich zwei globale Medienereignisse ins Haus. Das gibt den IT-Investitionen einen Extra-Schub. Neben der Sportübertragung müssen die Organisatoren den Transport, das Gesundheitswesen sowie die Sicherheit in den zwölf Städten auf Millionen von Besuchern vorbereiten und nutzen dafür netzwerkbasierte Lösungen. Der Branchenverband Brasscom erwartet, dass rund 5,7 Mrd. R\$ in die Einrichtung der IT-Umgebung der Megaevents fließen werden.

TEXT: OLIVER DÖHNE, SÃO PAULO, GTAI



Die Nachfrage nach Kommunikation und schnellem Datentransfer steigt in Brasilien schon heute exponentiell. Um auch dem Spitzenaufkommen während der Megaevents 2014 und 2016 gerecht zu werden, müssen Städte und Unternehmen früher als geplant aufrüsten. Laut Prognosen muss Brasilien 2014 rund 90 Mio. Internetzugänge bedienen und ein Vielfaches des heutigen Datenvolumens bewältigen. Hauptmedium der Spiele wird das Internet sein. Bis 2014 wird HD und 3D nach Ansicht vieler Experten Standard sein. Auch Brasilien wird die Möglichkeiten bieten müssen. Die große Distanz zwischen den Spielorten verstärkt den Anspruch an das Übertragungsnetz zusätzlich. Zwar sollen im Mai 2012 die mobilen Breitbandfrequenzen der vierten Ge-

neration (LTE) versteigert werden, bis zur WM wird aber voraussichtlich noch kein flächendeckendes Netz bestehen. Die Übertragung wird daher über Glasfaserkabel erfolgen, mit Satelliten als Rückversicherung. Die Regierung setzt über den nationalen Breitbandplan Anreize für einen landesweiten Ausbau. Mit Manaus dockte zwar Anfang 2011 auch die letzte der zwölf WM-Städte an das Glasfasernetz an, entscheidend ist jedoch die mehrfach redundante Anbindung der Stadien und des International Broadcast Center, das in Rio de Janeiro entsteht und von wo die Spiele in die Welt gesendet werden. Die Nachfrage nach Glasfaserkabeln steigt jährlich um 10%.

Die Stadien sollen Hightech-Tempel werden, die ein reibungsloses Zusam-

menspiel zwischen Organisatoren, Zuschauern und Dienstleistern gewährleisten. Einen unkomplizierten Einlass

Brasilien muss 2014 rund 90 Mio. Internetzugänge bedienen und ein Vielfaches des heutigen Datenvolumens bewältigen. Hauptmedium der Spiele: das Internet.

könnten biometrische Identifikations- und Zugangsmechanismen ermöglichen. Die Fans sollen unter anderem über den Near-Field-Communication-Standard, der Datentransfer über Strecken bis zu 4 cm erlaubt, per Handy bezahlen können. Das würde die in Brasilien leider üblichen Warteschlangen

verkürzen. Auch sollten die Zuschauer über ausreichende Bandbreiten im Stadion verfügen, um Videos hochzuladen sowie Bildgespräche zu führen. Gefragt sind daher integrierte Lösungen für Sicherheit, Zugang, interaktiver Unterhaltung, Marketing und Information. Offizieller Partner der WM ist der Mobilfunkbetreiber Oi. NEC will bei der WM verschiedene Technologien wie Wifi, Digital Sign, CRM via Smartphone und Biometrie zusammenführen. Sportmarketing-Riese Traffic wird die Zuschauer über einen virtuellen Hausmeister über Verpflegung, Transport und sonstige Dienstleistungen informieren. Cisco will erstmals bei einem Großevent einsteigen und sein Konzept

des vollständig vernetzten Stadions in allen WM-Arenas einsetzen. Mit dem Bernabeu-Stadion in Madrid, ist das erste „Connected Stadium“ bereits erfolgreich in Betrieb. Offizieller Partner des Olympischen Komitees für IT-Infrastruktur und Systemintegration wird das französische Unternehmen Atos



© Rodrigo Soldon/flickr

sein, das Mitte 2011 Siemens IT Solutions & Services übernahm. Als lokaler Partner wird die Firma Alog aus São Paulo gehandelt, die zurzeit ihr drittes Datacenter in São Paulo aufbaut.

Auch der Zusatzbedarf im Mobilfunk in Ballungsräumen wie Flughäfen, Hotels und U-Bahnstationen und Stadtzentren machen den Aufbau neuer Datenleitungen und Übertragungsantennen nötig. Die Resorts und Freizeitanlagen, die sich als Mannschafts- und Trainingsquartiere bewerben, müssen datentechnisch ebenfalls auf dem neuesten Stand sein. Die Datenmenge steigert auch die Anforderungen an Management, Ausfallsicherheit und Speicherung. Experten rechnen damit, dass Cloud Computing 2014 aber vorerst nur in der Peripherie zum Einsatz kommen, da die Mehrheit der Unternehmen bei solchen Großevents konservativ sei.



© Prefeitura de Olinda/flickr



© Prefeitura de Olinda/flickr

Gesundheitsstationen und Krankenhäusern erhalten neue IT-Ausrüstung, Software und Beratung zur Effizienzsteigerung. Der Einsatz von Feuerwehr, Polizei und Notarzt wird vernetzt und zentral gesteuert. Monitore mit intelligenter Filter- und Erkennungssoftware sorgen in Ballungsräumen für Sicherheit. Bushaltestellen und -korridore werden elektronisch aufgerüstet und von Verkehrsleitsystemen gelenkt. Allein in Rio de Janeiro werden drei wichtige Achsen zwischen den Olympiazentren mit schnellen Buskorridoren (Bus Rapid Transport; BRT) bestückt. Weitere BRT bauen Belo Horizonte, Recife,

Fortaleza und Manaus. Die Sportevents stellen für Brasilien eine große Chance dar, den fälligen Schritt in die mediale Zukunft zu tun.

Nur mit einer modernen IKT können die Stadien ihrem Schicksal als weiße Elefanten entgehen und zu rentablen Multi-Use-Arenas werden, die etwa auch als Konferenzzentren dienen können. Vorbild ist die Amsterdam Arena, die der gleichnamige Betreiber mit Hilfe von NEC, Sony und Cisco zu einem Vorzeigeprojekt nachhaltiger Nutzung machte. In Brasilien wird das Unternehmen die Stadien in Natal und Salvador betreiben. <

> Allein in Rio de Janeiro werden drei wichtige Achsen zwischen den Olympiazentren mit schnellen Buskorridoren (Bus Rapid Transport; BRT) bestückt. Weitere BRT bauen Belo Horizonte, Recife, Fortaleza und Manaus.

Nischen im Ausland

→ Brasiliens Unternehmen punkten im Ausland mit Spezial-Knowhow. Denn preislich ist gegen die Konkurrenz aus der VR China und Indien kein Kraut gewachsen. Daher haben sich die brasilianischen IT-Firmen frühzeitig auf Nischen spezialisiert. Ein Beispiel dafür ist der Finanzmarkt, auf dem das Land Experten zufolge mit seinen Echtzeitoperationen international führend ist.

TEXT: OLIVER DÖHNE, SÃO PAULO, GTAI



© Rodrigo Saldon/flickr

Acht der zehn größten Banken Brasiliens sind Kunden von Softwareproduzent BRQ. Mit Hilfe der Entwicklungsbank BNDES will BRQ nun sein Engagement in den USA und Europa verstärken, eröffnete Büros in New York und Madrid und schloss Allianzen mit IBM, Oracle, Microsoft und Adobe.

Wie erfolgreich brasilianische IT-Unternehmen im Ausland sein können, zeigt das Beispiel der Firma Stefanini, die ebenfalls aus dem Finanzsektor kommt. Das Unternehmen, das 1996 mit einem ersten Auslandsbüro in Argentinien begann, hat sich mit einem Umsatz von über einer Mrd. R\$ zum größten IT-

Dienstleister Lateinamerikas entwickelt. 2001 ging Stefanini in die USA, 2003 nach Südeuropa und 2006 nach London sowie Indien. Durch Übernahmen ergänzender Dienstleister in Brasilien, Kolumbien und den USA konsolidierte sich Stefanini als breit aufgestellter Global Player mit Niederlassungen in 28 Ländern. Rund 42% des Umsatzes kamen 2011 aus dem Ausland. Für 2012 sind weitere Akquisitionen in Mexiko und auf den Philippinen geplant. In der VR China stehen Investitionen im Automotive-Bereich an.

Wie im Fall von Nexxera, einem Spezialisten für Datenübertragungsplattfor-

Modulo mit Dienstleistungen in den USA, Japan, Australien und Indien. Als zukünftiges Aktionsfeld erwägt Modulo die weltweite Vermarktung eines innovativen Echtzeitsystems aus dem Bildungssektor von Rio de Janeiro, über das Verwaltung und Schulen online in Kontakt stehen und schnelle Entscheidungen möglich werden. Modulo eröffnete unter anderem Büros in den USA und Großbritannien.

Bematech, Systemlieferant für IT-Automatisierung, bekam durch die Übernahme der US-Firma Logic Controls Zugang zu einer strategischen Lieferkette inklusive chinesische Hardwarezulie-

Stefanini hat sich seit 1996 zum größten IT-Dienstleister in ganz Lateinamerika entwickelt.

men, Kreditanalyse-Instrumenten und Logistiksteuerungs-Tools. „Bosch ist dabei, das Nexxera-System aus Brasilien auf alle seine lateinamerikanischen Filialen zu übertragen“ sagt Unternehmenspräsident Edson Silva. Begleitend eröffnete Nexxera ein Büro in der kolumbianischen Hauptstadt Bogotá sowie in Miami. Nächster Schritt ist eine Niederlassung in Perus Hauptstadt Lima und der Markteintritt in insgesamt acht lateinamerikanischen Ländern.

Für Modulo, einen führenden Anbieter von Governance, Risk und Compliance-Anwendungen (GRC), kam ein wichtiger Impuls für die internationale Expansion über einen Vertrag mit IBM. Darin beauftragte der Branchenriesen-

ferer und gewann durch seine internationale Ausrichtung sogar in der Krise dazu. Schwerpunkt des Aktionsradius sind IT-Lösungen im Hotelsektor in Portugal und im portugiesisch-sprachigen Afrika. Als nächsten Schritt plant Bematech die Übertragung des fortschrittlichen brasilianischen elektronischen Fiskalsystems auf andere Länder. Hier rechnet sich auch Mastersaf Chancen aus und setzt auf die Entwicklung von Steuerungssoftware für brasilianische Global Player auf dem Weg ins Ausland. Ein Börsengang und Übernahmen sollen Schlagkraft und Knowhow verstärken.

Den Weg über die ehemalige Kolonialmacht Portugal geht die Firma Softwell. So überwacht das portugiesische

Gesundheitsministerium jede Operation in portugiesischen Krankenhäusern mittels einer Software von Softwell. Portugal ist für das Unternehmen ein erster Brückenkopf im Ausland. Nach der iberischen Halbinsel soll der Einstieg in Europa und später in den USA, der VR China und Indien gelingen.

Erfolgsrezept von Brasiliens größtem Software-Anbieter Totvs waren ein frühzeitiger Fokus auf kleine und mittlere Unternehmen während die Kon-

kurrenz wie SAP und Oracle noch ausschließlich auf Großkunden abzielten. Dazu kam eine schnelle Kapitalisierung über staatliche Förderung und Börsengang sowie konsequente Übernahmen im In- und Ausland. Heute ist Totvs international in 23 Ländern aktiv, unter anderem in Argentinien, Mexiko und Portugal. Dabei setzt das Unternehmen neben Akquisitionen und organischem Wachstum auf ein Franchise-Konzept und schloss, um sich neue Türen zu

öffnen, eine globale Allianz mit IBM.

Die Firma Ci&T Software verfolgt bei der Globalisierung zwei Schwerpunkte: mit kleinen lokalen Einheiten in den hochentwickelten Märkten präsent sein und parallel in der gleichen Zeitzone Entwicklungszentren aufbauen, wie zum Beispiel in Brasilien und Argentinien für den US-Markt und in China für Japan. Ci&T ist hinter Stefanini die Nr. 2 bei der Internationalisierung und erwirtschaftet 24% seines Umsatzes im Ausland, davon 86% in den USA.

„Wer international nicht wettbewerbsfähig ist, ist bald weg“ sagt CEO Cesar Gon. <

INFO

www.brg.com
www.bematech.com
www.stefanini.com
www.totvs.com

Onlinekäufer sind vorsichtig

Der Online-Einkauf wird für viele Brasilianer mit steigendem Einkommen und einer größeren Angebotsvielfalt immer interessanter. Haushaltsgeräte und Elektronik führen die Liste der am meisten verkauften Waren an. Größtes Hindernis bleiben aber logistische Probleme und lange Auslieferungszeiten vor allem außerhalb der Metropolen.

TEXT: SUSANN KREUTZMANN, SÃO PAULO, GTAI

Brasilien liegt beim Potenzial von Verkäufen im Internet auf Platz sieben. In drei Jahren soll Brasilien nach China, den USA und Japan aber schon auf den vierten Rang vorgerückt sein. 2011 wurden nach Angaben der brasilianischen E-Commerce-Kammer Verkäufe von rund 18,7 Milliarden R\$ im Netz getätigt. Das entspricht einer Wachstumsrate von knapp 30% im Vergleich zum Vorjahr. Das ist ein Anteil von 3,0% am gesamten Einzelhandelsumsatz. Zum Vergleich: In den USA liegt dieser Anteil bei 24,4%. Das Online-Potenzial in Brasilien ist aufgrund der wachsenden Einkommen noch lange nicht ausgereizt.

Bislang erledigten nur 20% aller brasilianischen Internetnutzer ihre Einkäufe online, wie das Meinungsforschungsinstitut Forrester Research mitteilte.



© Paul Nicholson/flickr

Haupthindernis sind Sicherheitsbedenken. 69% der Internetnutzer vertrauen demnach dem Kauf per Mausklick nicht. Nur 6% der Online-Käufer sind bereit, die Ware vor dem Versand online zu bezahlen. Einer der größten Hemmschuhe für einen zügigen Aus-

bau bleibt die Logistik. Fehlende Infrastruktur, lange Beförderungszeiten der Post und nur wenige landesweit arbeitende Kurierdienste erschweren den Versand der Waren zum Kunden. Auf Platz eins im Ranking der meist bestellten Online-Produkte kommen

laut der E-Commerce-Studie Webshopper mit 43% elektronische Geräte, gefolgt von Elektrogeräten wie Kühlschränken, Gefriertruhen, Waschmaschinen und Herden mit 34%. Bücher, Zeitschriften und Zeitungen liegen mit 29% der verkauften Online-Produkte auf Platz drei.

Befragt nach künftigen Online-Käufen erfreuen sich Digitalkameras, Mobiltelefone und das iPhone der größten Beliebtheit. Auch die Zahl der Online-Käufer nahm in den vergangenen Jahren mit jährlichen Steigerungsraten zwischen 30 und 40% rasant zu und liegt heute bei etwa 23 Mio. Durchschnittlich gab jeder Kunde 2010 etwa 379 Real (R\$; 1 Euro = 2,258 R\$; Stand Januar 2012) bei Internet-Einkäufen aus. <

Global Player vor Ort

Weltkonzerne wie IBM, Telefonica und Oracle weiten ihr Engagement in Brasilien aus. Für Interesse der Multis sorgen neben dem stabilen Wachstum eine Reihe weiterer Faktoren. Denn die Marktchancen für IT-Lösungen sind riesig: Die Brasilianer sind jung, kommunikations- und technologiebegeistert. Doch nicht immer können sie ihre Kreativität in Innovation umzusetzen. Die kommt häufig von außen. Gerade auch, wenn es darum geht, die Effizienz zu steigern, um international wettbewerbsfähig zu bleiben.

TEXT: OLIVER DÖHNE, SÃO PAULO, GTAI

Acht von zehn Brasilianern leben in Großstädten. Die Metropolregionen sind jahrzehntelang unkontrolliert gewachsen und leiden heute unter einem täglichen Verkehrskollaps, Sicherheitsproblemen, Überschwemmungen und einer überlasteten öffentlichen Verwaltung. Integrierte IT-Systeme wie etwa die Smart-City-Konzepte könnten die Lage entschärfen. IBM und Oracle halten São Paulo und Rio de Janeiro daher für sehr interessante Zielmärkte.

In Rio de Janeiro hat IBM bereits ein Forschungszentrum für natürliche Ressourcen, Informationssensoren und -kollektoren sowie intelligente Systeme eingerichtet. Experten glauben, dass die Forschungsergebnisse des Zentrums starken Einfluss auf die Förderung der neuen Offshore-Ölvorkommen haben werden. IBM bietet in Brasilien sein gesamtes Portfolio an, von Softwareentwicklung bis Audit und erzielt einen Umsatz von rund 3 Mrd. Real (R\$; circa 1,3 Mrd. Euro; 1 Euro = 2,26 R\$; Stand 15.2.12). Oracle will insbesondere in der Sicherheitstechnologie sein Knowhow einbringen. Neben den Metropolen wollen auch zahlreiche kleinere Städte Smart City-Projekte entwickeln. Cisco hat ebenfalls ein Auge auf die moderne Stadtentwicklung geworfen und konzentriert sich auf Technologien, die helfen den Verkehr zu überwachen, Unfälle und Staus zu erkennen. In Rio de Janeiro wird das Unternehmen ein Technologiezentrum eröffnen, von dem aus unter anderem die Stromver-



SAP ist Marktführer bei Großkunden und sucht neues Wachstum bei mittelgroßen Unternehmen, im Finanzsektor und im Agribusiness.

sorgung und das Transportwesen beobachtet werden können.

CISCO IN RIO UND MANAUS

In Manaus produziert Cisco über einen lokalen Partner Decoder für das stark expandierende Kabelfernsehen und erwägt auch weitere Produkte in Brasilien zu fertigen. Auch der nationale Breit-

bandplan der Regierung verschafft dem Unternehmen gute Chancen. Konkurrent beim Netzaufbau ist neben HP die Siemens-Tochter Enterasys, die bereits Brasiliens Global Player Gerdau und Petrobras zu ihren Kunden zählt. Siemens Enterprise Communications betreibt ein Netzwerkbetriebssystem (Network Operation Center; NOC) in

São Paulo, eine Produktionsanlage in Curitiba sowie ein Forschungs- und Entwicklungszentrum.

Das Potenzial von Internet, Mobilfunk und Medien ist enorm. Die spanische Telefonica hat das früh erkannt und beteiligt sich seit 1998 massiv an der Privatisierung des Sektors. Sie ist in das Festnetz von São Paulo und - gemeinsam mit der Portugal Telecom - über die Marke Vivo in den Mobilfunk eingestiegen. 2010 übernahm Telefonica 100% von Vivo und wird unter der Marke in Zukunft ein volles Spektrum an Festnetz, Mobilfunk, Breitbandinternet und Fernsehen anbieten. Dazu will der Konzern bis 2014 rund 24 Mrd. R\$ investieren.

Vivo hält im Mobilfunk einen Marktanteil von rund 30%. Schärfster Konkurrent der Spanier ist der mexikanische Tycoon Carlos Slim, der in Brasilien mit den Firmen Claro (Mobilfunk), Embratel (Festnetz) und Net (TV, Internet, Festnetz) aktiv ist. Portugal Telecom stieg nach Verkauf der Vivo-Anteile beim brasilianischen Branchenriesen Oi ein. Ebenfalls stark im Markt ist Telecom Italia-Tochter TIM, die 2011 die Telekom-Sparte von Stromanbieter AES und damit ein Glasfasernetz von 5.500 km Länge übernahm.

Neue Spielwiese der Netzbetreiber ist der Einstieg ins kürzlich liberalisierte Kabelfernsehen. Um die Auflage der Regierung zu erfüllen und das Glasfasernetz landesweit auszubauen, werden die Netzbetreiber in den nächsten



© JohnConnell/flickr

Jahren rund 60 Mrd. R\$ investieren. Ein weiteres neues Aktionsfeld der Telekom-Firmen sind IT-Dienstleistungen. Telefonica wuchs hier 2011 um 25% und erwartet, dass bis 2014 rund ein Viertel des IT-Umsatzes der Firma mit Cloud Services erwirtschaftet wird. Laut IT-Experten fehlt den Telekommunikationsfirmen jedoch das Knowhow für einen schnellen Erfolg in der Branche. Telekom-Tochter T-Systems beliefert und betreut besonders die in Brasilien stark präsente deutsche Kfz- und Zulieferindustrie mit Bestell- und Liefersystemen, Buchhaltungssoftware und

Verkaufstools. Auch brasilianische Top-Unternehmen wie Sabó und Bradesco sowie Agrarriesse Louis Dreyfus, Shell und Philips sind unter den Kunden. Ein wichtiges Feld ist die Installation und Anpassung von SAP-Systemen. T-Systems eröffnete im September 2011 eines der modernsten Rechenzentren in Südamerika und unterhält in Brasilien insgesamt vier Rechen- sowie ein Kundensupportzentrum mit 300 deutschsprachigen Mitarbeitern. Als zukünftige Aktionsfelder erwägt das Unternehmen den Gesundheitssektor und den Warentransport.

Microsoft reizt an Brasilien nach Angaben des regionalen CEO Michel Levy, dass die Industrie effizienter und kostengünstiger werden muss, um trotz hoher Lohnkosten international wettbewerbsfähig zu bleiben. Microsoft eröffnete im Januar 2012 in São Paulo sein erstes Technologiezentrum in Südamerika, in dem unter anderem Teams aus Unternehmen neue Produkte testen können.

MICROSOFT IN SÃO PAULO

SAP ist Marktführer bei Großkunden, wuchs in Brasilien 2011 um 9% und

sucht neues Wachstum bei mittelgroßen Unternehmen, im Finanzsektor und im Agribusiness. Steueranreize sind das Argument für Foxconn, das insgesamt sechs Produktionsanlagen in Brasilien bauen und dort unter anderem i-Phones und andere Apple-Produkte fertigen wird.

Nokia, LG, Motorola und Samsung stellen bereits lokal Handys und Smartphones her. Auch ZTE und Huawei wollen infolge der ausgeweiteten staatlichen Anreize in Brasilien Telekommunikationsausrüstung produzieren. <



© Daniela S Nasseti/flickr

Jugend im Internetfieber

Im kommunikationsfreudigen Brasilien sorgt das Internet für besonders viel Euphorie. Brasilianer verbringen überdurchschnittlich viel Zeit online und stellen hinter den US-Amerikanern und Japanern die meisten aktiven User mit eigenem Internetzugang. Durch die staatliche Förderung von PCs, Notebooks, Tablets und Smartphones drängen auch ärmere Schichten verstärkt ins Netz. Der Bildungssektor setzt ebenfalls mehr auf IT und weitet sein Angebot an Online-Kursen und IT-gestützten Zusatzdiensten aus.

TEXT: OLIVER DÖHNE, SÃO PAULO, GTAI

Für junge Brasilianer ist Internet so selbstverständlich wie Fernsehen oder Radio für frühere Generationen. Rund 60% der Brasilianer im Netz sind jünger als 35 Jahre. Kinder zwischen zwei und elf Jahren machen bereits rund 11% der "Internautas" (Internetnutzer) aus und verbringen trotz Restriktionen der Eltern monatlich fast 18 Stunden mit Onlinespielen, Chats und Profilbesuchen. Auch Hausaufgaben erledigen immer mehr Kids im Netz. Rund 11%

dieser Altersgruppe sind bei sozialen Netzwerken wie Facebook, Orkut und Windows live aktiv. Der internationale Durchschnitt liegt bei 7%.

Ältere Jugendliche interessieren sich neben Online-Communities auch für Videos, Musik und Filme. Die 25- bis 44-jährigen nutzen das Internet besonders zum Einkaufen und Nachrichtenlesen. Der Zugang erfolgt zu 88% über PC oder Notebook, bei jüngeren Usern auch verstärkt über Spielkonsolen und

in der Gruppe zwischen 35 und 44 Jahren zunehmend über Tablets.

Von den rund 192 Mio. Brasilianern haben etwa die Hälfte die Möglichkeit ins Internet zu gehen, sei es über eigene Rechner, die von Freunden, Internetcafés, Schulen oder Bibliotheken. Rund 46 Mio. sind aktive Internetnutzer, mit eigenem Onlinezugang zuhause oder bei der Arbeit. Damit überholte Brasilien Deutschland und rückte hinter den USA und Japan auf Platz drei vor.

Von den aktiven Usern gehen 38% täglich online und besuchen zu 99% mindestens einmal pro Monat ein soziales Netzwerk. Bei der Anzahl der Besuche in Online-Communities pro User übertrifft Brasilien sogar die USA. Ende 2011 löste Facebook mit rund 36,1 Mio. Mitgliedern das in Brasilien traditionell starke Orkut (34,4 Mio.) als

Stellen jedes Online-Studenten reagiert. E-Learning litt in Brasilien lange unter ineffizienten Methoden, geringer Akzeptanz und hohen Abbrecherquoten. Strengere staatliche Auflagen führten 2009 zum Ende vieler kleinerer Anbieter und für einen Qualitätssprung bei den Verbliebenen. "E-Learning-Kurse müssen gut durchdacht sein und rich-

Das Lernen im Netz wird durch eine neue Online-Generation und die die ständig schwieriger werdenden Transportverhältnisse in den Großstädten beflügelt.

Nummer eins ab. Mit rund 70 Stunden online im Monat liegen brasilianische Internetnutzer weltweit an der Spitze. Aber nicht nur zur sozialen Interaktion und zur Unterhaltung wird das Netz genutzt. Rund 25 Mio. Brasilianer gehen ins Internet, um sich fortzubilden oder eine Arbeit zu suchen. Der Staat fördert den Aufbau von Computerräumen in Schulen, besonders in ländlichen und ärmeren Regionen, zum Beispiel über das Programm ProInfo. Die Produktion von einfachen PCs und Notebooks sind von Sozialabgaben befreit. Seit Neuestem gilt das auch für Tablets. Smartphones könnten folgen.

Auch die Hochschulen passen sich an die neue Realität an. An der privaten Universität Impacta in São Paulo, einer der führenden Adressen für praxisnahe IT-Ausbildung, können Studenten sich vor der Vorlesung das Skript herunterladen und danach die aufgezeichnete Lehrveranstaltung mit den gesprochenen Erläuterungen des Professors erneut anhören. Im E-Learning hat Impacta-Direktor Valderes Pinheiro ein System entwickelt, das auf die konkreten Schwä-

tig begleitet werden", sagt Valderes, der durch den Einsatz von IT einen Mehrwert für die Fernstudenten schafft, zum Beispiel durch interaktive Videokonferenzen. Was das Lernen im Netz in den nächsten Jahren beflügeln wird, sind die höhere Akzeptanz durch eine neue Online-Generation, die ständig schwieriger werdenden Transportverhältnisse in den Großstädten und der steigende Mobilitätswunsch.

Bis 2016 soll sich die Zahl der Fernstudenten von rund 1 Mio. Studenten verdoppeln und bis 2020 verdreifachen. "Brasilien ist beim Thema Fernstudium bisher noch unterentwickelt, weshalb wir hier viel Platz zur Expansion sehen und entsprechend investieren", sagt Carlos Lazar, Direktor beim Unternehmen Kroton, das Ende 2011 mit der Universität von Nord-Paraná (Unopar) die Nummer eins im Fernstudium übernahm. Nummer zwei ist Anhanguera, mit rund 400.000 Studenten der zweitgrößte private Bildungsanbieter der Welt.

Auch Estácio fährt einen aggressiven Wachstumskurs im Online-Studium.



© CDI Europe/flickr

KENNZAHLEN DER INTERNETNUTZUNG *)

Indikator	Wert
Anzahl aktive Internetnutzer	46 Mio.
Anteil von Internetusern unter 25 Jahren	40%
Anzahl Fernstudenten 2010	1 Mio.
Anzahl Fernstudenten 2020 (Prognose)	3 Mio.
Durchschnittliche monatliche Onlinezeit	69 Stunden

*) Werte für 2011, soweit nicht anders angegeben

Quellen: Iprobe, Nielsen, Presse

PROFIL DER INTERNETUSER nach Altersgruppen (in %)

Altersgruppe (in Jahren)	Anteil
2-11	10,8
12-17	9,9
18-24	12,4
25-34	26,7
35-49	26,3
+50	13,9

Quelle: NetView, Iprobe Nielsen Online (Dezember 2011)

Hinter allen drei Gruppen stehen Investmentfonds. Weitere Player sind Uniasservi, Ultra, Fatec, Unip, Castelo Branco, Uniseb und FTC. Branchenexperten rechnen mit einer Konsolidierung auf dem privaten Bildungsmarkt. "Es werden etwa zehn bis fünfzehn gro-

ße Universitäten übrigbleiben", denkt José Rubens Fonseca, Professor an der Universität von Rio de Janeiro. Überleben wird nur, wer der Marktnachfrage nach praxisbezogener, Technik- und IT-geschulter Ausbildung am schnellsten nachkommt. <

Bildungsnetz in Brasilien

› Mit ihren Hochschulk Kooperationen stärkt SIBE, die internationale Business School der Steinbeis-Hochschule Berlin, Mittelständler im Wettbewerb um Talente – auch vor Ort, in Brasilien.

TEXT: ACHIM DIRKS

SIBE setzt auf die enge Verbindung zu renommierten Hochschulen in den Emerging Markets. Die Zusammenarbeit mit drei brasilianischen Universitäten wurde deutlich verstärkt – die Masterstudierenden der SIBE haben ab sofort die Möglichkeit, während ihrer dreiwöchigen Auslandsstudie den Grundstein für ein Double Degree zu legen. Neben dem Master of Arts in General Management oder dem Master of Science in International Management von der staatlich anerkannten Steinbeis-Hochschule Berlin erhalten die Studierenden einen zusätzlichen MBA-Titel von einer der drei brasilianischen Top-Partneruniversitäten UNITAU, Católica oder Mauá.

SIBE baut in Brasilien regionalen Unternehmensnetzwerke weiter aus. Seit Anfang 2010 arbeiten brasilianische Studierende an Unternehmensprojekten aus verschiedenen Wachstumsbranchen.

Von den Netzwerken profitieren auch die projektgebenden Unternehmen. Stichwort Employer Branding: Unternehmen – kleine wie große – erhöhen ihre Attraktivität für die besten Köpfe. Eine Hochschulk Kooperation mit einer

das ihnen bei einer Aufnahmequote unter 10 Prozent garantiert die besten Absolventen als Projektmitarbeiter vorselektiert. Rund zehn M.A.-, M.Sc.- und MBA-Kurse reisen jedes Jahr für zwei bis drei Wochen mit der SIBE, der internationa-

Stefanie Kisgen, Direktorin des Master of Science in International Management: „Moderne Managementlehre ist heutzutage ohne den internationalen Fokus gar nicht mehr denkbar. Dafür ist die weltweite Vernetzung bereits viel zu weit fortgeschritten.“

Einer der Teilnehmer, Erik Brandstädter, Produktmanager bei ABB und Masterstudent der SIBE über die Auslandsstudie: „Natürlich sind die eigenen Vorstellungen vom Karneval in Rio, Fußball und brasilianischer Musik beeinflusst. Doch dass Brasilien viel mehr ist und zu bieten hat, das haben wir durch unsere vielen Unternehmensbesuche sehr bald mitbekommen. Brasilien für mich zeichnet sich Brasilien durch eine unglaubliche Offenheit gegenüber Neuem aus. Diese Offenheit macht Brasilien für Ausländer zu einem absolut lohnenswerten Wirtschafts- und Reiseziel.“

Moderne Managementlehre ist heutzutage ohne den internationalen Fokus gar nicht mehr denkbar.

renommierten Business School ist dabei eine häufig gewählte Möglichkeit, gute Mitarbeiter anzusprechen oder zu binden.

Ein weiterer Mehrwert ergibt sich für Unternehmen durch die Rekrutierungsarbeit der SIBE. Unternehmen profitieren von einem mehrstufigen, DIN-zertifizierten Auswahlverfahren an der Hochschule,

len Business School der Steinbeis-Hochschule Berlin, nach Brasilien. Ziel ist es den Nachwuchsführungskräften die aufstrebende Wirtschaftsmacht näher zu bringen. Auf der eng gestaffelten Agenda für die Studienreise stehen daher neben Terminen bei Unternehmen und Wirtschaftsverbänden auch kulturelle und kulinarische Highlights.

Wettbewerb um Talente



© SIBE

Prof. Dr. Werner Faix, Gründer und Direktor der Steinbeis School of International Business And Entrepreneurship SIBE

› **Was empfehlen Sie Mittelständlern, damit diese im Wettbewerb um Talente in Brasilien mithalten können?**

Ein bisschen mehr Gehalt als im Landesdurchschnitt zu zahlen, das alleine reicht in Brasilien heute nicht mehr. Hier zählt die Perspektive für die persönliche Entwicklung. Und genauso stark das soziale Umfeld, in dem gearbeitet und ausgebildet wird. Wenn man schon aus den Metropolen in die Industrievororte hinausgeht, müssen Dinge wie Weiterbildungsmöglichkeiten, Karrierechancen, die Kindergartenbetreuung, eine gute Kantine geregelt

sein. Hilfe beim Schulgeld, die Einbindung von Familien in das soziale Leben im Unternehmen ist viel wichtiger als bei uns.

Auch soziales Engagement oder Anstrengungen im Umweltbereich zahlen sich für das Ansehen, das eine Firma vor Ort gewinnt, aus.

› **Wie gut und wie praxisnah ausgebildet sind dort Absolventen von den Hochschulen?**

Es gibt ganz hervorragende Universitäten in Brasilien. Die jungen Leute sind unglaublich optimistisch, hochmotiviert. Das teilt sich jedem Unter-

nehmer bei Besuchen im Land mit. Diese Energie gezielt zu lenken und mit den Anforderungen, die sich in einem weltweiten Produktionsverbund auch im Mittelstand stellt, das ist die Aufgabe, die sich durch intelligente Trainings- und Qualifizierungskonzepte und ein strategisch durchdachtes Talent- und Kompetenzmanagement lösen lässt.

Die Verbindung von Qualifizierung und Praxis ist noch in den Anfängen. Hier wie auch in anderen Schwellenländern haben wir als Steinbeis Universität gemeinsam mit den Industrieunternehmen noch gute Chancen. <

Success in International Projects with Steinbeis Young Professionals

Qualified

You choose future members for your international project teams from a large pool of preselected high potentials.

Motivated

You benefit from highly motivated young professionals: Management Assistants who know your company and your products from scratch.

Hands-on

Management Assistants who are familiar with company- and product-specific situations adapt current knowledge to the specific needs of your enterprise.

Support for your global business:
www.steinbeis-msc.de

RADIKAL NEUES DENKEN BRAUCHT EINEN RADIKAL ANDEREN AUFTRITT. GFT UND PARTNER PRÄSENTIEREN DIE 50 BESTEN INNOVATIONEN ZUM THEMA „SHAPING MOBILE LIFE“, DIE DER GLOBALE CODE_n CONTEST HERVORGEBRACHT HAT. DIE KREATIVSTE LÖSUNG WIRD AUF DER CEBIT MIT DEM CODE_n12 AWARD AUSGEZEICHNET. HALLE 16 WIRD ZUR EINZIGARTIGEN „HALL OF INNOVATION“, GESTALTET VON DEN KÜNSTLERN TOBIAS REHBERGER UND JÜRGEN MAYER H. DER ARCHITEKTONISCHE RAHMEN VERBINDET KUNST MIT TECHNOLOGIE UND SCHAFFT EINEN OFFENEN RAUM, DER ZUM AUSTAUSCH UND ZUR INSPIRATION EINLÄDT. LASSEN SIE SICH ÜBERRASCHEN UND ERLEBEN SIE START-UPS, JUNGE UNTERNEHMEN, VOR- UND QUERDENKER, DIE DEN CODE FÜR DAS NEUE HABEN.

WWW.CODE-N.ORG

CODE _n 12

**IT-AVANTGARDE
AUF DER
CEBIT 2012
IN HALLE 16**