

SÜDAMERIKA ERFORDERT INTERNATIONALE ERFAHRUNG

Interview mit Emanuel Baltis, Präsident der Schweizerisch-Brasilianischen Handelskammer

■ Das Interview wurde von Armin Rainer geführt

Sehr geehrter Herr Baltis, die Schweizerisch-Brasilianische Handelskammer unterstützt Geschäftsanbahnungen zwischen Schweizer und brasilianischen Unternehmen und kennt die Marktgegebenheiten dort sehr gut. Ist Brasilien ein attraktiver Markt für Schweizer Unternehmen? Für welche Branchen im Speziellen?

Die Schweiz und Brasilien pflegen seit Jahrzehnten eine solide Aussenhandelsbeziehung. Als siebtgrösste Volkswirtschaft der Welt profitiert das Land von den bedeutenden natürlichen Ressourcen, einer immensen Agrarwirtschaft und einer aktuell günstigen Alterspyramide. Schweizer Firmen, die in den Branchen Chem/Pharma, Maschinenbau, Nahrungsmittel, High Tech, Gesundheit/Ästhetik, Biotechnologie, Umwelttechnik oder auch in der Luxusgüterbranche tätig sind, finden einen interessanten Markt in Brasilien. Die heutige Übergangsregierung ist auch sehr interessiert, die Privatisierungen von Flughäfen, Krankenhäusern etc. zu beschleunigen. Dies bringt ein weiteres Aktionsfeld für Schweizer Firmen, die sich mit Privatisierungen in der Regel gut auskennen. Trotz der seit 2014/15 anhaltenden Rezession gibt es heute einige positive Wirtschaftsfaktoren, die ein «bottom-out» der Krise darstellen könnten.

Wie sieht es mit anderen südamerikanischen Ländern aus? Welche Entwicklungen sind zu verfolgen?

Da Brasilien beinahe 50% des lateinamerikanischen BIPs darstellt, ist auch eine gewisse wirtschaftliche Abhängigkeit der anderen Länder von Brasilien klar erkennbar. Brasilien will mit der neuen Regierung den Wirtschaftspakt Mercosur revitalisieren, da der Prozess von Free-Trade-Agreements mit anderen Wirtschaftsräumen wie der EU oder Efta in letzter Zeit verlangsamt wurde. Andere Länder wie Chile, Kolumbien und auch Mexiko stellen sicher auch interessante Märkte dar, wo sich Schweizer Firmen in Nischen gut positionieren können. Solche Märkte haben aber gegenüber Brasilien ein beschränktes Potenzial, aufgrund ihrer Grösse.

Wie muss sich ein Schweizer Unternehmen auf den Markteintritt in Brasilien vorbereiten? Welche sind die grössten Herausforderungen?

Der brasilianische Markt sollte meines Erachtens für ein Schweizer Unternehmen nicht der erste Exportmarkt sein. Es ist empfehlenswert, am besten zunächst innerhalb der EU erste internationale Erfahrungen zu sammeln. Bei einem strategisch geplanten Markteintritt in Brasilien sollte sich die Firma sehr gut über die lokalen Verhältnisse informieren. Der «Business Case»

Informationen zur Person



Emanuel Baltis ist seit sechs Jahren Präsident der Schweiz-Brasilianischen Handelskammer (Swisscam) und wohnt in Sao Paulo, Brasilien. Bis Frühling 2017 war Emanuel Baltis als CEO der Zürich Versicherung in Brasilien tätig. Seine Karriere bei der Zürich Versicherung spannte sich über mehr als 20 Jahre mit Führungspositionen in Lateinamerika und im Hauptsitz mit weltweiter Verantwortung im Underwriting.

sollte mit Brasilien-Experten vorab besprochen sein. Hohe bürokratische Hürden, ein komplexes Steuersystem, veraltete Arbeitsgesetze und die Grösse des Landes spielen bei den Überlegungen eine zentrale Rolle. In Sachen Arbeitsgesetze ist die Regierung aktuell dabei, mit Teil-Reformen noch in diesem Jahr mit der Modernisierung des Arbeitsmarktes zu beginnen.

Wie viele Schweizer Unternehmen haben es erfolgreich geschafft, in Brasilien Fuss zu fassen? Wie haben sie es geschafft? Woran scheitern jene, die es nicht schaffen?

Schweizer Unternehmer, die es erfolgreich geschafft haben, in Brasilien Fuss zu fassen, haben lokale Experten frühzeitig mit einbezogen oder haben nach

Informationen über die SWISSCAM



Die Schweiz-Brasilianische Handelskammer, gegründet am 16. April 1945, ist eine der besten Adressen für die Knüpfung und Pflege von Geschäftsbeziehungen zwischen der Schweiz und Brasilien. Als wichtige Plattform für international tätige Firmen koordiniert die Kammer auch Arbeitsgruppen zu wechselnden, aktuellen Themen wie brasilianische Gesetzgebung und Rechtsschutz, Nachhaltigkeit, Kommunikation, Impact Investment, Marketing, Personalwesen, Intellectual Property, Innovation etc.

einer gründlichen Due Diligence eine lokale Firma akquiriert, um von einer gewissen Stammkundschaft schon im Anfangsstadium zu profitieren und um der Start-up-Bürokratie auszuweichen. Auch andere Formen von Joint-Ventures wie Langzeitverträge, um Kundenkanäle von lokalen Partnern zu nutzen, sind gängige Erfolgsmodelle. Alle Formen des Markteintritts haben ihre Vor- und Nachteile. Wichtig ist, dass das Unter-

nehmen einen langen Atem für allfällige und immer wiederkehrende Wirtschaftsschwankungen und Krisen hat und deshalb einen Langzeithorizont für solche Investitionen plant. Unsere Mitarbeiter der Schweiz-Brasilianischen Handelskammer hatten dieses Jahr in Zusammenarbeit mit Bundesstellen eine Erhebung der Schweizer Firmen gemacht. Zurzeit sind 372 Schweizer Unternehmen in Brasilien, davon

360 SMEs und 12 Grossunternehmen. Auch Schweizer Unternehmen in Brasilien sind den brasilianischen Wirtschaftszyklen ausgesetzt, und so konnten wir in den letzten Jahren beobachten, dass auch Schweizer Grossunternehmen sich dem geschwächten Wirtschaftswachstum anpassen mussten, jedoch mit einem strategischen Langzeithorizont, sich stets im brasilianischen Markt zu engagieren.

HOW TO BE SUCCESSFUL IN THE USA

An interview with Jim Nevelle, President of Kathrein USA Inc.

Jim Nevelle, President of Kathrein USA Inc., speaks about the current economic and political changes in the USA and what European companies willing to enter the US market need to consider to planning a successful market entry.

■ Interview was made by Norbert Schindler

How would you describe the current economic and political atmosphere and environment in the US?

The current economic condition in the US is very strong. Stock prices continue to rise, inflation is in check, unemployment is low and the regulatory

environment is very pro business. Depending on the buy side of the dollar you are on, the only variable in play is the weakening dollar against the Euro which will be watched closely through 2018. But in terms of confidence, the business environment is currently bullish.

with European suppliers since they have similar customer purchasing habits. Areas of European technology, «green» solutions, and manufactured goods carry a strong value to US consumers.

Which are the most important tasks and challenges for any European company in the US markets respectively heading for it?

The most important task a European company needs to accomplish when entering the US market is to fully understand the market conditions and local customer needs. Europe and the USA are similar in many ways but the differences are enough to cause pause in a company's evaluation of expanding here. Having a local US presence within your own organization or through reliable business partners is the best route to provide local support and market intelligence.

Are there any actual influences or even results from the new President's policy into America's economy?

The general direction of the new Administration is to be more focused on economic growth and business. This approach and the decrease in unemployment have resulted in a positive business environment where long term capital investment is being viewed as more acceptable and almost expected.

What would be the biggest chances for companies «from abroad» aiming at the US market? And where would be the demands to be covered?

The US market is very accepting of foreign goods and services but new entrants need to realize even though the barriers to entry are low – US consumers are very savvy and demanding of quality. These requirements fit well

Informationen zur Person



Jim Nevelle ist Präsident der Kathrein USA Inc., einer Tochtergesellschaft der KATHREIN-Werke KG in Rosenheim, Deutschland, ein führender Hersteller von Netzwerk-Komponenten für die weltweite Telekommunikations-Infrastruktur. Mit Jim Nevelle hat es Kathrein verstanden, die technische Leistungsfähigkeit eines deutschen mittelständischen Unternehmens mit den Anforderungen des US-Marktes in Einklang zu bringen.



Norbert Schindler ist geschäftsführender Gesellschafter von Weissman Austria und Partner der WeissmanGruppe. Er war Corporate Banker, Risikomanager und von 2005 bis 2016 CFO der Kathrein-Firmengruppe in Rosenheim-Deutschland.