

Wilhelms, Christian

Article — Digitized Version

Exportdiversifizierung durch tropische Produkte: Ansatzmöglichkeiten in Brasilien

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Wilhelms, Christian (1966) : Exportdiversifizierung durch tropische Produkte: Ansatzmöglichkeiten in Brasilien, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 46, Iss. 6, pp. 318-324

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/133605>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Exportdiversifizierung durch tropische Produkte

Ansatzmöglichkeiten in Brasilien

Christian Wilhelms, Hamburg

Exportdiversifizierung, dieses vor einigen Jahren noch recht seltene Wort, ist heute immer häufiger anzutreffen. In erster Linie findet man es im Zusammenhang mit der Behandlung der Wirtschaftsprobleme, speziell der Außenhandelsprobleme, der Entwicklungsländer: Exportdiversifizierung ist die den Entwicklungsländern empfohlene und von ihnen oftmals auch bereits aus eigener Beurteilung ihrer Außenhandels-situation angestrebte Maßnahme zur Verbesserung der Exportstruktur.

Exportdiversifizierung in ihren beiden Erscheinungsformen Produktdiversifizierung (auch Angebotsdiversifizierung) und Marktdiversifizierung (auch geographische Diversifizierung) soll die Deviseneinnahmen über den von den Absatzmöglichkeiten für die bisherigen „traditionellen“ Exportprodukte und -märkte gesetzten Rahmen hinaus steigern. Das übergeordnete langfristige Ziel der Exportdiversifizierung, abgesehen von der Verbesserung der Außenhandels-situation durch Steigerung der Deviseneinnahmen, ist die Verringerung der wirtschaftlichen Instabilität.

Zwei wesentliche Gründe sprechen für eine Diversifizierung der Exporte der Entwicklungsländer:

- die Krisenanfälligkeit der Entwicklungsländer, wie sie aus der wirtschaftlichen Instabilität, hervorgerufen durch die Abhängigkeit von den Devisenerlösen einzelner oder einiger weniger Hauptprodukte (Monokulturproblem) mit tendenziell sinkenden oder stark fluktuierenden Ausführpreisen, resultiert;
- der Zwang, den Außenbeitrag zur Finanzierung des Entwicklungs- bzw. Industrialisierungsprozesses vermittels der aus den Exporterlösen stammenden Deviseneinnahmen zu steigern.

PROBLEMATISCHE EXPORTSTRUKTUR DER ENTWICKLUNGSLÄNDER

Die Exporte der Entwicklungsländer sind zumeist durch strukturelle Einseitigkeit gekennzeichnet, und zwar sowohl hinsichtlich ihrer warenmäßigen Zusammensetzung wie auch in ihrer Verbundenheit mit den Absatzmärkten: eine doppelte Abhängigkeit mit unter Umständen schwerwiegenden Folgen für das einzelne Entwicklungsland.

Die „traditionellen“ Produkte überwiegen: solche Agrarprodukte und Rohstoffe, die die Entwicklungs-

länder ihrer herkömmlichen Produktionsstruktur entsprechend seit jeher schon angeboten haben, Produkte, die von zahlreichen Ländern gleichzeitig erzeugt werden, für die jedoch die Aufnahmefähigkeit des Weltmarktes insgesamt begrenzt ist und deren Absatz auf Schwierigkeiten stößt. Zunehmende Eigenversorgung der bisherigen Abnehmerländer verringert die Absatzchancen dieser Produkte weiter. Es sind Produkte, für die infolge des Angebotsdrucks nur niedrige Preise zu erzielen sind, so daß trotz gesteigerter Erzeugungs- und Absatzmengen des einzelnen Landes die Erlöse zurückgehen. Oder aber ihr Verbrauch ist absolut oder relativ rückläufig, sei es auf Grund des technischen Fortschritts — Substitution durch synthetische Produkte, technologisch bedingte Materialersparnisse, Wegfall überholter Verwendungszwecke —, sei es auf Grund von Veränderungen im Konsumverhalten.

Zusätzliche Schwierigkeiten resultieren aus den im Falle der Agrarprodukte immer wieder beobachteten Fehlreaktionen der meistens sehr zahlreichen Anbieter: in Zeiten vorübergehend hoher Preise wird die Kapazität vergrößert in der nur allzu optimistischen Erwartung weiterhin hoher oder sogar steigender Preise. Das erst mit einem time-lag einsetzende Angebot aus dieser vergrößerten Produktion oder bereits die Erwartung dieses (zukünftigen) Angebots führt zu einem Sinken der Preise. In dem begreiflichen Bemühen, seine eigenen Einnahmen nicht zu sehr unter das bisherige Niveau absinken zu lassen, gelangt der einzelne Produzent zu einer der Marktsituation völlig konträren Reaktion: er vergrößert sein Angebot.

Nicht selten entfällt mehr als die Hälfte aller Devisenerlöse eines Entwicklungslandes auf die Einnahmen aus einem einzigen derart unsicheren Produkt. Zur Fluktuation der Exporteinnahmen tragen sodann noch Mißernten bei, die von Witterungsunbilden, Schädlingsplagen oder Krankheitsbefall hervorgerufen werden und die Ausnutzung aller vom Markt her gegebenen Absatzmöglichkeiten beeinträchtigen.

Erschwerend wirkt die Tatsache, daß — wie bereits angedeutet — nicht nur eine Abhängigkeit des einzelnen Entwicklungslandes von den Exporten einer geringen Zahl solcher „traditionellen“ Produkte, von deren Devisenerträgen das jeweilige wirtschaftliche Schicksal bestimmt wird, sondern oft auch eine kaum geringer zu bewertende Abhängigkeit von einzelnen Abnehmerländern besteht: Die Art der Exportprodukte läßt eine beliebige Vermehrung der Absatzmärkte nicht zu. Die Entwicklungsländer selbst kommen als

Abnehmer der Agrarprodukte und Rohstoffe, deren Erzeugung zumeist auf den Bedarf der Industrieländer ausgerichtet ist, infolge ihrer geringen Industrialisierung nicht in Frage. Traditionelle Bindungen zu bestimmten Absatzmärkten können einen Marktzutritt zwar einerseits sicherstellen, ihn andererseits aber auch — wenn es sich um die Schaffung neuer Märkte handelt — behindern. Bemühungen um die Märkte der planwirtschaftlich orientierten sozialistischen Länder wiederum stoßen auf Probleme besonderer Art.

DYNAMISCHE EXPORTAUSWEITUNG NUR DURCH DIVERSIFIZIERUNG

Die Exportschwierigkeiten der Entwicklungsländer sind, ebenso wie ihr Devisenmangel, zu einem der Hauptprobleme und zu einem Hindernis für die harmonische Entwicklung des Welthandels geworden. Den Entwicklungsländern geht es jedoch nicht nur um eine Beseitigung der wirtschaftlichen Instabilität oder die Vermeidung allzu großer Schwankungen in der Höhe der Deviseneinnahmen. Eine Ausweitung ihrer Exporte und eine Steigerung der Deviseneinnahmen ist von größter Bedeutung im Interesse ihres wirtschaftlichen Fortschritts: Devisen aus dem Absatz ihrer Erzeugnisse ermöglichen ihnen, die für ihre Aufbauprogramme und für einen kontinuierlichen Entwicklungsprozeß in steigenden Mengen benötigten Einfuhren an Industrieausrüstungen, industriellen Rohstoffen und Konsumgütern, die noch nicht von ihnen selbst hergestellt werden, zu bezahlen. Allein durch Bemühungen um den vermehrten Export „traditioneller“ Produkte nach „traditionellen“ Märkten jedoch erscheint eine Lösung der Devisenprobleme der Entwicklungsländer wenig aussichtsreich — trotz der großen Zahl der im Frühjahr 1964 auf der UN-Konferenz für Handel und Entwicklung in Genf vorgelegten Vorschläge und Empfehlungen. Hinsichtlich der Exportchancen für „traditionelle“ Produkte der Entwicklungsländer könnten diese unter Umständen sogar geeignet sein, trügerische Hoffnungen zu erwecken: Eine nachhaltige und langfristig entscheidende Besserung der Außenhandelssituation der Entwicklungsländer läßt sich nur von einer Steigerung ihrer Exporte über die Diversifizierung sowohl der Exportprodukte wie auch der Exportmärkte erwarten.

Der in seinem Sinngehalt positive und dynamische Begriff der Exportdiversifizierung impliziert dabei keineswegs eine Vernachlässigung der bisherigen „traditionellen“ Exportprodukte. Die für sie bestehenden Absatzchancen müssen auch weiterhin nach besten Kräften genutzt und ausgeweitet werden, wo immer dies möglich erscheint. Im Rahmen eines planmäßigen Vorgehens, das die gesamte Exportpolitik eines Landes zu bestimmen hat, muß jedoch angestrebt werden, den bisher vorhandenen Exportprodukten „neue“ Produkte, den bisherigen Abnehmerländern „neue“ Märkte hinzuzufügen.

Produktdiversifizierung für Entwicklungsländer heißt in diesem Sinne also, neben den bisherigen Agrarprodukten und Rohstoffen auch Halb- und Fertigwaren, soweit diese schon erzeugt werden können, zu exportieren und die Möglichkeiten für die Aufnahme neuer Produktionszweige — sei es in der Landwirtschaft, dem Bergbau oder der be- und verarbeitenden Industrie — systematisch zu prüfen.

Marktdiversifizierung bedeutet, die Exporte auch auf bislang nicht belieferte Märkte auszudehnen, also neben den Hauptabnehmern unter den Industrieländern auch vernachlässigte kleinere Absatzmärkte zu pflegen, den Export von neuen Produkten nach anderen Entwicklungsländern anzukurbeln, die Absatzchancen auf den Märkten der Ostblock-Länder zu ermitteln und auszunutzen.

Beides, Produktdiversifizierung wie Marktdiversifizierung, sind keine einfachen und leicht zu bewerkstellenden Aufgaben, und es wäre eine Selbsttäuschung, von jedem einzelnen eingeleiteten Versuch sogleich positive Resultate erwarten zu wollen. Die Bemühungen können durchaus auch einmal auf negative Ergebnisse hinauslaufen — aber selbst diese dürften dazu beitragen, neue wichtige Erkenntnisse für die Exportpolitik zu bringen.

DIVERSIFIZIERUNGERSCHEINUNGEN IM BRASILIANISCHEN EXPORT

In jeweils mehr oder weniger ausgeprägter Dringlichkeit besteht diese so skizzierte Notwendigkeit einer Exportdiversifizierung für die meisten Entwicklungsländer. Sie ist kein Problem, das einzig und allein auf die Länder Lateinamerikas beschränkt wäre, wenn auch Bedeutung und Erfordernis eines Strukturwandels der lateinamerikanischen Ausfuhren gerade für den Entwicklungsprozeß dieses Subkontinents immer stärker betont wird.¹⁾ Und die Notwendigkeit der Exportdiversifizierung ist hier auch keineswegs ein ausschließlich oder überwiegend brasilianisches Problem.

In gewissem Sinne sind gerade die brasilianischen Exporte sogar — trotz der immer noch dominierenden Stellung des Kaffees, der durchschnittlich etwa die Hälfte aller Devisenerlöse auf sich vereinigt, lediglich im vergangenen Jahre wurde sein Anteil auf rund 44% zurückgedrängt — schon relativ weit diversifiziert. In zunehmendem Maße — sei es, weil die Aufnahmefähigkeit des Binnenmarktes vorübergehend nicht ausreicht oder hinter den Erwartungen zurückbleibt, sei es, weil die volkswirtschaftliche Notwendigkeit vermehrter Exporte tatsächlich bereits erkannt oder zumindest durch zahlreiche Anreize und Ausfuhrvergünstigungen mit einigem Erfolg in das Bewußtsein

¹⁾ Vgl. hierzu auch den Beitrag von Werner K. Tillmann: Lateinamerikas Ausfuhrstruktur reformbedürftig. In: WIRTSCHAFTSDIENST, 46. Jg., Heft 1, (Jan. 1966), S. 42 ff.

der Unternehmer gerückt wurde — treten Industrieprodukte auch im Export in Erscheinung.²⁾ Dies wird durch die Steigerung der Industriewarenausfuhr von 26,7 Mill. \$ in den ersten neun Monaten des Jahres 1964 auf 71,3 Mill. \$ im entsprechenden Zeitraum 1965 verdeutlicht.³⁾

Im Falle Brasiliens sind es bis jetzt jedoch nicht nur Industrieprodukte gewesen, die — wenn auch in individuell jeweils geringem Umfang — bereits zu einer Diversifizierung des Exports beigetragen haben. Das eindrucksvollste Beispiel, auch was die Höhe der Ausfuhrerlöse und die in der Reihenfolge der Exportprodukte inzwischen erreichte Position anbetrifft, bietet das brasilianische Eisenerz. Nach Kaffee (706,5 Mill. \$) stand es 1965 mit 102,9 Mill. \$ an zweiter Stelle. Baumwolle, bis dahin das zweitgrößte Exportprodukt, wurde mit 95,6 Mill. \$ auf den dritten Platz verwiesen.⁴⁾ Zuzugeben ist, daß dieses spektakuläre Ergebnis der Exportdiversifizierung, wenn man es dieser Erscheinung zurechnen will, auf besonders günstigen Voraussetzungen und Umständen beruht.

CHANCEN AUCH BEI TROPISCHEN PRODUKTEN

Daß aber, wenn von den Möglichkeiten der Exportdiversifizierung gesprochen wird, nicht nur an solche besonders glücklich gelagerten Einzelfälle oder an Industrieprodukte im eigentlichen Sinne gedacht werden muß, sollen die Ansatzmöglichkeiten verdeutlichen, die im folgenden skizziert werden.

Diese Chancen für eine weitere Diversifizierung der brasilianischen Exporte liegen auf dem Agrarsektor, und zwar speziell auf dem Gebiet der tropischen Agrarprodukte Brasiliens. Seinen geographischen und klimatischen Gegebenheiten entsprechend beliefert Brasilien den Weltmarkt außer mit Kaffee bekanntlich auch mit einer Reihe anderer tropischer Agrarprodukte, so z. B. mit Zucker (seinem nach Holz ältesten Exportprodukt), Kakao, Bananen, Apfelsinen, Ananas, Baumwolle, Sisal, Ölfrüchten. Die Möglichkeiten sind damit jedoch noch keineswegs erschöpft. Gerade unter den in Brasilien anzutreffenden zahlreichen und zum

²⁾ Die Bemühungen um die Förderung des Exports von Industrieprodukten datieren nicht erst aus der allerjüngsten Zeit. Mitte 1963 bereits wurde versucht, durch Ausarbeitung eines umfassenden Programms (Vorschläge der Arbeitsgruppe zur Dynamisierung der brasilianischen Industriewarenexporte) einen regelmäßigen Export von Industrieprodukten anzukurbeln, Exporthindernisse zu beseitigen und Voraussetzungen dafür zu schaffen, daß Industrieprodukte nicht mehr nur als „Prestige-Export“, mit denen einzelne Firmen ihre internationale Leistungsfähigkeit dokumentieren wollten, oder als besonders lukrative einmalige Gelegenheitstransaktionen erfolgten. — Siehe auch Christian Wilhelms: Brasilien Industrie soll exportieren. In: WIRTSCHAFTSDIENST, 43. Jg. (1963), S. 430 ff.

³⁾ Zahlenangaben der Divisão de Estatística da CACEX, entnommen dem Wöchentlichen Rundschreibendienst der Deutsch-Brasilianischen Kammer für Handel und Industrie in Rio de Janeiro, Nr. 44 vom 15. 1. 1966, S. 3.

⁴⁾ Die entsprechenden Zahlen für 1964 waren (in Mill. \$): Kaffee 759,7; Baumwolle 108,2; Eisenerz 80,5. — Zahlenangaben der Divisão de Estatística da CACEX, entnommen dem Wöchentlichen Rundschreibendienst der Deutsch-Brasilianischen Kammer für Handel und Industrie in Rio de Janeiro, Nr. 59 vom 16. 4. 1966, S. 14.

Teil autochthonen tropischen Produkten sind noch manche, deren Aussichten als Exportprodukt durchaus vielversprechend erscheinen.

Cajú

Der im Nordosten Brasiliens sehr zahlreich vorkommende Cajú-Baum — die Bestandsschätzungen schwanken zwischen 50 und 350 Mill. Bäumen⁵⁾, systematische Kulturen existieren allerdings erst vereinzelt, so z. B. im Staate Ceará, dem größten Produzenten von Cajú — kann mit seinen Früchten die Grundlage für eine interessante Exportproduktion abgeben.

Durch die industrielle Aufbereitung und Verarbeitung der beiden Teile der Cajú-Frucht läßt sich eine ganze Skala verschiedener Produkte gewinnen. Der außer gewöhnlich vitaminreiche sogenannte Cajú-„Apfel“ kann u. a. zu Saft für Erfrischungsgetränke, zu Kompott, Marmeladen, kristallisierten Früchten sowie zu Branntwein verarbeitet werden. Absatzmärkte für diese Produkte dürften sich in der Getränkeindustrie (Erfrischungsgetränke, Spirituosen), in der Süßwaren- und Marmeladenindustrie sowie auf dem Gebiet der Obstkonserven erschließen lassen. Der Kern der Cajú-Nuß findet unter dem Namen „Cashew Nuts“ bereits einen sehr aufnahmefähigen Markt. Von geringerer Bedeutung sind die hier bei der Aufbereitung der Kerne anfallenden Nebenprodukte wie Cajú-Öl und Cajú-Mehl. „Cashew Nuts“ werden auf dem Weltmarkt so gut wie ausschließlich von Indien angeboten, das den Anbau erst vor rund 30 Jahren aufnahm und fast die gesamte eigene und dazu noch den größten Teil der afrikanischen Erzeugung von Rohnüssen für den Export aufbereitet. Im Jahre 1961 belief sich der Weltexport an Kernen auf 41 000 t gegenüber 18 000 t im Jahre 1950. Nach privaten Schätzungen wurden im Jahre 1962 etwa 1300 t „Cashew Nuts“ in die Bundesrepublik eingeführt, und zwar ganz überwiegend aus Indien, zu einem geringen Teil auch aus Ostafrika.

Im Staate Ceará befaßt sich bereits eine Reihe von kleineren und größeren Firmen mit der Industrialisierung der dort vorhandenen Cajú-Produktion (z. B. Erzeugung von Ölen, Kernen, Wein, Säften und Kompott), ebenso in Rio Grande do Norte, Piauí und Paraíba.

Voraussetzungen für die Entwicklung einer Exportproduktion wie überhaupt für eine die Aufnahmefähigkeit des brasilianischen Inlandsmarktes und insbesondere des Exportmarktes ausschöpfende Ausweitung der Cajú-Produktion, die einem großen Teil der Bevölkerung in den Staaten des Nordostens Beschäftigung und Einkommen bieten könnte, sind neben modernen Verarbeitungsbetrieben im wesentlichen, abgesehen von dem anzustrebenden systematischen Anbau in Kulturen mit entsprechender Saatgut-Selektion⁶⁾: Organisa-

⁵⁾ Schätzungen von Ariosto Peixoto (Caju, Rio de Janeiro 1960, S. 10) und dem brasilianischen Ministério da Agricultura.

⁶⁾ Am meisten verbreitet ist die Varietät *Anacardium occidentale* L.; je nach Verwendungszweck kommen jedoch auch in Frage *A. microcarpum* (für Cajú-Kerne), *A. giganteum*, *A. humili*, *A. pumilum*.

tion der Rohmaterialzufuhr (die Cajú-Frucht verdirbt schnell), Lösung der Mechanisierungsprobleme bei der Kerngewinnung und Verbesserung der Qualität der Endprodukte, entsprechend den Anforderungen der Absatzmärkte.

Mango

Die in Brasilien in vielen Varietäten weitverbreitete Mango-Frucht — dort Manga genannt — wird in frischem Zustand gewöhnlich als Dessertfrucht konsumiert. Da die frische Frucht sehr leicht verdirbt, was ihren Absatz im Ausland besonders risikoreich macht und einen Transport in schnellaufenden Kühlschiffen, besser noch per Luftfracht, erfordert, ist der Ansatz zur Entwicklung einer Exportproduktion hier in der Verarbeitung zu Konserven zu sehen. Als Produkte wären so beispielsweise zu nennen Mango Chutney, Marmelade und Gelee, Saft, Squash (von reifen Früchten), Jam sowie getrocknete Mango-Scheiben. Die Verwendungsmöglichkeiten für Mango-Produkte auf dem Gebiet der Nahrungs- und Genußmittel (Speiseeis, Puddings) sowie Getränkezubereitung dürften groß sein.⁷⁾

Auch bei Mango-Produkten ist Indien der so gut wie einzige große Exporteur, mit dem eine brasilianische Exportindustrie folglich zu konkurrieren hätte. Auf Grund der Eigenart der Frucht wie auch der gegenwärtigen Konsumgewohnheiten in den potentiellen Abnehmerländern und nicht zuletzt wegen des geringen Bekanntheitsgrades der meisten Mango-Produkte wäre eine entsprechende Einführungsarbeit zu leisten. Die bisherigen Exportbemühungen Indiens haben aber zumindest den Bekanntheitsgrad von Mango Chutney bereits vergrößert, so daß sich hierauf aufbauen ließe. Abgesehen von der Errichtung entsprechender Verwertungsbetriebe (Konservenfabriken) sind als Voraussetzungen für die Nutzung der Mangofrucht als Exportproduktion zu nennen: Auswahl guter Varietäten der *Mangifera indica* L., Standardisierung der Früchte, Anlage ausgedehnter Kulturen, Sicherung der Rohmaterialversorgung (Transport, Lagerung) und nicht zuletzt die Entwicklung exportfähiger und interessanter Fertigprodukte.

Bananenprodukte

Brasilien ist der größte Bananenproduzent der Welt. 1963 belief sich seine Produktion auf 313,1 Mill. Büschel.⁸⁾ Im brasilianischen Export spielt die Banane dennoch keine große Rolle. Die Ausfuhr erreichte 1963 nur 10,3 Mill. Büschel im Werte von 2,9 Mill. \$.⁹⁾ Immerhin zielen im Staate São Paulo seit einiger Zeit in Gang befindliche Bemühungen bereits darauf ab, auf dem Umwege über die Industrialisierung der Ba-

nanenproduktion aus der Banane einen bedeutenderen Exportartikel zu machen.¹⁰⁾

Nach dem Staat São Paulo, der mit 47,9 Mill. Büschel (1963) an erster Stelle in der Bananenproduktion Brasiliens steht, ist der Nordoststaat Ceará mit 42,6 Mill. Büschel der zweitgrößte Produzent von Bananen.¹¹⁾ Insgesamt entfällt auf den Nordosten rund ein Drittel der brasilianischen Gesamtproduktion, so daß dieses Gebiet auch für die Entwicklung des Bananenbaus zum Aufbau einer Exportindustrie interessant erscheint. Durch die Industrialisierung der Banane, d. h. durch die industrielle Verarbeitung der Bananenfrucht und der Bananenstaude, können verschiedene Produkte zum Export gelangen. Im Bereich der Nahrungsmittel sind es: Bananemehl (aus der getrockneten und gemahlten grünen Frucht), Bananenflocken und Bananpulver (aus der reifen Banane), Süßwaren (Trockenbananen, Konfekt), konservierte Bananen in Dosen, Bananemarmelade, Bananensaft. Auch die Herstellung alkoholischer Getränke wäre denkbar. Eine Verwendung von Pflanzenteilen zu Ernährungszwecken, wenn auch wohl in geringerem Maße, könnte durch die Verarbeitung der Pflanzenknospen zu einer Gemüsekonserve (ähnlich etwa Palmito oder Bambusschößlingen) erfolgen. Aus dem Stamm der Pflanze läßt sich außer Futtermitteln eine Bananenfaser als Rohstoff für Säcke, Teppiche und Matten gewinnen.

Der Absatz der Bananenfaser als Rohstoff der ausländischen Textilindustrie — falls nicht bereits Textilfertigprodukte exportiert werden sollen — dürfte im wesentlichen davon abhängen, ob die Produktionsbedingungen einen gegenüber anderen Fasern konkurrenzfähigen Preis ermöglichen. Beim Absatz von Bananemehl und ähnlichen Produkten für die menschliche Ernährung handelt es sich teilweise darum, völlig neue Märkte zu erschließen. Bananemehl eignet sich zur Beimischung in der Nahrungsmittelherstellung, Bananpulver z. B. als Kindernahrungsmittel („Instant Banana“). Bedeutung gewinnen dürfte auch die Kombination von Bananemehl mit anderen Geschmacks-substanzen (z. B. Kakao, Kaffee, Ananas, Cajú, Maracujá) zur Verwendung in der Nahrungs-, Getränke- und Speiseeisindustrie.

Ansatzpunkte für die Industrialisierung der Bananenproduktion dürften zu finden sein im Zusammenschluß von Pflanzern zu Genossenschaften, die die Früchte aufkaufen und die Aufbereitungsanlagen einrichten sowie den Pflanzern finanzielle und technische Hilfe gewähren.

Kokosprodukte

In der Kokosproduktion Brasiliens spielen die Nord- und Nordost-Staaten die dominierende Rolle. Von der Gesamtproduktion von 493,9 Mill. Kokosnüssen entfielen 1963 nur 25,1 Mill., also nur 5%, auf die übrigen Teile des Landes.¹²⁾ Eine umfassende Nutzung der

7) Vgl. Lal Behari Singh: *The Mango. Botany, Cultivation, and Utilization.* London, New York 1960. S. 380 ff.

8) Anuário Estatístico do Brasil 1964. Hrsg. IBGE/Conselho Nacional de Estatística, Rio de Janeiro, S. 69.

9) Mensário, Estatístico, Hrsg. Serviço de Estatística Econômica e Financeira, Ministério da Fazenda, Rio de Janeiro (GB), No. 168, Junho 1965, S. 40.

10) Vgl. O Estado de São Paulo, v. 6. 8. 1963 und 1. 7. 1964.

11) Anuário Estatístico do Brasil 1964: a. a. O., S. 72.

12) Anuário Estatístico do Brasil 1964: a. a. O., S. 74.

Kokosnuß könnte die Basis für regional bedeutende exportorientierte Industrien in Nord- und insbesondere Nordostbrasilien abgeben.

Für den Absatz auf den Exportmärkten eignen sich neben Kopra und Kokosöl auch Futterkuchen, Kokosraspel, -flocken, -mehl, -milch und Kokosfasern. Abnehmer von Kokosprodukten wären die Ölindustrie (Rohstoffe für die Speisefett-, Seifen- und Kerzenfabrikation), die Futtermittelindustrie (Mischfutter auf der Basis oder unter Verwendung von Kokosexpeller oder -Extraktionsschrot), die Nahrungsmittelindustrie (Herstellung von Süßigkeiten, Backwaren, Speiseeis, Erfrischungsgetränken) sowie die Hartfaserverarbeitung (Tae, Matten, Bürsten, Besen, Polster- und Isoliermaterial).

In Nordostbrasilien existieren bereits einige Kokos verarbeitende Industriebetriebe, deren Produktionsprogramm oftmals mehrere Kokoserzeugnisse umfaßt. In Sergipe, dem nach Bahia und Alagoas drittgrößten Produzenten von Kokosnüssen, ist die bereits vorhandene Kokos verarbeitende Industrie gleichzeitig als dynamischste Branche dieses Staates anzusehen. Nach einer Pressemeldung¹³⁾ war hier die Errichtung einer weiteren Fabrik vorgesehen, die gleichzeitig Kokosmilch, Kokosraspel, Kokosöl, -expeller, -fasern und -garne produzieren sollte.

Bei den Kokospalmenvorkommen im Nordosten handelt es sich vorwiegend um wilde Bestände. Zur langfristigen Sicherung der Rohmaterialversorgung einer Verarbeitungsindustrie dürfte es daher von Interesse sein, die Anlage von Pflanzungen vorzunehmen. Die Intensivierung und Industrialisierung der Kokosvorkommen in den Nord- und Nordoststaaten Brasiliens mit dem Blick auf eine Belieferung des Exportmarktes würde so zugleich vielfältige Beschäftigungsmöglichkeiten erschließen.

WICHTIGE VORBEDINGUNG: INDUSTRIALISIERUNG

Wie die vorstehend abgehandelten vier Beispiele von tropischen Produkten, die zu einer weiteren Diversifizierung der brasilianischen Ausfuhr beitragen können, verdeutlicht haben, ist die optimale Exportfähigkeit der einzelnen „Basisprodukte“ — nämlich Cajú, Mango, Banane, Kokos — in jedem Falle nur über ihre Industrialisierung zu erreichen.

Von dem letzten Endes immer nur begrenzten und nicht alle Möglichkeiten ausschöpfenden Export der frischen Produkte wird hier abgesehen. Er kann im übrigen daneben immer noch — denn durch andere Produkte deckt er andere Bedürfnisse der Nachfrage — durchaus seine Berechtigung und Bedeutung haben und ebenfalls in nennenswertem Ausmaß zum Devisenerwerb beitragen. Dies wird in vielen Ländern durch das Beispiel des Bananenexports eindrucksvoll bewiesen.

¹³⁾ Economische Voorlichting, Den Haag, 16. 10. 1963.

Die Vorteile einer Industrialisierung gegenüber dem alleinigen Export frischer Produkte sind jedoch beachtlich:

- Der aus der Vornahme bestimmter Bearbeitungs- und Verarbeitungsprozesse resultierende Veredlungswert führt zur Erzielung insgesamt höherer Erlöse beim Export der industrialisierten Produkte und zur Erhöhung des neben dem reinen Materialwertanteil des Rohprodukts im Exportland verbleibenden Arbeitskostenanteils.
- Das beim Export frischer Früchte sehr hohe Absatzrisiko (Verderblichkeit der Früchte), mit dem alle Glieder der Absatzkette belastet sind und das bereits mit dem Problem der Verfügbarkeit termingerechter und geeigneter Verschiffungsfazilitäten (z. B. schnelle Schiffe mit Kühlräumen) beginnt, wird erheblich vermindert, wenn nicht völlig aufgehoben, da die Haltbarkeit der industrialisierten Erzeugnisse gegenüber derjenigen frischer Früchte unvergleichlich größer ist.
- Die überlegenen Transport- und Lagerungseigenschaften der industrialisierten Produkte führen zu einer Erleichterung des Exportabsatzes (Ermöglichung der Ausfuhr auch kleinerer Mengen, der Lagerung und damit der zeitlichen Verteilung des Absatzes, Unabhängigkeit des Transports von Spezialfazilitäten wie z. B. Kühlschiffen).
- Auch im Verbrauchsland werden erhebliche Absatz-erleichterungen wirksam, die zu einer Reduzierung des Kostenaufwandes (Transport, Speziallagerungsfazilitäten wie z. B. Reifekammern für Bananen oder Tiefkühlräume, Schwund durch Verderb) und des Risikos führen, die Reichweite der Distribution und damit sowie durch die leichtere und ständige problemlose Verfügbarkeit der Ware den Konsum der betreffenden Ausgangsprodukte insgesamt erhöhen.

Voraussetzung für den optimalen Beitrag der tropischen Produkte zur Exportdiversifizierung ist also jedesmal die Errichtung von Betrieben zur Aufbereitung des Rohmaterials und — mit dem Effekt der gleichzeitigen weiteren Verbreiterung der Produktskala im Sinne einer Diversifizierung — zur Verarbeitung. Das Ergebnis sind völlig neue, abgewandelte oder verfeinerte Produkte bzw. Nebenprodukte mit spezifischen Verwendungszwecken auf oftmals sehr weit auseinanderliegenden Märkten. Die hier als Beispiele genannten vier „Basisprodukte“ treten im Export daher nicht einfach als vier Exportprodukte gleichen Namens in Erscheinung — wie es beim Export der nicht-industrialisierten Produkte der Fall wäre —, sondern dienen als Ausgangsprodukte für eine Vielzahl von Spezialprodukten. Die so erreichte Heterogenität der Produkte verringert dabei die Gefahr, hinsichtlich der Absatzmöglichkeiten in risikoreiche übergroße Abhängigkeit von einzelnen Märkten — in geographischer wie in warenmäßiger Betrachtung — zu geraten.

Fast unbekannt: Carambola, Conde, Goiaba, Maracujá

Unter Berücksichtigung dieser Vorbedingungen — der Industrialisierung — dürften sich für Brasilien, angesichts des Reichtums an tropischen Pflanzen und Früchten, über den das Land verfügt, noch zahlreiche Ansätze für eine Exportdiversifizierung durch tropische Produkte ergeben. Hingewiesen sei in diesem Zusammenhang deshalb noch, ohne die Beispiele im einzelnen zu vertiefen, auf die Ansatzpunkte zur Erreichung der Exportfähigkeit bzw. zur Steigerung des schon vorhandenen Exports einiger weiterer interessanter brasilianischer Produkte.

Auf Auslandsmärkten so gut wie unbekannt sind die Namen solcher in Brasilien weitverbreiteten und beliebten Früchte wie Carambola, Conde, Goiaba und Maracujá. In Form von Obstkonserven, Säften, Konzentraten und Marmeladen könnten sie auch im Export Absatz finden. Auf dem brasilianischen Inlandmarkt trifft Maracujá-Saft beispielsweise auf eine intensive, infolge unzureichender Produktion jedoch nicht annähernd befriedigte Nachfrage. Auch auf dem Exportsektor dürfte dieses Produkt, das für die Getränkeindustrie, die Süßwaren- und Speiseeis- sowie die Nahrungsmittelindustrie (z. B. Puddingpulver) von Interesse sein würde, mit guten Chancen rechnen können. Ein großer und bisher wohl noch der einzige wirklich bedeutende Produzent von Maracujá in Brasilien ist die Siedlungsgenossenschaft Pindorama im Staate Alagoas, die bereits Bemühungen um regelmäßige Exporte nach der Bundesrepublik eingeleitet haben soll.

GRÖßERE CHANCEN DURCH RICHTIGES MARKETING

Unter bestimmten Voraussetzungen sind gute Absatzchancen ebenfalls zu vermuten für die brasilianischen Produkte *Abacate*¹⁴⁾ und *Mate*¹⁵⁾, die bereits exportiert werden. *Mate*, hauptsächlich produziert in den drei Südstaaten Paraná, Santa Catarina und Rio Grande do Sul, außerdem in Mato Grosso und, in kaum nennenswerten Mengen, in São Paulo, gehört darüber hinaus zum traditionellen Exportprogramm Brasiliens. Die wesentliche Voraussetzung für einen größeren Exportabsatz dieser beiden Produkte dürfte im Einsatz geeigneter Maßnahmen des Marketing zu sehen sein, und zwar in erster Linie in einer Produktänderung sowie in der Wahl der richtigen Absatzwege.

Während die *Abacate*-Frucht unter dem Namen *Avocado*-Birne in frischem (d. h. zumeist: unreifem) Zustande exportiert und in unveränderter Form (und nicht selten ebenfalls unreif) dem Verbraucher angeboten wird, ist *Mate* als „Tee“ auf dem Markt. Dennoch sind beide dem deutschen Verbraucher beispiels-

weise weitgehend unbekannt oder werden von ihm als fremd und ungewohnt empfunden bzw. wegen der Kompliziertheit der Zubereitung abgelehnt. Nachteilig wirkte sich bei *Abacate* bisher aus, daß die Frucht nicht ständig und in allen für den Einkauf von Lebensmitteln in Frage kommenden Geschäften verfügbar war und nur entsprechend den Zufällen der Einfuhr und überwiegend in Spezialgeschäften (Feinkostgeschäften der höheren Preislagen, gelegentlich wohl auch in Lebensmittel-Abteilungen großer Warenhäuser) angeboten wurde, der Verbraucher in der Zwischenzeit also wieder „entwöhnt“ war. Ein Massenkonsum wird auch von der Höhe des Preises her behindert.¹⁶⁾ Bei *Mate* dürfte das Haupthindernis in den gewählten Absatzwegen (Drogerien, Reformhäuser, Apotheken, seltener schon Lebensmittelgeschäfte) zu suchen sein.

Produktänderung als Voraussetzung für den Absatz-erfolg würde bedeuten:

- Im Falle der *Abacate*-Frucht die Verarbeitung der im Lande gereiften Frucht zu einer leicht gebrauchsfertigen Konserve (z. B. *Crema de Abacate* oder *Avocado-Krem*, ebenso *Avocado-Hälften*) mit entsprechendem Dosenaufdruck, der über die Zubereitungsmöglichkeiten aufklärt. Daß der Endverbraucherpreis eines solchen Produkts erheblich unter dem der frischen Frucht liegen kann und dies für einen wirklichen Absatz-erfolg auch muß, dürfte außer Zweifel stehen.
- Im Falle des *Mate* den Export zumindest als „*Mate solúvel*“, als löslicher *Mate*, eventuell als eingedickte Flüssigkeit (Extrakt) unter Zusatz von Zitrone. Erheblich größere Export-erfolge würden jedoch für einen Grundstoff der Getränkeindustrie zu vermuten sein. Zu denken wäre hier an die Herstellung von Erfrischungsgetränken, ähnlich *Cola*-Getränken, für die der spezifische *Mate*-Geschmack eine interessante und die Skala der bisherigen Geschmacksrichtungen bereichernde Nuance sein dürfte. Die dem *Mate* zugeschriebenen Eigenschaften, z. B. belebende Wirkung auf Grund des Koffeingehalts, könnten gleichzeitig als Argument für die Werbebotschaft ausgenutzt werden. Der Ansatzpunkt für eine Förderung des *Mate*-Exports ist also in der Kontaktaufnahme mit der Getränkeindustrie (Brauereien, Hersteller alkoholfreier Erfrischungsgetränke) des Importlandes zu sehen, um die geeigneten Wege für eine Produktänderung zu prüfen.¹⁷⁾

¹⁴⁾ Die inzwischen sehr intensiven Bemühungen Israels, den *Avocado*-Konsum auf dem deutschen Markt zu propagieren, mögen hier langfristig zu gewissen Veränderungen führen.

¹⁷⁾ Ähnlich wäre der absatzwirtschaftliche Ansatz für *Guaraná* (*Paullinia cupana* H. B. K.), einer Schlingpflanze aus dem Amazonasgebiet, deren Samen für die Herstellung koffeinhaltiger Erfrischungsgetränke verwendet wird. Für *Guaraná*-Getränke wären auch auf dem Markt der Bundesrepublik gute Chancen zu vermuten. Anders als *Mate* ist *Guaraná* jedoch ein Produkt der Amazonas-Sammelwirtschaft (Gesamtproduktion 1963: 154 t). Eine regelmäßige und ausreichende Belieferung des Exportmarktes würde daher die Möglichkeit des Anbaus in systematischen Kulturen — was nicht unbedingt abwegig erscheint — voraussetzen.

¹⁴⁾ *Persea gratissima* Gaertn.

¹⁵⁾ *Ilex paraguariensis* St. Hil. bzw. *I. amara* Loes., *I. theaezans* Mart. und *I. cuyabensis* Reiss.

Die Produktänderung würde nahezu automatisch auch zu einer Änderung der Absatzwege führen. Es versteht sich, daß darüber hinaus ein nachhaltiger Erfolg für derartige durch Produktänderungen dem Verbraucher zugänglicher gemachte Produkte nur unter Einsatz des Instrumentariums der Werbung erzielt werden kann.

EXPORTDIVERSIFIZIERUNG — ERGEBNIS METHODISCHEN VORGEHENS

Nur allzu naheliegend erscheint der Gedanke, den natürlichen Reichtum tropischer Entwicklungsländer, wie er sich in dem Vorhandensein gerade für den Auslandsmarkt interessanter exotischer Tropenprodukte manifestiert, zur Diversifizierung ihrer Exporte und damit zur Erzielung von Devisenerlösen auszunutzen.

Mehr aber noch als bei einer Exportdiversifizierung durch Industrieprodukte werden bei einer Exportdiversifizierung durch tropische Agrarprodukte Problemkonstellationen angetroffen, deren Lösung die Berührung zahlreicher und sehr unterschiedlicher Aufgabenbereiche bedeutet.

Dies setzt eine klare Konzeption von dem anzustrebenden Ziel der Diversifizierung, die Kenntnis der Ansatzpunkte und der Möglichkeiten für den Einsatz der Instrumente sowie ein methodisches Vorgehen voraus. Dieses methodische Vorgehen muß, ausgehend von der genauen Kenntnis der Eigenschaften, Entwicklungs- und Verwendungsmöglichkeiten des Produkts, von Anfang an auf die Bedürfnisse des ausländischen Absatzmarktes ausgerichtet sein.

Das trifft in gewisser Weise ebenso für den Export von Industrieprodukten zu. Abweichungen erleichternder Art¹⁸⁾ ergeben sich im Falle der Industrieprodukte jedoch daraus, daß diese zumeist bereits aus bestehenden Betriebsstätten, aus der laufenden Fertigung für den Inlandsmarkt als Produktionsüberschuß und — nach vielleicht geringfügigen Adaptationen an besondere Anforderungen des Absatzmarktes — in dem Bewußtsein exportiert werden, daß die Aufnahmebereitschaft des betreffenden Importmarktes als gesichert anzusehen ist. Bei Industrieprodukten ist in der Regel zumindest eine allgemeine Bekanntheit vorauszusetzen. Dies schließt nicht aus, daß auch einem Export allgemein bekannter Industrieprodukte eine genaue Erforschung der Absatzmöglichkeiten vorausgegangen ist.

Bei tropischen Agrarprodukten sind es jedoch die natürlichen Eigenschaften des Produkts sowie die natürlichen Produktionsbedingungen, die zunächst einmal unveränderlich feststehen. Die spezifischen und gerade charakteristischen natürlichen Eigenschaften sind es zwar einerseits, die dem Produkt eine gewisse Besonderheit geschmacklicher Art oder hinsichtlich seiner Verwendungsmöglichkeiten verleihen und damit —

¹⁸⁾ Das bedeutet nicht, daß die mit einer preislichen und qualitativen Konkurrenzfähigkeit von Industriegüterexporten aus Entwicklungsländern verbundenen Probleme übersehen werden.

anders als bei den Industriegütern, unter denen oft eine sehr direkte Konkurrenz zwischen nahezu völlig identischen Produkten besteht — die eventuell vorhandene Konkurrenzbeziehung zu gleichartigen, verwandten oder unmittelbar substituierenden Produkten der Industrieländer mildern oder aufheben. Sie erschweren andererseits jedoch auch den problemlosen Absatz nach Ländern mit anderen klimatischen — eben nicht tropischen oder subtropischen, sondern gemäßigten — Bedingungen und dementsprechend anderen Geschmackspräferenzen oder Bedürfnissen. Sie bedingen daher einmal eine Prüfung der möglichen Akzeptation, die das Produkt zunächst in weitgehend unverändertem Zustand, sodann in Anpassung an die Verbraucherpräferenzen findet, zum anderen bedingen sie, daß das Basisprodukt oder die aus ihm abgeleiteten industrialisierten Produkte dem Verbraucher „schmackhaft“ und bekannt gemacht werden. Zu dem Erfordernis der genauen Kenntnis der Produkteigenschaften kommt also das nach genauer Kenntnis der Verbrauchergewohnheiten sowie das nach dem Einsatz von Werbemaßnahmen hinzu.

Damit ist es jedoch noch nicht getan. Aufgaben und Probleme können ihre Lösung erfordern auf dem ganzen Wege, den das betreffende Produkt vom Anbau oder von der Ernte bis zum Endverbraucher zurückzulegen hat.¹⁹⁾ Organisation des Anbaus bzw. der Ernte, Wahl der geeigneten Varietäten, Prüfung der Möglichkeiten von Produktänderungen (Aufbereitung, Verarbeitung zu neuen Produkten bzw. Anpassung an Präferenzen des Absatzmarktes) gehören daher ebenso zu den Voraussetzungen einer Exportdiversifizierung durch tropische Produkte wie die Einrichtung von Verarbeitungsbetrieben.

Und selbst mit der Schaffung der entsprechenden Produktionsbedingungen sind noch nicht alle Probleme gelöst: genauso wichtig ist der Aufbau einer reibungslos funktionierenden Exportorganisation, die Herstellung enger Kontakte zum ausländischen Absatzmarkt und darüber hinaus — in Zusammenarbeit mit den dort ansässigen Importeuren oder mit Absatzberatern — die Wahl derjenigen Absatzwege im Importmarkt, die das Produkt unter geringstmöglichem Aufwand mit größtmöglicher Effizienz an die größtmögliche Zahl von Konsumenten heranbringen: Absatzwege, die das Produkt nicht in Vergessenheit geraten lassen oder der großen Masse der Käufer vorenthalten.

Allein schon die Erwähnung all dieser Voraussetzungen dürfte hinreichend verdeutlichen, wie sehr eine erfolgreiche Diversifizierung des Exports auch durch tropische Produkte von einer Vielzahl von unternehmerischen Bemühungen im Rahmen eines methodischen Vorgehens abhängt.

¹⁹⁾ In zwei vom Hamburgischen Welt-Wirtschafts-Archiv veröffentlichten Produktstudien wird dies verdeutlicht an den Beispielen der beiden Produkte Ramie und Babaçú. Siehe hierzu: Christian Wilhelms: Möglichkeiten für eine Steigerung der brasilianischen Exporte durch Angebotsdiversifizierung. Teil I: Ramie — ein entwicklungsfähiges Ausfuhrprodukt. Hamburg 1963. Teil II: Babaçú — unerschlossener Reichtum. Hamburg 1964.