

# Nervenspiel für Investoren am Zuckerhut

Die WM in Südafrika ist für deutsche Firmen abgehakt. Das nächste Turnier in Brasilien verspricht neue Geschäfte. Doch kostbare Zeit verrinnt.

Stefan Merx, Elisa Simantke  
Johannesburg, Köln

Stefan Leibhard möchte am liebsten sofort loslegen. Vier Jahre sind für einen Stadionplaner keine lange Zeit: Der Geschäftsführer der deutschen BTD Gruppe will die Technik der brasilianischen WM-Stadien 2014 gestalten - wie schon 2006 in der Allianz-Arena. Die Aufträge sind fest zugesagt, doch die letzten Unterschriften fehlen noch immer. „Jetzt hat man schon zweimal die Vorgaben der Fifa gerissen und es wird langsam kritisch“, sagt Leibhard.

Gute Referenzen durch die WM 2006, dazu der Ruf, nachhaltig und zuverlässig zu arbeiten - eigentlich haben die Deutschen beste Chancen auf Großaufträge aus Brasilien. Umgerechnet rund 45 Mrd. Euro will die brasilianische Regierung allein in die Vorbereitung der WM 2014 und Olympia 2016 investieren.

## Hohes Potenzial, wenig Fortschritt

Bereits 2006 schloss der Bundesverband der Deutschen Industrie ein Kooperationsabkommen mit dem brasilianischen Infrastrukturverband Abdib. „Deutschen Unternehmen winken Milliarden-Aufträge“, sagt Barbara Konner, Lateinamerika-Expertin des Deutschen Industrie- und Handelskammertags. „Ein Volumen von fünf Mrd. Euro halten wir für gut möglich.“ In Südafrika hatten deutsche Firmen Aufträge im Wert von 1,5 Mrd. Euro.

Doch bei den Bauprojekten in Brasilien läuft momentan kaum etwas nach Plan. Die erforderlichen Arbeiten an allen zwölf Stadien hätten schon im März beginnen sollen, doch die Fristen verstrichen bei mindestens der Hälfte aller Projekte. Diese Verzögerungen beunruhigen die Unternehmen und den Weltfußballverband Fifa. Kürzlich sah sich Generalsekretär Jérôme Valcke zu einer öffentlichen Rüge veranlasst: „Unglaublich, wie spät Brasilien dran ist“, sagte er im Mai in Südafrika. Die nicht eingehaltenen Fristen bereiten der Fifa Sorgen. „Ihr müsst euch schon ins Zeug legen.“

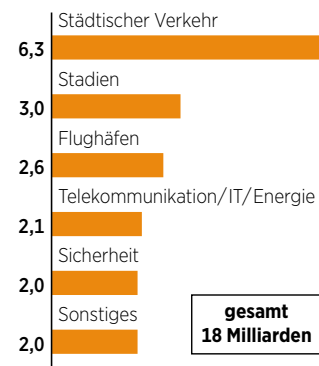
## TÜRÖFFNER

**BDI-Projekt** Unter dem Motto „Win-Win 2014/2016“ berät der Bundesverband der Deutschen Industrie gezielt solche Firmen, die an Aufträgen und Investitionen in Brasilien interessiert sind.

**Tipps** Projektleiter Rafael Hadad rät: „Um bei Ausschreibungen zur WM zu punkten, müssen Sie zeigen, dass Sie mit brasilianischen Partnern arbeiten, Arbeitsplätze schaffen und auch Know-how transferieren.“

## Wirtschaftsfaktor Fußball

Investitionen für die Weltmeisterschaft 2014 in Brasilien in Mrd. US\$



Handelsblatt Quelle: Bras. Sportministerium

Der brasilianische Sportminister Orlando Silva wiegelt ab: „Im zweiten Halbjahr 2010 wird eine zweite Phase der Vorbereitung anbrechen. Die Projekte werden in die Tat umgesetzt, und bis zum Confed Cup werden die Stadien fertig sein“, sagte Silva in Johannesburg dem Handelsblatt.

Architekten bekommen die Probleme dennoch zu spüren. So platzte ein Auftrag des deutschen Architekturbüros GMP, das auch in Südafrika drei Stadien gebaut hatte, weil der geplante Umbau des Morumbi-Stadions in São Paulo nun nicht zustande kommt. Als Grund nennt das staatliche Organisationskomitee fehlende Finanzgarantien für die Sanierung der 50 Jahre alten Arena, die für die Eröffnungsfeier und ein Halbfinale vorgesehen gewesen sein soll. GMP wollte die Absage nicht kommentieren.

## Pragmatismus statt Nachhaltigkeit

Ausrüstungsberater Leibhard von BTB sorgt sich: „Wir sind bei der Sache mittlerweile sehr angespannt. Die Bewerbungsphase lief hoch professionell und alle dachten, sobald der Zuschlag da ist, geht es los“, sagt er. Je früher man plane, desto nachhaltiger ließen sich die Bauten gestalten. Nun müsse man zunehmend pragmatisch denken.

Siemens sicherte sich in Südafrika mit Infrastruktur-Aufträgen von einer Mrd. Euro rund zwei Drittel des Auftragsvolumens. In Brasilien locken Projekte wie der geplante Schnellzug zwischen São Paulo, Rio und Campinas. Doch zum konkreten WM-Engagement in Brasilien hält sich Siemens noch bedeckt: „Das ist alles noch in der Schwebe“, sagt ein Sprecher. Zwar arbeitet der Konzern bereits an der Aufbereitung eines Wasserkraftwerks in Jirau und hat U-Bahn-Züge nach São Paulo geliefert. Beides, be-

tont Siemens, wäre auch ohne Fußball-WM zustande gekommen.

Neben den zeitlichen Problemen macht auch die günstige Konkurrenz aus dem Ausland den deutschen Bewerbern zu schaffen. Der brasilianische Markt gilt auch aufgrund hoher Zölle als protektionistisch. Der DIHK fordert daher ein Vorantreiben des geplanten Freihandelsabkommen zwischen der EU und dem südamerikanischen Wirtschaftsblock Mercosur. „Das ist ein langfristiges Projekt, das den Export aus Deutschland nach Brasilien sehr vereinfachen könnte“, sagt Brasilien-Expertin Konner.

Die Konkurrenz um die Investitionen am Zuckerhut kommt auch aus England und Frankreich. Sportminister Orlando Silva sieht den Investoren-Wettlauf mit Genugtuung: „Es gibt viele europäische Unternehmen, die bei uns investieren wollen. Wir sind für freien Wettbewerb.“

Ein Trumpf der Deutschen könnten die Erfahrungen mit nachhaltigem Bauen bei der WM 2006 sein. Die brasilianische WM-Vermarktung rund um die zwölf Spielorte setzt stark auf Attribute wie Nachhaltigkeit und Schutz der natürlichen Ressourcen. Tourismusminister Luiz Barretto Filho sagt es so: „Wir wollen der Welt zeigen, dass Brasilien mehr ist als Strand, Fußball und Karneval. Und es soll ein Erbe für das Land bleiben - so wie in Deutschland 2006.“