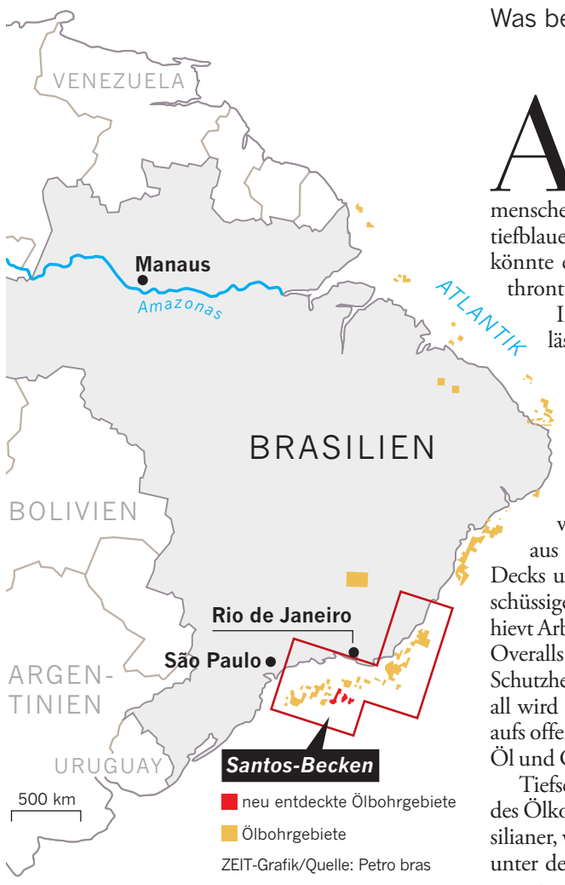
Foto: Antonio Scorza/AFP/Gettyimages

PETROBRAS-ARBEITER posieren vor einer Ölbohrplattform im brasilianischen Angra dos Reis

Die brasilianische Hoffnung

Was bedeuten die gewaltigen Ölfunde vor der südamerikanischen Küste? Ein ernüchternder Besuch **VON ALEXANDRA ENDRES**



Angra dos Reis, drei Autostunden südwestlich von Rio de Janeiro. Das Gewimmel der Großstadt ist in diesem Hafenstädtchen weit weg. Grüne Hügel umschließen menschenleere Buchten. Kleine Inseln liegen im tiefblauen Meer, ein Jachthafen lockt die Segler. Es könnte ein tropisches Idyll sein, doch mittendrin thront ein Stahlkoloss.

In einer Werft gleich neben dem Jachthafen lässt der brasilianische Ölkonzern Petrobras eine riesige schwimmende Förderplattform bauen. P-51, so lautet ihr Name, ist 125 Meter hoch, 110 Meter breit und 125 Meter lang. »Eine der größten Plattformen der Welt«, sagt ein Sprecher des Konzerns. Und eine der modernsten. Auf vier dicken stahlgrauen Säulenbeinen ragt sie aus dem Hafenwasser, darüber eine Handvoll Decks und ein Gerüst, über das eines Tages überschüssiges Gas abgefackelt werden wird. Ein Aufzug hievt Arbeiter nach oben, angezogen mit Kitteln und Overalls in Grau und Warnorange, ausgerüstet mit Schutzhelmen, Schutzbrillen und Ohrstöpseln. Überall wird eifrig geschweißt. Im September soll P-51 aufs offene Meer gezogen werden, um in der Tiefsee Öl und Gas zu fördern.

Tiefsee-Bohrplattformen wie P-51 sind der Stolz des Ölkonzerns Petrobras. Und das Wissen der Brasilianer, wie man so weit vor der Küste kilometertief unter dem Meeresspiegel bohren kann, macht Ölexperten auf der ganzen Welt Hoffnung. Schließlich gehen Öl und Gas zur Neige, und in ein paar Jahrzehnten könnten die bisher bekannten Vorräte aufgebraucht sein. Schon jetzt kommt die Förderung aus den bekannten Lagerstätten nur noch schleppend voran. Das ist ein Grund dafür, dass der Preis für ein Fass Rohöl am vergangenen Wochenende kurz auf rund 140 Dollar emporschnellte. Es gab Krisensitzungen bei der Opec, Krisensitzungen bei den Industriestaaten. Die Weltkonjunktur ist in Gefahr. Nichts läuft ohne das schwarze Gold.

Im vergangenen Herbst war eine aufrüttelnde Nachricht aus Rio de Janeiro um die Welt gegangen: Im Santos-Becken des Südatlantiks, mehr als 5000 Meter unter Meereswasser und Salzkruste und etwa 300 Kilometer von der brasilianischen Küste entfernt, sollen gewaltige neue Reserven verborgen sein. Erst hörte man von einem neuen Feld namens Tupi, in dem fünf bis acht Milliarden Barrel lagern sollen – das würde die bescheidenen brasilianischen Reserven immerhin um mehr als ein Drittel erhöhen. Ähnlich groß ist offenbar das Feld Jupiter direkt daneben.

Anfang April plauderte der Chef der staatlichen Erdölagentur ANP, Haroldo Lima, dann am Rande einer Konferenz aus, dass in einem Nachbarfeld namens Carioca angeblich 33 Milliarden Barrel Erdöl stecken sollen. Das wäre mehr als die gesamten Reserven der USA, die größte Entdeckung seit mehr als 30 Jahren. »Wie Popstars« seien Petrobras-Mitarbeiter auf Branchentreffen gefeiert worden, erzählen Vertreter der Ölindustrie. Präsident Lula da Silva meldete sein Land schon mal vorsorglich für den Beitritt zur Opec an. Und auch international war die Hoffnung groß: War sie womöglich doch noch nicht vorbei, die Zeit der großen Ölfunde?

Die Jubelmeldungen aus Brasilien haben jedoch einige Haken. Mario Carminatti gehört zu denen, die um diese Haken wissen. Jetzt sitzt der Petrobras-Manager in seinem Büro im 18. Stock der Unternehmenszentrale und möchte am liebsten gar nicht über Details reden. Drunten, im Zentrum Rio de Janeiros, wälzt sich der Verkehr. Aus Klimaanlagen fällt feiner Sprühregen auf die Passanten. Brasilien, dieses hoch industrialisierte Land mit neuen, gewaltigen Ambitionen, wird in den kommenden Jahrzehnten eine Menge Energie verbrauchen. Und Carminatti, der als Fachmann für die Exploration neuer Ölfelder zuständig ist und sich Tag für Tag mit der Lösung dieses Energieproblems befasst, mag sich nicht recht zum allgemeinen Jubel über den angeblichen Riesenfund von »Carioca« äußern.

P-51: Stolz von Petrobras, Hoffnung für die Welt

Eine bunte Computergrafik hat er hervorgeholt, deren Säulen zeigen: An Land und im flachen Meereswasser liegen in Brasilien nicht einmal drei Milliarden Barrel an Ölvorräten. Ungefähr zehn weitere lagern in der Tiefsee. Wenn sich die Nachrichten um die Unterseefelder Tupi, Jupiter und Carioca aber bestätigen und wenn Carminattis eigene Schätzungen stimmen, dann hätte Brasilien rund 80 Milliarden Barrel. So viel wie Venezuela und Russland. Nur fünf Staaten besitzen derzeit mehr: Saudi-Arabien, Iran, Irak, Kuwait und die Vereinigten Arabischen Emirate – freilich sind es dort deutlich mehr. Die gesamten Ölvorräte der Golfregion werden auf über 740 Milliarden Barrel geschätzt.

Carminatti druckst herum, wenn es um genaue Angaben geht. »Erst Ende 2009 können wir eine einigermaßen gute und verlässliche Vorstellung des Volumens von Carioca haben«, sagt er. »Wo genau« sich die vielen Barrels befänden, die Petrobras in direkter Nachbarschaft von Tupi zu entdecken hofft, wisse man ebenfalls noch nicht.

Auch außerhalb von Petrobras ist in der brasilianischen Ölbranche das große Schweigen ausgebrochen. Haroldo Lima, der im April die Nachricht vom Carioca-Ölfeld ausplauderte, darf offiziell überhaupt nichts mehr verkünden. Die Stellungnahme von Petrobras lautet seither: Weitere Probebohrungen seien notwendig, um die Ausmaße der neuen Felder wirklich zu bestimmen.

Im zweiten Halbjahr 2008 könne man eventuell Näheres sagen, lässt das Energieministerium auf Nachfragen wissen. Neuere Funde werden mit deutlich größerer Diskretion bedacht: Vor wenigen Tagen gab Petrobras bekannt, man habe in der Nähe von Tupi und Carioca, nahezu 6000 Meter unter Wasser und Gestein, noch mehr Öl gefunden. Doch diesmal fehlte jede Angabe zur Größe des Feldes. Was ist da los?

Der Turm ist wie ein überdimensionierter Auspuff geformt. Er ist das Zentrum eines runden, einstöckigen Gebäudekomplexes, eine drei viertel Stunde Autofahrt von der Petrobras-Zentrale entfernt. Hier stößt man auf einen Teil der Antwort. In dicken, weißen Lettern prangt »BR« auf gelbgrünem Grund an der Seite des Turms: das Konzernlogo. Es ist der Mittelpunkt des Petrobras-Forschungszentrums, in dem rund 5000 Menschen – Biologen, Ingenieure, Geologen – an neuen Erfindungen tüfteln.

Die Brasilianer haben viel Erfahrung mit innovativen Fördertechniken. Sie fördern seit nahezu 30 Jahren Öl aus dem Meer. Das Unternehmen errichtet auf dem Meeresgrund ganze Städte aus Röhren, Sammelstellen, Pumpen, Motoren und Stromleitungen, um an das schwarze Gold zu kommen. Am bislang tiefsten Punkt, im Ölfeld Roncador im Campos-Becken nördlich von Tupi und Carioca gelegen, geht es bis auf 2000 Meter unter die Wasseroberfläche.

Einfach ist das nicht: Es ist dunkel dort unten, der Wasserdruck ist hoch, Taucher können ab einer Wassertiefe von 300 Metern nicht mehr eingesetzt werden. Die Maschinenparks werden ferngesteuert installiert und betrieben. »Stellen Sie sich vor, Sie fliegen einen Hubschrauber und versuchen, am Erdboden zu angeln«, beschreibt Andreas Villwock vom Geomar-Institut in Kiel diese Präzisionsarbeit. Wellen und Strömungen zerren an der Ölplattform und den Pipelines. Es ist schon schwer, sie für die Förderdauer des Ölfelds vor dem Auseinanderreißen zu bewahren.

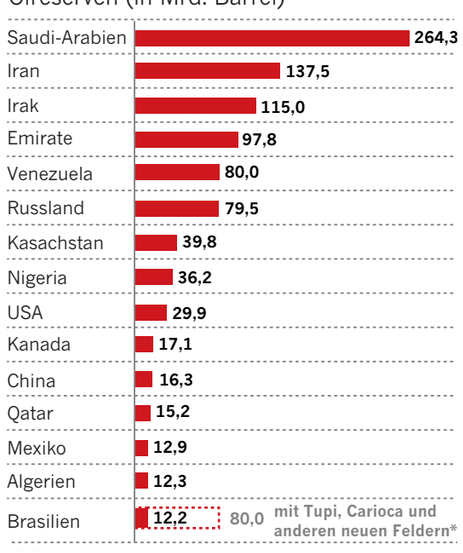
Das ist denn auch ein Grund dafür, warum die erste Euphorie bei Petrobras und anderen Ölexperten, die jüngst noch von einer Ölmacht Brasilien schwärmten, wieder verflogen ist. Nicht nur, dass noch weitere Probebohrungen ausstehen, was in solcher Tiefe eine gewaltige Ingenieursaufgabe ist. Auch weiß noch niemand, wie genau das Öl gefördert werden soll. »Wir haben die richtige Produktionsmethode noch nicht gefunden«, gibt Mauricio Werneck zu, der im Konzern das Forschungsprogramm für extreme Tiefseebohrungen leitet. »Wir müssen noch viel testen.«

Es gibt Riesenprobleme für Ingenieure: mit dem Wasserdruck, mit dem Durchstoßen der Ge-

Fortsetzung auf Seite 22

Der Neuankömmling

Länder mit den größten nachgewiesenen Ölreserven (in Mrd. Barrel)



ZEIT-Grafik/Quelle: BP, Petrobras, eigene Recherchen
Angaben Ende 2006, außer Brasilien (*Schätzung)

Schwarzer Tag

Die Kohlelobby bekommt neuen Aufwind – leider

Wie hatte man sich gefreut, den Dauerstreit um die Kohle endlich beendet zu wissen! Im Jahr 2018 solle Schluss sein mit dem hoch subventionierten Steinkohlebergbau, das entschied die Politik im vergangenen Jahr. Und dass es der Kohlestiftung dieser Tage gelang, Teile des Industriekonglomerats unter dem Dach der ehemaligen Ruhrkohle AG teuer zu verkaufen, war ebenfalls dazu angetan, deutsche Steuerzahler fröhlich zu stimmen. Das Geld aus dem Verkauf soll nämlich nach 2018 Bergschäden und andere Spätfolgen beheben helfen.

Thema erledigt? Mitnichten. Genau zur selben Zeit nämlich begannen die Bergleute und ihre Lobbyisten am Ausstieg aus dem Ausstieg zu arbeiten. Und das machten sie geschickt. Der Kohlekonzern will seine von Beben erschütterte Zeche im Saarland früher schließen und dafür eines der Bergwerke in Nordrhein-Westfalen etwas länger laufen lassen, was zunächst ganz harmlos wirkt. Es klingt sogar nach ökologischer Einsicht und vertretbarem Tausch von Jobs hier gegen Jobs da.

Eine Logik, der sich offenbar selbst die Kohlepolitiker in Düsseldorf und Berlin nicht verschließen konnten. Dabei haben sie allerdings nicht genügend bedacht, welcher Grube sie nun am Anfang dieser Woche die außerplanmäßige Verlängerung genehmigten. Es handelt sich um das Bergwerk Ost im westfälischen Hamm, wo man bis kurz vor dem Ausstiegsbeschluss noch neue Kokskohleflöze in den Berg hauen wollte.

Heute sind die Kumpel dort wieder über alle Maßen optimistisch. Sie setzen auf die Revisionsklausel, die besagt, dass 2012 erneut überprüft werden muss, ob Deutschland nach 2018 wirklich ohne eigene Gruben auskommt.

Mit der Entscheidung für Hamm handeln sich die Düsseldorfer Politiker wohl eine neue Subventionsdebatte ein – und werfen Deutschland ein Stück zurück. Schon immer argumentierten die Bergleute, dass bei hohen Preisen deutsche Kohle auf lange Sicht wettbewerbsfähig sei und zudem die Abhängigkeit vom Ausland vermindert werde.

Noch sind die Preise dafür viel zu niedrig. Doch speziell Koks ist knapper denn je. Dank des Booms in China steigen die Preise. Keiner weiß, wie lange dieser Boom anhalten wird, aber momentan läuft es für den Bergbau in die richtige Richtung.

Neun Monate Spielraum haben sie in Hamm gerade hinzugewonnen. Es könnten neun Monate zu viel sein. Denn kurz bevor die Kokszeche 2010 ordnungsgemäß schließen soll, sind in Deutschland Bundestagswahlen und in Nordrhein-Westfalen Landtags- und Kommunalwahlen. Da wird ein immenser Druck entstehen, jenseits aller wirtschaftlichen Vernunft. **JUTTA HOFFRITZ**

60 SEKUNDEN FÜR

Kompromisse

Was hat es zu bedeuten, wenn der größte Industrieverband des Landes die Bundeskanzlerin lobt, weil sie deutsche Interessen »kraftvoll vertreten« habe? Was sollen wir davon halten, wenn der Verband der Autohersteller erklärt, der neue Kompromiss sei zwar nicht ideal, aber man könne damit leben? Richtig: Die Hersteller haben gewonnen. Vordergründig gegen Frankreich, dessen Präsidenten die Bundeskanzlerin in einer süddeutschen Schänke abgerungen hat, dass er im Streit um die Abgasregeln für neue europäische Autos nachgibt. Und mal ehrlich: Wer möchte die industriepolitisch stets aggressiven Nachbarn nicht ab und zu in die Schranken gewiesen sehen?

Tatsächlich haben die Hersteller mit Hilfe ihrer Berliner Jeanne d'Arc noch einen ganz anderen Gegner in die Schranken gewiesen: die Umwelt nämlich. Einen üblen Gegner übrigens, der mit seiner Mitleidstour immer mehr Erfolg hat. Nur ihren eigenen Schweinehund, den haben die Autobauer nicht überwunden. Sie dürfen nun länger als gedacht CO_2-Schleudern vertreiben und sich Zeit lassen mit Neuerungen und Innovationssprüngen.

Hierin lag die eigentliche Chance, die Frankreich uns geboten hatte. Natürlich wollte der Nachbar mit Hilfe harter CO_2-Grenzen eigentlich seinen Herstellern (kleiner Autos) helfen und unseren Produzenten (großer Autos) schaden. Erreicht aber hätte er vermutlich, wie so oft bei merkantilistischen Initiativen, das Gegenteil: dass die deutschen Autobauer sich schleunigst neu erfinden im Ökozeitalter.

Nun muss man Nicolas Sarkozy gratulieren. Mit großzügiger Geste hat er seiner Industrie einen Dienst erwiesen. Die wird es ihm freilich nicht danken. **UWE JEAN HEUSER**

Nr. 25 | DIE ZEIT | | S. 22
SCHWARZ | | cyan | magenta | yellow

Toyota lässt nach

Der Absatz beim erfolgreichsten Autohersteller der Welt stockt, vor allem in Deutschland. Das Problem: Neue Modelle kommen frühestens nächstes Jahr **VON DIETMAR H. LAMPARTER**

TAGESZULASSUNGEN des Modells Auris schönten 2007 die Verkaufszahlen

Viele deutsche Automanager hatten es langsam satt. Immer wurde ihnen Toyota als leuchtendes Beispiel vorgehalten: Die Qualität der Autos galt als unschlagbar, und seit Mitte der neunziger Jahre konnten die Chefs im japanischen Toyota City alljährlich neue Rekorde verkünden. Kein Autobauer verdient annähernd so viel, und mit gut 9,3 Millionen Fahrzeugen verkaufte der Branchenprimus im vergangenen Jahr drei Millionen Autos mehr als der VW-Konzern. Mit seinem Hybridantrieb gilt Toyota zudem als Umweltpionier und wurde in den USA im Verbund mit der noblen Schwestermarke Lexus zum Schrecken der einheimischen Hersteller. Nach Amerika nahm man sich Europa vor: Im vergangenen Jahr wurde Toyota erstmals zur stärksten Importmarke auf dem deutschen Markt.

Doch neuerdings scheint die automobile Weltordnung zu wanken. Nachdem Konzernchef Katsuake Watanabe für das vergangene Geschäftsjahr nochmals eine Rekordbilanz vorgelegt hatte, kündigte er zugleich weniger Wachstum und einen Gewinnrückgang für das laufende Jahr an. Teure Rohstoffe schlagen ins Kontor, und in den USA spüren auch die erfolgsverwöhnten Japaner die flaue Konjunktur. Kurz darauf räumte Europachef Tadashi Arashima in Brüssel ein, dass man 2008 auch auf dem alten Kontinent das geplante Wachstum von fünf Prozent nicht schaffen werde – vor allem, weil man auf dem deutschen Markt nicht reüssiere wie geplant. Dort brachen die Neuzulassungen in den ersten fünf Monaten um 21 Prozent ein, während der Markt insgesamt sogar um gut vier Prozent zulegte.

Das muss Arashima geahnt haben. Sonst hätten die für ihre Geduld bekannten Japaner nicht einen ihrer besten Leute aus der Brüsseler Europazentrale nach Deutschland geschickt : Der 47-jährige Belgier Alain Uyttenhoven soll als neuer Vice President den Trend wenden. Sein deutscher Vorgänger wurde – wie bei Toyota üblich: gesichtswahrend – nach Italien versetzt. Uyttenhoven, der in Brüssel zuletzt den Kundendienst für ganz Europa steuerte, bringt viel einschlägige Erfahrung mit: Bevor er 2004 bei Toyota anheuerte, arbeitete er gut 15 Jahre lang für deutsche Autobauer. Fast 11 Jahre war er für Mercedes aktiv, wo er das weltweite Produktmarketing steuerte, dann wirkte er als Markendirektor im Opel-Vorstand.

In seinem neuen Job gibt sich der Marketingprofi bescheiden. In diesem Jahr werde man den 2007 eroberten Marktanteil in Deutschland wohl nicht halten können. Aber man wolle das laufende Jahr nutzen, um »2009 wieder richtig anzugreifen«.

Uyttenhoven trifft auf eine schwierige Situation. Sein Vorgänger konnte 2007 den neuen Auris, einen Herausforderer des VW Golf, mit einer in der Branche bislang einmaligen massiven Plakataktion einführen. Doch für das laufende Jahr haben die Toyota-Strategen für Deutschland überhaupt keine Neueinführung geplant. Zudem hat sich das Umfeld verschlechtert. Jahrelang waren Toyota-Modelle in ADAC-Pannenstatistiken und anderen Qualitätsstudien auf die besten Plätze abonniert, neuerdings liegen vielfach wieder deutsche Marken vorn. Auch Rückrufaktionen blieben den stolzen Japanern nicht erspart.

Konzernchef Watanabe selbst räumte schon im vergangenen Jahr ein, dass man wohl etwas zu schnell gewachsen sei. Doch das ist nur die halbe Wahrheit. Das Image des Umweltpioniers konnten die Toyota-Leute in Deutschland kaum in Verkäufe umsetzen. Nur ein einziges Modell der Marke, den Prius, gibt es mit dem sparsamen Hybridantrieb – der Kombination von Elektro- und Verbrennungsmotor. Doch das auf den amerikanischen Geschmack ausgerichtete Prius-Design findet in Europa wenig Freunde. Fast 133 000 Toyota wurden 2007 in Deutschland verkauft, darunter nur 4577 Prius. Da nützt es wenig, dass drei Lexus-Modelle ebenfalls mit Hybrid zu haben sind, denn die sind allesamt in der teuren Oberklasse angesiedelt, wo Mercedes, BMW und Audi dominieren.

Der Qualitätsvorsprung »ist kleiner geworden«, räumt Uyttenhoven ein. Das liege aber vor allem daran, dass die Kollegen bei Mercedes, Audi und Co. ihre Defizite beseitigt hätten. Außerdem brauche ein Ingenieur »zehn Jahre«, um das Toyota-System wirklich zu durchdringen. Und wenn man Jahr für Jahr weltweit zusätzliche 500 000 Autos baue – das entspricht etwa dem Gesamtabsatz der Marke Volvo –, sei es eben schwer, genug neue Leute zu schulen. Doch Konzernchef Watanabe habe das Thema Qualität längst zur Chefsache gemacht. Und wie man die Japaner kennt, gehen sie Probleme konsequent an. Zudem kann Uyttenhoven darauf verweisen, dass die Kundenzufriedenheit in Deutschland konstant sehr hoch ist.

Deutsche Spezialität

Hiesige Automarken profitieren von der hohen Nachfrage nach Firmenwagen. Toyota verkauft viel an Privatleute – und leidet, wenn diese sparen

Es muss also noch andere Gründe für die aktuelle Schwäche geben. »Deutschland ist der schwierigste Markt der Welt für die Japaner«, sagt Andreas Meckel vom deutschen Informationsbüro des Japanischen Automobilherstellerverbands JAMA. Nirgends auf der Welt werden so viele Firmenwagen verkauft, vom Staat subventioniert und von den Unternehmen goutiert. Das Geschäft geht immer gut, und es lief auch 2007, doch es ist traditionell weitgehend in der Hand der deutschen Hersteller. Darunter leiden Importfirmen wie Toyota vor allem dann, wenn sich die privaten Konsumenten zurückhalten. Denn bei Käufern, die ihr Auto aus eigener Tasche bezahlen müssen, sind sie stark.

Deutlich mehr als die Hälfte der neuen Pkw werden mittlerweile auf Firmen, Händler oder die Hersteller selbst registriert. Uyttenhovens Vorgänger hatte Ende 2007 sogar noch einen riskanten Kniff angewandt und den Händlern viele Tageszulassungen auf den Hof gestellt, um die Zahlen zu schönen und Renault als Importmarke Nummer eins abzulösen. Das räche sich jetzt, bestätigt Burkhard Weller, Chef der Wellergruppe, des größten Toyota-Händlers in Deutschland. Man müsse nun erst mal die Tageszulassungen an den Kunden bringen. Außerdem fehlten Toyota in Deutschland dieses Jahr neue Modelle. Das Image der Qualitätsmarke sei bei den Kunden dagegen intakt.

Weller erwartet allerdings eine Trendwende für das zweite Halbjahr. Und spätestens 2009 könnte den europäischen Konkurrenten die Schadenfreude endgültig vergehen. Gleich »sechs neue Modelle und neun Modellpflegen« werde es geben, kündigt Uyttenhoven an. Darunter mit dem Urban Cruiser einen kleinen, verhältnismäßig sparsamen Geländewagen. Das ist eine Kategorie Auto, von der deutsche Städter derzeit nicht genug bekommen können. Auch eine intelligent gemachte Konkurrenz für den neuerdings so gefragten Kleinstwagen Smart soll Anfang 2009 auf der Markt kommen. Er heißt IQ.

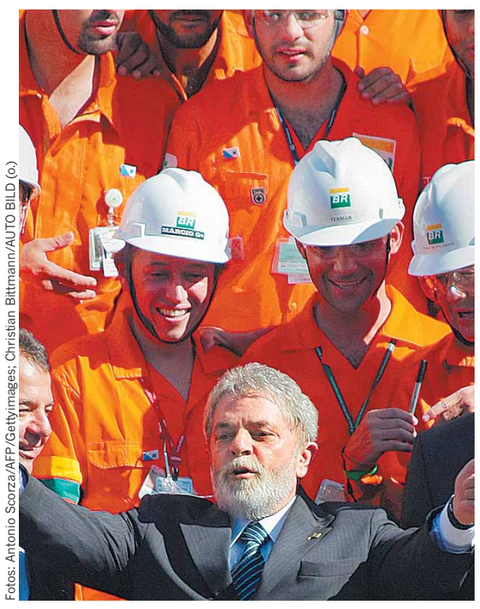
»Der ist mit seinen knapp drei Metern kaum länger als der Smart, man kann aber drei oder sogar vier Leute einladen«, freut sich Händler Weller. Er hat sich gerade mit seinen europäischen Kollegen in London die neuen Modelle angeschaut. »Schöne Autos, und alle passen auf den europäischen Markt«, lobt Weller. Er kann vergleichen, schließlich betreibt seine Gruppe auch Autohäuser mit den Marken BMW, VW und Audi. Auch ein neuer verbesserter Prius soll Anfang 2009 die umweltbewegte Kundschaft erfreuen, zudem werde das Hybridmodell später in verschiedenen Karosserievarianten angeboten. Er rechnet damit, dass die angekündigten Neuheiten pünktlich kommen, und verteidigt sein Vertrauen in die Japaner: »Auch nach dem Gewinnrückgang verdient Toyota immer noch deutlich mehr als alle anderen Autokonzerne.«

Toyota-Manager Uyttenhoven verrät gleich noch etwas. Auch für größere Familien werde es einen Hybrid geben. Man wolle doch neben der Qualität die Umweltfreundlichkeit betonen.

Mit seinen hohen Finanzreserven kann sich Toyota, anders als viele Konkurrenten, ein schwächeres Jahr durchaus leisten, auch in Deutschland. Doch wenn sie neue Produkte liefern, wollen Autokonzerne auch mehr Umsatz sehen. Also muss Alain Uyttenhoven spätestens im Jahr 2009 gute Zahlen liefern und beweisen, dass Toyota hierzulande nur eine Wachstumsdelle erlitt und keinen Unfall.

Brasilianische Hoffnung

Fortsetzung von Seite 21



Fotos: Antonio Scorza/AFP/Gettyimages; Christian Bittmann/AUTO BILD (o.)

BRASILIENS PRÄSIDENT Lula da Silva feiert die Ölfunde: Sie sind ein Mittel der Außen- und Machtpolitik

Steins- und Salzschichten. In solcher Tiefe ist das Salz zähflüssig, seine Schichten verschieben sich, bringen Bohrlöcher und Rohre zum Bersten.

Die Kosten, für all dies Lösungen zu entwickeln, sind aus Wernecks Sicht gar nicht abzusehen. Vor einem Jahrzehnt wäre ein solcher Plan sowieso gleich verworfen worden: Da kostete ein Barrel Öl gut zehn Dollar. Doch für die kommenden Jahre rechnen Experten eher mit 100 bis 200 Dollar. Eine neue Ära ist angebrochen, in der die Ölkonzerne das Unmögliche versuchen, um auch weiterhin noch viel Öl zu fördern, und dafür auch unglaubliche Mengen Kapital auf den Tisch legen. Petrobras plant, seine Investitionen in die Ölexploration bis zum Jahr 2012 um mehr als 30 Prozent zu erhöhen.

Weil die Suche nach dem Öl boomt, sind Sonden und Bohrer knapp

Doch das Geschäft mit den neuen Feldern unter Wasser ist noch extrem spekulativ und gewaltig teuer. Und am Ende könnte herauskommen, dass die Förderung des vielen Unterseeöls doch viel weniger wirtschaftlich ist als gedacht.

Vor der Küste von Rio de Janeiro tobt gerade ein gewaltiger Wettlauf gegen die Zeit. »Innerhalb einer gewissen Frist muss Petrobras in bestimmten Gebieten Öl finden«, sagt die Journalistin Danielle Nogueira, die für die Tageszeitung *O Globo* die Ölbranche beobachtet. Diese Konzessionen zum Ölsuchen wurden nur für eine bestimmte Zeit vergeben. Findet Petrobras kein Öl, ist die Konzession weg. Sie fällt an die staatliche Energieagentur zurück, die sie dann theoretisch an andere Konzerne weiterreichen kann.

Weil die Frist bald ablaufe, nehme sich Petrobras im Moment kaum Zeit, im Detail die Größe der gefundenen Vorräte zu bestimmen, vermutet Noguiera »Viel wichtiger ist es, die noch ausstehenden Gebiete auf Öllager zu prüfen«, sagt sie. Weil der hohe Ölpreis außerdem der Exploration einen weltweiten Boom beschert hat und die Konzerne in aller Welt bohren, sind Sonden und Bohrgeräte knapp. Das sorgt für zusätzlichen Druck.

Petrobras hat immerhin schon einen konkreten Plan für das Tupi-Feld gefasst: In zwei bis drei Jahren soll es ans Rohr gehen und rund 100 000 Barrel täglich liefern, später bis zu 200 000. Das allein erfordert schon einen gewissen geschäftlichen Wagemut. Doch die Fördermenge sei »nur ein Klacks«, verglichen mit dem weltweiten Bedarf, sagt Frank Schallenberger, Rohstoffexperte der Landesbank Baden-Württemberg. Für die anderen, deutlich größeren Vorkommen gibt es noch keine konkreten Pläne.

Dennoch: Falls sich Brasiliens Hoffnungen aufs Öl erfüllen, wird das Land als Partner für den Westen wichtiger werden und eine größere Rolle im Energiekalkül der Industrieländer spielen. Das gilt vor allem aus Sicht der USA, die bislang noch viel Öl aus Venezuela beziehen.

»Die USA würden sehr gerne ihre Ölimporte diversifizieren«, sagt Markus Jäger, Lateinamerikaspezialist der Deutschen Bank in New York. »Vor allem, weil Mexiko und Venezuela schon heute weniger produzieren und Instabilität im Nahen Osten nie auszuschließen ist.« Und wie viel lieber würden die USA mit dem marktwirtschaftlichen Brasilianer Lula statt mit dem sozialistischen Chávez zusammenarbeiten! Die Lula-Regierung hat das erkannt und setzt ihren halbstaatlichen Konzern schon heute strategisch ein.

»Petrobras ist ein entscheidender Spieler in der brasilianischen Außenpolitik«, sagt beispielsweise André Aranha Corrêa do Lago, Leiter der Energieabteilung im Außenministerium, die überhaupt erst unter Lula geschaffen wurde.

Die brasilianische Regierung fördert den Ausbau ihrer Öl-Infrastruktur so kräftig, wie es geht: Die Entwicklung der großen, neuen Plattformen zum Beispiel finanziert sie über ihre Entwicklungsbank mit. Womit sie nebenbei noch Industriepolitik verbindet: Mindestens 70 Prozent der in jeder Plattform verbauten Teile müssen aus Brasilien stammen, und auch die brasilianische Schiffsindustrie muss bevorzugt mit Aufträgen bedacht werden.

In Brasilien wird schon für die Zeit nach dem Öl geplant

Der »außenpolitische Spieler« Petrobras wird auch schon für die Zeit fit gemacht, wenn die Ölvorräte in Brasilien und gar in der Welt aufgebraucht sein werden: Seine Chefs wollen, dass Petrobras bis zum Jahr 2012 zum führenden Energieunternehmen Lateinamerikas aufsteigt und weltweit unter die wichtigsten fünf. Aber nicht bloß mit Öl: Der Konzern baut auch sein Geschäft mit Erdgas aus und investiert neuerdings in die Windkraft und massiv in Bioethanol. Was wiederum ganz der Linie der Lula-Regierung entspricht.

Der Präsident mahnte schon gleich nach der Bekanntgabe der Ölfunde an, sein Land wolle das »grüne Gold« neben dem schwarzen nicht vergessen. Bioethanol aus Zuckerrohr kann in Brasilien in großen Mengen und so günstig wie nirgendwo sonst hergestellt werden, und vielleicht wird das Land auch damit eines Tages zum Treibstofflieferanten für die USA und Europa.

Mit den USA hat Lula jedenfalls schon ein Kooperationsabkommen in Sachen Biosprit geschlossen. Das Land will sogar afrikanischen Ländern helfen, selbst Ethanol herzustellen, indem es sie mit Knowhow versorgt. Das ist auch nicht ganz ohne Eigennutz. Brasilien schärft dadurch sein Profil als Führungsmacht eines sich von den USA und den alten Industrienationen emanzipierenden Südens.

Mit der Geldflut, die sie zumindest vorübergehend erwartet, will die Regierung in den kommenden Jahren ihre wirtschaftliche und geopolitische Position so weit wie möglich ausbauen. Die Einnahmen aus dem Öl sollen vor allem beim Investieren daheim und in aller Welt helfen und dabei, die heimische Wirtschaft zu stabilisieren. Wie die *Financial Times* am vergangenen Wochenende berichtete, soll der künftige Ölreichtum – wenn die Einnahmen aus dem Santos-Becken erst fließen – in einem neuen Staatsfonds angelegt werden.

»Sobald das Öl kommt, wird der Fonds schnell auf 200 oder 300 Milliarden Dollar wachsen«, wird der brasilianische Finanzminister Guido Mantega zitiert. Das Geld ist demnach eine Allzweckwaffe, die Brasiliens Zukunft sichern soll: gegen die Inflation, als Polster fürs Regierungsbudget, als eine zusätzliche Kapitalquelle für Investitionen brasilianischer Unternehmen im Ausland und als Stabilisator für den Wechselkurs des brasilianischen Real.

Und das ist wohl die eigentliche, dauerhafteste Bedeutung der Ölfunde vor der brasilianischen Küste. Sie sind ein Vorbote kommender Jahrzehnte. Die Ölvorräte werden knapper, die Ölförderung wird teurer und unzuverlässiger. In diesem Endspiel können Länder wie Brasilien in Lateinamerika – oder wie Russland vor der europäischen Haustür – zu internationalen Energiemächten werden, obwohl sie nur mittelgroße Vorkommen haben.

Lula da Silva hat das genauso erkannt wie sein lateinamerikanischer Nachbar Chávez. Langfristig, so sieht es derzeit aus, hat er mehr und bessere Karten im Spiel der Spiele.

Weitere Informationen im Internet: **www.zeit.de/energie**

ZEIT SHOP: Lese- und Schreibkultur

Exklusive Handarbeit: ZEIT-Füllfederhalter aus Wurzelholz mit 18-Karat-Goldfeder

Diesen hochwertigen Füllfederhalter aus der Traditionswerkstatt von Jean-Pierre Lépine erhalten Sie in einer auf 100 Stück limitierten ZEIT-Sonderedition aus geschliffenem Briar Wood (Wurzelholz) mit Spezialgravur und einer 18-karätigen Goldfeder. Geeignet für normale Standard-Patronen.

Länge: ca. 14,5 cm, Ø ca. 1,7 cm. Für die spontane literarische Inspiration erhalten Sie natürlich auch den praktischen ZEIT-Skizzenblock mit festem Einband, 80 mikroperforierten Seiten und Einstecktasche gratis dazu. Format: DIN A5.

Bestellnr.: 2576

Stilvolle Leinenfächermappe

Ein effektives Werkzeug gegen das Durcheinander, dazu schlicht, hochwertig und durchdacht: Die elegante Fächermappe mit festem Leinenbezug hat zehn Fächer. Sie fasst zahllose Dokumente bis zur Größe von DIN A4 und eignet sich so für alle Unterlagen, die wohlsortiert gesammelt und bewahrt gehören – seien es Urlaubsfotos, Vertragsschriften, Rechnungsnachweise, Präsentationen, Entwürfe oder Bedienungsanleitungen. Mit zwei Stoffbändern, die die Mappe bei jedem Füllungsgrad sicher verschließen.

Preis: € 36,95
Bestellnr.: 2944 (DIN A4)

Preis: € 27,95
Bestellnr.: 2945 (DIN A5)

www.zeit.de/shop

Genießen Sie DIE ZEIT

Ja, ich bestelle folgenden Artikel:

☐ ZEIT Füllfederhalter	€ 299,–*	Bestellnr.:2576
☐ Fächermappe DIN A4	€ 36,95*	Bestellnr.:2944
☐ Fächermappe DIN A5	€ 27,95*	Bestellnr.:2945

*Versandkostenpauschale € 3,90 – ZEIT-Abonnenten erhalten die Lieferung frei Haus.

☐ Ich bin ZEIT-Abonnent und spare die Versandkosten

Name, Vorname
Straße / Nr.
PLZ / Wohnort
Telefon
E-Mail
Datum Unterschrift

☐ Ja, bitte senden Sie mir weitere Informationen per E-Mail.

Dieses Angebot gilt nur für Lieferadressen innerhalb Deutschlands und solange der Vorrat reicht. Auslandspreise auf Anfrage. 14 Tage Rückgaberecht. Die AGB zum Nachlesen: www.zeit.de/shop

Anschrift: ZEIT-Shop, Kundenservice, Am Buchberg 8, 74572 Blaufelden
E-Mail: zeitshop@zeit.de
Telefon: 07953 – 88 37 92 Fax: 07953 – 88 35 09

DZ25/08

Nr. 25 | DIE ZEIT | | S.22 | SCHWARZ | | cyan | magenta | yellow