



Afrika-Verein  
der deutschen Wirtschaft

2b.AHEAD  
**THINK!TANK**  
Deutschlands innovativste Denkfabrik

TRENDSTUDIE

# AFRIKA 2025

EXECUTIVE SUMMARY

Carsten Hesse  
Sven Gábor Jánszky



Sehr geehrte Damen und Herren,

woran denken Sie, wenn Sie „Afrika“ hören? Denken Sie noch an die „3K“: Krieg, Korruption und Krankheiten? Oder haben Sie schon gehört, dass sechzehn der derzeit am schnellsten wachsenden Ökonomien der Welt heute bereits in Afrika liegen. Nur sieben sind in Südostasien und drei in Zentralasien. Schon heute wächst die Wirtschaft in den afrikanischen Vorreiter-Staaten dynamischer als in Asien. Von Europa und Nordamerika ganz zu schweigen, auch wenn der Abstand zu den industrialisierten Ländern natürlich nach wie vor groß ist. Angola hat bessere Wachstumsraten als China und lieh seiner früheren Kolonialmacht Portugal Geld in Zeiten der Krise. Wer hätte das gedacht? In zahlreichen afrikanischen Ökonomien werden wir in den kommenden Jahren ein massives Wachstum sehen. Etwa 7% könnte das jährliche durchschnittliche Wachstum aller afrikanischen Ökonomien betragen, sagen die Forscher des WEF. Unsere Prognosen sagen, dass viele afrikanische Staaten sogar die asiatischen Wachstumsraten hinter sich lassen, vermutlich auch China und Indien.

Afrika wird von international agierenden Unternehmen bereits heute als kommender Markt wahrgenommen. In den jeweiligen afrikanischen Gesellschaften entwickeln sich kaufkräftige Mittelschichten und immer mehr junge, gut ausgebildete Menschen suchen ihre berufliche Zukunft nicht in Europa oder in den USA, sondern in ihrer Heimat. Im Jahr 2025 werden afrikanische Ökonomien anders bewertet werden müssen. Sie sind dann nicht mehr nur peripher als Rohstofflieferant und Absatzmarkt billiger Produkte in den globalen Wirtschaftskreislauf eingebunden. Sondern als aktive Player, Produktionsstandorte und enorme Absatzmärkte.

Die zentrale Frage dieser Studie ist, wie deutsche Unternehmen und insbesondere der deutsche Mittelstand von diesem Trend profitieren können? Zum einen ist Afrika im Begriff ein gigantischer Absatzmarkt zu werden und den Abstand zu den anderen Staaten wie China, Brasilien und den Industrieländern schnell zu verkürzen. Dadurch ergeben sich auch für deutsche Firmen enorme Potentiale. Investitionsgüter aller Art, von Produktionsmaschinen bis zum Dienstleistungssektor - Afrika hat einen riesigen Bedarf an allem.

Zum anderen kann man mittel-und langfristig davon ausgehen, dass Afrika als Produktionsstandort interessant wird. Je mehr die Entwicklung in den asiatischen Staaten voranschreitet, je höher die Ansprüche der Bevölkerungen, je höher die Lebenskosten und damit auch die Lohn- und Produktionskosten werden, desto unattraktiver wird Asien als „verlängerte Werkbank“. Es spricht vieles dafür, dass Afrika diese Rolle einnehmen wird und damit China, Brasilien und andere asiatische und lateinamerikanische Staaten ablösen wird. H&M hat gerade angekündigt, eine erste Produktion in Äthiopien aufzubauen.

Unsere hier vorliegende Studie benennt die wesentlichen, heute bereits prognostizierbaren, strategischen Treiber für die Entwicklungen in Afrika bis zum Jahr 2025. Denn für deutsche Unternehmen ergeben sich in Afrika nicht nur Möglichkeiten. Sie stehen auch im Wettbewerb um diesen Markt. Ihre Konkurrenten sind nicht mehr nur Unternehmen aus Frankreich, Großbritannien und den USA sondern zunehmend auch aus Schwellenländern, die eine konsequente Investitions- und Kooperationspolitik mit den afrikanischen Staaten und Unternehmen verfolgen.

Diese Studie basiert auf den Erfahrungen und Strategien sowie den Zukunftsplänen und Visionen der verantwortlichen Entscheider über das „Africa-Development“ in den Unternehmen der deutschen Wirtschaft. Sie zeigt, welches Potential von den deutschen Unternehmen in Afrika erkannt wird sowie welche Potenziale noch nicht erkannt worden sind. Aus den Roadmaps, Plänen und Erwartungen der trendprägenden Akteure zeichnet sie ein Zukunftsbild der Möglichkeiten für deutsche Unternehmen in Afrika bis zum Jahr 2025. Und sie zeigt anhand konkreter Strategieoptionen auf, was der deutsche Mittelstand schon heute tun muss, um die Chancen zu ergreifen, die Risiken zu minimieren und seine Geschäftsmodelle der Zukunft in Afrika aufzubauen!

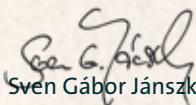
Die in dieser Studie beschriebenen Trends sind als längerfristige strategische Orientierungshilfen zu verstehen. Seien Sie skeptisch bei Trendstudien, die prognostizieren, dass sich Afrika von heute auf morgen verändert. Dies ist Unsinn! Afrika als Ganzes eine rosige Zukunft vorherzusagen ist fernab jeder Realität. Auch langfristig wird es Länder geben, welche der wirtschaftlichen Entwicklung hinterherhinken. Auf der anderen Seite gibt es allerdings Länder, welche in absehbarer Zukunft sehr nahe an die wirtschaftliche Rolle südostasiatischer Länder heranreichen werden. Deshalb ist diese Studie kein Aufruf zu überhastetem Handeln. Sie ist eine Einladung an den deutschen Mittelstand, parallel zum laufenden Geschäft in überschaubaren Pilotprojekten die neuen Chancen des Wachstums zu nutzen.

Basis der Studie sind die Erfahrungen und Einschätzungen von Experten aus der deutschen Wirtschaft. Sie sind in großen und kleinen Unternehmen jeweils für die strategische Ausrichtung und die Umsetzung des Afrikage schäfts verantwortlich. Ihre Einzelaussagen sind natürlich subjektiv, doch in der Gesamtheit entsteht eine Prognose von Ländern und Branchen, welche die tatsächlichen Möglichkeiten und Hindernisse für Sie widerspiegeln soll. Diese Studie ist eine Anleitung zum Zukunft-Gestalten!

Diese Studie ist durch eine intensive Kooperation zwischen dem Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft und zB AHEAD ThinkTanks. Die Studie ist für Sie kostenlos. Bitte scheuen Sie sich nicht, mit uns und dem Afrika-Verein in Kontakt zu treten, wenn Sie die Ergebnisse der Studie zur Überprüfung Ihrer Strategien nutzen möchten. Wir stehen Ihnen gern zur Verfügung.

Machen Sie Ihr Unternehmen zukunftssicher! Wir freuen uns, wenn wir mit dieser Studie dazu beitragen können. Wir wünschen Ihnen eine inspirierende Lektüre

... und: Eine große Zukunft!



Sven Gábor Jánszky  
Direktor des zB AHEAD ThinkTanks



Carsten Hesse  
Trendforscher



Sehr geehrte Damen und Herren,

der Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft weist seit vielen Jahren auf die wachsende ökonomische Bedeutung unseres südlichen Nachbarkontinents hin. Afrika ist im Wandel und in Bewegung. Besonders im vergangenen Jahrzehnt hat sich enorm viel verändert. Es sind die Grundlagen dafür geschaffen worden, dass Afrika mittlerweile nicht nur von uns als der „Chancenkontinent“ wahrgenommen wird.

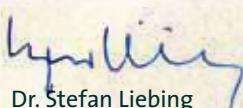
Welche Veränderungen sind gemeint? Viele Staaten gehen einen erfolgreichen Weg in Richtung Demokratie. Die Wirtschaftspolitik ist vielerorts besser geworden. Infrastrukturdefizite werden angegangen. Nicht zuletzt dank des Rohstoffreichtums und einer jungen und wachsenden Bevölkerung steigt das internationale Interesse an den afrikanischen Volkswirtschaften – und zwar längst nicht mehr nur im Hinblick auf Rohstoffe, sondern immer mehr auch als Markt für Investitions-, Gebrauchs- und Konsumgüter. Damit steigt auch die Nachfrage vor Ort nach Produkten, Dienstleistungen und Investitionen aus Deutschland. Von Afrikas Wachstum profitieren so inzwischen bereits zahlreiche deutsche Unternehmen, darunter nicht zuletzt die rund 600 Mitgliedsunternehmen des Afrika-Vereins der deutschen Wirtschaft.

Die Studie „Afrika 2025“ zeigt aber auch, dass die Chancen in Afrika aktuell deutlich größer sind als das tatsächliche Engagement der deutschen Wirtschaft vermuten lässt. Viele Unternehmen blicken derzeit vor allem nach Asien, wenn sie Wachstumsmärkte suchen. Nach Angaben der Weltbank finden sich aber 13 der 20 am schnellsten wachsenden Länder in Afrika. Immer mehr Unternehmen erkennen die Möglichkeiten – aber viele unserer internationalen Wettbewerber sind deutlich präsenter. Dies zu ändern und deutsche Firmen bei ihrem Engagement auf dem afrikanischen Kontinent zu unterstützen, ist die Aufgabe des Afrika-Vereins der deutschen Wirtschaft.

Die vorliegende Studie kann dabei ein interessanter Ratgeber sein. Sie finden Hinweise auf die interessantesten Märkte und Branchen. Die Grundlage dafür bilden Gespräche mit Experten des Afrika-Geschäfts – vor allem mit Mitgliedern unseres Verbands. Ihnen gilt unser besonderer Dank, denn nur der Einblick in die tägliche Praxis, die Schilderung der Probleme und Möglichkeiten vor Ort und der Blick auf aktuelle Projekte und Aktivitäten ermöglicht es, Afrika differenzierter darzustellen. Der Afrika-Verein kann helfen, die Erkenntnisse aus dieser Studie zu vertiefen und praktisch in Geschäftsaktivitäten umzusetzen. Dies bieten wir Ihnen gerne an.

Bedanken möchten wir uns bei Sven Gabor Janszky, dem Direktor des zbAHEAD Think Tank und Carsten Hesse, dem verantwortlichen Trendforscher, für die gute Zusammenarbeit bei der Erstellung der Studie.

Wir freuen uns über Ihr Interesse an der Studie und stehen Ihnen bei Ihren Aktivitäten in Afrika gern zur Seite.



Dr. Stefan Liebing  
Vorsitzender

02	<b>Editorial</b>
04	<b>Grußwort Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft</b>
06	<b>Unser Verständnis von der Zukunft</b> Trendcycle-Analyse statt Megatrends
07	<b>Die Studie</b> Delphi-Methode und qualitative Experten-Interviews
08	<b>Wo steht Afrika 2025? : Die sechs wichtigsten Trendfelder</b>
09	1. China blickt nach Afrika
10	2. Die Karawane zieht weiter
11	3. Vom Umbruch zum Wirtschaftsaufschwung
12	4. Eine mögliche Entwicklung der afrikanischen Wirtschaft
13	5. Die Mittelschicht und wachsender Konsum
14	6. Eine neue Dynamik in Afrika
15	<b>Afrika als Markt: Unterschiedliche Chancen in unterschiedlichen Regionen</b>
16	1. Nordafrika
17	2. Westafrika
18	3. Ostafrika
19	4. Südliches Afrika
20	<b>Afrika als Chance: Die Möglichkeiten für den deutschen Mittelstand</b>
21	1. Maschinen- und Anlagenbau
22	2. Automobilbranche
23	3. Informations- und Kommunikationstechnologien
24	<b>Strategieoptionen: Wie macht man am besten Geschäfte in Afrika?</b>
25	1. Die eigenen Hürden überwinden
26	2. Vertrauen als gemeinsame Basis
27	3. Zeit ist ein entscheidende Faktor
28	4. Passen Sie Ihre Produkte an
29	5. Das richtige Personal finden und an sich binden
30	6. Seien Sie vor Ort
31	7. Partner suchen und finden
32	8. Machen Sie klare Absprachen und evaluieren Sie die Zusammenarbeit regelmäßig
33	9. Risiken vermeiden
34	<b>Die Autoren</b> Wissenschaftler, Trendforscher, Strategieberater
35	<b>Der Kooperationspartner</b> Afrikaverein der deutschen Wirtschaft
36	<b>„Places of Inspiration“</b> Literatur, Studien, Artikel
37	<b>Das Impressum</b> Urheber, Kontakt, Lizenz



## TRENDCYCLE-ANALYSE STATT MEGA-TRENDS

Das Wichtigste vorab: Dies ist keine Studie über Megatrends. Denn wer mit Megatrends operiert, setzt voraus, dass es vorgezeichnete Trends in der Welt gibt, die wie Naturgesetze automatisch zu einer bestimmten Entwicklung führen. Doch das stimmt nicht. Trends gibt es nur, weil Menschen und Institutionen gibt, die die Autorität oder die Ressourcen haben, dass andere ihnen folgen.

Das Handeln dieser Menschen, und damit auch deren Entscheidungen für Investitionen, folgt immer spezifischen Interessen, Wünschen und Zwängen. Diese sind je nach Branche und Industriezweig unterschiedlich. Wir Trendforscher können dieses Verhalten der Entscheidungsträger beobachten, wir können sie versuchen zu verstehen, wir können Treiber und Blockaden analysieren und wir können Prognosen erstellen, wohin dieses Handeln der Akteure führt. Wenn Entwicklungen von all diesen marktprägenden Akteuren getrieben werden, dann haben sie eine hohe Umsetzungswahrscheinlichkeit. Wenn sie blockiert werden, sinkt die Prognose. In der Wissenschaft nennen wir das: Die qualitative Forschung. Auf diesem Ansatz basiert die vorliegende Studie.

Im Vergleich zu anderen Zukunftsstudien werden Sie in auf den folgenden Seiten vergeblich nach Prozentzahlen suchen. Wir Zukunftsforscher wissen, dass man die Zukunft weder messen noch zählen kann ... denn sie ist noch nicht geschehen. Für eine möglichst treffsichere Prognose dessen, was in Afrika in den kommenden Jahren bis 2025 geschehen wird, hilft keine noch so große repräsentative Befragung von Kunden oder angeblichen Experten. Denn wie viele sie auch befragen ... diese wissen auch nicht, was geschehen wird.

Die einzige Möglichkeit nahe an die noch entstehende Wirklichkeit heranzukommen ist es, jene trendprägenden Unternehmen und Akteure zu befragen, die mit ihren heutigen Entscheidungen bereits jene Trends treiben, die in Zukunft unser

Geschäft beeinflussen. Mit diesen Akteuren kann man reden. Man kann versuchen ihre Gründe und Zwänge zu verstehen. Man kann ihre Erwartungen und Roadmaps der kommenden Jahre in Erfahrung bringen. In der Schnittmenge dieser Akteure, sehen wir dann jene Trends die am stärksten getrieben werden ebenso wie Blockaden. Dies ist die realistischste Prognose für die Zukunft, die Forscher Ihnen anbieten können. Sie finden sie auf den folgenden Seiten.

Das Trendforschungsinstitut „2b AHEAD Think Tank“ ist spezialisiert auf das Erkennen von Treibern und Blockaden, die Analyse von Chancen und Risiken sowie das Konzipieren und Umsetzen von Geschäftsmodellen der Zukunft - jeweils individuell für den Trendcycle eines Unternehmens. Denn jene Akteure, die entscheidenden Einfluss auf das Geschäft einer Firma haben, sind von Unternehmen zu Unternehmen verschieden. Damit sind auch die Trendtreiber und Blockaden sowie die Chancen und die Risiken von Unternehmen zu Unternehmen verschieden - sogar innerhalb der gleichen Branche. Der Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft bringt wiederum seine Kompetenz als Außenwirtschaftsverband ein, der seit mehr als 80 Jahren den afrikanischen Markt bearbeitet. Die rund 600 Mitglieder – darunter allein 20 DAX-30 Unternehmen – repräsentieren zu einem großen Teil die in Afrika tätigen und erfahrenen Unternehmen.

Wer verantwortungsbewusst mit seiner Zukunft umgeht, der wird nicht den „One-fits-all“-Megatrends angeblicher Trendgurus nachlaufen, sondern seine Strategien auf der Basis der Ziele und Roadmaps der Angreifer und Verteidiger in seinem Markt entwickeln.

Dies ist unsere Mission. Wir würden uns freuen, wenn wir Ihnen mit dieser Studie dabei helfen.



## DELPHI-METHODE UND QUALITATIVE EXPERTENINTERVIEWS

Bei der hier vorliegenden Studie handelt sich um eine qualitative, empirische Trendstudie auf Basis der Delphi-Methode. Dies ist eine nach dem antiken Orakel benannte Methode der Zukunftsforschung. Sie wurde Mitte des letzten Jahrhunderts in den USA entwickelt und wird zur Ermittlung von Prognosen verwendet. Da in den heutigen, komplexen Zeiten kaum noch ein einzelner Experte in der Lage ist, mehrere sich beeinflussende Expertisenfelder zu überblicken, werden in einer Delphi-Studie mehrere Fachleute mit spezialisiertem Wissen um ihre Einschätzungen gebeten. Die Befragung läuft über einen zweistufigen Prozess.

Während in der ersten Befragungswelle die Experten einzeln und individuell um ihre Einschätzung zu bestimmten Thesen entlang eines leitfadengestützten Experteninterviews gebeten werden, bekommen sie in der zweiten Befragungsrounde die aggregierten Ergebnisse der vorhergehenden Runde mitgeteilt. Den Experten ist freigestellt, ob sie bei ihren erneuten Einschätzungen des Sachverhaltes die Ergebnisse der vorhergegangenen Welle mit in die eigenen, neuen Einschätzungen einfließen lassen oder ob sie bei ihrer Einschätzung aus der ersten Welle bleiben.

Von besonderer Wichtigkeit bei diesem wissenschaftlichen Herangehen ist die Auswahl der Experten. Aus diesem Grund wurde in einem ausführlichen Deskresearch der bereits vorliegenden Vorgängerstudien verschiedenster Institutionen zunächst der sogenannte „Trendcycle“ erarbeitet. Aus jeder relevanten Akteursgruppe wurde ein Experte ausgewählt, der nicht nur über sein Unternehmen sprach, sondern in der Lage war, einen Überblick über seine Akteursgruppe zu geben. Bei der Auswahl der Experten wurde auf eine langjährige Erfahrung im Afrikageschäft wert gelegt. Manche von ihnen können

auf mehr als 25 Jahre Erfahrung im Afrikageschäft zurückblicken. Gerade solche Erfahrungswerte, persönliche Einschätzungen und Meinungen lassen sich nur schwer auf Skalen und Tabellen abbilden. Diese Experten erleben die Entwicklung in Afrika hautnah, weil sie in ständigen Kontakt mit ihren Kunden und Partnern stehen. Sie wissen, wer wo was benötigt und können die Entwicklung ihrer Branche abschätzen. Ihre Expertise ist aber nicht nur in Hinblick auf das Wirtschaftswachstum wertvoll für diese Studie, sondern auch wenn es darum geht, Strategieempfehlungen im Umgang mit afrikanischen Geschäftspartnern zu geben.

In den beiden Befragungswellen wurden dann die Investitionsentscheidungen, Geschäftserwartungen und Trendaussagen von Experten auf Basis von leitfadengestützten Experteninterviews analysiert und ausgewertet. Insgesamt wurden 15 Experten ausgewählt. Die Experten wurden jeweils in Einzelgesprächen mit Thesen konfrontiert und zu ihren Einschätzungen der Zukunftsentwicklungen befragt. Die Interviews wurden halbstandardisiert geführt. Das heißt, dass trotz eines Interviewleitfadens relativ offene Interviews geführt wurden. In der Folge wurden die Expertenaussagen einer qualitativen Analyse unterzogen und in sechs Trendfelder strukturiert. Die Trendfelder verdichten die wesentlichen Aussagen der Experten in Zukunftsszenarien für die Chancen deutscher KMU auf dem afrikanischen Markt bis zum Jahr 2025.

Zum Abschluss der Studie wurden aus den Trendfeldern Strategieoptionen abgeleitet. Diese Empfehlungen basieren auf einer Synthese der Trendfeldexploration, der Aussagen der Experten, der darauf aufbauenden Zukunftsszenarien sowie der Expertise des zB AHEAD ThinkTanks in Strategien des Innovationsmanagements.

## DIE SECHS WICHTIGSTEN TRENDFELDER

Was hat den ehemaligen kenianischen Ministerpräsidenten Raila Odinga vor nicht allzu langer Zeit zu der Aussage veranlasst, dass er die olympischen Spiele 2024 nach Kenia holen will? Olympia ist ein riesiger organisatorischer und finanzieller Aufwand. Die zu tätigen Investitionen sind für jedes Land enorm. Geraide in Austragungsländern, welche nicht auf bereits bestehende Sportstätten zurückgreifen können ist der Investitionsaufwand groß. Kenia ist also ein Land, welches für Olympia bei Null anfangen müsste. War es also ein PR-Gag von Raila Odinga? Oder zeugte es eher von grenzenlosen Optimismus und neuem Selbstvertrauen, was die Zukunft seines Landes angeht.

Wohl eher Letzteres, glaubt man den meisten Medien, welche sich in letzter Zeit mit dem Wirtschaftsboom Afrikas, speziell Kenias, beschäftigten. Der Wettkampf um Afrika hat schon längst begonnen. Und dabei handelt es sich nicht nur um Rohstoffe, sondern viel mehr um den Run auf einen Absatzmarkt.

Deutschland, das weltweit für Qualitätsprodukte geschätzt wird und sich einen ständigen Wettkampf um die Exportweltmeistertitel mit China liefert, ist jedoch in Afrika unterdurchschnittlich vertreten. Nur 2,3% der deutschen Ausfuhren gehen nach Afrika. Allein 40 Prozent davon gehen nach Südafrika. Damit ist Afrika in den Augen vieler Experten in der Außenhandelsbilanz Deutschlands mehr als unterrepräsentiert.

Warum spielt Afrika für die deutsche Wirtschaft bisher nur eine so geringe Rolle? Vielfach ist es die Unkenntnis über Afrikas momentane Situation. Vorurteile gibt es zuhauf. Die drei Ks dominieren in der Wahrnehmung Afrikas – Krieg, Korruption und Krankheiten. Dass dem in vielen Teilen Afrikas nicht mehr so ist, beweist die aktuelle Entwicklung. Die meisten wirtschaftlichen

Kennzahlen deuten noch oben, die Aussichten sind vielversprechend und die Korruption wird inzwischen häufiger als Problem erkannt und auch bekämpft. Obwohl zum Beispiel Russland laut Transparency International schlechter dasteht als viele Länder Afrikas – 40 von den 54 afrikanischen Staaten stehen auf dieser Liste vor Russland – tägt Deutschland circa das Vierfache des Handelsvolumen von Afrika mit Russland. Rational gesehen kann das Vorurteil Korruption kein Grund sein, dass Deutschland nicht mehr als sonst üblich mit den afrikanischen Ländern handelt.

Auch Kriege werden in Afrika nicht mehr so wie früher geführt. Krisen werden zunehmend anders, nämlich friedlich gelöst. Die Afrikanische Union, die westafrikanische ECOWAS und andere afrikanische Regionalorganisationen sind heutzutage mehr noch als früher dafür verantwortlich, dass aufkeimende Krisen auf politischer Ebene gelöst werden. So setzte sich die ECOWAS in Guinea-Bissau nach dem Putsch für freie demokratische Wahlen ein und bekämpft in Mali gemeinsam mit Frankreich die Islamisten. Immer mehr Eigenverantwortung, auch über die eigenen Grenzen hinweg, bestimmt das politische Handeln der afrikanischen Länder.

Auch auf anderen Gebieten macht Afrika gute Fortschritte. Warum rückt Afrika dann also nicht noch näher in den Fokus deutscher Unternehmen, wenn es schon direkt vor unserer Haustür liegt? Deutsche Unternehmen haben in den letzten Jahren immer nach China gesehen, wenn es um die globale Wirtschaft ging. Und zweifelsohne haben sie davon profitiert. Doch China ist nun an einem Punkt angekommen, wo selbst einige Experten eher kritisch nach China schauen. Während China immer mehr nach Afrika schaut.

## 1. CHINA BLICKT NACH AFRIKA

Dass selbst der chinesische Motor stottert, spüren bereits auch deutsche Unternehmen. Investitionen in China werden nicht mehr in dem Maße getätigt, wie man es innerhalb der letzten 10 bis 15 Jahre gewohnt war. Hu Jintao hat noch im November 2012 die Verdopplung der Löhne in China bis zum Jahr 2020 angekündigt, während sein Nachfolger Xi Jinping vor nicht allzu langer Zeit die Bürger des Landes auf ein sich verlangsamendes Wirtschaftswachstum vorbereitet. Ohne Zweifel stehen China wichtige strukturelle Veränderungen und Reformen auf fast allen Gebieten ins Haus.

Inzwischen erreicht China Wachstumszahlen, die das Land in eine missliche Lage bringen könnten. Das jährliche Wachstum Chinas betrug im Jahr 2013 „nur“ noch 8,04% und befindet sich damit fast in dem schmalen Korridor der 6-8% Wirtschaftswachstum, welchen einige Ökonomen laut SpiegelOnline als Mindestmaß ansehen, um die politische Stabilität und Einheit Chinas wahren zu können. Sollte das Wirtschaftswachstum unter diesen Wert fallen, könnte das wirtschaftliche Ungleichgewicht zwischen den reichen und entwickelten Küstenregionen und dem ländlichen und unterentwickelten Raum im Westen Chinas das Land in eine innenpolitische Krise führen. So jedenfalls die Einschätzung mancher Experten. Nicht zuletzt auch

deswegen forciert China sein „Go West“-Programm, um die industrielle Lücke zwischen Ost und West zu schließen. Es kommt also nicht von ungefähr, dass China nach neuen Möglichkeiten sucht, um sein eigenen Wirtschaftsmotor am Laufen zu halten. Sei es durch billige Rohstoffeinkäufe oder eben neue Absatzmärkte. Und China tut einiges, um neue Märkte zu erschließen – mehr noch: um neue Märkte zu schaffen. China investiert riesige Summen in Afrika. Von 2003 bis 2009 wuchsen die jährlichen Direktinvestitionen Chinas in Afrika von 490 Millionen US-Dollar auf 9,3 Milliarden US-Dollar. Das Handelsvolumen ist zwischen 2000 und 2012 von 10 auf mehr als 170 Milliarden US-Dollar gestiegen. Im Vergleich dazu betrug das Handelsvolumen Deutschlands mit Afrika 2012 45,8 Milliarden Euro.

China investiert also in seine Rohstofflieferanten, in zukünftige Absatzmärkte und ebenso in seine zukünftigen Produktionsstandorte. Unter den Experten ist es inzwischen unbestritten, dass chinesische Unternehmen über kurz oder lang in Afrika in großem Maßstab produzieren werden. Kurz und mittelfristig zwar keine Hightech-Produkte, aber Lowtech, deren Produktion personalintensiver ist. Und nicht nur China schaut Richtung Afrika. Auch Länder wie Brasilien, Indien oder Investoren haben bereits ein Auge auf Afrika geworfen.

## 2. DIE KARAWANE ZIEHT WEITER

Der Grundgedanke ist simpel und logisch: Wenn eigene Märkte gesättigt sind, suchen Unternehmen nach neuen Möglichkeiten. In den Zeiten, in denen der Transport von Gütern und Menschen über eine weite Distanz innerhalb überschaubarer Zeit möglich ist, gibt es für Investitionen oder wirtschaftliche Unternehmen keine großen Hürden mehr.

Die Attraktivität der Schwellenländer als Produktionsstandort dürfte mit den steigenden Löhnen und den steigenden Ansprüchen der dortigen Arbeitnehmer sinken. Unternehmen werden sich nach kostengünstigeren Produktionsstandorten umsehen, um den Profit für ihr Unternehmen zu steigern oder um die Wettbewerbsfähigkeit nicht zu verlieren. Dass auf lange Sicht nicht jedes afrikanische Land an die asiatischen Produktionsländer heranreichen kann, ist vielen Experten bewusst. Dennoch gibt es einige vielversprechende Länder, welche durchaus dieses Level erreichen können.

Durch eine solche Entwicklung werden Märkte für Maschinen, für die Automobilindustrie, den Energiesektor, den IT-Sektor und alle andere Branchen geschaffen. Damit einhergehend steigt auch der Konsum. Parallel zu China oder Indien zu ziehen ist dabei durchaus

angebracht. Afrika hat wirtschaftlich einen enormen Aufholbedarf und fast keine afrikanische Regierung macht den Eindruck, dass sie sich dem wirtschaftlichen Trend verschließen möchte. Vielmehr öffnen sich die Türen für Investoren und es ist in vielen Ländern für Investoren wesentlich leichter und sicherer geworden. Viele Regierungen haben die Hürden gesenkt und schützen die Investitionen durch gesetzliche Rahmenbedingungen. Die Maßnahmen mancher Länder reichen sogar bis zu einer teilweisen Steuerfreiheit für die ersten 10 Jahre der Investition.

Afrika ist der letzte Kontinent, welcher bis auf in Südafrika und in einigen Ländern Nordafrikas noch keine Industrialisierung im westlichen Sinn erlebte. Nordamerika, Asien, Europa, Südamerika – alle diese Kontinente hatten oder haben ihren Wirtschaftsboom und erleben nun teilweise eine Stagnation oder die Folgen der Finanzkrise. Afrika hingegen wurde seit Jahrzehnten mal mehr, mal weniger entwickelt. Gekoppelt an politische Bedingungen, gewährte man dem Kontinent Entwicklungshilfe. Und das Ende des Ostblocks stürzte den ganzen Kontinent in eine Stasis. Manche Länder brachen gänzlich zusammen. Finanzielle Hilfen aus den beiden politischen Blöcken konnten oder brauchten nicht mehr gewährt werden. Ein nachhaltiges Wirt-

schaftssystem konnte auf diese Art und Weise nicht entstehen. Nun entdecken vornehmlich die Schwellenländer den afrikanischen Kontinent für sich und Afrika sieht an ihnen, wohin die Entwicklung gehen kann. Es ist nicht mehr die Frage, ob Afrika abseits der Rohstoffgewinnung konkurrenzfähig werden kann, sondern eigentlich nur noch: Wann?

Ob dieser Aufschwung nun mit oder ohne deutschen Unternehmen stattfinden wird, ist dabei aus afrikanischer Sicht eher nebensächlich. Die afrikanischen Staaten werden alles dafür tun, dass es stattfindet. Die Herkunft des wirtschaftlichen Partners ist dabei eher zweitrangig.

## 3. VOM UMBRUCH ZUM WIRTSCHAFTSAUFSCHWUNG

Dass sich Afrika innerhalb der letzten 10 Jahre so rasant entwickelt hat, liegt hauptsächlich am Rohstoffhunger der westlichen Welt und der Schwellenländer und an der besseren Politik vieler afrikanischen Regierungen. Der sozioökonomische Aufschwung lässt sich auch mit Zahlen belegen. Auf dem Human Development Index, welcher den Lebensstandard auf Grund von Lebenserwartung, Einkommen und Bildungsgrad auf einer Skala zwischen 0 und 1 misst, haben sich viele afrikanische Staaten verbessert. So konnte Tunesien sich seit 1990 bis heute von 0.459 auf 0.712 steigern. Auch Botswana konnte sich auf der Skala verbessern, von 0.449 auf 0.634. Selbst Niger, üblicherweise eines der Schlusslichter auf diesem Index, konnte seit 1990 die Bewertung um circa 50% steigern, von 0.198 auf 0.304. Insgesamt gibt es kaum ein afrikanisches Land, welches sich seit 1990 auf dieser Skala nicht verbessert hat. Im Vergleich dazu liegt Norwegen, die ständige Nummer 1 des Human Development Indexes, heute bei 0.955. Deutschland liegt mit 0.920 auf Platz 5.

Die Zahlen bezeugen nicht nur einen Umbruch, sondern auch eine Teilhabe am Aufschwung für die Bevölkerung. Immer größer wird der Anteil der Bevölkerung in fast allen afrikanischen Ländern, der vom wirtschaftlichen Aufschwung profitieren kann.

Die Stagnation der wirtschaftlichen Entwicklung Afrikas der achtziger und frühen neunziger Jahre scheint

mit der Nachfrage nach Rohstoffen beendet. Überall werden Infrastrukturprojekte geplant, allein um die Nachfrage nach Rohstoffen zu bedienen. Chinas Investitionen von 34 Milliarden US-Dollar in die Infrastruktur verschiedener afrikanischer Länder zwischen 2005 und 2012 können als Indiz für die wachsende Bedeutung Afrikas für die globale Wirtschaft gelten.

Begünstigt durch die Tatsache, dass Afrika von der Finanzkrise der letzten Jahre nur leicht betroffen ist, konnte sich die Wirtschaft bisher kontinuierlich ohne größere Einbußen entwickeln. Die wirtschaftliche Abgeschiedenheit hat Afrika also in einer gewissen Art und Weise vor Schlimmerem bewahrt. Nun dürfen sich die Länder an Wachstumszahlen erfreuen, um welche die europäischen Länder sie beneiden.

Die Geschwindigkeit des Wirtschaftswachstums resultiert aber auch aus der Tatsache, dass es vorher kaum eine wirtschaftliche Substanz, geschweige denn eine Diversifikation der Wirtschaft gab. Die einzige Einnahmequelle waren und sind zumeist Rohstoffe. Das wirtschaftliche Niveau der meisten afrikanischen Länder war und ist noch so niedrig, dass die hohen Wachstumszahlen allein durch den Ausgangspunkt des Wachstums zu erklären sind.

Afrika ist ein schlafender Gigant. Der Gigant ist gerade im Begriff aufzuwachen.

## 4. EINE MÖGLICHE ENTWICKLUNG DER AFRIKANISCHEN WIRTSCHAFT

In manchen Staaten ist er bereits wach. Etwa in Angola! Seitdem Portugal unter der Finanzkrise leidet, suchen immer mehr Portugiesen ihr Glück nicht nur in Brasilien, sondern auch in Angola, der ehemaligen Kolonie. Während gut betuchte Angolaner in Portugal shoppen gehen und die angolanische Jugend in Portugal studiert. Angolas neuer Reichtum versetzte es zudem in die Lage, der ehemaligen Kolonialmacht Kredite zu gewähren. Und trotzdem hatte Angola seit 2002 noch so viel Geld, dass es mehr als 150 Milliarden US-Dollar in ihre Infrastruktur stecken konnten. Dank des Wirtschaftsbooms, den Rohstoffen Angolas und

dem damit verbunden Interesses von Global Playern zählt Luanda, die Hauptstadt Angolas, mittlerweile zu den teuersten Städten der Welt.

Angola gehört jedoch nicht zu den Musterschülern, wenn es um Demokratie geht. Korruption und der Ausschluss der Mehrheit am wirtschaftlichen Erfolg sind immer noch Probleme, welche die westlichen Länder gerne überwunden sähen. Dennoch zeigt dieses Beispiel, dass der wirtschaftliche Aufschwung keinen Unterschied macht zwischen autokratischen und demokratischen Staaten. Die Abhängigkeit von

IWF, Weltbank und westlichen Geldgeber und der damit einhergehende Demokratisierungsdruck durch externe Faktoren ist zudem gebrochen. Den Demokratisierungswünschen der westlichen Geldgeber stehen nun die bedingungslosen Gelder Chinas gegenüber. Stoppen wird man diese Entwicklung wohl nicht mehr können, wenn man das überhaupt will.

Auch der Süd-Süd-Handel nimmt seit Jahren zu. Andere nicht ‚westliche‘ Länder spielen für Afrika eine immer größer werdende Rolle. Es sind nicht mehr nur die europäischen Länder oder die hochindustrialisierten Länder, welche den afrikanischen Unternehmern Lösungen für ihren Bedarf anbieten können. Die wirtschaftlichen Verflechtungen mit anderen Ländern, wie der Türkei oder ehemaligen Ostblockländern, erscheinen nicht nur wegen der geringeren organisatorischen Hürden wie Visabestimmungen attraktiver.

Die Mehrzahl der befragten Experten sieht einen nachhaltigen Wirtschaftsaufschwung in Afrika. Unter der Vielzahl der afrikanischen Länder heben

sich einige besonders hervor. So ist Kenia bei vielen Experten eines der attraktivsten Länder. Auch Nigeria, allein schon wegen der Größe des Marktes, erscheint vielen Experten als zukünftiges Schwergewicht der afrikanischen Wirtschaft. Angola wird vielfach wegen seines Rohstoffreichtums genannt. Ghana ist auf den Sprung, obwohl hier für manche Experten noch das Risiko überwiegt, da der ghanaischen Wirtschaft noch die nötige Substanz abgesprochen wird. Die Angst vor der holländischen Krankheit (siehe unten) scheint in dem Land ebenso eine Rolle zu spielen wie die berühmte Nigeria Connection, bei der es sich um eine bekannte Betrugsmasche handelt.

Langfristig ist der wirtschaftliche Ausblick aber positiv. Manche Branchenexperten verfallen nahezu in eine Euphorie. Andere sehen mit vorsichtigerem Optimismus in die Zukunft. Gerade infrastrukturelle Großprojekte, deren Fertigstellung auf sich warten lässt, stimmen viele Experten eher weniger optimistisch. Dennoch ist es in den Augen der meisten Experten kein Hype, der Afrika derzeit erfasst hat.

## 5. DIE MITTELSCHICHT UND WACHSENDER KONSUM

Seit 1980 ist die afrikanische Mittelschicht um 200% gewachsen, von 100 Millionen Menschen auf 300 Millionen Menschen. Und jährlich wächst die Mittelschicht weiter, um 5 Millionen Menschen pro Jahr. Glaubt man den Berechnungen der African Development Bank, wird sich die Anzahl der Mittelschicht bis 2060 auf 1,2 Milliarden belaufen. Bis 2060 ist es noch lange hin, aber schon im Jahr 2020 soll die Kaufkraft dieser Mittelschicht auf 1400 Milliarden steigen, so das McKinsey Global Institute.

Die Mehrzahl der zur Mittelschicht gehörenden Menschen ist unter 40 Jahre alt. Ein nicht ganz unwichtiger Fakt, gelten junge Menschen doch als konsumfreudiger und neuen Technologien aufgeschlossener. So kommt die Studie ‚The Rise of the African Consumer‘ auch zu dem Ergebnis, dass die 16 bis 34 Jährigen über 53% des Einkommens verfügen und bereits 67% der 14 bis 24-jährigen das Internet für sich nutzen.

Die Kaufkraft dieser Mittelschicht reicht dennoch nicht an die der asiatischen oder europäischen Mittelschicht heran. Aber mit geschätzten 1500 bis 7300 US-Dollar, die ihnen zur Verfügung stehen, dürfte sie langfristig noch attraktiver werden. Selbst wenn 7300 US-Dollar für westliche Verhältnisse nicht viel erscheinen, ist es in einem Land, wo man mit 2 bis 3 US-Dollar am Tag sein Leben bestreiten kann, immer noch so viel, dass man auf größere Anschaffungen sparen kann. Investitionen in ein Haus, andere Konsumgüter oder die Bildung der Kinder werden dadurch erst möglich.

Interessanterweise machen die Experten von McKinsey den Konsumbereich für 45% des Wirtschafts-

wachstums in Afrika verantwortlich. Damit hat der Konsum für die wirtschaftliche Entwicklung Afrikas mehr Bedeutung als der Rohstoffabbau erlangt, so die McKinsey-Studie weiter. Folgt man den Ergebnissen dieser Studie und der Tatsache, dass die Mittelschicht weiter wächst, sich ihre Einkommensverhältnisse weiter verbessern und der Bildungsstandard ebenso steigt, ergibt sich ein relativ eindeutiges Bild. Mehr Menschen, die mehr Geld übrig haben, werden mehr konsumieren.

In derselben Studie wird der Konsumgüterindustrie ein Wachstum um 410 Milliarden US-Dollar bis 2020 prognostiziert und gleichzeitig werden die konsumstärksten Länder identifiziert – Algerien, Angola, Ägypten, Ghana, Kenia, Marokko, Nigeria, Südafrika, Sudan und Tunesien. Diese 10 Länder machen 83% des afrikanischen Konsums aus. Gerade in den urbanen Gebieten geht die Studie von steigenden Konsum aus. Diese Schlussfolgerung erscheint logisch in Anbetracht der Verstädterung Afrikas. Und für den Konsum wirkt die bessere Infrastruktur der Städte immer noch attraktiver als der ländliche Raum.

Auch wenn jetzt noch die Mehrheit der Menschen auf dem Land wohnen, wird der prozentuale Anteil der städtischen Bevölkerung in Afrika rapide zunehmen. Viele Menschen werden, ähnlich wie in anderen Teilen der Erde, eine Arbeit in der Stadt suchen. Zudem erscheinen Städte durch ihre Infrastruktur für die Menschen attraktiver. Denn hier gibt es mehr Angebote an Dienstleistungen, Schulen, medizinischer Versorgung und anderen Dingen. 2035 werden 50 Prozent aller Afrikaner in den Städten leben.

Natürlich müssen für diese Menschen dort auch Arbeitsplätze geschaffen werden, um den Menschen in den Städten eine Perspektive zu geben. Es liegt also auch im Interesse der jeweiligen Länder bessere Rahmenbedingungen für mehr Arbeitsplätze in den Städten zu schaffen, möchten sie den negativen Effekte einer stark steigenden Urbanisierung entgegenwirken.

## 6. EINE NEUE DYNAMIK IN AFRIKA

Mittlerweile wurde Afrika von einer neuen, eigenen Dynamik erfasst. Ausschlaggebend hierfür ist auch die Tatsache, dass die Menschen wieder eine Zukunft in Afrika sehen. Sie haben gesehen, wie sich Brasilien, Indien und China entwickelt haben und erahnen die Möglichkeiten, welche ihnen nun zur Verfügung stehen.

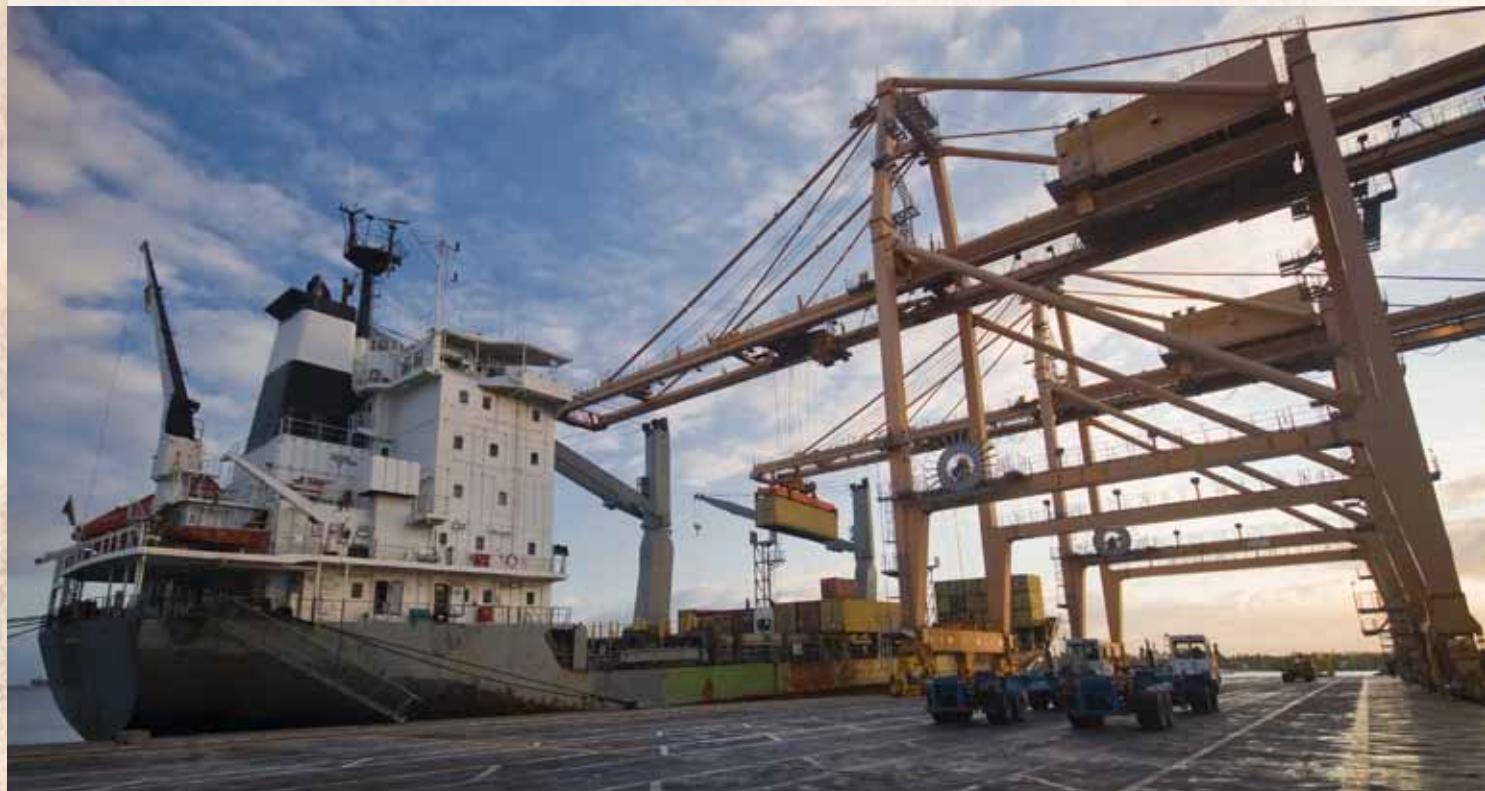
Neue Technologien werden in einigen Teilbereichen eine größere Rolle spielen als in Europa. Das Stichwort hierfür ist leapfrogging. Dabei wird gleich auf die neueste Technologie gesetzt, sofern dies überhaupt möglich ist. leapfrogging betrifft Branchen wie den IKT-Sektor oder auch den Energiesektor. Investitionen in alte Technologien sind nicht zielführend, wenn man gleich auf die neueste Technologie umschwenken kann. Gleichzeitig wirken sich einige neue Technologien mancher Branchen beschleunigend auf andere Branchen und das Wirtschaftswachstum aus. Etwa das Breitbandinternet.

Der Wandel in Afrika macht sich auch auf politischer Ebene bemerkbar. Eine neue politische Generation bestimmt immer mehr die Geschehnisse. Und selbst da, wo die alten Politiker noch an der Macht sind, wandeln sich die politischen Ansichten. Die Notwen-

digkeit einer wirtschaftlichen Diversifikation und einer Teilhabe aller am Aufschwung werden immer mehr zur Maxime des politischen Handelns. Immer mehr Investitionen gelten der Zukunft des Landes als dem eigenen Klientel. Dies hat auch mit der wachsenden Bedeutung von Zivilgesellschaft zu tun, welche sich immer mehr global vernetzt.

Immer mehr Afrikaner kehren aus der Diaspora zurück und immer mehr bleiben in ihrer Heimat. Sie haben die Möglichkeiten für eine nachhaltige Entwicklung ihres Landes und der Gesellschaft erkannt und gründen ihre eigenen Unternehmen und schaffen so auch neue Arbeitsplätze. Von der Dynamik ist auch der Bildungssektor betroffen. Bildung stellt für viele ein Weg des sozialen und wirtschaftlichen Aufstiegs dar.

Zwar ist Bildung in vielen Ländern noch die Achillessehne für die Wirtschaft und der Fortschritt auf diesem Sektor teilweise noch recht überschaubar, aber die Ambitionen mancher Länder sind in dieser Hinsicht recht deutlich. Von E-Learning bis zu den geplanten Silicon Valleys Ostafrikas oder den 60.000 eingeschriebenen Studenten in Abidjan – die junge Generation, die langsam das Ruder übernimmt, stimmt viele Experten zuversichtlich.





# UNTERSCHIEDLICHE CHANCEN IN UNTERSCHIEDLICHEN REGIONEN

Die Wahrnehmung Afrikas in Deutschland ist noch geprägt von Verallgemeinerungen und Vorurteilen. Eine Differenzierung zwischen den einzelnen Ländern findet außerhalb bestimmter Kreise kaum statt und verhindert somit auch in gewisser Weise das Erkennen von Potentialen bestimmter Länder. Afrika ist nicht ein Land. Afrika ist die Summe aller kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Unterschiede. Von Senegal in Westafrika bis Mosambik im südlichen Afrika, von Wüste bis Regenwald und von Hirten in der Sahelzone bis zu den Produktionsstätten der Automobilbranche in Südafrika – es klaffen enorme Unterschiede zwischen den Ländern und innerhalb der einzelnen Länder. Erst bei einer genaueren Betrachtungsweise eröffnen sich die vielen verschiedenen Afrikas, welche es eigentlich gibt.

„Blackbox Afrika“ träfe es wohl am ehesten, wenn man Afrika und dessen Wahrnehmung hierzulande beschreiben sollte. Eine neue Betrachtungsweise, die Wahrnehmung Afrikas als wirtschaftliche Option statt als Empfänger von Entwicklungshilfe ist daher überfällig. Afrika ist vielerorts nicht mehr der verlorene Kontinent, sondern mit seinen eine Milliarde Einwohnern und dem wirtschaftlichen Potential ein schlafender Gigant.

Es wäre zu umfangreich, detailliert auf die wirtschaftliche Situation jedes der 54 Länder des Kontinents einzugehen. Von daher soll auf den folgenden Seiten nur beispielhaft jene Länder vorgestellt werden, welche das Interesse von Investoren geweckt haben und deren wirtschaftliche Perspektive das Interesse zukünftiger Investoren wecken könnten; aufgeteilt in vier Regionen, von denen jeweils wenige Länder skizzenhaft vorgestellt werden sollen.

## 1. NORDAFRIKA

Nordafrika hat seit Ende 2010 einige gewaltige politische Umbrüche erlebt, deren Auswirkungen noch heute zu spüren sind und auch weit über die Grenzen dieser Länder hinausgehen. Und der arabische Frühling ist noch nicht beendet. Ägypten ist immer noch nicht zur Ruhe gekommen und Libyen ist ein „failing state“. Lediglich in Tunesien hat es mit der Verabschiedung einer neuen Verfassung eine eher positive Entwicklung gegeben. Den stabilsten Eindruck hat im letzten Jahrzehnt Marokko gemacht und auch Algerien gehört – nach sehr instabilen Zeiten in den neunziger Jahren zu den derzeit politisch relativ stabilen Ländern. Wohin die Umwälzungen in Ägypten und Libyen führen werden, ist noch nicht absehbar. Laut Wolfram Lacher,

dem Libyen-Experten der Stiftung Wissenschaft und Politik, befindet sich Libyen derzeit im innenpolitischen Kampf zwischen verschiedenen Interessengruppen und ohne dass jemand von außen einen wirklichen Einfluss darauf hätte. Anders sieht es in Ägypten aus. Trotz der Absetzung des Präsidenten Mursi und der Übernahme der Macht durch das Militär, ist in Ägypten kein derartiges Machtvakuum wie in Libyen entstanden.

Entgegen der Länder, wo der Umbruch mit gewalttätigen Umständen einherging, hat die politische Führung Marokkos es verstanden, durch selbst eingeleitete Reformen die Stabilität des Landes zu wahren. Obwohl

auch in Marokko die soziale Unzufriedenheit aufgrund steigender Lebensmittelpreise wuchs und einige Bevölkerungsgruppen ähnliche Teilhabe an der Macht verlangte wie in den anderen Ländern Nordafrikas.

Dennoch bleiben die Länder Nordafrikas attraktiv für die Experten dieser Studie. Ein großer Vorteil Nordafrikas liegt in der Nähe zu Europa. Auch die engen geschichtlichen Verbindungen zwischen den nordafrikanischen Ländern und den europäischen Mittelmeerrainern erleichtern die wirtschaftlichen Interaktionen ebenso wie der einfache Transport von Waren und Gütern über das Mittelmeer erheblich.

Unter den nordafrikanischen Ländern stechen drei Länder hervor, da sie trotz aller Umstände von den Experten als interessant eingestuft werden. Diese sind Marokko, Tunesien und Ägypten.

Es sind die unterschiedlichsten Gründe, warum gerade diese Länder so interessant sind. Zum einen bieten sie gute Voraussetzungen, weil schon längere Zeit auch eine industrielle Substanz vorhanden ist. Zum anderen sind es die angestoßenen Projekte in den Ländern, die sie attraktiv erscheinen lassen.

Von vielen Experten werden die Defizite in der Ausbildung der marokkanischen Arbeiter bemängelt, während sich gerade Tunesien und Ägypten auf diesem Gebiet durch gut ausgebildete Fachkräfte und Hochschulabsolventen von den anderen Ländern der Region hervorheben. Dies scheint die Attraktivität Marokkos aber nicht zu schmälern. Ganz im Gegenteil: Marokko erfreut sich wachsender Beliebtheit bei Investoren. Die Landwirtschaft wächst dank einer Agrarreform gerade im Süden des Landes und dessen Erzeugnisse finden schon länger den Weg in die europäischen Supermärkte. Der marokkanische Agrarsektor wird derzeit grundlegend umgebaut, hin zu einer nachhaltigen Landwirtschaft.

Landmaschinenhersteller und Verpackungsmaschinenhersteller könnten hier zu den Profiteuren dieser Reform zählen. Der Agrarsektor soll sich dank zweier Abkommen zwischen Deutschland und Marokko, welche beide Länder auf der SIAM, einer landwirtschaftlichen Messe, abschlossen, weiterentwickeln. Dies betrifft nicht nur den technischen Bereich des Agrarsektors, sondern auch die landwirtschaftliche Bildung der marokkanischen Arbeiter. Insgesamt ist der Agrarsektor Marokkos zu einem wesentlichen Teil des Wirtschaftswachstums verantwortlich. 16% betrug das Wachstum der Landwirtschaft im ersten Quartal des Jahres 2013. 4,8% das Wirtschaftswachstum des ganzen Landes.

Aber nicht nur der Agrarsektor befindet sich in einem Aufschwung. Marokko ist seit 2012 Produktionsstandort für ein Low-Budget-PKW des Automobilherstellers Renault. Der französische Automobilhersteller baut in Tanger ein Auto unter der Marke Dacia für die Schwellenländer. Mit einem Kaufpreis von 3000 Euro

hat Renault die geringere Kaufkraft Schwellenländer im Blick, welche direkt vor der Haustür liegen. Dass die Nachfrage in den Schwellenländern steigen wird, steht für viele fest.

Aber auch Tunesien und Ägypten spielen auf dem Automobilsektor eine nicht unwichtige Rolle. Aus Tunesien stammen bereits einige Kfz-Teile, welche in Deutschland in den PKW verbaut werden. 16 deutsche Kfz-Zulieferer haben sich bereits in Tunesien ansiedelt. In Ägypten sind es 12 Automobilhersteller, welche dort produzieren. Die Besonderheit der ägyptischen Automobilindustrie liegt in den Bedingungen, die von der Regierung vorgegeben wurden. So müssen 45 Prozent eines Automobils tatsächlich in Ägypten hergestellt worden sein. Und die ägyptische Regierung daran interessiert, diesen Wirtschaftssektor weiter auszubauen. Allein schon durch die Vorgabe der Regierung wird ein Ausbau der Automobilindustrie de facto erzwungen, möchte man in Ägypten PKWs oder LKWs herstellen oder montieren. Es könnten sich also mehr Zulieferer in dem Land ansiedeln.

Ägypten ist das wirtschaftliche Schwergewicht in Nordafrika, trotz aller unsicheren politischen Rahmenbedingungen. Mit knapp 80 Millionen Einwohnern, gut ausgebildeten Arbeitnehmern und günstigen Rahmenbedingungen, die sich in einer verbesserten Wirtschaft widerspiegeln, kann Ägypten auch auf lange Sicht diese Position halten und ist auch deshalb attraktiv. Zudem investiert man in die Infrastruktur, um die wirtschaftliche Entwicklung zu beschleunigen, welche durch den arabischen Frühling an Fahrt verloren hat. Zu den infrastrukturellen Maßnahmen zählen nicht nur Windkraftanlagen, sondern auch das Breitbandnetz eMsir. Allein diese Investition in das Breitbandnetz soll 2,4 Milliarden US-Dollar betragen.

Marokko kann durch ein anderes Großprojekt auf sich aufmerksam machen: Tanger Med. Tanger Med soll nichts geringeres werden als der Umschlagplatz in Nordafrika, das zukünftige Tor zu Afrika, dem ganzen Mittelmeerraum und Europa und der Anlaufpunkt für Schiffe aus Nord- und Südamerika. Dieser neue Tiefseehafen hat zudem eine direkte Autobahnverbindung zu den Werken des Automobilherstellers Renault. Ein Pedant zu Tanger Med entsteht an der Mittelmeerküste mit Nador West Med.

Tunesien kann bereits auf eine für nordafrikanische Verhältnisse sehr gut ausgebauten Infrastruktur verweisen. Ebenso auf gut ausgebildete Fachkräfte, aber auch auf eine geschätzte Arbeitslosenquote von 20 Prozent, darunter auch viele Akademiker. Auch Tunesien entwickelt sich im Bereich der Infrastruktur weiter und baut den Internet- und Kommunikationssektor im Rahmen eines Regionalentwicklungsprogramms weiter aus. Bildungseinrichtungen und Gesundheitseinrichtungen sollen die neuen Technologien näher gebracht werden. E-Health und E-Learning werden eine große Rolle spielen in dem Land.

Der gesamte Internet- und Kommunikationssektor trägt bereits jetzt über 5 Prozent zum Bruttoinlandsprodukt bei und soll nach dem Willen der Regierung weiter ausgebaut werden. Hohe Investitionssummen in ein Glasfasernetz und das mobile Breitband bis zum Jahr 2020 sollen dies ermöglichen. In der Branche gilt Tunesien als offen gegenüber den neuen Technologien. Als Folge für diese Offenheit gegenüber den neuen Kommunikationstechnologien ist es nicht verwunderlich, dass 90% aller Unternehmen über einen Internetzugang verfügen. Und auch die staatlichen Investitionen in den IKT-Sektor stiegen innerhalb der letzten Jahre.

Der ägyptische Internet- und Kommunikationssektor ist ebenso dynamisch. Zwischen 1999 und 2011 ist die Zahl der im Internet- und Kommunikationssektor tätigen Unternehmen sprunghaft angestiegen. Waren es 1999 noch 266 Unternehmen, sind es 2011 bereits 4428 gewesen. Insgesamt mehr als 210.000 Menschen arbeiten in diesem Sektor. Mehr als dem Festnetz werden in Ägypten dem mobilen Internet Chancen eingeräumt. Schon jetzt gibt es mehr SIM-Karten als Einwohner in diem Land. Zu 90% sind es Prepaid-Karten. Mehr als ein Drittel der ägyptischen Haushalte hat einen Internetanschluss und die Anzahl der Internetnutzer hat sich seit 2010 mehr als verdoppelt und liegt nun bei circa 30 Millionen. Von staatlicher Seite wird diese Entwicklung weiter gefördert. Partnerschaften mit internationalen Konzernen sollen diese Entwicklung fördern. Große Unternehmen wie Vodafone, Oracle, Siemens, IBM und Microsoft sind schon längst in Ägypten vertreten. Zudem passen sie ihre Produkte dem kulturellen Kontext an, um den ägyptisch-arabischen Konsumenten direkter ansprechen zu können. Dies unterstreicht die Bedeutung des ägyptischen Internet- und Kommunikationssektor umso mehr.

Marokko kann ähnliche Zahlen aufweisen. Ende 2000 wurden gerade mal 100.000 Internetnutzer in dem Land gezählt. Heute beläuft sich die Zahl auf über 16 Millionen. Das sind über 50% der Einwohner Marokkos.

Marokko schickt sich ebenso an, ein Vorreiter in Sachen grüner Energie zu werden. RWE bekundete erst kürzlich die Absicht, ein ‚grünes‘ Kraftwerk zu bauen. Ein saudi-arabisches Konsortium plant den Bau eines Solarkraftwerkes. Solche Projekte bringen Marokko dem selbst gesteckten Ziel, bis 2020 mehr als ein Drittel der Energie aus erneuerbaren Quellen zu beziehen, einen guten Schritt weiter.

Ägypten, Tunesien und Marokko zählen nach der McKinsey-Studie *Rise of the African consumer* zu den zehn konsumstärksten Ländern Afrikas. Einfluss darauf dürfte auch das geringe Durchschnittsalter in diesen Ländern haben. Allein in Tunesien ist circa ein Viertel der Bevölkerung unter 15 Jahre. Dennoch sind die Länder nach dieser Studie weniger optimistisch gestimmt was den Konsum betrifft. Dies könnte man eher mit den politischen Umständen in Verbindung bringen als mit anderen Faktoren. Die politische Lage im nordafri-

kanischen Raum stabilisiert sich in letzter Zeit immer mehr. Eine optimistische Vorausschau in die Zukunft der Länder ist von daher angebracht. Ähnlich sehen dies auch die befragten Experten, welche nur darauf zu warten scheinen, dass sich die Lage wieder vollends beruhigt und die nordafrikanischen Länder ihr wirtschaftliches Potential wieder voll ausschöpfen können.

Insgesamt sind die Prognosen für diese drei Länder positiv zu bewerten. Auch die Rahmenbedingungen, die sich diese Länder geschaffen haben, sprechen für einen weiteren Aufschwung.

Mit der Teilhabe der Opposition in Marokko an den politischen Entscheidung im Land konnte die innenpolitische Stabilität gewahrt werden, welche sich positiv auf die wirtschaftliche Entwicklung auswirkte. Marokko verhandelt auch über ein Freihandelsabkommen mit der Europäischen Union, dessen Ausgang aber immer noch ungewiss bleibt. Ähnliche Abkommen möchte die Europäische Union auch mit Ägypten und Tunesien abschließen. Die Verhandlungen mit diesen beiden Staaten wurden allerdings noch nicht aufgenommen.

Das Wirtschaftswachstum Marokkos liegt stabil um die drei Prozent. Die politische Stabilität wird dieses Wachstum auch nicht gefährden und Ökonomen sagen dem Land eine wirtschaftlich große Zukunft voraus. Die Nähe und Lage zu Europa, sowie die Lage gegenüber den beiden Amerikas und die Investitionen durch europäische Unternehmen könnten die Wirtschaft weiter anwachsen lassen.

Marokko handelt schon jetzt mit mehr als 100 anderen Ländern. Sollte sich der Traum von Tanger Med erfüllen, dann wird sich das Handelsvolumen und die Anzahl der Handelspartner weiter steigern lassen. Die Öffnung über das Meer nach Europa und den beiden Amerikas hin wird von Marokko konsequent verfolgt. Nicht nur, weil Marokko zu seinem östlichen Nachbarn, Algerien, ein schwieriges Verhältnis hat.

Allerdings ist die Situation um Westsahara noch unklar, aus dem übrigens ein Großteil der landwirtschaftlichen Erzeugnisse für den europäischen Markt kommt.

Zu den wirtschaftlich interessanten Rohstoffen Marokkos zählen neben Kupfer, Eisen und Öl auch Mangan, Kobalt und Zink.

In Tunesien erleichtert die ausländischen Investitionen durch das ‚Gesetzbuch zur Erleichterung von Investitionen‘ (Code d’indication aux investissements). Auch ein Investitionsschutzabkommen existiert. Zudem gilt das Land in wirtschaftlichen Belangen als liberal, auch wenn nun die Ennahda-Partei die stärkste Fraktion in der tunesischen Versammlung stellt. Dennoch bleibt es abzuwarten, wie sich Tunesien insgesamt politisch weiterentwickelt. Weiterer Aufschwung könnte durch die Deregulierung und die Privatisierung der Wirtschaft kommen. Der Einfluss der ehemaligen Eliten,

welche die Wirtschaft Tunesiens in ihrem Sinne kontrollierten, wurde nach dem Sturz Ben Alis beendet. Damit hat sich gerade in der jungen Generation ein neuer Unternehmergeist entwickelt. Vor dem Sturz gab es kaum oder keine Anreize, um ein unternehmerisches Risiko einzugehen. Nun kann man die tunesische Wirtschaft als durchaus dynamisch betrachten.

Auch wenn die Wirtschaft vor dem Sturz in wenigen Händen lag, verstand es die ehemalige Führung eine relativ große wirtschaftliche Diversifikation zu schaffen. Davon profitiert Tunesien noch heute. Größter Sektor ist der Dienstleistungssektor, vor allem der Tourismus. Neben der schon erwähnten KFZ-Branche verfügt Tunesien über eine Maschinenbau- und die Elektrotechnik-Branche.

Wichtige Handelspartner liegen mit Italien und Frankreich zudem direkt gegenüber. Auch die Automobilzulieferer in Tunesien handeln mit den deutschen Automobilherstellern. So kommt ein nicht unerheblicher Teil der Kabelbäume für PKW aus diesem Land.

Ägypten steht, nach einer Studie des Afrika-Vereins der deutschen Wirtschaft, auf der Wunschliste deutscher Unternehmen hinter Südafrika und Nigeria auf Platz drei. Auch wenn das Wirtschaftswachstum von über 5% im Jahr 2010 auf 2% im Jahr 2012 rutschte. Ursache dafür war der Ausbruch des arabischen Frühlings. Sollte sich die politische Lage stabilisieren, würde die Attraktivität für Investitionen wieder zunehmen, glaubt man den Einschätzungen der Experten. Ägypten kann mit einer im regionalen Vergleich sehr gut ausgebauten Infrastruktur und mit einer wirtschaftlichen

Diversifikation punkten, welche so in der Region kein zweites Mal existiert. Der größte Wirtschaftssektor ist der Dienstleistungssektor, gefolgt vom Industriesektor, der rund ein Drittel der Wirtschaft ausmacht. Die schon vorhandene wirtschaftliche Substanz erleichtert Investitionen.

Obwohl Ägypten zu den Ländern mit einer vergleichsweise gut ausgebauten Infrastruktur zählt, sind auch hier Defizite auszumachen. Dies betrifft nicht nur den Energie-, Wasser- und Transportsektor, sondern auch den Maschinenbau sektor. Über 90% aller Anlagen und Maschinen müssen importiert werden, da der eigene Maschinenbau sektor die Nachfrage nicht bedienen kann. Ägyptische Unternehmen suchen dementsprechend auch Kooperationspartner, um diese Nachfrage auf lange Sicht bedienen zu können.

Branchen, denen man in Ägypten ein starkes Wachstum nachsagt, sind die Petrochemie, die Landwirtschaft und damit auch die Nahrungsmittelindustrie und Verpackungsindustrie. Aber auch der Bausektor, der zwar zwischenzeitlich erlahmte, nimmt wieder an Fahrt auf und auch die Textilindustrie, die sich momentan in einer Modernisierungsphase befindet, wächst stetig.

Trotz aller politischen Probleme erscheint die Region, besonders diese drei Länder, für Investitionen attraktiv. Alles in allem wartet man teilweise nur auf den Startschuss, der sind durch stabile Verhältnisse äußert. Auch wenn die politischen Rahmenbedingungen in Ägypten nicht ideal erscheinen, werden zum Beispiel Investitionen in Windkraftanlagen getätigt.



## 2. WESTAFRIKA

Wenn die meisten Experten von wirtschaftlichen Perspektiven in Westafrika reden, ist fast ausschließlich von Nigeria die Rede. Das hat berechtigte Gründe. Aber neben Nigeria gibt es auch andere Länder, deren Namen immer wieder fällt, wenn man nach potentiellen Kandidaten fragt: Elfenbeinküste, Senegal und Ghana. Auch diese Länder bieten für viele Experten genügend wirtschaftliche Substanz, um dort aktiv zu werden. Für manche Branchen ist die derzeitige Lage in Westafrika zwar nicht ganz so optimal wie in Ostafrika, aber dennoch sollte man Westafrika nicht außer Acht lassen. 360 Millionen Menschen leben in dieser Region. Allein 175 Millionen von ihnen in Nigeria, dem Schwergewicht, das alle anderen Länder wirtschaftlich mitreißen könnte, glaubt man den Experten. Westafrika ist ein riesiger Markt. 220 Millionen Menschen von ihnen leben in einem Land der Wirtschaftsgemeinschaft ECOWAS. ECOWAS ist der Garant für politische Stabilität in der Region. Zuletzt übte ECOWAS politischen Druck auf die Putschisten in Guinea Bissau aus und forderte sie zur Rückkehr zu einer demokratischen Grundlage auf. Darüber hinaus verfügt ECOWAS über eine militärische Eingreiftruppe, die ECOMOG, und nutzte sie bereits bei den Unruhen nach der Wahl in Elfenbeinküste. Auch ein Überwachungs- und Frühwarnsystem gehört zu den Mitteln der ECOWAS. Oberstes Ziel der ECOWAS ist die Stabilität und eine Demokratisierung in der Region. In Mali ist die ECOWAS aktiv, um islamistischen Gruppen zurückzudrängen.

Neben den stabilisierenden und demokratisierenden Aufgaben hat sich die ECOWAS die wirtschaftliche Entwicklung der Region auf die Fahne geschrieben. Wirtschaftliche Integration der Mitgliedsländer, die Schaffung und Verbesserungen von Rahmenbedingungen für die Landwirtschaft, den Handel, die Bildung, die Industrialisierung und die Umwelt – die ECOWAS möchte die Länder enger miteinander verknüpfen und weiterentwickeln. So haben sie auch einen gemeinsamen Außenzolltarif eingeführt und somit die Grundlage für ein Wirtschaftspartnerschaftsabkommen mit der Europäischen Union gelegt. Das große Ziel der ECOWAS heißt Wirtschafts- und Währungsunion. Eine Währungsunion in Westafrika gibt es allerdings schon mit dem CFA-Franc der frankophonen Länder.

Die vor der Küste Nigerias lagernden Rohstoffe sind schon seit längerem bekannt und Nigeria kann von den daraus resultierenden Einnahmen profitieren. Seit 2007 ist ein Ölfeld vor der Küste Ghanas bekannt, das Jubilee Ölfeld, dessen Förderung am Ende des Jahres 2010 begann. Insgesamt können die meisten westafrikanischen Staaten von ihren Rohstoffen profitieren.

Schaut man nicht allzu lange in der Geschichte zurück, erkennt man die Entwicklung der westafrikanischen Länder erst wirklich. Die Entwicklung auf dem Human Development Index sind bei vielen dieser Länder

enorm und das Wirtschaftswachstum ist seit einiger Zeit stabil und groß. Manche Länder wachsen schneller als China. Ghana kann für das Jahr 2013 ein Wirtschaftswachstum von 7,9% aufweisen. Die Elfenbeinküste kommt auf ähnliche Werte. Und auch Senegal kann mit 4% ordentlich wachsen. Liberia, von einigen Experten als wirtschaftliches Kleinod betrachtet, konnte um 9% wachsen. Sierra Leone, vom Bürgerkrieg noch gezeichnet, um 21%. Das wirtschaftliche Wachstum Nigerias hingegen könnte dazu führen, dass es Südafrika als wirtschaftlichen Motor Afrikas in absehbarer Zeit ablöst, trotz aller innenpolitischen Probleme.

Dass sich in der gesamten Region viel bewegt, zeigt Niger - obwohl eines der schwierigsten Länder aufgrund vieler Faktoren. Unlängst kamen auch Stimmen auf, die selbst diesem Land ein Potential für Einkaufszentren zusprachen. Internationale Organisationen sprechen dem Land ebenso eine der dynamischsten Wirtschaftsentwicklungen zu, hauptsächlich resultierend aus den vorhandenen Rohstoffen. Niger ist unter anderem reich an Uran, welches vom französischen Konzern AREVA im Norden des Landes gefördert wird.

Nach den Ergebnissen einer Weltbankstudie konnten manche Länder ihr Bruttonationaleinkommen pro Kopf innerhalb der letzten 10 Jahre mehr als verdoppeln. Zwischen 2003 und 2011 stieg in Ghana das Bruttonationaleinkommen pro Kopf von 320 US-Dollar auf 1410 US-Dollar, in Nigeria von 420 US-Dollar auf 1280 US-Dollar. Diese Zahlen spiegeln sich auch im Konsumverhalten wider. So zählen sowohl Ghana als auch Nigeria zu den konsumstärksten Ländern Afrikas. Nigeria mit seinen 175 Millionen Einwohnern bietet schon jetzt einen immensen Markt, der nach Meinungen vieler noch lange nicht ausgeschöpft ist. Auch Ghana, das im Vergleich zum restlichen Afrika einen überdurchschnittlichen Anteil an der Mittelschicht aufweist, ist für Konsumgüter produzierende Unternehmen interessant.

Obwohl sowohl Nigeria als auch Ghana immer wieder genannt werden, weisen viele Experten auf die Risiken beider Länder hin. Nigerias Wirtschaft ist eher im Süden des Landes angesiedelt. Der Norden des Landes ist landwirtschaftlich geprägt. Zudem spielt die religiöse Zweiteilung des Landes eine entscheidende innenpolitische Rolle – im Norden dominiert der Islam, im Süden das Christentum. Nigerias Norden kommt wiederholt in die Schlagzeilen, da die islamische Sekte Boko Haram immer wieder Anschläge, vornehmlich im Nordosten um Maiduguri, verübt. Und der Süden Nigerias kommt durch die Sicherheitslage im Nigerdelta nicht zur Ruhe. Piraterie, Entführungen und ein generelles Sicherheitsproblem erschweren hier die Aktivitäten mancher europäischer Vertriebsmitarbeiter. In solchen Fällen ist die Zusammenarbeit mit einheimischen Partnern, welche weniger auffallen und

sich sicherer bewegen können, ratsam. Manche Area Sales Manager, die geschäftlich in dieser Region aktiv sind, meiden die gefährdeten Gegenden und treffen sich außerhalb der risikobehafteten Regionen.

Ghanas Problem liegt weniger in der Sicherheit. Viel mehr in einer mangelnden wirtschaftlichen Substanz, nach Meinung mancher Experten. Ghana erscheint demnach vielversprechender als es wirklich ist. Auch wird aus Ghana von einem Phänomen berichtet, was man als Nigeria Connection kennt. Um dieses Risiko zu vermeiden, ist es daher unerlässlich, sich die nötigen Informationen über den potentiellen Geschäftspartner vorher zu beschaffen.

Ob die wirtschaftliche Substanz Ghana ausreicht, mag an der jeweiligen Branche liegen. Wie auch in anderen Ländern, bietet Ghana nicht für jede Branche kurz- oder mittelfristig gleichermaßen eine Perspektive. Politisch ist das Land aber überaus stabil. Seit Anfang der 1990er Jahre gilt Ghana diesbezüglich als Musterschüler und sämtliche Wechsel an der politischen Spitze vollzogen sich nach demokratischen Standards. Auch auf dem Human Development Index gehört Ghana zu den Gewinnern.

Dank der noch relativ geringen Devisen aus der Ölförderung legten die Exporte aus Deutschland nach Ghana kräftig zu. Ghana war 2012 das viertstärkste Importland deutscher Waren im subsaharischen Afrika. Wobei die Nachfrage aber noch nicht gesättigt sein dürfte.

Nicht nur dass Ghana den Musterschüler in Sachen und Politik gibt, es gilt unter den Experten als ideales Einsteigerland in den afrikanischen Markt. Dabei spielt die englische Sprache sicherlich eine Rolle, aber auch die Stabilität und die Sicherheit im Land. Ein Investitionsschutz und ein Doppelbesteuerungsabkommen erleichtern zudem wirtschaftliche Aktivitäten für deutsche Unternehmen. Im Rahmen einer Freihandelszone gewährt Ghana den Investoren auch eine zehnjährige Umsatzsteuerbefreiung.

Gerade landwirtschaftliche Maschinen und Anlagen, welche die unmittelbar benachbarten Branchen betreffen, dürften eine große Rolle bei den Importen spielen. Ghanas Wirtschaft ist noch hauptsächlich von dem Agrarsektor geprägt. Noch immer dominieren die Cash Crops, zumindest solange die Ölförderung im Jubilee Feld noch nicht voll angelaufen ist. Hauptfrüchte der Landwirtschaft sind Kakao und Cashewkerne. Die Produktion der Cashew soll bis 2016 noch verdoppelt werden und schon jetzt gehen von der jährlichen Produktion circa 95% in den Export.

Obwohl Ghana zu einem großen Teil noch von der Landwirtschaft abhängig ist, zeigt sich auch hier der Wandel zu einer Informationsgesellschaft. 61% der Kakaobauern, so eine Studie von Kwaku Ofori-Asare, nutzen bereits das Mobiltelefon, um aktuelle Marktpreise ihrer Erzeugnisse abzufragen. Zwischenhändler können so die Preise nicht mehr drücken und es bleibt

mehr Geld bei den Bauern. Laut Experten dieser Studie, ist Ghana eines der führenden Länder Afrikas, was die Internet- und Kommunikationsbranche angeht. Mit 63% ist die Abdeckung des Mobilfunks für afrikanische Verhältnisse hoch. Der Kommunikationsmarkt Ghanas ist liberalisiert und die International Telecommunication Union attestiert dem Land die größten Fortschritte in diesem Sektor im Vergleich zu den restlichen Ländern des Kontinents. Abzulesen ist dies auch bei der Nutzung des Internets, welche von 5,4% im Jahr 2009 auf 14,11% im Jahr 2011 stieg.

Nigerias Internet- und Kommunikationsbranche ist unglaublich größer. Im Jahr 2011 wurden 50 Millionen Internetnutzer gezählt. Das sind 28% aller Nigerianer und 7 Prozentpunkte mehr als in Südafrika. Social Media zählt in Nigeria zu den Erfolgsgeschichten. Jonathan Goodluck, der Präsident Nigerias, zählt weitaus mehr Facebook-Freunde als Angela Merkel. Der Mobilfunksektor des Landes wächst. Von 2007 bis 2010 ist er um 50% gestiegen. Das Festnetz wird im Vergleich zum mobilen Internet für die 175 Millionen eine ebenso geringere Rolle einnehmen wie in den anderen Ländern Afrikas.

Deutschland ist bereits der viertgrößte Importeur für Maschinen und Anlagen in Ghana. Nur aus den USA, China und Großbritannien wird mehr importiert. Die Nachfrage nach Maschinen könnte sich noch vergrößern, da auch in Ghana ein Bauboom vorherrscht.

Auch in die Infrastruktur muss noch viel investiert werden. Manche Berechnungen gehen davon aus, dass Ghana pro Jahr mindestens 1,5 Milliarden US-Dollar für die nächsten zehn Jahre benötigt, um die infrastrukturelle Lücke zu schließen. Dies betrifft nicht nur den Straßenbau, sondern auch den Energiesektor. Wie in allen Ländern, deren Wirtschaft wächst, wächst auch die Nachfrage nach Energie. Die Energieengpässe bremsen die wirtschaftliche Entwicklung zu sehr. Um diese Nachfrage zu befriedigen, sollen größere Investitionen getätigt werden. So soll zum Beispiel im Jahr 2015 das größte afrikanische Solarkraftwerk ans Netz gehen. Die Investitionssumme für dieses Projekt von Blue Energy beträgt 400 Millionen Euro. Auch möchte der ghanaische Energieerzeuger Volta River Authority seine Kapazitäten mit Hilfe von Anleihen im Wert von 500 Millionen US-Dollar weiter ausbauen. Der Ausbau des Energiesektors ist für eine Volkswirtschaft, deren Energiebedarf jährlich um 8-10% steigt, unerlässlich. Im ländlichen Raum versucht man hingegen die Energie aus Biomasse zu gewinnen. Dabei setzt man auf einen Technologietransfer aus den USA und Brasilien.

Der Energiesektor Nigerias sieht sich wesentlich größeren Problemen gegenüber. Derzeit verfügt Nigeria über eine Kapazität von 4900MW. Wie groß der eigentliche Bedarf ist, zeigt sich am Ziel für das Jahr 2020. Innerhalb der nächsten 6-7 Jahre möchte Nigeria seine Kapazitäten auf 35000MW erhöhen. Privatisierungen sollen die benötigte Dynamik auf diesem Sektor bringen. Realisiert werden soll dieses Ziel durch

eine dezentrale Energiegewinnung mit erneuerbaren Energiequellen. Den Investoren soll es durch eine Strompreisgarantie für 25 Jahre und eine Absicherung durch die Weltbank schmackhaft gemacht werden.

Obwohl man annehmen könnte, dass Nigeria durch seine Erdgas- und Erdölvorkommen so stark wächst, wird der wirtschaftliche Aufschwung nicht maßgeblich davon getragen. Hauptgrund für das Wirtschaftswachstum ist der Bauboom, resultierend aus notwendigen Infrastrukturmaßnahmen, und einem florierenden Konsum. Dadurch ist Nigerias Wachstum auch weniger anfällig gegenüber von Preisschwankungen beim Erdöl und Erdgas.

In der Abhängigkeit vom Erdöl sehen manche die Gefahr für Ghanas Wirtschaftswachstum. Bereits einige ghanaische Politiker machen darauf aufmerksam, dass Ghanas Wirtschaft bald unter der Holländischen Krankheit leiden könnte. Die Fokussierung auf einen zu exportierenden Rohstoff macht die Einnahmen des Staates extrem anfällig gegenüber den Weltmarktpreisen. Auch die landwirtschaftlichen Erzeugnisse sind im großen Maße von den Weltmarktpreisen abhängig. Ghana versucht dem entgegenzuwirken, indem es andere Branchen anlocken möchte. Unter anderem durch die oben erwähnte Umsatzsteuerbefreiung. Tatsächlich könnte Ghana damit auch Erfolg haben. Die ausländischen Direktinvestitionen beliefen sich 2011 auf 6,82 Milliarden US-Dollar und 2012 auf 4,9 Milliarden US-Dollar. Stark vertreten sind China und Libanon. Und allein 2012 wurden durch die ausländischen Direktinvestitionen ca. 25.000 Arbeitsplätze geschaffen.

Für die Kfz-Branche sind beide Länder interessant. Nigeria alleine durch die Größe, die Mittelschicht und den Aufschwung. Ghana deutet in dieselbe Richtung,

was die Absatzmöglichkeiten von Automobilen betrifft. Die Anzahl der Automobile und der Motorräder hat sich dermaßen erhöht, dass Staumeldungen in Accra bereits über Twitter verbreitet werden. Allein zwischen 2003 und 2007 wurden über 280.000 Autos importiert und der Trend setzt sich fort. Allerdings handelt es sich dabei mehrheitlich um Gebrauchtwagen.

Die wirtschaftlichen Chancen sind für beide Länder trotz vieler Bedenken – die Holländische Krankheit in Ghana und die religiöse Spaltung Nigerias, sowie das Sicherheitsproblem im Nigerdelta – gut bis sehr gut. Die Prognosen zeigen nach oben. Beide Staaten weisen ein Wachstum um die sieben Prozent auf. Beide Regierungen versuchen die Diversifikation durch unterschiedliche Maßnahmen voranzutreiben. Ghana durch eine Freihandelszone und Nigeria, wie das Beispiel Lagos, durch eine umsichtige Politik im Wandel hin zu einer Informationsgesellschaft.

Die Aussichten für das gesamte Westafrika sind durchaus positiv zu bewerten, nicht nur in Ghana und Nigeria. Zweifelsohne könnte das Wirtschaftswachstum noch mehr an Fahrt aufnehmen, würden die politischen Umstände und die Sicherheitsrisiken mancher Länder das Wachstum nicht behindern. Die Umbrüche in Nordafrika, der Konflikt in Mali und die Probleme in Nigeria lassen die Region nicht zur Ruhe kommen. Dennoch bleiben gerade Ghana und Nigeria Ziele wirtschaftlicher Unternehmungen. Sollte die wirtschaftliche Integration durch die ECOWAS wie geplant in einer Wirtschafts- und Währungsunion münden, könnte es den Handel zwischen den Ländern befähigen und Nigeria könnte als zukünftiger Wirtschaftsmotor der Region die Entwicklung weiter vorantreiben.



## 3. OSTAFRIKA

Die Herausforderungen für die ostafrikanischen Länder unterscheiden sich nicht von denen in Westafrika oder den anderen Regionen. Auch hier ist die Energieversorgung und die Infrastruktur die Achillesferse und blockiert die wirtschaftliche Entwicklung. Zudem ist die gesamte Region nahezu von nur einem Hafen abhängig. Das ist der Hafen in Mombasa. Das lähmt den Warenverkehr enorm.

Dennoch werden von den Experten auch immer wieder diese Länder genannt, wenn es um chancenreiche Märkte geht. Gerade Kenia spielt dabei eine große Rolle. Auch Uganda, Ruanda und Tansania werden Chancen eingeräumt. Für viele Branchen ist auch Äthiopien sehr interessant.

Nicht nur die Rohstoffe sind ausschlaggebend für den Bauboom in der ganzen Region.. Aber die Ölfelder Südsudans und die Erdgasvorkommen vor der Küste Tansanias sind mitverantwortlich für die großen Investitionen in die Infrastruktur in der gesamten Region.. Die anderen Rohstoffe, wie zum Beispiel seltene Erden, Gold und Kohle in Tansania oder auch die Erdölvorkommen und das vermutete Erdgasvorkommen vor Kenia sorgen oder könnten für dringend benötigte Devisen sorgen. Die Förderung von Ugandas Erdölvorkommen von geschätzten 3,5 Milliarden Barrel wird allerdings durch bürokratische Hürden verschleppt. Dieses Jahr sollen die ersten Bohrrechte in Uganda versteigert werden, 2018 soll dann die Förderung des Erdöls beginnen.

Die Größe des Erdgasvorkommens vor der Küste Tansanias könnte das Land zu einem der wichtigsten Erdgasexporteure für Asien machen. Dafür erwägt man den Bau einer Verflüssigungsanlage. Die Rohstoffexporte des Landes, in Dollar gerechnet, haben sich innerhalb der letzten drei bis vier Jahre mehr als verdoppelt. Dabei hat man noch nicht einmal angefangen, die gefunden seltenen Erden oder das Erdgas vor der Küste zu fördern.

Kenias Rolle für den Export des südsudanischen Erdöls könnte große Bedeutung erlangen, da sich die eigentlich einfachste Lösung, der Export über den Sudan, als mehr und mehr unzuverlässig herausstellt. Immer wieder kommt es zu Unterbrechungen, sodass nur der Export via Pipeline über Kenia in Frage kommt. Dazu soll eine 2000km lange Pipeline aus dem Südsudan nach Lamu in Kenia führen, wo dort ein Hafen und eine Raffinerie entstehen soll. Parallel dazu soll eine Verkehrstrasse Lamu mit dem Südsudan und mit Äthiopien verbinden. Dieses Projekt kann Mombasa zum einen entlasten und zum zweiten allein durch den Bau die Wirtschaft ankurbeln. Mit geschätzten 23 Milliarden US-Dollar beinhaltet es nicht nur eine Pipeline, einen Hafen und Straßen, sondern auch eine Eisenbahntrasse und einen Flughafen. Bauprojekte mit großen Auftragsvolumen findet man derzeit in der gesamten Region. Ein weiteres, aber in seinem Umfang weit geringeres Projekt ist die Straße zwischen dem südkenianischen Voi und dem

tansanischen Arusha. Mit 233 Millionen US-Dollar ist es vergleichsweise günstig. Ein anderes Projekt ist die Gaspipeline von Dar es Salaam über Mombasa in die Binnenländer Ruanda, Burundi und Uganda für insgesamt 300 Millionen US-Dollar. Auf weitere Baumaßnahmen bereitet sich die gesamte Region vor. Nicht nur Kenia plant daher die Erhöhung der Kapazitäten der eigenen Zementfabriken. Auch Tansania und Uganda planen den Bau von Zementfabriken, um sich der Abhängigkeit von Importen zu entziehen.

Tansania erlebt dank der Rohstoffe einen ähnlichen Bauboom wie Kenia. In Tanga plant man den Bau eines Tiefseehafens und eines Transportkorridors bis in die Demokratische Republik Kongo hinein. Allein für dieses Projekt sind 32 Milliarden US-Dollar angesetzt. Auch der Ausbau des Hafens in Dar es Salaam steht auf dem Plan, gemeinsam mit einer Eisenbahntrasse von Dar es Salaam nach Burundi und Ruanda. Mit dem Ausbau von Dar es Salaam, dem neuen Tiefseehafen in Tanga und Lamu könnte sich die Anzahl der Import- und Exporthäfen von einen auf vier vergrößern. Das würde sicherlich nicht nur die Umschlagszeiten der Häfen in Ostafrika erheblich senken, sondern auch die Kosten des Warenaumschlags durch ein breiteres Angebot an Umschlagsmöglichkeiten.

Die Infrastrukturprojekte sind sehr ambitioniert, aber notwendig, da eine gut ausgebauten Infrastruktur folgerichtig zu einem investitionsfreundlichen Umfeld gehört. Der Warentransport zwischen den Ländern und der Süd-Süd-Handel, zwischen Afrika und in dem Fall Asien nimmt immer mehr zu. Weder das derzeitige Straßennetz noch die Kapazitäten der Häfen sind dafür ausgelegt. Zudem ist durch fehlende Investitionen der letzten drei Dekaden nur noch ein Bruchteil der Kapazitäten im Schienenverkehr vorhanden, sodass der Anteil des Schienenverkehrs am Transportwesen insgesamt sehr gering ist. Auch der Warenverkehr nimmt, dank des steigenden Konsums in der Region, stetig zu. Nicht nur die steigende Nachfrage nach Transportmöglichkeiten in diesen Ländern war ausschlaggebend für chinesische, indische und japanische Hersteller, ihre LKW direkt in diesen Ländern montieren zu lassen, sondern auch die Ersparnis von Einfuhrzöllen durch den Import von Einzelteilen statt fertiger Transporter und LKWs.

Die Energieengpässe sind ebenso gravierend wie die Engpässe im Transportsektor. Die East African Community beziffert den Investitionsbedarf seiner Mitglieder – Tansania, Kenia, Uganda, Ruanda und Burundi – für die nächsten 25 Jahre auf 64 Milliarden US-Dollar. 2038, so die Vorhersagen, benötigt man eine Kapazität von 30.000 MW. Die Länder der East African Community müssten ihre Kapazitäten bis dahin also verneufachen. Betrachtet man die Gegebenheiten, ist dies durchaus machbar. Allein die enorme Investitionssumme könnte dem ganzen einen Strich durch die Rechnung machen. Kohle, Erdgas und Erdöl sind reichlich vorhanden. Was-

serkraft, Windkraft, Solarkraft und Geothermie können genutzt werden. Die politischen Voraussetzungen für die nötigen Investitionen wurden ebenso geschaffen. Ein Geothermiekraftwerk existiert bereits in Kenia. In Ruanda könnten Methangas- und Wasserkraftwerk, sowie Geothermiekraftwerke die Nachfrage bedienen. Uganda versucht den Energiebedarf durch dezentrale Wasserkraftanlagen in kleinen Maßstab an Flüssen zu decken. Das Potential für Wasserkraft und Geothermie hat das Land auf jeden Fall. Der gesamte ostafrikanische Grabenbruch könnte durch Geothermie zur Stromversorgung von ganz Ostafrika beitragen. Noch werden in Uganda nur 10% der Haushalte mit Strom versorgt, 2017 sollen es bereits 60% sein. Dazu dürfte auch das Karuma-Wasserkraft-Projekt betragen, welches eine Kapazität von 600MW haben soll.

Das Stromnetz zwischen den Ländern der East African Community soll für 5 Milliarden US-Dollar ausgebaut werden und Tansania verlegt die Stromkabel bereits unterirdisch, um die Anfälligkeit gegenüber dem Klima zu minimieren. Tansania könnte heute schon viermal mehr Strom erzeugen als es jetzt bereits erzeugt. Allerdings arbeitet die Stromversorgung in Tansania nicht kostendeckend, da der Strompreis politisch niedrig gehalten wird. Somit fehlen Gelder für notwendige Investitionen.

Die Landwirtschaft ist eine andere große und rasch wachsende Branche in Ostafrika. Kaum eine andere Branche wächst schneller. Und das nicht nur in den Ländern der East African Community (EAC). Bei den Investoren, die sich auf dem Agrarsektor betätigen, sind außerhalb der EAC Äthiopien und auch Sambia sehr gefragt. Die weithin als Landgräber bezeichneten Investoren sichern sich derzeit riesige Agrarflächen. Die gesamte Landwirtschaft Afrikas soll allein im Jahr 2030 ein Volumen von 1.000 Milliarden US-Dollar haben. Ob dann die Landwirtschaft noch von Kleinbauern geprägt sein wird, wie es heute noch der Fall ist, bleibt abzuwarten. Ausgehend von einem weiteren Anstieg der Landwirtschaft, planen manche Länder den weiteren Ausbau ihrer Kapazitäten bei der Düngemittelproduktion, ähnlich wie die Zementproduktion für die Bau-branche. Die EAC schätzt den Markt für Düngemittel derzeit auf 600 Millionen US-Dollar. Noch ist Kenia bei der Düngemittelproduktion in Ostafrika führend, aber auch Uganda und Tansania planen den Aufbau einer eigenen Produktion.

Getragen wird der Aufschwung der Landwirtschaft aber nicht nur von der globalen Nachfrage nach Ackerland oder der Nachfrage nach Biokraftstoffen. Dazu trägt auch die wachsende Mittelschicht bei, welche nach immer besseren und stärker verarbeiteten Lebensmitteln fragt. Zudem wächst die Nachfrage nach einheimischen afrikanischen Lebensmitteln. In Kenia plant man auch deswegen eine Zuckerfabrik für 194 Millionen US-Dollar. Im Umfeld der Landwirtschaft nimmt auch die Bedeutung von Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen immer mehr zu. Durch

den Einsatz von Verpackungsmaschinen können mehr Kunden erreicht werden und die Lebensmittel überstehen längere Transporte. Je mehr die Landwirtschaft wächst, wächst also auch die Nachfrage nach solchen Maschinen. Und je mehr produziert wird, desto größer wird die Nachfrage nach Transportmöglichkeiten. Wie eng verwoben das Transportsystem der ostafrikanischen Länder ist, zeigt sich an Ruanda. Das ruandische Transportwesen ist mehrheitlich von kenianischen und ugandischen Transportkapazitäten abhängig. Die geplante Bahntrasse von Burundi-Ruanda-Tansania und der Ausbau des Hafens in Dar es Salaam könnte hier Abhilfe für das Land schaffen.

Ähnlich wie in Ghana hält auch in der Landwirtschaft die Internet- und Kommunikationstechnologie Einzug. Auch ugandische und kenianische Farmer nutzen das Internet und das Mobiltelefon, um sich über die aktuellen Verkaufspreise ihrer Erzeugnisse zu informieren. Insgesamt nimmt die neue Internet- und Kommunikationstechnologie einen großen Stellenwert für die Region ein und die Internetgeschwindigkeit Ostafrikas übertrifft sogar die Südafrikas.

Kenia und Ruanda gehören zu den fortschrittlichsten Staaten was diese neuen Technologien betrifft. Beide Länder möchten ihren IKT-Sektor weiter ausbauen. Der Ausbau ist auch dringend erforderlich, denn mit der bisher verfügbaren Bandbreite von 2Mbit/s (und trotzdem ist Kenia schneller als SA?) stößt Kenia jetzt schon an die Grenzen.

Für die Erfolgsgeschichte der Kommunikationstechnologie in Kenia überhaupt hat mPesa gesorgt. mPesa bietet die Möglichkeit via Mobiltelefon Geld zu überweisen und auch zu bezahlen. Es ist eine kostengünstigere Variante als alle anderen Möglichkeiten in Kenia und hat mittlerweile einen sehr hohen Stellenwert eingenommen. Mit geringerem Aufwand und vor allem geringeren Kosten kann Geld an andere Personen überwiesen werden, die in ihrer Nähe weder eine Bank noch eine Poststelle haben. Selbst manche Taxifahrten können so in Kenia bezahlt werden.

Mittlerweile haben über 70 Prozent der Kenianer Zugang zu Finanzdienstleistungen. Kenia konnte diesen für das subsaharische Afrika hohen Wert innerhalb von wenigen Jahren erreichen.

Die mobile Erreichbarkeit in den urbanen Zentren Kenias ist heute sehr gut ausgebaut für afrikanische Verhältnisse und zwei neue Unterseekabel sind bereits in Planung.

Südlich von Nairobi soll das Silicon Savannah entstehen. Konza, so der eigentliche Name der neuen Stadt, soll im Jahr 2030 fertiggestellt sein, Arbeitsplätze für 200.000 Menschen bieten und die Branche weiter voranbringen. Kenias IKT-Sektor wird zudem auch nicht mehr nur von kleinen Startups beherrscht. Auch internationale Konzerne haben sich bereits niedergelassen

und leiten von Kenia aus ihre Geschäfte in der ganzen Region.

Ruanda plant in ähnlichen Maßstäben. Vor Kurzem startete Smart Kigali, der kostenlose mobile Internetzugang an öffentlichen Plätzen, in Bussen und in ausgewählten Gebäuden der ruandischen Hauptstadt. Smart Kigali ist ein Bestandteil eines landesweiten Planes, um das Land in das Zeitalter der Informationstechnologie zu überführen. Paul Kagames Vision 2020 soll Ruanda zu einem Hightech-Land machen und Kigali zur ersten kabellosen Stadt. Neben dem massiven Ausbau der IKT-Infrastruktur sollen 50.000 Programmierer ausgebildet werden.

Was die Internet- und Kommunikationsbranche angeht, ist Ostafrika vielleicht die dynamischste Region Afrikas überhaupt. Nirgends gibt es solche Projekte in dem Ausmaß auf dem Kontinent. Ruanda hat vielleicht keine andere Chance als auf die neue Technologie und diese Branche zu setzen, da es als vergleichsweise rohstoffarm gilt. Auch die logistische Abhängigkeit von Tansania und Kenia spielt da eine Rolle. Alle Warentransporte nach Ruanda gehen über seine Nachbarländer und deren Häfen. Da bietet sich die neue Technologie eher an, da die Dienstleistungen via Internet wesentlich einfacher und kosteneffizienter exportieren lassen.

Ruanda kann mit hervorragenden Wirtschaftszahlen glänzen. Das Wachstum im Vergleich zu den Nachbarländern ist überproportional. Obwohl der Markt klein ist, bietet er gute Möglichkeiten in einigen wirtschaftlichen Nischen. Die Bekämpfung der Korruption zeigt deutliche Erfolge und, was noch wichtiger erscheint, vor allem geht die Regierung in den Augen der Geldgeber verantwortungsbewusst mit den Finanzen des Landes um. Sie investieren, um das Land und seine Wirtschaft für die Zukunft fit zu machen. Die Aufforstung und der Umweltschutz schreiten schneller und besser voran als in den Nachbarländern. Auf dem Doing Business Report steht Ruanda, mit Ausnahme des wirtschaftlich am weitesten entwickelten Südafrika, an der Spitze unter den afrikanischen Ländern und im Parlament herrscht Parität zwischen Männern und Frauen.

Es sieht also eigentlich alles sehr positiv aus – wäre da nicht der Vorwurf der meist westlichen Geldgeber und der ruandischen Opposition, dass Ruanda in Sachen Demokratie erhebliche Defizite aufweist. Sollte sich die Situation nicht verbessern, drohen die westlichen Geldgeber mit dem Stopp der Finanzhilfen. Und sollte dies eintreten, dann könnte Ruanda auf Kredite und Direktinvestitionen aus China zurückgreifen. Die Verhandlungen zwischen den beiden Ländern sind bereits im Gange.

Kenias Regierung sieht sich mit ähnlichen Anschuldigungen konfrontiert. Nachdem die letzten Wahlen im Gegensatz zu den Wahlen 2007 vergleichsweise ruhig abliefen, scheint Kenia allerdings auf einem guten Weg zu einer stabilen Politik zu sein. Ob der internationale Haftbefehl und die Gerichtsverhandlung gegen den Präsidenten Uhuru Kenyatta aufgrund der Unruhen bei

den Wahlen 2007 Auswirkungen auf die Entwicklung des Landes haben wird, bleibt abzuwarten. Die Mittelschicht Kenias scheint auf alle Fälle Interesse daran zu haben, dass die Entwicklung des Landes in geordneten Bahnen weiter verläuft. Sie gilt als stabilisierender Faktor bei den letzten Wahlen und wird dafür verantwortlich gemacht, dass sich die Ereignisse von 2007 nicht wiederholten. Mit einem Anteil von 45% hat die Mittelschicht jedenfalls ein großes Gewicht in dem multiethnischen Land.

Trotz aller Probleme kann auch Uganda auf Erfolge verweisen. Ugandas Problem liegt zwar noch in erheblichen Maße in der Korruption, stockender Demokratisierung und einer schleppenden politischen Umsetzung von Großprojekten, dennoch sind die Fortschritte beachtlich. Das Land schaffte es den Armutswert seit 1996 von 44% auf 24% zu senken. Dagegen hat sich das Bruttonationaleinkommen pro Kopf seit 2003 verdoppelt. Vor fünf Jahren mussten noch 60% der Bevölkerung mit 1,25 US-Dollar am Tag auskommen. Heute ist dieser Anteil an der Bevölkerung auf 30% gesunken. Frühzeitige Reformen, deren Ursprünge bereits in den frühen 1990 liegen, haben dies ermöglicht. Diesen Reformen ist es unter anderem auch zuzuschreiben, dass die Zolleinnahmen von 2007 auf 2008 um 24% stiegen, weil weniger Geld durch Korruption versickert und mehr in die Staatskasse einfließt. Doch auch diese Erfolge können nicht darüber hinweg täuschen, dass Uganda von den westlichen Geldgebern ein autoritärer Führungsstil vorgeworfen wird.

Tansania wird hingegen stark von China umworben. Mehr als ein Dutzend Kooperationsabkommen haben beide Länder unterschrieben. Damit soll der Landwirtschafts-, der Energie und der Infrastruktursektor gestärkt werden. China ist mittlerweile für Tansania der wichtigste Wirtschaftspartner. Tansanias Rohstoffe machen das Land für China so attraktiv. Dennoch mehren sich in der Bevölkerung auch kritische Stimmen gegenüber dieser Partnerschaft. Immer mehr Bürger sehen die finanziellen Vorteile, welche man den chinesischen Firmen einräumt, kritisch. Auch werden die ersten Stimmen laut, wonach die Arbeitsbedingungen in den chinesischen Firmen nicht den erhofften Bedingungen entsprechen. Die Skepsis gegenüber den chinesischen Unternehmen entlud sich bereits in ersten Demonstrationen in Tansania.

Die East African Community schätzt die Wirtschaftsleistung ihrer Mitgliedsstaaten auf 85 Milliarden US-Dollar.

Die von den Industrieländern benötigten Rohstoffe könnten das Wachstum des Marktes noch steigern. Auch die Lage am indischen Ozean, direkt gegenüber den aufstrebenden Schwellenländern Indien und China, macht die Region interessant. Ostafrika könnte somit nicht nur für Rohstoffe, sondern im großen Maßstab auch für Nahrungsmittel für diese Länder sorgen.

Das riesige Potential an Geothermie in diesen Ländern kann der Energieknappheit entgegenwirken. Auch die

anderen regenerativen Quellen können dazu beitragen, die dringend benötigte Stromversorgung für die Wirtschaft zu stabilisieren. Sollte dies in absehbarer Zeit erreichbar sein, kann das Wirtschaftswachstum sich noch steigern. Davon wird auch die Internet- und Kommunikationstechnologie profitieren, welche sich wiederum beschleunigend auf die wirtschaftliche Entwicklung auswirkt.

Die wirtschaftliche Entwicklung der ostafrikanischen Länder wird von den Experten bereits jetzt schon als sehr robust eingeschätzt. Die Mittelklasse und deren Konsumfreude tragen hier ihren Teil dazu. Alle Anzeichen sprechen dafür, dass sich diese Tendenz fortsetzt. Ein großer Vorteil der Region ist die relative Stabilität in den Ländern. Auch wenn Kenias Nachbarschaft zu Somalia ein Schwachpunkt hinsichtlich der Sicherheit sein mag. Und auch wenn einige Länder nicht den demokratischen Standards entsprechen. Am Beispiel Ruandas zeigt sich jedoch, dass Demokratie und Teilhabe am Wirtschaftswachstum nicht zwangsläufig voneinander abhängen müssen.

Wie sehr sich die Länder auf Wachstum einstellen, lässt sich an anderen Bauprojekten ablesen. So soll Kigali einen neuen Flughafen für 650 Millionen US-Dollar bekommen und auch der Flughafen Entebbe in Uganda soll ausgebaut werden. Tansania Flughafen in Dar es Salaam soll ebenso erweitert werden. Ob sich solche prestigeträchtigen Investitionen auszahlen oder eher einem Cargo-Kult gleichkommen, bei dem man in freudiger Erwartung auf ein wundersames Frachtgut – in dem Fall ein wirtschaftlicher Aufschwung – schon vorsorglich die Landebahn baut, bleibt abzuwarten. Einige bezweifeln jedoch, dass Ostafrika so viele und vor allem so große Flughäfen benötigt.

Auch wenn die eine oder andere Flughafenkapazität überdimensioniert erscheint, zeigt es die Richtung an, in die sich die ganze Region bewegt. Fast alle Experten erwarten für die Region einen nachhaltigeren Aufschwung als für die anderen Regionen Afrikas.



## 4. SÜDLICHES AFRIKA

Die wirtschaftliche Entwicklung des südlichen Afrikas ist stark geprägt von Südafrika. Der Einfluss Südafrikas geht zudem weit über die Region hin. Nicht wenige südafrikanische Unternehmen sind auf dem ganzen Kontinent aktiv.

Wie sehr Südafrika die wirtschaftliche Entwicklung seiner Nachbarn bestimmt, ist an den Transportwegen und deren Kapazitäten erkennbar. Die Rohstoff exportierenden Binnenländer wie Botswana oder Simbabwe nutzen zu einem Großteil die Häfen Südafrikas. Deren Leistungsfähigkeit ist aber heute schon an ihre Grenze gestoßen. Südafrika bestimmt auch indirekt die Wirtschaft seiner Nachbarn. So ist der Ausbau des Energiesektors in Mosambik nur lohnenswert, weil Südafrikas Energiebedarf nicht endogen gedeckt werden kann. Südafrikas Wirtschaft ist auf Energieimporte angewiesen. So kann Südafrika vom Ausbau des Energiesektors in Mosambik profitieren. Mosambiks Wirtschaft selbst ist bisher nicht so weit entwickelt, dass es die potentiell produzierbare Energie auch nur ansatzweise verbrauchen könnte. Von daher kommt der steigende Energiebedarf in Südafrika gelegen. Voraussetzung hierfür ist die Realisierung der Projekte in Mosambik und der dringende nötige Ausbau der Stromleitungen in und zwischen beiden Ländern.

Mosambiks Potential bei der Wasserkraft wird allein auf 12 Gigawatt geschätzt. Auch andere regenerative Energiequellen sollen für Mosambik eine wichtige Rolle spielen. Damit könnte Mosambik zu einem wichtigen Faktor in der südafrikanischen Energiewirtschaft werden.

Andere Engpässe bestehen bei den Verladezeiten in den Häfen Südafrikas. Da sie wichtige Umschlagsplätze für die Exportgüter der Binnenländer sind, bremsen sie somit auch die Entwicklung der Binnenländer aus. Auch dank des Rohstoffbooms kommen die Häfen des südlichen Afrikas ihren Bestimmungen nicht mehr hinterher. Lange Wartezeiten haben sich nicht nur in Südafrika gebildet. Auch in den anderen aufstrebenden Ländern zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. So ist es zeitlich und wirtschaftlich attraktiver, die für Angola bestimmte Fracht in Namibia zu löschen und den restlichen Weg nach Angola mit LKWs zu bestreiten.

Um diesen Trend entgegenzuwirken, plant Mosambik die Erhöhung der Umschlagskapazitäten in Maputo. 2030 soll der Hafen das Vierfache an Gütern umschlagen können. 2013 waren es noch 15 Millionen Tonnen. Wie hoch der Bedarf an Investitionen für eine gut ausgebauten Infrastruktur ist, lässt sich an Angola ablesen. Das Land investierte bisher 150 Milliarden US-Dollar in Schienen, Straßen und Häfen. Dabei ist der wirkliche Bedarf allerdings noch nicht gedeckt.

Die höheren Transportkapazitäten sind dringend erforderlich. Botsuana, dessen Kohlereserven auf über 200 Milliarden Tonnen geschätzt werden, möchte jährlich

90 Millionen Tonnen davon fördern und einen Teil gewinnbringend exportieren. Auch Simbabwe kann auf riesige Rohstoffvorkommen verweisen. Es hängt aber alles davon ab, auf welchem Weg der Export schnell und zügig abgewickelt werden kann.

Auch wenn Südafrika bereits eine gut ausgebauten Infrastruktur besitzt, muss es weitere Investitionen tätigen, um den steigenden Ansprüchen gerecht zu werden. Schon jetzt weichen kleinere Minenbetreiber auf die Häfen in Mosambik aus, da ihre Fracht in den südafrikanischen Häfen nicht zeitnah und vor allem nachrangig bearbeitet wird.

Südafrikas Wirtschaft ist eng mit der Wirtschaft Deutschlands verknüpft. Südafrika ist das Land auf dem Kontinent, welches mit Abstand am meisten aus Deutschland importiert oder nach Deutschland exportiert. Das Volumen nahm innerhalb der letzten Jahre stetig zu.

Mit dazu beigetragen hat die Automobilindustrie. Kaum ein deutsches Automobilunternehmen lässt nicht in Südafrika produzieren. Die Produktion beläuft sich mittlerweile auf mehr als eine halbe Million PKW, LKW und Busse. 2020 soll sich die Produktion auf 1,2 Millionen Kraftfahrzeuge belaufen und die stetig wachsende Nachfrage in Südafrika und den Nachbarländern bedienen. Neben den Automobilherstellern produzieren mehr als 350 Automobilzulieferer in Südafrika.

Auch der Maschinen- und Anlagebau stellt einen attraktiven Absatzmarkt für deutsche Hersteller dar. Die Nachfrage ergibt sich aus dem Ausbau der Automobilbranche in Südafrika, dem Ausbau der Infrastruktur in Südafrika und Botsuana und dem Ausbau des Bergbaus in beiden Ländern.

Botsuanas Bergbau ist die wirtschaftliche Stütze des Landes. Die Bekanntheit des Bergbaus röhrt von den Diamanten des Landes her. Die Stellung der Diamanten innerhalb der Wirtschaft des Landes und die Wichtigkeit des Landes für die Branche wird dadurch unterstrichen, dass DeBeers, der größte Diamantenproduzent der Welt, sich auf die Forderung Botsuanas einließ, seinen kompletten Rohdiamantenhandel nach Gaborone, der Hauptstadt des Landes, zu verlegen.

Der Bergbau nimmt eine so dominierende Rolle in der Wirtschaft ein, dass man von einer Diversifikation der Wirtschaft kaum sprechen kann. Über viele Jahre wird der Bergbau diese Rolle noch einnehmen. Gerade die letzten Kohlefunde und die globale Nachfrage nach Energieträgern werden dazu führen, dass der Bergbau diese Rolle weiterhin einnehmen wird. Derweil versucht die Regierung dem Bergbau durch Privatisierungen eine neue Dynamik zu verleihen.

Südafrika ist, bedingt durch den Rohstoffreichtum, bei den Bergbaumaschinen gut aufgestellt, während Maschinen- und Anlagen für die anderen Branchen zumeist importiert werden müssen. Dies betrifft nicht nur die für die Automobilbranche benötigten Maschine und Anlagen, sondern auch Anlagen zu Energiegewinnung oder Baumaschinen. Rund ein Viertel aller Importe nach Südafrika entfallen auf den Maschinen- und Anlagenbau.

Positiv auf den Transportsektor sollte sich auch die angestrebte Weiterentwicklung der Landwirtschaft in Botsuana auswirken. Der Norden des Landes ist hauptsächlich landwirtschaftlich geprägt, der Süden vom Bergbau. Botsuana ist bestrebt, die Abhängigkeit vom Bergbau, und somit von auch von Exportpreisen, zu senken und möchte seine Wirtschaft auf breitere Füße stellen. Dazu soll, neben dem Dienstleistungssektor, die Landwirtschaft weiter ausgebaut werden. Ein großer Teil der Investitionen geht auch in den Energiesektor.

Die Investitionen in den Energiesektor Botsuana ist auch deshalb notwendig, da Botsuana den Internet- und Kommunikationssektor ausbauen möchte. Dieser Branche wird eine große Chance in Botsuana eingeräumt. Allein schon wegen des vergleichsweise hohen Einkommens pro Kopf erscheint diese Branche in Botsuana attraktiv. Die Verteilung der Internet- und Kommunikationsbranche in Botsuana konzentriert

sich hauptsächlich auf urbane Zentren. Dabei geht es in Botsuana nicht darum mehr Nutzer zu gewinnen – die Zahl der Mobiltelefone übersteigt schon längst die Zahl der Einwohner des Landes – es geht vielmehr darum, das Land durch den Ausbau des mobilen Brandbandes voranzutreiben, um neue Inhalte bereitzustellen zu können. Auch wird es darum gehen, durch neue Angebote die Kosten für den Kunden zu senken, denn gemessen am Einkommen pro Kopf sind die prozentualen Kosten doppelt so hoch wie in Kenia und fast dreimal so hoch wie in Ghana.

Südafrikas Herausforderungen bestehen derweil darin, die Nutzung des Internets zu steigern. Während die Abdeckung durch Mobiltelefone bei mehr als 120 Prozent liegt, nutzen lediglich knapp 20 Prozent das Internet. Viele Unternehmen investieren daher in neue Glasfasernetze. Durch den Ausbau der Breitbandtechnik sollte sich daher auch der Konsum von moderner Kommunikationstechnik für den Privatgebrauch erhöhen. Generell steht die Branche vor einer Modernisierungswelle in Südafrika. Alte, schon vorhandene Technik wird durch neue Technik ersetzt – ein Schritt, den viele andere Länder Afrikas nicht machen müssen, da die alte Technik oft nicht existent war oder ist.

Seit dem Ende der Apartheid in Südafrika hat die Wirtschaft des Landes einige wichtige Fortschritte gemacht – die Erwartungen und Hoffnungen sowohl der Bevölkerung als auch der Handelspartner wurden



jedoch bisher nur bedingt erfüllt. Mittlerweile zählt das Land zu den aufstrebenden Schwellenländern und gehört seitdem auch zu den viel genannten BRICS-Staaten – Brasilien, Russland, Indien, China und nun eben Südafrika. Es ist das wirtschaftliche und politische Schwergewicht des südlichen Afrikas und noch das wirtschaftliche Zugpferd ganz Afrikas. Mehrere hundert deutsche Unternehmen sind bereits in Südafrika ansässig und diverse Initiativen und Verbände unterstützen diese Unternehmen und weitere Ansiedlungen in dem Land.

Südafrika selbst ist bestrebt, den erarbeiteten Vorteil zu behalten. Während der Krise in der Automobilbranche sorgte das Land für eine Weiterbildung der Arbeitnehmer, um den Vorsprung gegenüber anderen Ländern zu wahren. Südafrikas Konsum zählt zu den stärksten auf dem Kontinent und die Bevölkerung ist jung. Knapp die Hälfte ist unter 24 Jahren alt.

Botsuana beispiellose Leistung besteht darin, das einzige Land Afrikas zu sein, welches sich seit der Unabhängigkeit an demokratischen Regeln hält. Seit der Unabhängigkeit gab es weder einen Putschversuch, noch begründete Beanstandungen an Wahlen. Botsuana hielt seitdem an Rechtsstaatlichkeit und Demokratie fest. Sämtliche Erträge des Landes flossen in Investitionen für die Zukunft des Landes, in die Infrastruktur und in den sozialen Sektor. Dies und das hohe pro Kopf Einkommen macht das Land in den Augen mancher Experten zu einem kleinen, aber attraktiven Markt, indem man zwar nur Nischen besetzen kann, aber die Risiken recht überschaubar sind. Selbst Korruption spielt in diesem Land eine untergeordnete Rolle. Diese Einstellung vertritt das Land auch anderen Mitgliedern der SADC gegenüber.

Die SADC, die südafrikanische Entwicklungsgemeinschaft oder Southern African Development Community, ist eine Organisation zur wirtschaftlichen und politischen Integration, ähnlich der ECOWAS in Westafrika und der EAC in Ostafrika. Oberstes Ziel ist es auch hier, eine gemeinsame Währung zu schaffen. Über die Umwege eines gemeinsamen Marktes bis 2015 und einer gemeinsamen Währungsunion bis 2016 soll das Ziel der Einheitswährung bis 2018 realisiert werden.

Dabei sind die Vorzeichen für die jeweiligen Länder äußerst unterschiedlich. Nicht in Betracht ihrer geologischen, klimatischen oder sonstigen Potentiale, sondern auch der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen. Simbabwes Innenpolitik wird nicht nur von den Mitgliedern der SADC kritisch beobachtet, Sambias Wirtschaft ist zu einem Großteil von China beeinflusst und Tansania hält eine Doppelmitgliedschaft in der EAC und der SADC.

Trotz allem werden auch immer wieder Länder dieser Region genannt, befragt man die Experten nach attraktiven Ländern. Gerade Angola und Südafrika stehen bei den Experten hoch im Kurs, aber auch Sambia und Mosambik. Länder wie Namibia, Botsuana und Südafrika bieten Sicherheit für Investitionen und eine gut ausgebauten Infrastruktur. Allen voran aber eine belastbarere Wirtschaft als in anderen Regionen. Der Bildungsstand der Bevölkerung ist ebenso vergleichsweise hoch. Manche Experten sehen Botsuana zudem auf dem Sprung zu einem Schwellenland, ähnlich denen Südostasiens.

Positiv könnte sich auch hier auswirken, dass die Schwellenländer jenseits des Atlantik und des Indischen Ozeans gut zu erreichen sind. Die Frachter müssen weder durch die Meerenge von Gibraltar, noch durch den Suezkanal. Damit sind die Abnehmer der Exportgüter leichter zu erreichen.



## DIE MÖGLICHKEITEN FÜR DEN DEUTSCHEN MITTELSTAND

Die beschriebene Entwicklung der afrikanischen Ökonomien bringt Wachstum in eine Vielzahl von Branchen. Zwar erscheinen manche attraktiver als andere, doch viele werden ihre eigene Erfolgsgeschichte schreiben. So zum Beispiel die Energiebranche, der Gesundheitssektor oder die Rohstoffgewinnung. Ganz bestimmt aber der Agrarsektor, dessen Wert im Jahr 2030 laut dem WorldEconimcForum Volumen von 1.000 Milliarden US-Dollar haben soll.

Für diese Studie haben wir uns dennoch auf drei Branchen konzentriert: Der Maschinen- und Anlagenbau, die Automobilbranche und die Informations- und Kommunikationsbranche.

Bitte verstehen Sie diese Auswahl nicht falsch: Unsere Prognose ist nicht, dass diese Branchen das höchste Wachstum in den kommenden Jahren aufweisen werden. Im Gegenteil! Sie werden durchaus unterschiedlich beurteilt. Von vorsichtigem Optimismus bis zur Euphorie reichen die Vorstellungen der Experten.

Doch die Leitfrage dieser Studie ist die Frage nach den Chancen für deutsche Unternehmen. Aus diesem Grund haben wir jene Branchen untersucht, in denen das Interesse des deutschen Mittelstandes am höchsten ist. Wir haben sie ausgewählt, weil es die typischen Schwerpunktbranchen der deutschen, mittelständischen Wirtschaft sind:

Das Jahr 2025 als Horizont für diese Studie genommen zu haben, heißt auch, bis ans äußerste Ende der strategischen Vorschau zu blicken. Selbstverständlich kann keiner der befragten Experten mit Sicherheit vorhersagen, was wo und wann passieren wird. Dafür ist der afrikanische Kontinent zu unberechenbar, zu viele Faktoren bestimmen den Rahmen, indem sich Afrika bewegt. Noch vor fünf Jahren war das heutige Entwicklungsstadium von Nordafrika nur schwer vorstellbar. Und vor zehn Jahren hätte eine positive Prognose für Gesamtafrika nur Kopfschütteln hervorgerufen.

Deshalb verstehen Sie die folgenden Prognosen zur Entwicklung der einzelnen Branchen bitte nicht als Wahr-sagerei. Es ist die Prognose einiger der besten Afrikakenner in der deutschen Wirtschaft, basierend auf deren Erfahrungen und dem Kenntnisstand des Jahres 2014.

## 1. MASCHINEN- UND ANLAGENBAU

Der Maschinen- und Anlagenbau wird in Afrika weniger durch Innovationen als vielmehr durch den positiven Trend bestimmt. Die Experten sind sich darin einig, dass sich die Entwicklung der Branche positiv gestaltet.

Auch wenn sich die Branche in manchen Bereichen langsamer entwickelt als es manchmal dargestellt wird, wird von allen Experten das Potential für die Branche hervorgehoben. Afrika profitiert von den gesättigten Märkten weltweit und gleichzeitig von der steigenden globalen Nachfrage nach Rohstoffen und landwirtschaftlichen Erzeugnissen. Innerhalb der nächsten 10 Jahre wird sich Afrika dementsprechend an die globale Wirtschaft annähern. Dies äußert sich vor allem in einer besser ausgebauten Infrastruktur und einer weiter entwickelten Landwirtschaft.

Beide Bereiche, Infrastruktur und Landwirtschaft, sehen die Experten als die treibenden Kräfte in Afrika und für ihre Branche an. Aber auch angrenzende Wirtschaftsbereiche, wie zum Beispiel die Lebensmittelindustrie, werden zu den Erfolgsgeschichten gehören, so ein Experte aus der Verpackungsbranche. Und bereits jetzt ist der Rohstoffsektor einer der wachstumsstärksten in Afrika, auch wenn die Stimmung aufgrund eingebrochener Rohstoffpreise etwas gedämpft ist.

Die Entwicklung der Branche ist durch den enormen Nachholbedarf geprägt. Eine Industrialisierung im westlichen Sinne hat es in Afrika nie gegeben. Nun haben die afrikanischen Länder die Erfolgsgeschichten aus Asien vor Augen und sind bestrebt, es ihnen gleich zu tun. Alle Experten sind sich darin einig, dass es dieses Mal eine nachhaltige, dauerhafte Entwicklung sein wird, nachdem es in der Geschichte schon einmal so aussah als ob es etwas hätte werden können.

Es wird noch mindestens 10 Jahre dauern, bis die Entwicklung einer wirtschaftlich nachhaltigen Substanz wirklich spürbar ist. Bis dahin wird sich die Infrastruktur aber verbessert und Europa wird Afrika wirtschaftlich stärker wahrgenommen haben.

Bei den Perspektiven für die einzelnen Länder muss eine Differenzierung stattfinden. Großes Potential wird Kenia und Nigeria zugesprochen. Auch wenn mancher Experte aufgrund der religiösen Teilung und des Sicherheitsdefizits in Nigeria einige Risiken sieht, wird Nigeria von den anderen Experten allein wegen der schieren Größe des Marktes als attraktiv angesehen. Andere attraktive Länder sind Ghana, Angola, Tansania, Uganda, Elfenbeinküste, das nördliche Afrika und natürlich Südafrika. Letzteres, weil die wirtschaftliche Entwicklung in dem Land bereits sehr weit fortgeschritten ist.

Obwohl manche Länder Westafrikas immer wieder genannt werden, wird Westafrika bisher nicht das gleiche

Potential wie Ostafrika zugesprochen. Hier scheinen die unternehmerischen Risiken und die wirtschaftliche Substanz ausschlaggebend für die Einschätzung der Experten zu sein. Ein Experte aus der Verpackungsbranche beschreibt die Situation in Westafrika derzeit sogar als stagnierend, bewertet die Entwicklung in Nigeria aber positiv. Frankophone Länder Westafrikas werden von den Experten wesentlich seltener genannt als anglophone Länder. Die sprachliche Barriere spielt in den Augen einiger Experten tatsächlich eine Rolle bei unternehmerischen Aktivitäten in Afrika.

Ostafrika bietet für die meisten Experten die größeren Entwicklungsmöglichkeiten. Eine Rolle dürfte die Stabilität der Region spielen. Auch die Rohstoffvorkommen und die Landwirtschaft sind für die Region von großer Bedeutung. Die Rohstoffvorkommen, von seltenen Erden über Kohle bis zu den Gasvorkommen und den Erdölquellen vor den Küsten, bescheren den Ländern Devisen von enormer Höhe. Diese Einnahmen werden von den Ländern nicht nur zum Ausbau der Infrastruktur, sondern generell zu Diversifizierung der Wirtschaft eingesetzt.

Das Volumen mancher Infrastrukturprojekte gehen in die Milliarden US-Dollar. Der Ausbau der Infrastruktur ist notwendig, um einerseits den Export einfacher und billiger zu machen und andererseits, um den innerafrikanischen Handel und den Transport in den jeweiligen Ländern zu gewährleisten. Nicht umsonst haben in den letzten Jahren die afrikanischen Regierungen den Ausbau des Straßennetzes im Rahmen der Entwicklungshilfe gefordert.

Die Landwirtschaft spielt in der wirtschaftlichen Entwicklung Afrikas eine zentrale Rolle. Noch ist die Landwirtschaft geprägt von Kleinbauern, aber der Trend zum Landkauf durch ausländische Investoren und zur Professionalisierung geht weiter. Dies wird die Landwirtschaft der nächsten Jahre stark beeinflussen. Nicht nur, dass die Landwirtschaft auf circa 1.000 Milliarden US-Dollar im Jahr 2030 geschätzt wird, auch dass diese Investoren das nötige Kapital haben, macht den Agrarsektor für den Maschinenbau attraktiv.

Auch dass immer mehr Kleinbauern die neuen Kommunikationstechnologien nutzen, somit auch näher an den Kunden heranrücken, und gleichzeitig den Zwischenhändler wenig Spielraum bei der Preisgestaltung gibt, sollte sich auf die Investitionsmöglichkeiten auswirken. Je mehr Geld bei den Kleinbauern ankommt, umso größer die Chance für kostenintensivere Investition und umso robuster die Wertschöpfungskette.

Damit einhergehend wächst die Lebensmittelindustrie in Afrika. Die Mittelschicht verlangt mehr und mehr afrikanische Lebensmittel, welche nicht nur besser, sondern auch weiter verarbeitet werden. Die Zeit, als das Kilogramm Reis auf dem Markt verkauft wurde,

könnte in den urbanen Zentren bald vorbei sein. Viele Länder werden für Supermarktketten interessant, die ein standardisiertes Warenangebot anbieten können. Diese Regale füllen sich zudem immer mehr mit einheimischen Produkten. Und sie müssen nicht nur transportiert, sondern auch verpackt werden. Dies eröffnet Möglichkeiten für die Verpackungsmaschinen- und Lebensmittelmaschinenhersteller.

Eine andere treibende Kraft für den Maschinenbau sind die Infrastrukturprojekte, welche überall angestoßen werden. Auch wenn manche Projekte zeitweise still liegen, weil die Finanzierung ins Stocken geraten ist, ist der Ausbau von Straßen, Schienen, Häfen und anderen Infrastruktur nicht zu übersehen. Ganz besonders dort, wo Rohstoffabbau stattfindet.

Dominieren wird die Wirtschaft im Jahr 2025 immer noch der Rohstoffabbau. Zwar wird die wirtschaftliche Diversifikation ein gutes Stück vorangekommen sein, aber die afrikanischen Länder werden nicht auf die Einnahmen durch den Rohstoffabbau verzichten können. Es wird nur wenige Länder geben, wo der Rohstoffabbau im Jahr 2025 nicht mehr die größte Rolle spielen wird. Dies werden allerdings nur die Länder sein, wo der Rohstoffabbau schon heute an Dominanz einbüßt.

Dass es irgendwann einmal so kommen wird, dass Afrika selbst eine nennenswerte, also leistungsfähige Produktion abseits von Landwirtschaft und Rohstoffsektor vorweisen kann, darin sind sich fast alle Experten einig. Innerhalb des für diese Studie gesteckten zeitlichen Rahmens wird dies allerdings nicht der Fall sein.

Die Bedeutung von Afrika als Absatzmarkt für den Maschinen- und Anlagenbau wird nach Meinung der meisten Experten zunehmen. Abhängig von den

Rahmenbedingungen, welche sich die Länder selbst geben. Ausschlaggebend hierfür ist aber auch das Bevölkerungswachstum, welches eine größere Wertschöpfungskette erfordert - vor allem in der Lebensmittelindustrie - als auch die neuen Generationen selbst, welche ein unternehmerisches Risiko eingehen. 2025 wird eine neue Generation mit besseren Qualifikationen in das Berufsleben eintreten. An den Beispielen in Asien hat die junge Generation gesehen, welche Ziele mit Qualifikation und unternehmerischen Geist erreicht werden können. Dazu gehören aber ebenso Investitionen in Maschinen und Anlagen. Die Bedeutung als Absatzmarkt wird aber dennoch nicht an Asien heranreichen. Es wird sich hauptsächlich auf die genannten Bereiche und Länder konzentrieren.

Im Bereich des Maschinen- und Anlagenbaus haben manche Länder Afrikas das Potential das wirtschaftliche Niveau mancher ostasiatischen Länder und in 30 Jahren vielleicht das Niveau Singapurs zu erreichen.

In Afrika muss sich allerdings das Potential für den Maschinen- und Anlagenbau abseits von Baumaschinen, Bergbaumaschinen, Landwirtschaftsmaschinen und Maschinen für die Lebensmittelindustrie erst noch entfalten. Und der Konkurrenzdruck innerhalb der Branche ist jetzt schon zu spüren. Für den Maschinen- und Anlagenbau ist und bleibt Afrika in den nächsten zehn oder zwölf Jahren ein kleiner Markt, geprägt durch hohen Wettbewerb. Auch wenn der Markt innerhalb des genannten Zeitraumes wächst, wird dieser Wettbewerb nicht wesentlich abnehmen. Die Konkurrenz kommt aus den anderen Schwellenländern, die meist günstiger sind.

Deutsche Anbieter erfreuen sich allerdings noch eines guten Rufes in der Branche, auch wenn andere Anbieter qualitativ aufholen.



## 2. AUTOMOBILBRANCHE

Die Experten der Automobilbranche sehen etwas pessimistischer in die Zukunft der Branche in Afrika. Zwar erwarten sie zu einem Großteil ebenso wie die Experten des Maschinen- und Anlagenbaus eine nachhaltige positive Entwicklung der Gesamtwirtschaft, aber das Wachstum ihrer Branche hält sich nach ihrer Meinung in Grenzen. Zu dieser Einschätzung mag auch die letzte Krise der Branche beigetragen haben, welche den Automobilstandort Südafrika stärker getroffen hat.

Regional betrachtet bietet sich auch in dieser Branche ein klares Bild, was die Erwartungen für die nächsten Jahre angeht. Nordafrika ist trotz aller Krisen ein attraktives Ziel für die Branche. Ostafrika steht auch dank dessen Wirtschaftswachstum mit oben auf der Liste. Vereinzelt werden Nigeria und Angola genannt.

Das Wachstum des Marktes wird zwar als langfristig positiv eingeschätzt, aber das Wachstumstempo wird im Vergleich zu anderen Branchen eher geringer sein. Auch wird Afrika nicht ein zweites China sein, was den Absatz betrifft. Zudem werden der Konkurrenzdruck und die ungleichen Zielgruppen dafür verantwortlich sein, dass deutsche Hersteller nicht in dem Maße wachsen wie ihre Konkurrenz aus den asiatischen Ländern. Auch die politischen und die ökonomischen Rahmenbedingungen der jeweiligen afrikanischen Länder werden sich auf den Absatz auswirken. Je nachdem wie sich die Rahmenbedingungen entwickeln, kann auch die Automobilbranche profitieren.

Treibende Elemente sind vor allem die Infrastrukturprojekte, die Mittelschicht und der innerafrikanische Handel. Dem Ausbau der Infrastruktur folgt erfahrungsgemäß ein Anstieg beim motorisierten Verkehr. Straßen dienen dem Transport von Menschen und Gütern und die Infrastruktur dient der Wirtschaft. Demzufolge entsteht überall in Afrika, da wo die Wirtschaft wachsen soll, ein Straßennetz für die Wirtschaft. Und die Nachfrage nach Transportmöglichkeiten für die Wirtschaft wächst zusehends in ganz Afrika. Das zweite wichtige Element ist die Mittelschicht. Afrika ist zwar nicht das neue China, aber die Mittelschicht wird sich genauso bemerkbar auf den Absatz von Kraftfahrzeuge machen wie sie es in China tat. Allerdings wird der Markt wesentlich kleiner sein, aufgrund der geringeren Kaufkraft und der geringeren Anzahl von Menschen, welche man als kaufkräftige Mittelschicht definieren könnte. Auch wenn in Ghana oder Kenia die Mittelschicht schon einen beträchtlichen Teil an der Gesamtbevölkerung darstellt, wird sich diese nicht wesentlich auf die Verkaufszahlen von Neuwagen auswirken.

Anders gestaltet es sich bei Gebrauchtwagen. Afrikas Automarkt ist vielmehr noch ein Markt für Gebrauchtwagen als für Neuwagen. Der Import von Gebrauchtwagen hat in Afrika eine lange Geschichte und wird sich auch innerhalb des nächsten Jahrzehnts sicherlich

fortsetzen. Da die Gebrauchtwagen in Afrika lange ihren Dienst verrichten müssen, sind Reparaturmaßnahmen in regelmäßigen Abständen nicht unüblich. Soweit die Eigentümer aber keine gebrauchten Ersatzteile auftreiben können, ergibt sich hier ein Absatzmarkt für neuwertige Ersatzteile.

Der dritte Faktor ist der innerafrikanische Handel, auch wenn er derzeit noch gering ist. Dieser wächst stetig und auch aufgrund der wachsenden Mittelschicht. Dabei spielen auch die Landwirtschaft und die Lebensmittelindustrie eine große Rolle. So werden zum Beispiel durch verpackte Lebensmittel mehr Menschen in entfernteren Orten erreicht. Dies erfordert auch mehr Transportmöglichkeiten.

Afrika wird kein Trendsetter sein, was die Automobilbranche angeht. Obwohl Afrika ein riesiges Potential für regenerative Energien besitzt, wird diese Technologie auf sehr lange Sicht nicht in Afrika ankommen. leapfrogging wird also keine Rolle spielen in der Branche. Der Hunger der Wirtschaft nach Energie ist größer als das Bestreben die E-Mobilität in einem der Länder einzuführen. Auch wird die vorhandene Infrastruktur keine hochtechnologisierten Kraftfahrzeuge zulassen. Afrika benötigt robuste, zuverlässige Autos, deren Reparatur sich auch in einer Dorfgarage bewerkstelligen lässt.

Die Bestrebungen mancher Länder, ihre Automobilbranche weiter auszubauen, könnten sich positiv auf die Branche auswirken. Marokkos neue Automobilindustrie wird die Branche auf dem Kontinent genauso stärken wie Südafrikas Pläne seine Automobilindustrie auszubauen. Auch dass Südafrika die Chance nutzte und ein Weiterbildungsprogramm auflegte, macht den Standort nicht minder attraktiv. Tunesien, als Standort vieler Zulieferer, und Ägypten, dessen politischer Weg noch nicht wirklich absehbar ist, gelten immer noch als attraktiv. Auch die ostafrikanischen Produktionsstätten der asiatischen Hersteller müssen hier Erwähnung finden.

Afrikas Wirtschaft wird noch von Klein- und Kleinstunternehmern dominiert. Dies wird sich auch bis 2025 nicht sonderlich ändern. Von daher wird die Nachfrage nach kleinen LKW oder kleineren Transportern die Nachfrage nach großen LKW weit übersteigen. Zum einen benötigt ein kleineres Unternehmen nur eine begrenzte Transportkapazität, zum anderen sind große neue LKW für kleine Unternehmen immer noch unerschwinglich. In Ostafrika nahm zwar die Zahl von neuen LKW innerhalb der letzten Jahre zu, und auch Nigeria rückt immer mehr in den Fokus der Hersteller großer LKWs, aber der Markt für große LKW wird weiterhin begrenzt sein.

Die Nachfrage nach großen LKWs wird erst wachsen können, je professioneller die Wertschöpfungskette in

den Ländern wird. Von daher ist es für die Hersteller großer LKW und deren Zulieferer wichtig, die Entwicklung der Wirtschaft in den Ländern zu beobachten.

Insgesamt ist die Automobilbranche Nutznießer der wirtschaftlichen Entwicklung in Afrika, auch wenn man länderspezifisch differenzieren muss. Afrika bietet gute Möglichkeiten für die Zukunft, auch wenn die Situation derzeit von manchen Experten der Branche als durchwachsen dargestellt wird. Für deutsche Automobilhersteller bieten sich nur Nischen, ihre Zielgruppe ist noch gering in der Zahl. Auch sind deutsche Automobilhersteller eher dafür bekannt, die neueste Technik zu verbauen. Diese Technik kann in vielen Fällen in Afrika angemessen gewartet werden. Auch sind die Konkurrenzangebote günstiger und teilweise robuster gebaut, so dass sie für afrikanische Straßen abseits der urbanen Zentren besser geeignet sind. Auf lange Sicht werden sich die Absatzmöglichkeiten für deutsche Hersteller also nicht großartig ändern. Es wird nur wenige Länder geben, wo ein Wachstum von 5-10% für die Branche zu erreichen ist. Bei der Mehrzahl der afrikanischen Länder sehen die Experten dieses Wachstum nicht.

Aus technischer Sicht ist der Nachholbedarf immens, sowohl bei Transportkapazitäten als auch bei PKW für den Privatgebrauch. In wenigen Ländern gibt es allerdings eine kaufkräftige Mittelschicht, die sich Neuwagen leisten kann. Mit den durchschnittlich verfügbaren Einkommen der Mittelschicht, ist die Investitionssumme in einen neuen PKW begrenzt. Kostengünstigere Hersteller sind hier im Vorteil. Nur wenige können sich jetzt oder in 10 Jahren einen neuen PKW zu höheren Preisen leisten.



## 3. INFORMATIONS- UND KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIE

Wenn es eine Branche gibt, deren Potential am besten in Euphorie umschrieben werden kann, dann ist es die Informations- und Kommunikationstechnologie. Alle Experten erwarten ein überproportionales Wachstum der Branche, getragen von der wirtschaftlichen und den gesellschaftlichen Entwicklungen. Gleichzeitig wird der Einfluss der Internet- und Kommunikationstechnologie auf die Wirtschaft und die Gesellschaft als ebenso groß eingestuft.

Schon in der nahen Vergangenheit hat die neue Technologie für einige kleine Revolutionen auf dem Kontinent gesorgt. Nicht nur, dass SocialMedia einen erheblichen Anteil am arabischen Frühling hatte, sondern auch, dass das Mobiltelefon in Kenia für eine Revolution im Finanzwesen sorgte. Mpesa ist eines der Erfolgsmodelle in Afrika. Dieser Trend soll sich, nach den Einschätzungen der Experten, auch weiterhin fortsetzen.

Die Auswirkungen einer modernen Internet- und Kommunikationstechnologie auf die Entwicklung eines Wirtschaftssystems sind hinreichend bekannt und lassen sich so kurz zusammenfassen: Je schneller das Netz ist und je schneller Informationen übertragen werden können, umso stärker das Wirtschaftswachstum. Zu diesem Schluss kommt jedenfalls die Weltbank. Und dieser Schluss ist nicht von der Hand zu weisen. Es ist also nicht überraschend, dass viele afrikanische Länder den Ausbau der Internet- und Kommunikationstechnologie vorantreiben, ähnlich dem des Straßennetzes. Denn wo Güter, Menschen, Gelder und Informationen schnell transportiert werden können, ist die Entwicklung eines nachhaltigen Wirtschaftssystems erst möglich. Die Technologie wirkt auf das wirtschaftliche Wachstum wie ein Katalysator.

Afrikas Ausbau der Internet- und Kommunikationstechnologie ist in einigen Ländern oder Regionen bereits jetzt so weit vorangeschritten, dass man von einer guten Flächendeckung sprechen kann. Einzig und allein die Bandbreite ist ein Hemmnis. Diese Lücke versuchen viele Länder durch den Ausbau des mobilen Breitbandes zu schließen. Mobiles Internet und mobile Kommunikation wird in Afrika mehr noch als in Europa eine Rolle spielen. Afrika wird beim Ausbau auf die neueste Technologie setzen wollen und ist demnach nicht auf den Ausbau eines flächendeckenden Festnetzes aus. leapfrogging spielt hier mehr noch als in anderen Branchen eine entscheidende Rolle.

2025 wird der Ausbau des Breitbandnetzes sehr weit vorangeschritten sein. Dennoch wird es Lücken vor allem abseits der Zentren geben. Schon jetzt existieren in Marokko Pläne zum Aufbau eines Breitbandnetzes mit 4G-Technologie. Ähnliche Projekte für andere Länder werden von den Experten in den nächsten 5 Jahren erwartet. Dabei wird es sich aller Voraussicht nach um

jene Länder handeln, die bereits jetzt auf den Listen der ITU, der International Telecommunication Union, ganz oben stehen. Dazu zählen unter anderem Kenia, Ruanda, Ghana, Nigeria und Südafrika.

Des Weiteren wird die globale Vernetzung mittels Unterseekabel weiter fortgeschritten sein. Zwei neue Unterseekabel nach Ostafrika sind bereits in Planung. Noch kann man Afrika durch einen gezielten Ankerwurf vom Netz trennen, so ein Experte. Der Ausbau ist also mehr als notwendig, wenn sich Afrika wirtschaftlich weiter entwickeln möchte.

Afrikas IT-Branche wird noch von StartUps dominiert. Und dieser Trend wird sich auch noch einige Zeit fortsetzen. Zwar gibt es bereits einige größere afrikanische IT-Unternehmen, doch deren Zahl ist noch recht überschaubar.

Ein anderer Trend, der sich bis 2025 fortsetzen wird, ist OpenSource. OpenSource ist für kleine, noch umsatzschwache Unternehmen eine willkommene Alternative zu den kommerziellen Angeboten großer IT-Unternehmen. Von OpenSource profitieren auch kleine IT-Unternehmen aus Afrika, die mit deren Hilfe an Kundenbedürfnisse angepasste Lösungen anbieten können. Afrikanische Lösungen für afrikanische Probleme lautet die Devise – nicht nur im IKT-Bereich. Dabei sorgt OpenSource auch für ein innovatives Umfeld in der IT-Branche. Offene Quellcodes ermöglichen es IT-Unternehmen erst, eigene Lösungen anzubieten. Entgegen den kommerziellen urheberrechtlich geschützten Angeboten der anderen IT-Unternehmen.

Mit der Professionalisierung der Wirtschaft und auch der IT-Branche wird sich das Bild allerdings ändern. Auch weil kommerzielle Software oft von einem professionellen Support begleitet wird.

Die Bemühungen manchen Länder, gerade Ruanda und Kenia, machen den IT-Standort Afrika für Unternehmen aus aller Welt interessanter. Schon jetzt haben einige Unternehmen ihre IT-Dienstleistungen nach Südafrika outgesourcet. Outsourcing wird in den kommenden Jahren eine zunehmend größere Rolle spielen. Manche Experten erwarten geradezu eine Outsourcingwelle. Projekte wie Smart Kigali oder die IT-Stadt Konza in Kenia machen Afrika für das Outsourcing noch attraktiver. Und wenn Ruanda ankündigt, 50.000 Programmierer auszubilden zu wollen, sollte Outsourcing für die Unternehmen kein Problem mehr darstellen. Auch in manchen anderen afrikanischen Ländern, etwa Nigeria, sehen die Experten ein gutes bis sehr gutes Level bei der Ausbildung von IT-Fachkräften.

Auf der gesellschaftspolitischer Ebene werden E-Health, E-Learning und E-Government, in Verbindung mit OpenData, einen sehr großen Einfluss haben. Da-

mit ist es den Ländern möglich, Bildung, Gesundheitsversorgung und behördliche Dienste dahin zu bringen, wo es weder Schule, Krankenhaus oder eine Behörde gibt. Es schließt infrastrukturelle Lücken auf kostengünstige Art und Weise und wird deshalb von einigen Ländern bereits jetzt schon vorangetrieben. Zudem kann E-Government und OpenData zur Bekämpfung von Korruption beitragen, weil man dadurch den menschlichen Faktor bei behördlichen Vorgängen minimiert. Dies kommt den Bürgern zugute und macht staatliche Strukturen transparenter.

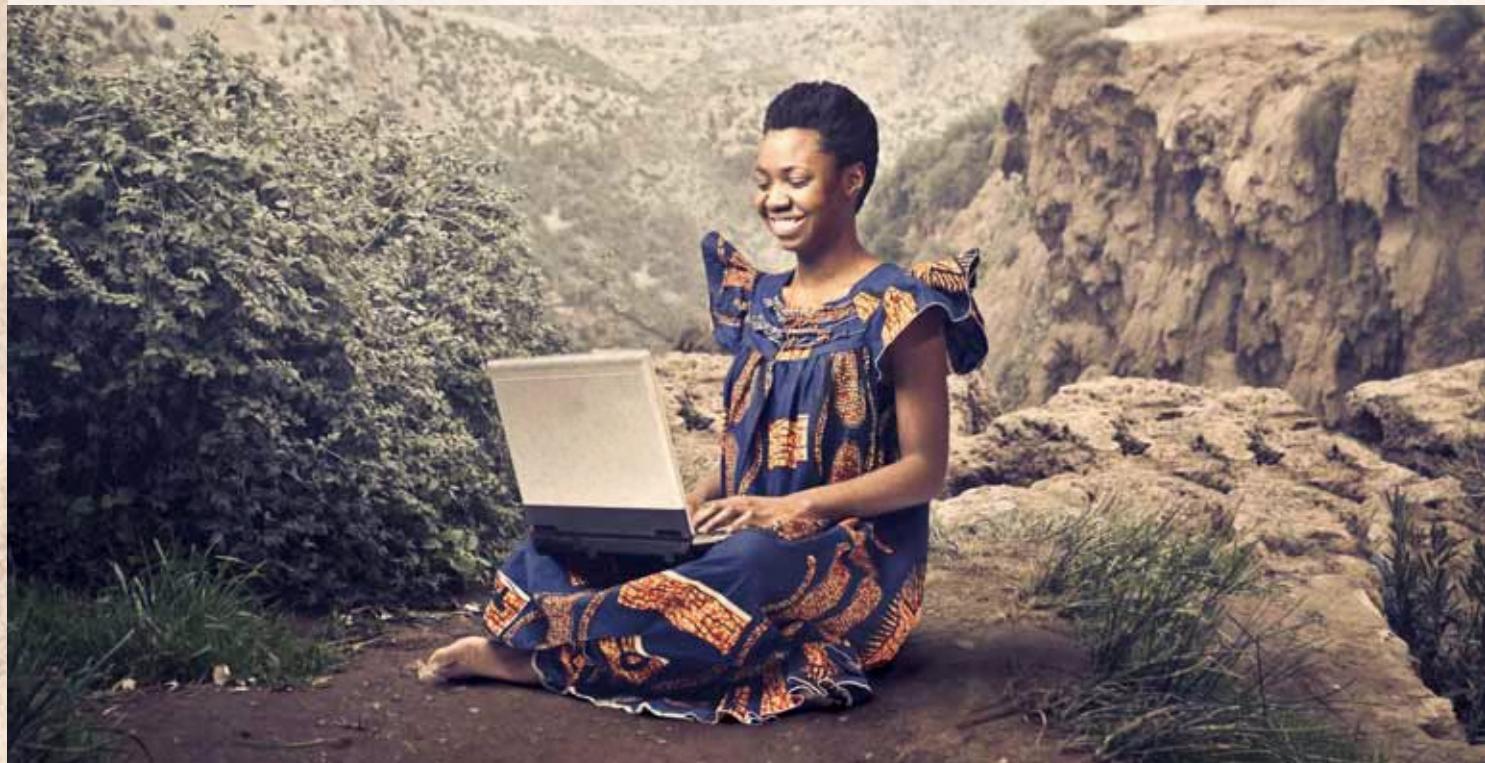
Langfristig ist es für einige Experten durchaus denkbar, dass man damit die Möglichkeit schafft, ein Studium oder eine Ausbildung zu absolvieren, ohne dass man eine Bildungseinrichtung jemals in der Realität betritt. Solche Programme erfordern aber immer auch ein begleitendes Programm, um die Medienkompetenz der Anwender zu schulen.

Afrikas Kommunikationssektor wird in Zukunft von der mobilen Nutzung dominiert werden. Einige Länder haben bereits heute mehr SIM-Karten registriert als Einwohner in dem Land leben. Das Smartphone ist in einigen Ländern der ständige Begleiter. Für den Informationsgewinn wird das Smartphone auch in Afrika unentbehrlicher. Auch Cloud-Diensten und SocialMedia wird ein großes Wachstumspotential eingeräumt. Für manchen Experten ist ein afrikanisches Facebook oder ein afrikanisches Google bis 2025 sehr gut vorstellbar.

Das geringe Durchschnittsalter, die junge Generation wird einen immensen Einfluss auf die Internet- und Kommunikationsbranche haben. Denn auch die afrikanische Jugend möchte an der technologischen Entwicklung teilhaben.

Noch ist das mobile Internet nicht in dem Maße in das Bewusstsein der Menschen eingedrungen, so ein Experte. Dies hängt auch damit zusammen, dass durch die Kaufkraft der Nutzung des mobilen Internets Grenzen gesetzt sind. Auch hier muss man länder-spezifisch unterscheiden. Doch die Ankündigungen mancher internationaler Unternehmen in das Smartphone-Geschäft Afrikas einzusteigen, könnte zu einem ähnlichen Effekt führen wie die Liberalisierung des Kommunikationssektors von vor 20 Jahren. Damals sanken die Anschaffungs- und Verbrauchskosten des Festnetztelefons und des Internetanschlusses für den Endverbraucher erheblich.

Der nachhaltigen Entwicklung einer zufriedenstellenden Internet- und Kommunikationsstruktur steht die Energieknappheit entgegen. Server müssen betrieben werden, Smartphones müssen aufgeladen werden, all das verbraucht eine Menge Energie. Sollte diese Lücke geschlossen werden – und manche Länder sind da auf gutem Wege – kann sich die Internet- und Kommunikationsbranche in Afrika zu einem wahren Erfolgsmo dell mit weitreichender Bedeutung entwickeln. Keiner anderen Branche wird eine solche Entwicklung zuge-traut. In keiner anderen Branche sieht man die Zukunft so positiv, auch weil der Nachholbedarf groß und der Wunsch nach der neuen Technologie da ist. Manche Experten sehen die Fokussierung auf die Entwick-lung einer eigenen IKT-Infrastruktur mancher Länder auch als letzte Chance, sich aus dem wirtschaftlichen Stillstand der vorhergehenden Jahrzehnte zu lösen. Die Ergebnisse der Weltbankstudie „ICT for Greater Deve-lopment Impact“, welche die wirtschaftliche Entwick-lung in engen Zusammenhang mit schnellem Internet stellt, könnte diesen Ländern letztendlich Recht geben.





## WIE MACHT MAN AM BESTEN GESCHÄFTE IN AFRIKA?

Es gibt viele gute Gründe schon jetzt in Afrika aktiv zu werden. Zum einen kann man sich dadurch einen zeitlichen Vorsprung erarbeiten, zum anderen bieten manche Länder schon jetzt Nischen für einige Branchen.

Ein Engagement birgt allerdings auch Risiken, wie jede unternehmerische Tätigkeit. Manche Risiken kann man mit Zahlen berechnen. Meilensteine im Businessplan können als Kontrolle dienen. Den Bedarf eines Landes an einem bestimmten Produkt kann man durch eine grundsolide Marktforschung in Erfahrung bringen. Auch ob die wirtschaftliche Substanz eines Landes bereits den Erfordernissen entspricht kann berechnet werden. Volkswirtschaftslehre und BWL bieten genügend Möglichkeiten für solche Berechnungen.

Andere Risiken sind jedoch auf den ersten Blick nicht sichtbar und von zwischenmenschlicher Natur. Die Erwartungshaltung, dass alles reibungslos und schnell abläuft wie in Europa, sollte man schnell ablegen. Im Doing Business Report der Weltbank liegt zwar Ruanda zwar unter den afrikanischen Ländern an der Spitze mit 3 Tagen, um ein Business zu starten, aber die wirkliche Zeit, die man investieren muss, um nachhaltigen Erfolg zu haben, ist wesentlich höher. Zeit ist vor allem nicht der einzige Faktor, den man beachten muss. Die meisten Experten haben exakt dieselben zwei Worte benutzt, um die Frage zu beantworten, was man in Afrika braucht: langer Atem.

Die Zeit benötigt man, um Kontakte zu knüpfen, Markenloyalität zu schaffen und den Markt überhaupt kennen zu lernen. Darüber hinaus gilt es kulturelle Hürden zu überwinden, sich auf die Unterschiede einzulassen und andere kaum sichtbare Klippen zu umschiffen.

Wo man aktiv wird, hängt von vielen anderen Faktoren ab. Das eigene Angebot, der Bedarf im Land, die wirtschaftliche Substanz des jeweiligen Landes spielen dabei eine entscheidende Rolle. Ob es Landwirtschaft in Ostafrika oder Kommunikationstechnologie in Westafrika ist, egal ob große Märkte oder kleine Nischen, die Herangehensweise ist immer ähnlich.

## 1. DIE EIGENEN HÜRDEN ÜBERWINDEN

Die erste Hürde besteht darin, Afrika als unternehmerisches Ziel wahrzunehmen. Viele deutsche Unternehmen handeln zwar mit oder in Afrika. Nach einer Aussage der deutschen Außenhandelskammer sind es sogar 21%. Dennoch erscheinen die 2% des Außenhandelsvolumens Deutschlands, welches der gesamte Kontinent einnimmt, eher beiläufig. Andere Länder sind da schon weiter und können in Afrika derzeit fast konkurrenzlos Nischen besetzen. Bis 2025 wird allerdings der Konkurrenzdruck erheblich zunehmen.

Es gilt also, erst mal das eigene Unternehmen, die eigene Unternehmensführung von Afrika zu überzeugen. Manch ein Experte dieser Studie hat genauso angefangen und dem eigenen Unternehmen den Weg nach Afrika eigenständig geebnet. Wissenslücken müssen geschlossen werden und Vorurteile abgebaut. Lassen Sie eine Marktforschung durchführen, um die Potentiale ihres Angebotes in Afrika zu erkennen. Studien können nicht voraussagen, welche Potentiale ihr Unternehmen konkret hat, sondern nur eine grobe Richtung vorgeben. Von daher ist es wichtiger, den Markt zu analysieren und die richtigen, angepassten Strategien zu entwickeln.

## 2. VERTRAUEN ALS GEMEINSAME BASIS

Leisten Sie einen Vertrauensvorschuss. Dies ist manchmal nicht nur notwendig, weil Sie Ihr Gegenüber noch nicht kennen. Gerade wenn man seinen Partner noch nicht lange kennt, kann sich ein Vertrauensvorschuss bezahlt machen. Das zeigt Ihrem Gegenüber, dass Sie ihn ernst nehmen und an ein Projekt wirklich interessiert sind.

Vertrauen ist eine wichtige Sache zwischen Geschäftspartnern in Afrika. Kein Geschäft läuft in Afrika wie in Europa. Man möchte seinen Gegenüber nicht nur kennen, sondern auch vertrauen. Langjährige Geschäftsbeziehungen basieren auf Vertrauen und gegenseitigen Respekt. Dazu gehört es auch, dass Geschäfte meist nicht kurzfristig zu realisieren sind, denn Vertrauen muss man sich auch über einen langen Zeitraum erarbeiten.

Aus den vorhergehenden Erfahrungen heraus, agieren afrikanische Unternehmer eher vorsichtig und sind manchen europäischen Unternehmern gegenüber skeptisch, was deren Absichten betrifft. Zu viele negative Beispiele von brachliegenden Projekten oder ungleichen Geschäften gibt es in Afrika.

Verhandeln Sie auf Augenhöhe. Nehmen Sie den afrikanischen Unternehmer als Geschäftspartner wahr, der die gleichen Interessen hat: nämlich Wachstum und Gewinn. Je mehr Sie Offenheit, Respekt und Vertrauen zeigen, umso mehr erkennen Sie seine Bedürfnisse und seinen Bedarf. Aus diesem Wissen können Sie wiederum einen Gewinn für sich schöpfen.

Laden Sie Ihre afrikanischen Geschäftspartner in eine ihrer Produktionsstätten nach Deutschland ein, um ihnen zu zeigen, wo und wie Sie Ihre Produkte herstellen. Schaffen Sie damit Transparenz, Vertrauen und ein Verständnis für die Arbeit, die Sie in Ihre Produkte investieren. Auf diese Art und Weise können Sie Ihrem Geschäftspartner zeigen, welche Arbeit in ihrem Produkt steckt und warum er dieses kaufen sollte, auch wenn es teurer als das Konkurrenzprodukt sein sollte.

## 3. ZEIT IST EIN ENTSCHEIDENDER FAKTOR

In Afrika Geschäfte zu machen, geht nicht von heute auf morgen. Erst recht nicht, wenn man auf nachhaltige langjährige Geschäftsbeziehungen abzielt. Die Anbahnung kann zeitintensiv sein. Manchmal kann es zwei Jahre oder mehr dauern, bis sich die Investition von Zeit und Geld wirklich rentiert. Nicht nur die umständlichen Reisen spielen da eine Rolle, sondern auch die Zeit, die man sich nehmen muss, um den Markt und den Kunden kennenzulernen.

Den Kunden kennenzulernen ist nicht innerhalb eines Tages möglich. Und auch er möchte Sie kennenlernen. Es ist nicht unüblich, sich mehrere Male zu treffen, bevor es überhaupt zu einem Geschäftsabschluss kommt. Man wird vorher eingeladen, trifft sich bei verschiedenen Gelegenheiten und kommt vielleicht erst bei fünften oder achten Treffen erst auf das eigentliche Geschäft zu sprechen.

Nutzen Sie die Zeit bis dahin, um sich bekannt zu machen. Und um ihr Unternehmen im Land bekannt zu machen. Nutzen Sie die Zeit, um Vertrauen aufzubauen und den Markt zu erkunden. Auch sollte man die eigenen Mitarbeitern nicht unter Zeitdruck setzen, da sie es oft nicht selber in der Hand haben. In Afrika ticken die Uhren anders. Geben Sie ihren Mitarbeitern, sofern sie nicht aus dem Land kommen, auch Zeit, sich auf die Kultur des Landes einzulassen und ein Verständnis dafür zu entwickeln.

## 4. PASSEN SIE IHRE PRODUKTE AN

Manch ein Markt in Afrika hat noch nicht die Substanz und nicht den Bedarf an Anlagen mit großen Kapazitäten. Manch ein afrikanischer Unternehmer hat auch nicht die finanziellen Mittel, um die wirklich großen Maschinen zu kaufen und benötigt sie auch nicht.

Passen Sie daher ihre Produkte an beide Faktoren an, an die finanziellen Mittel und an die benötigten Kapazitäten des Kunden. Bringen Sie die Bedürfnisse und den Bedarf in Erfahrung. Europäische oder asiatische Dimensionen sind oft fehl am Platz und bergen für die Existenz kleiner afrikanischer Unternehmen mehr Risiken.

Erarbeiten Sie mit den Kunden passende Lösungen, mit denen beide glücklich werden. Durch enge Zusammenarbeit in der Entwicklung – je nachdem wie dies das Produkt überhaupt zulässt – schaffen Sie eine enge Bindung zum Kunden. Daran wird sich der Kunden erinnern, wenn er neue und größere Maschinen oder Produkte benötigt. Langfristig kann es sich sogar rentieren, dass sie auf diese Art und Weise nur wenig Gewinn am Anfang machen.

Passen Sie Ihre Produkte auch an die klimatischen Bedingungen an. Das Klima Afrikas reicht von trockenster Hitze zu feuchten Bedingungen. Manch ein europäisches Hightech-Gerät ist diesen Bedingungen nicht gewachsen. Vielfach wurde in Afrika schon jetzt eine Technik verbaut, die für diese Bedingungen nicht geschaffen ist. Dies rächt sich nun und sie muss kostenintensiv ersetzt werden. Gerade im IKT-Bereich ist dies der Fall.

Die Technik sollte so beschaffen sein, dass Wartung und Instandsetzung jederzeit kostengünstig und mit einfachen Mitteln zu bewerkstelligen ist. Notfalls mit den einfachsten Mitteln, die man auch in einer Dorfgarage finden kann. Hightech, zu dessen Reparatur Spezialisten mit Spezialwerkzeug eingeflogen werden müssen, wird auf Dauer nicht nur an den Nerven des Kunden zehren, sondern auch dafür sorgen, dass der Kunde zukünftig das Produkt eines anderen Anbieters wählt. Denn jede still stehende Maschine kostet dem Kunden das Geld, was er in weitere Maschinen investieren könnte.

Achten Sie darauf, dass Ihre Produkte auch kulturell angepasst sind. Ingenieure können zwar ein Auto konstruieren und es in der Farbe Rot auf den Markt bringen. Aber wenn die Farbe Rot aus verschiedenen Gründen kulturell „falsch“ belegt ist, dann wird sich dieses Auto nicht verkaufen. Binden Sie eine kulturelle Betrachtungsweise in Ihre Marktforschung mit ein. Achten Sie zum Beispiel darauf, wie mobiles Internet in Afrika angenommen wird. Wenn Sie diese Unterschiede erkennen, erreichen Sie den Endverbraucher einfacher.

## 5. DAS RICHTIGE PERSONAL FINDEN UND AN SICH BINDEN

In Afrika ist es nicht leicht, hochqualifiziertes Personal zu finden. Auch wenn zum Beispiel in Abidjan 60.000 Studenten an der örtlichen Universität eingeschrieben sind. Es sind keine 60.000 Ingenieure und auch keine 60.000 Wirtschaftswissenschaftler. Darum ist es umso wichtiger, das Personal an sich zu binden und auch in dessen Weiterbildung zu investieren.

Afrikas junge Generation wird die afrikanische Wirtschaft weiter vorantreiben. Darin sind sich die Experten einig. Aber der große Schwung an hochqualifizierten Akademikern und Facharbeitern kommt erst noch. In 10 bis 12 Jahren, 2025 also, wird sich dies bemerkbar machen. Die jungen Leute, die jetzt noch zu Schule gehen, werden 2025 als wertvolle Mitarbeiter bei Ihnen oder anderen Unternehmen eine Perspektive suchen. Und dennoch wird der Wettkampf um diese Mitarbeiter nicht leicht sein.

Bieten Sie ihnen eine Perspektive durch eine ständige Weiterentwicklung ihrer Fähigkeiten und bieten Sie ihnen Aufstiegschancen und eine für beide Seiten faire Bezahlung, um den Wettkampf um die besten Köpfe zu gewinnen.

## 6. SEIEN SIE VOR ORT

Der persönliche Kontakt ist maßgeblich für den Erfolg ihrer unternehmerischen Tätigkeit. Zeigen Sie also Präsenz. Sie müssen viele Hände schütteln, um Geschäftskontakte zu bekommen – auch in Afrika. Auch in den Zeiten des Internets werden Sie darum nicht herum kommen. Vertrauen schafft man nicht durch Bit und Byte, sondern durch persönliches Miteinander. Sie sollten daher, wenn Sie schon keine Niederlassung in dem Land betreiben, regelmäßig dorthin reisen und den Kunden besuchen.

Nutzen Sie Messen, um sich und ihr Produkt vorzustellen. Überzeugen Sie den Kunden durch eine Vorführung ihres Produktes. Produkte, die man anfassen und ausprobieren kann, überzeugen den Kunden eher als Hochglanzbroschüren.

Nutzen Sie die Zeit vor Ort, für Werbung, für Sponsoring und für das Bekanntmachen ihrer Marke. Je länger Sie vor Ort sind, umso eher kann Ihr Unternehmen als ein Unternehmen von dort, wenn nicht sogar als ein einheimisches Unternehmen wahrgenommen werden. Die Untersuchungen der McKinsey-Studie haben gezeigt, dass die Wahrnehmung als einheimisches Unternehmen einer der Kauffaktoren ist. Daher kann es sich auch auf längere Sicht rentieren, wenn Sie in einen Markt einsteigen, dessen Potential sich erst noch entwickelt.

## 7. PARTNER SUCHEN UND FINDEN

Suchen Sie sich einheimische Partner. Diese haben den Vorteil, dass sie den Markt genauer kennen. Zwischenhändler als Partner können Ihnen und ihren Produkten den Weg ebnen. Einheimische Partner bewegen sich nicht nur sicherer auch in schwierigen Ländern, dort wo der Sicherheitsaspekt eine große Rolle spielt, sondern sie kennen auch die kulturellen Fettnäpfchen und Fallstricke.

Suchen Sie sich Partner, deren Portfolio durch ihre Produkte sinnvoll ergänzt werden können. Durch eine größere Schnittmenge wird das gesamte Angebot eines Zwischenhändlers interessanter, er gewinnt neue potentielle Kunden und ihre Produkte geraten in deren Fokus.

Unter Umständen kann es schwer sein, den passenden Partner zu finden. Von daher sollten Sie Handelskammern und bereits ansässige ausländische Unternehmen um Informationen bitten. Unternehmen, die schon lange vor Ort sind, kennen den oder die passenden Partner am besten.

## 8. MACHEN SIE KLARE ABSPRACHEN UND EVALUIEREN SIE DIE ZUSAMMENARBEIT REGELMÄSSIG

Wenn Sie einen Partner gefunden haben, sollten Sie die Zusammenarbeit regelmäßig auf den Prüfstand stellen. Wenn Sie mit einem Netz aus Zwischenhändlern zusammenarbeiten, ist dies nötig, um den Erfolg der Zusammenarbeit richtig messen zu können.

Am Anfang werden Sie unter Umständen eine Schrotflinten-Methode einsetzen müssen, um Partner zu gewinnen. Aber nicht jede dieser Partnerschaften wird auf fruchtbaren Boden fallen. Sie sollten daher regelmäßig die Partnerschaft hinterfragen auf Nachhaltigkeit. Vom anfänglichen Trail & Error werden sich einige Partnerschaften hervorheben, welche auch auf lange Sicht erfolgversprechend für beide Seiten sind.

Haben Sie die richtigen Partner gefunden, dann machen Sie klare und verbindliche Absprachen. Dies betrifft sowohl die Meilensteine der Zusammenarbeit als auch Sachen wie Wartung von Maschinen oder anderen Materials. Sorgen Sie dafür, dass die Partner, und auch die Kunden, lange ihre Maschinen oder Anlagen nutzen

können. Je besser die Wartung, umso länger eine problemlose Laufzeit ihrer Produkte und umso zufriedener der Kunde. In Afrika werden viele Sachen so lange betrieben, bis sie zusammenbrechen. Eine adäquate Wartung fällt meistens verschiedenen Einflüssen zum Opfer. Wenn Sie dies verbindlich machen, können beide Seiten langfristig davon profitieren.

## 9. RISIKEN VERMEIDEN

Ein großes Problem stellt noch die Finanzierung dar. Manche Projekte, selbst große Projekte im Milliardenumfang, stehen still, weil die Finanzen nicht geklärt sind oder bereits erschöpft. Dies betrifft auch kleine Projekte und selbst kleinste Geschäftsabschlüsse.

Vergewissern Sie sich also vorher, ob der Kunde solvent ist. Nutzen Sie hier wieder die Erfahrung der anwesenden ausländischen Unternehmen oder Institutionen. Sie können Aussagen über Seriosität eines Unternehmens treffen. Bestehen Sie im Zweifelsfall auch auf eine Vorauszahlung oder auf andere Sicherheit.

Wenn Sie alle Risiken hinterfragt haben und dennoch unschlüssig sind, dann lassen Sie einen Versuchsballon starten. Überzeugen Sie ihren potentiellen Geschäftspartner davon, erst einmal ein Geschäft von kleinerem Umfang abzuschließen. Nutzen Sie dann diese Gelegenheit auch, um die Zusammenarbeit zwischen Ihnen und dem Geschäftspartner auf etwaige Probleme hin zu prüfen.



# WISSENSCHAFTLER, TRENDFORSCHER, STRATEGIEBERATER

Diese Studie wurde durch ein Researchteam des Trendforschungsinstituts „2b AHEAD ThinkTank“ unter Leitung des wissenschaftlichen Direktors Sven Gabor Janszky erstellt. Autor ist der Trendforscher Carsten Hesse.



**CARSTEN HESSE** ist Trendforscher und arbeitet im Rahmen dieser Studie im Researchteam des „2b AHEAD ThinkTank“. Als Afrikanist und Ethnologe verbindet er die Trendforschung mit Afrika. Neben Afrika beschäftigt er sich hauptsächlich mit sozioökonomischen Trends und Transformationen.  
Er spricht Hausa und Swahili und unternahm unter anderem eine Feldforschung in Niger.

Nach verschiedenen Stationen im beruflichen Leben ist er seit 2013 freiberuflich in der Markt- und Trendforschung tätig.

Er ist begeisterter Radrennfahrer.



**SVEN GÁBOR JÁNSZKY** ist Trendforscher und wissenschaftlicher Direktor des Trendforschungsinstituts „2b AHEAD ThinkTank“. Auf seine Einladung treffen sich bereits seit zwölf Jahren alljährlich 250 CEOs und Innovationschefs der deutschen Wirtschaft und entwerfen die Zukunfts-Szenarien für die kommenden zehn Jahre. Seine Trendbücher „2025 – So arbeiten wir in der Zukunft“ und „2020 – So leben wir in der Zukunft prägen die Zukunftsstrategien verschiedener Branchen. Mit seinem Management-Strategiebuch „Rulebreaker – Wie Menschen denken, deren Ideen die Welt verändern“ wurde er im Jahr 2010 zum Sprachrohr der Querdenker und disruptiven Innovatoren in der deutschen Wirtschaft.

Der Zukunftsforcher lehrte an verschiedenen Universitäten, hat heute Dozenturen im internationalen Masterstudiengang „Leadership“ an der Karlshochschule International University sowie an der Universität Leipzig. Er ist Präsident des Verwaltungsrates der 2b AHEAD ThinkTank AG in St. Gallen, Aufsichtsrat der Karlshochschule International University, Mitglied des Beirats der Management Circle AG, geschäftsführender Gesellschafter der MDKK Mitteldeutsche Kommunikations- und Kongressgesellschaft in Leipzig und Kopf der „Rulebreaker-Agentur“, der ersten Spezialagentur für disruptive Innovationen.

Als Berater coacht Jánszky Manager und Unternehmen in Prozessen des Trend- und Innovationsmanagements, führt und moderiert Kreativprozesse zu Produktentwicklung und Geschäftsmodellen der Zukunft. Jánszky ist ein gefragter Interview-Experte in Deutschlands wichtigsten Wirtschaftsmedien zum Thema Innovationen und Trends und Keynotespeaker auf Strategietagungen und Kongressen.

Er war Vize-Jugend-Mannschafts-DDR-Meister im Schach 1988. Er bestieg den Kilimandscharo und lief 2013 seinen 19. Marathon.

## AFRIKA-VEREIN DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT E.V. – DER WIRTSCHAFTSVERBAND FÜR AFRIKA



Der Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft (AV) arbeitet seit inzwischen 80 Jahren im Dienste der deutsch-afrikanischen Wirtschaftsbeziehungen. Er ist der bundesweite, branchenübergreifende Außenwirtschaftsverband der deutschen Unternehmen und Institutionen, die an einer wirtschaftlichen Zusammenarbeit mit den Staaten des afrikanischen Kontinents interessiert sind.

Der Verein informiert über Länder und Märkte in Afrika, stellt Kontakte her und vertritt die Interessen seiner Mitglieder im In- und Ausland. Den aktuell ca. 600 Mitgliedern wird ein umfangreiches Dienstleistungsangebot zur Verfügung gestellt, auf das sie jederzeit zurückgreifen können. Über ein enges Netz von Kontakten in Afrika spürt der Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft den Puls der Märkte. Die Mitglieder hören so zeitnah und gezielt von neuen Entwicklungen und Geschäftsmöglichkeiten.

Informationen werden zweiwöchentlich in einem Newsletter, zweimonatlich in der „afrika wirtschaft“, der deutschsprachigen Zeitschrift zu den deutsch-afrikanischen Wirtschaftsbeziehungen, und über zahlreiche Veranstaltungen, wie Wirtschaftsforen, Arbeitskreise oder Delegationsreisen vermittelt.

Außerdem bietet der AV Unternehmerreisen in afrikanische Länder an, organisiert Wirtschaftstage sowie Regional-, Länder- und Fachausschüsse zu aktuellen Afrika-Themen. Dazu zählen Länderforen wie das Deutsch-An-golanische Wirtschaftsforum, das Deutsch-Kenianische Wirtschaftsforum, das Deutsch-Libysche Wirtschaftsforum, das Deutsch-Nigerianische Wirtschaftsforum und das Deutsch-Südafrikanische Wirtschaftsforum. Darüber hinaus bietet der AV einmal jährlich verschiedene Branchenforen zu Themen wie Energie, Finanzierung oder Infrastruktur an. Die regionalen Afrika-Kreise sind das Dach für die Bildung von Netzwerken interessierter Unternehmer innerhalb Deutschlands.

Vertreten werden die Interessen der Firmenmitglieder in allen wichtigen wirtschaftspolitischen Entscheidungszentralen - vor Ort in Afrika sowie in Brüssel und Berlin. Dabei profitiert der AV von seinem breiten Netzwerk innerhalb der politischen Afrikaszene in Deutschland. Auf europäischer Ebene übernimmt der AV ab 2014 den Vorsitz des European Business Council for Africa and the Mediterranean (EBCAM).

Der Afrika-Verein ist außerdem Trägerverband der beiden großen regionalen Initiativen der deutschen Wirtschaft für Nordafrika und Mittelost (NMI) und für das Südliche Afrika (SAFRI).

# LITERATUR, STUDIEN, ARTIKEL

**Brenton, Paul, Olivier Cadot, Martha Denisse Pierola 2012. Pathways to African Export Sustainability. Washington: World Bank, 2012.**  
<http://elibrary.worldbank.org/content/book/9780821395592>

**East African Development Bank 2011. Annual Report and Accounts 2011.**  
[http://eadb.org/wp-content/uploads/2013/10/eadb\\_annual\\_report\\_2011.pdf](http://eadb.org/wp-content/uploads/2013/10/eadb_annual_report_2011.pdf)

**Hattingh, Damian, Bill Russo, Ade Sun-Basorun, and Arend van Wamelen 2012. The Rise of the African Consumer: A Report from McKinsey's Africa Consumer Insights Center. Edited by McKinsey Global Institute, 2012.**  
[http://www.mckinsey.com/insights/consumer\\_and\\_retail/the\\_rise\\_of\\_the\\_african\\_consumer](http://www.mckinsey.com/insights/consumer_and_retail/the_rise_of_the_african_consumer)

**International Telecommunications Union 2012: Measuring the Information Society 2012.**  
[http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2012/MIS2012\\_without\\_Annex\\_4.pdf](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2012/MIS2012_without_Annex_4.pdf)

**Roxburgh, Charles, Norbert Dörr, Acha Leke, Amine Tazi-Riffi, Arend van Wamelen, Susan Lund, Mutsa Chironga, et al. 2010. Lions on the Move: The Progress and Potential of African Economies. Edited by McKinsey Global Institute, 2010.**  
[http://www.mckinsey.com/insights/africa/lions\\_on\\_the\\_move](http://www.mckinsey.com/insights/africa/lions_on_the_move)

**United Nations Conference on Trade and Development, and United Nations Industrial Development Organization 2011: Economic Development in Africa Report 2011: Fostering Industrial Development in Africa in the New Global Environment. New York: United Nations Conference on Trade and Development.**  
[http://unctad.org/en/docs/aldcafri-ca2011\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/aldcafri-ca2011_en.pdf)

**United Nations Development Programme 2013. Human Development Report 2013: The Rise of the South: Human Progress in a Diverse World.**  
<http://hdr.undp.org/en/2013-report>

**World Bank 2010: Doing Business 2010: Reforming through Difficult Times.**  
<http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2010/>

**World Bank 2011: Doing Business 2011: Making a Difference for Entrepreneurs.**  
<http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/Doing%20Business%202011>

**World Bank 2012: Doing Business in a More Transparent World.**  
<http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB12-FullReport.pdf>

**World Bank 2012: ICT for Greater Development Impact.**  
[http://siteresources.worldbank.org/EXTINFORMATIONANDCOMMUNICATIONANDTECHNOLOGIES/Resources/WBG\\_ICT\\_Strategy-2012.pdf](http://siteresources.worldbank.org/EXTINFORMATIONANDCOMMUNICATIONANDTECHNOLOGIES/Resources/WBG_ICT_Strategy-2012.pdf)

**World Economic Forum 2012: The Global Competitiveness Report 2012–2013: Full Data Edition.**  
[www.weforum.org/gcr](http://www.weforum.org/gcr)

**World Economic Forum, World Bank, Ministry of Foreign Affairs of Denmark, and African Development Bank 2013: The Africa Competitiveness Report 2013.**  
<http://www.weforum.org/reports/africa-competitiveness-report-2013>

## Internetquellen:

**AHK**  
[www.ghana.ahk.de](http://www.ghana.ahk.de),  
[www.marokko.ahk.de](http://www.marokko.ahk.de)

**DESTATIS; Atlas der Außenhandelsstatistik;**  
<http://ims.destatis.de>

**Deutscher Industrie- und Handelskammertag**  
[www.dihk.de](http://www.dihk.de)

**Germany Trade & Invest**  
[www.gtai.de](http://www.gtai.de)

**International Monetary Fund**  
[www.imf.org](http://www.imf.org)

**German Missions in South Africa, Lesotho and Swaziland**  
[www.southafrica.diplo.de](http://www.southafrica.diplo.de)

**The World Bank**  
[www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

**The World Economic Forum**  
[www.weforum.org](http://www.weforum.org)

**East African Development Bank (EAC)**  
[www.eadb.org](http://www.eadb.org)

**Economic Community Of West African States (ECOWAS)**  
[www.ecowas.int](http://www.ecowas.int)

**Southern African Development Community (SADC)**  
[www.sadc.int](http://www.sadc.int)

**ONE**  
[www.one.org](http://www.one.org)

**Oxfam**  
[www.oxfamblogs.org](http://www.oxfamblogs.org)

**Financial Times Deutschland**  
[www.ftd.de](http://www.ftd.de)

**Handelsblatt**  
[www.handelsblatt.com](http://www.handelsblatt.com)

**Manager Magazin Online**  
[www.manager-magazin.de](http://www.manager-magazin.de)

**Spiegel Online**  
[www.spiegel.de](http://www.spiegel.de)

**STERN.DE**  
[www.stern.de](http://www.stern.de)

**Süddeutsche**  
[www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de)

**taz**  
[www.taz.de](http://www.taz.de)

**DIE WELT**  
[www.welt.de](http://www.welt.de)

**DIE ZEIT**  
[www.zeit.de](http://www.zeit.de)

**Deutschlandfunk**  
[www.deutschlandfunk.de](http://www.deutschlandfunk.de)

**Deutsche Welle**  
[www.dw.de](http://www.dw.de)

**Africa News Network**  
[www.africanewsnetwork.de](http://www.africanewsnetwork.de)

**afrika süd**  
[www.issa-bonn.org](http://www.issa-bonn.org)

**Econoafrika**  
[www.econoafrika.com](http://www.econoafrika.com)

**www.dailytimesofnigeria.com**

**www.howwemadeitinafrica.com**

**www.modernghana.com**

## URHEBER:

Diese Trendstudie wurde herausgegeben durch das Trendforschungsinstitut „2b AHEAD ThinkTank“ in Kooperation mit dem Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft e.V. Verantwortlich im Sinne des Presserechts ist der wissenschaftlichen Direktors des 2b AHEAD ThinkTanks, Sven Gábor Jánszky. Für Fragen, Anmerkungen und Kommentare wenden Sie sich bitte an ihn über den Geschäftsführer der 2b AHEAD ThinkTanks, Herrn Jan Berger, unter folgenden Kontaktmöglichkeiten:

## KONTAKT:

2b AHEAD ThinkTank GmbH  
Geschäftsführung  
Herrn Jan Berger  
Gerichtsweg 28  
D-04103 Leipzig  
Telefon: +49 341 12479610  
Telefax: +49 341 12479611  
Email: jan.berger@2bahead.com

## LIZENZ:

Der Text ist unter der Lizenz „Creative Commons/ Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported (CC BYNC-SA 3.0)“ verfügbar. Einzelheiten sind in den Nutzungsbedingungen beschrieben:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/legalcode>



Sie finden diese Studie veröffentlicht auf der Website des 2b AHEAD ThinkTanks unter  
<http://www.2bahead.com>

### Für Zitate wird folgende Zitierweise empfohlen:

Hesse, C., Jánszky, S. (2014):  
Afrika 2025: Trendstudie des 2b AHEAD ThinkTanks. Leipzig.  
[http://www.2bahead.com/trendstudien/afrika\\_2025](http://www.2bahead.com/trendstudien/afrika_2025)  
Veröffentlicht am: 25.05.2014,  
Gefunden am XX.XX.XXXX