

ecogerma 2009 im März in Sao Paulo – große Chancen für deutsche Umwelttechnologie

Brasilien als größte lateinamerikanische Wirtschaft befindet sich gegenwärtig in einer seit Jahrzehnten nicht da gewesenen Boomphase. Ausländische Unternehmen – darunter auch viele deutsche Firmen – beteiligen sich derzeit mit Milliarden-Investitionen am wirtschaftlichen Aufschwung dieses Landes. Dabei spielen Fragen des Umweltschutzes und der Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle. Gerade dies verspricht enorme Geschäftspotentiale, die es zu nutzen gilt, stellt die AHK Alianza Mercosur Alemania / Allianz der deutschen Kammern im Mercosur fest (www.ahkmercosur.com), die seit 4 Jahren ihren Sitz in der Industrie- und Handelskammer Frankfurt hat (Mercosur-Projektbüro Frankfurt (frankfurt@ahkmercosur.com)).

In diesem Zusammenhang kooperieren die Deutsch-Brasilianische Industrie- und Handelskammer (AHK Sao Paulo), die Deutsche Botschaft in Brasilia und die deutsche Bundesregierung bei der Ausrichtung des internationalen Messekongresse ecogerma 2009 – Trade Fair and Congress on Sustainable Technologies vom 12. bis 15. März 2009 im Sao Paulo Transamerica Expo Center (www.ecogerma2009.com.br). Auf dem größten Messegelände Lateinamerikas werden dann Produkte und Lösungsansätze für ein nachhaltiges Wirtschaftswachstum, die deutsche und brasilianische Unternehmen zu bieten haben, einem breiten Publikum auf 8.000 qm Ausstellungsfläche vorgestellt. Gleichzeitig findet vom 12. bis 14. März 2009 im Hotel Transamerica in Sao Paulo der Nachhaltigkeitskongress statt.

Bundeskanzlerin Angela Merkel, die am 14. Mai bei der AHK Sao Paulo zu Besuch war,

propagiert die Messeinitiative mit den Worten: „Wir haben in der Umwelttechnologie riesige Chancen in Brasilien. Wir stehen bereit und haben sehr gute Angebote zu machen.“ Um die kommende Messe deutschen Umwelttechnologiefirmen in sämtlichen Sparten bekannt zu machen, hatten im Spätsommer Thomas Timm, Hauptgeschäftsführer und Mitglied des Präsidiums Deutsch-Brasilianische Industrie- und Handelskammer Sao Paulo (ahkbrasil@ahkbrasil.com) und Lars Grabenschroer, stellvertretender Hauptgeschäftsführer, in der IHK Frankfurt zum offiziellen Pre-Launch der Ecogerma 2009 unter dem Motto „Nachhaltigkeit: Economy meets Ecology“ eingeladen.

Prof. Dr. Björn Bloching, Partner, Roland Berger Strategy Consultants GmbH, hielt einen Impulsvortrag „Die Bedeutung der Nachhaltigkeitsindustrie für die deutsche Wirtschaft – Green Tech made in Germany.“ Daran schloss sich eine breite Podiumsdiskussion mit Fragen aus dem zahlreich vertretenen Fachpublikum an. Moderator war Hermann-Josef Knipper – stellvertretender Chefredakteur des Handelsblattes. Die hochkarätigen Podiumsteilnehmer waren zum Thema „Umwelt- und Klimaschutz“ Prof. Dr. Detlev Drenckhahn, Präsident, World Wide Fund For Nature (WWF) Deutschland, für „Brasilien und Nachhaltigkeit aus Unternehmenssicht“ Dr. Hendrik Groth, Repräsentant der ThyssenKrupp AG in Südamerika, Sao Paulo und für „Brasilien. Zielmarkt für die deutsche Nachhaltigkeitswirtschaft – Ecogerma 2009“ Thomas Timm.

Fazit der Podiumsdiskussion: Brasilien ist Deutschlands wichtigster Handelspartner und

größter Markt für Umwelttechnik in Lateinamerika. Die achtgrößte Volkswirtschaft der Welt kann ein durchschnittliches Wachstum von 5% in den letzten 5 Jahren verzeichnen. Für die deutsche Industrie, die bereits mit 1.300 Firmen im Land vertreten ist und 10% des industriellen BIP repräsentiert, ist das dynamisch wachsende Schwellenland ein bedeutender Standort.

Die Engagements „Made in Germany“ betragen im vergangenen Jahr fast 1,8 Mrd. USD. Die Währung Real hat sich sehr positiv entwickelt. Die US-Finanz- und Immobilienkrise hat sich nicht auf Brasilien ausgewirkt. Die deut-

schen Manager wissen zu wenig über das Land, es wird allgemein viel zu wenig in den Medien über Brasilien berichtet. Angesichts der „Asienmüdigkeit“ ergeben sich für deutsche mittelständische Unternehmen interessante Exportmöglichkeiten und Geschäftskontakte durch Joint Ventures und Kooperationen, die man nutzen sollte. Man hat Lateinamerika bisher nicht als attraktiven Markt erkannt. Die Chancen des dynamischen Marktumfeldes in Brasilien müssen noch stärker kommuniziert werden.

Gert Krockert