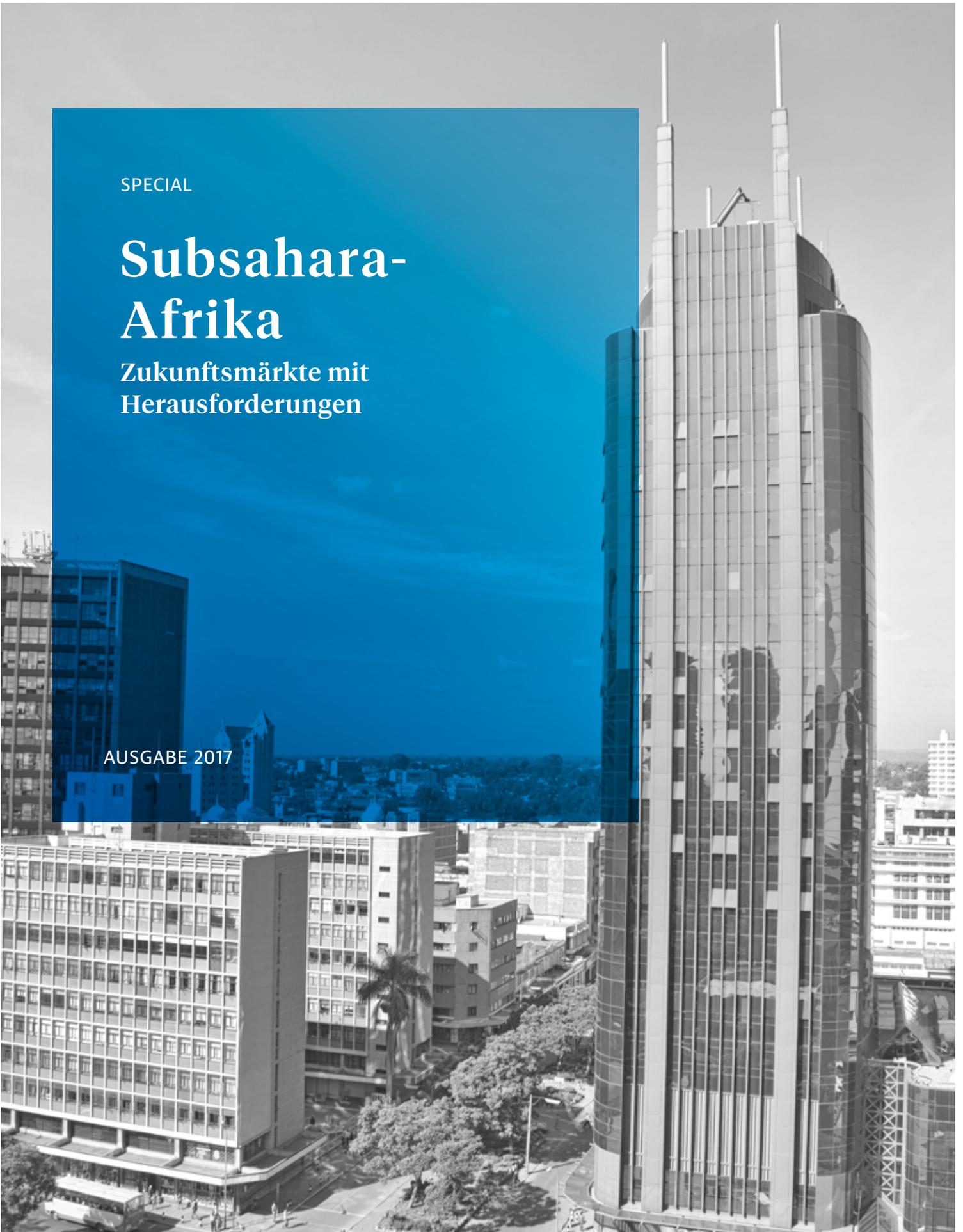


SPECIAL

Subsahara- Afrika

Zukunftsmärkte mit
Herausforderungen

AUSGABE 2017



Summary

Afrika bietet deutschen Unternehmen als Wirtschaftspartner neue Perspektiven. Hohes Bevölkerungswachstum, eine entstehende Mittelschicht, boomender Mobilfunk und großes Potenzial bei erneuerbaren Energien - Subsahara-Afrika lässt sich nicht mehr mit negativen Klischees beschreiben. Bei 49 Ländern ist eine differenzierte Betrachtung elementar. Einige Märkte sind weiterhin von Krisen geprägt - andere zählen mit hohen Wachstumsraten zu den expansivsten der Welt. Urbanisierung, regionale Integration und eine wachsende Privatwirtschaft sind die zukünftigen Wachstumsmotoren für den Kontinent. Der deutschen Wirtschaft bieten sich viele konkrete Beteiligungsmöglichkeiten.

Die richtige Marktstrategie zu wählen ist nicht einfach. Die Schaffung neuer Arbeitsplätze, eigene Wertschöpfung vor Ort sowie die Ausbildung lokaler Mitarbeiter sind wichtige Erfolgsfaktoren. Deutsche Unternehmen werden beim Schritt nach Afrika durch vielfältige Angebote von staatlichen und privaten Einrichtungen unterstützt.

Die folgenden Seiten geben einen Überblick über die Märkte in Subsahara-Afrika, ihre Chancen und Risiken und welche Besonderheiten bei der Marktbearbeitung zu beachten sind. Ausführliche Informationen zu den einzelnen Themengebieten sind unter www.gtai.de/afrika sowie bei einer Recherche zu den einzelnen Ländern unter www.gtai.de verfügbar.



Inhalt

2 SUMMARY

WIRTSCHAFTSPARTNER

4 **Kontinent mit neuen Perspektiven**

6 Ausgewählte Länder

9 Regionale Integration

SUBSAHARA-AFRIKA IM INTERNATIONALEN KONTEXT

12 **Zugang zum Weltmarkt entscheidend**

STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

14 **Wachstum mit Herausforderungen**

ABSATZCHANCEN

16 **Viel ungenutztes Potenzial**

17 Konsumgüter

18 Investitionsgüter

19 Deutscher Mittelstand

19 Außenhandel

ABSATZSTRATEGIE

22 **Netzwerke als Türöffner**

23 Vertrieb

24 Finanzieren und Absichern

24 Entwicklungsprojekte als Einstieg

INVESTITIONEN

26 **Konsumnahe Bereiche ziehen Kapital an**

26 Direktinvestitionen

27 Investitionsförderung

27 Mitarbeitersuche und -kosten

30 IMPRESSUM



WIRTSCHAFTSPARTNER

Kontinent mit neuen Perspektiven

Subsahara-Afrika befindet sich in einem Prozess des wirtschaftlichen Wandels. Steigende Kaufkraft einer jungen Bevölkerung, umfangreiche Investitionsprojekte und Technologiesprünge bieten gute Chancen für unternehmerisches Engagement. Mangelnde politische Stabilität, Planungsunsicherheit, Schutz des Privateigentums sind Themen, die Aktivitäten in vielen Ländern behindern. Trotz der Risiken – der Blick nach Afrika lohnt sich für deutsche Unternehmen.



Das Interesse an Subsahara-Afrika nimmt weltweit spürbar zu

In den letzten zehn Jahren haben afrikanische Länder mit die höchsten Wachstumsraten weltweit verzeichnet. Derzeit macht sich die noch immer bestehende Abhängigkeit von Rohstoff-erlösen in reduzierten Schätzungen bemerkbar. Nach den Prognosen des Internationalen Währungs-fonds (IWF) wird das Bruttoinlandsprodukt (BIP) in Subsahara-Afrika von 2016 bis 2020 nur um 3,3% pro Jahr zunehmen. Für 2016 hat der IWF das Wachstum auf nur noch 1,4% geschätzt. Unabhängig von den abgeschwächten Raten für ganz Subsahara-Afrika mit 49 Ländern ist ein differenzierter Blick auf einzelne Märkte unabdingbar. Äthiopien, Côte d'Ivoire, Ghana, Kenia, Ruanda, Senegal, Mosambik und Tansania werden nach Schätzung des IWF bis 2020 ein durchschnittliches Wachstum von über 6% pro Jahr erreichen.

Wachstumsmotoren

Zentrale Herausforderung und gleichzeitig größte Chance für den Kontinent ist das enorme Bevölkerungswachstum. Bis 2050 wird sich die Einwohnerzahl von Subsahara-Afrika laut UN auf 2,1 Mrd. mehr als verdoppeln. Dem African Economic Outlook 2015 zufolge ist bis 2050 auf dem Kontinent auch weltweit die höchste Zunahme der Erwerbsbevölkerung zu erwarten. Ob damit auch neue qualifizierte Arbeitsplätze verbunden sind hängt vor allem von einer stärkeren Einbindung in die globale Wertschöpfung ab. Bisher reichen die hohen Wachstumsraten nicht aus, um die Armut in Subsahara-Afrika zu beseitigen.

Vom Agrobusiness über den Gesundheitssektor bis zur Umwelttechnik hat der gesamte Kontinent

292 Mrd. US\$
EXPORTE

367 Mrd. US\$
IMPORTE



1.504 Mrd. US\$
BIP

3.830 US\$
BIP PRO KOPF (NACH PPP)

1 Mrd.
EINWOHNER



14,6 Mrd. Euro
DEUTSCHE EXPORTE

11,0 Mrd. Euro
DEUTSCHE IMPORTE



386 Mio.
MOBILFUNKVERTRÄGE

hohen Nachholbedarf. Bessere Perspektiven für breite Bevölkerungsschichten sind eng verknüpft mit dem Aufbau von lokalen Industrien – ob bei der Verarbeitung von Mineralien oder der Herstellung von Nahrungsmitteln. Die Preisschwankungen bei Rohstoffen wie Kupfer und Gold oder besonders beim Öl machen eine Diversifizierung dringender denn je. Stark vom Ölexport abhängige Länder, etwa Angola und Nigeria, mussten ihre Budgets zuletzt komplett neu aufstellen und wichtige Infrastrukturprojekte streichen.

Wirtschaftspartner

Das weltweite Interesse an Afrika als Wirtschaftspartner hat spürbar zugenommen. Vor allem die VR China engagiert sich bei der Förderung von Rohstoffen und beim Ausbau der Infrastruktur. Die USA und Japan unterstreichen durch Delegationsreisen und hochrangig besetzte Afrikakonferenzen ihre gestiegenen Ambitionen im Geschäft auf dem Kontinent. Auch die Wettbewerber aus Indien, Brasilien oder der Türkei verfolgen aggressive Markterschließungsstrategien. Das Vereinigte Königreich und Frankreich sind zudem in ihren ehemaligen Kolonien nach wie vor sehr präsent. Die afrikanischen Partner profitieren von der in den vergangenen Jahren entstandenen Konkurrenz, betonen jedoch immer wieder das große Interesse an einem verstärkten deutschen Engagement.

Deutschland und die EU

Ob bei der Verarbeitung von Rohstoffen, der Produktion von Textilien für den Weltmarkt oder von Nahrungsmitteln für den heimischen Markt: moderne Maschinen, verlässliche Energielösungen und effiziente Logistikdienstleistungen werden in Afrika benötigt. Deutsche Unternehmen können am Wachstum teilhaben und sind mit ihrer Technologie und der besonderen Kompetenz bei Maßnahmen zur Schulung und Ausbildung von Mitarbeitern besonders gefragt.

Die Handelsbeziehungen der Subsahara-Länder mit Deutschland und der Europäischen Union sollen durch WTO-konforme Wirtschaftspartnerschaftsabkommen (WPA beziehungsweise EPA)

neu ausgerichtet werden. Entwicklungsökonomern bemängeln negative Auswirkungen sowie die Folgen von nichttarifären Handelshemmnissen, Agrarsubventionen und der Fischereipolitik der EU. Ihrer Ansicht nach kann Ziel im Sinne einer Partnerschaft auf Augenhöhe nur sein, die Integration der afrikanischen Wirtschaft in die weltweiten Warenströme zu fördern und mehr Wertschöpfung und Arbeitsplätze in Subsahara-Afrika zu schaffen.

Subsahara-Afrika in Zahlen Angaben 2015

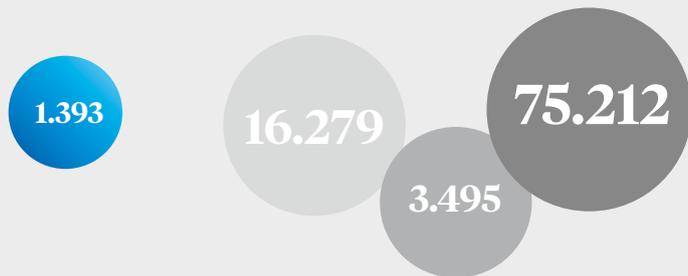
Quellen: IWF, African Economic Outlook, Statistisches Bundesamt, African Technology Policy Studies Network, UNCTAD

SAFRI koordiniert Afrika-Aktivitäten

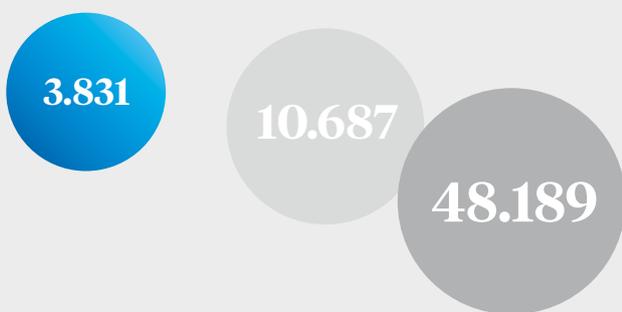
Die Subsahara-Afrika Initiative der Deutschen Wirtschaft (SAFRI) wird partnerschaftlich getragen vom Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK), dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), dem Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) und dem Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft. Unter der Regionalinitiative setzen sich die Träger gemeinsam für eine Intensivierung der Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und den Ländern Subsahara-Afrikas ein.

Ziel der SAFRI ist die Förderung nachhaltiger und partnerschaftlicher Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und Subsahara-Afrika. Die Träger wollen gemeinsam die Wahrnehmung Afrikas als Chancenkontinent für die deutsche Wirtschaft stärken, den Dialog zwischen deutscher und afrikanischer Wirtschaft und Politik fördern und eine Plattform zum Austausch zwischen deutschen und afrikanischen Partnern bieten.

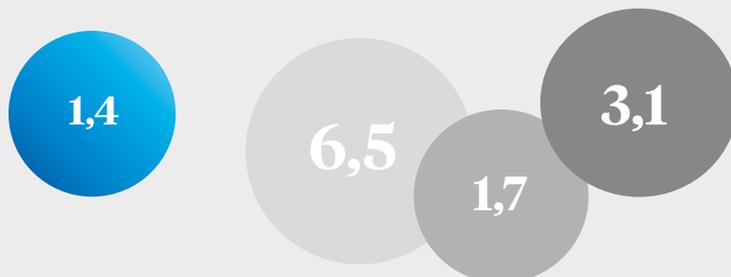
BIP/Mrd. US\$, 2016



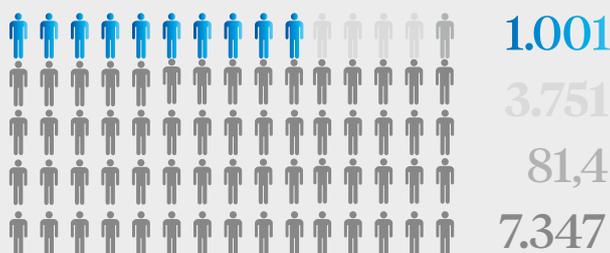
BIP pro Kopf auf PPP-Basis/US\$, 2016



Reales BIP-Wachstum/%, 2016



Bevölkerung/Mio., 2015



- Subsahara-Afrika
- Asiatische Entwicklungs- und Schwellenländer
- Deutschland
- Welt

Quellen: IWF, Weltbank

Ausgewählte Länder

Mit 49 Ländern ist Subsahara-Afrika enorm vielfältig. Unabhängig von den abgeschwächten Wachstumsraten für den ganzen Kontinent zeigt ein differenzierter Blick auf einzelne Länder großes Potenzial. Auch wenn noch kein mit westlichen Ländern vergleichbarer Markt vorhanden ist, bieten sich in vielen Branchen interessante Partner und Projekte.

Zu den nach Größe und Volumen für deutsche Unternehmen wichtigsten Märkten gehören Südafrika, Nigeria, Ghana und Kenia. In diesen sogenannten Hubs befinden sich meist auch die Zentralen internationaler Unternehmen oder Organisationen. Von hier wird oftmals der gesamte Kontinent erschlossen oder der Vertrieb gesteuert. Daneben ziehen auch „neue Märkte“ wie Äthiopien, Côte d’Ivoire oder Tansania das Interesse von Investoren an.

Differenzierter Blick ist der Schlüssel

Äthiopien zählt mit fast 100 Mio. Einwohnern zu den wachstumsstärksten Märkten in Afrika – trotz angespannter politischer Lage. Das Land entwickelt sich für internationale Firmen zum interessanten Produktionsstandort von Bekleidung, Textilien und Produkten der Agroindustrie. Der Ausbau der Infrastruktur und die verbesserte Stromversorgung ziehen weitere Investoren an – bisher vor allem aus Asien.

Für Angolas Wirtschaft ist die Preisentwicklung auf dem Rohölmarkt der Dreh- und Angelpunkt. Viele Projekte mussten verschoben oder gestoppt werden. Die Förderung der Privatwirtschaft sowie die Diversifizierung der Wirtschaft stehen nun verstärkt im Fokus der Regierung. Dazu gehören Steuererleichterungen und neue Gesetze zur Förderung von Privatinvestitionen.

Côte d’Ivoire hat in den vergangenen Jahren eine deutliche Stabilisierung erfahren und verzeichnet hohe Wachstumsraten von über 7%. Das Land möchte wieder Drehscheibe für das frankophone Westafrika werden und baut seine Infrastruktur weiter aus. Privat dominierte Sektoren in den Bereichen Infrastruktur, Leichtindustrie und Handel entwickeln sich dynamisch.

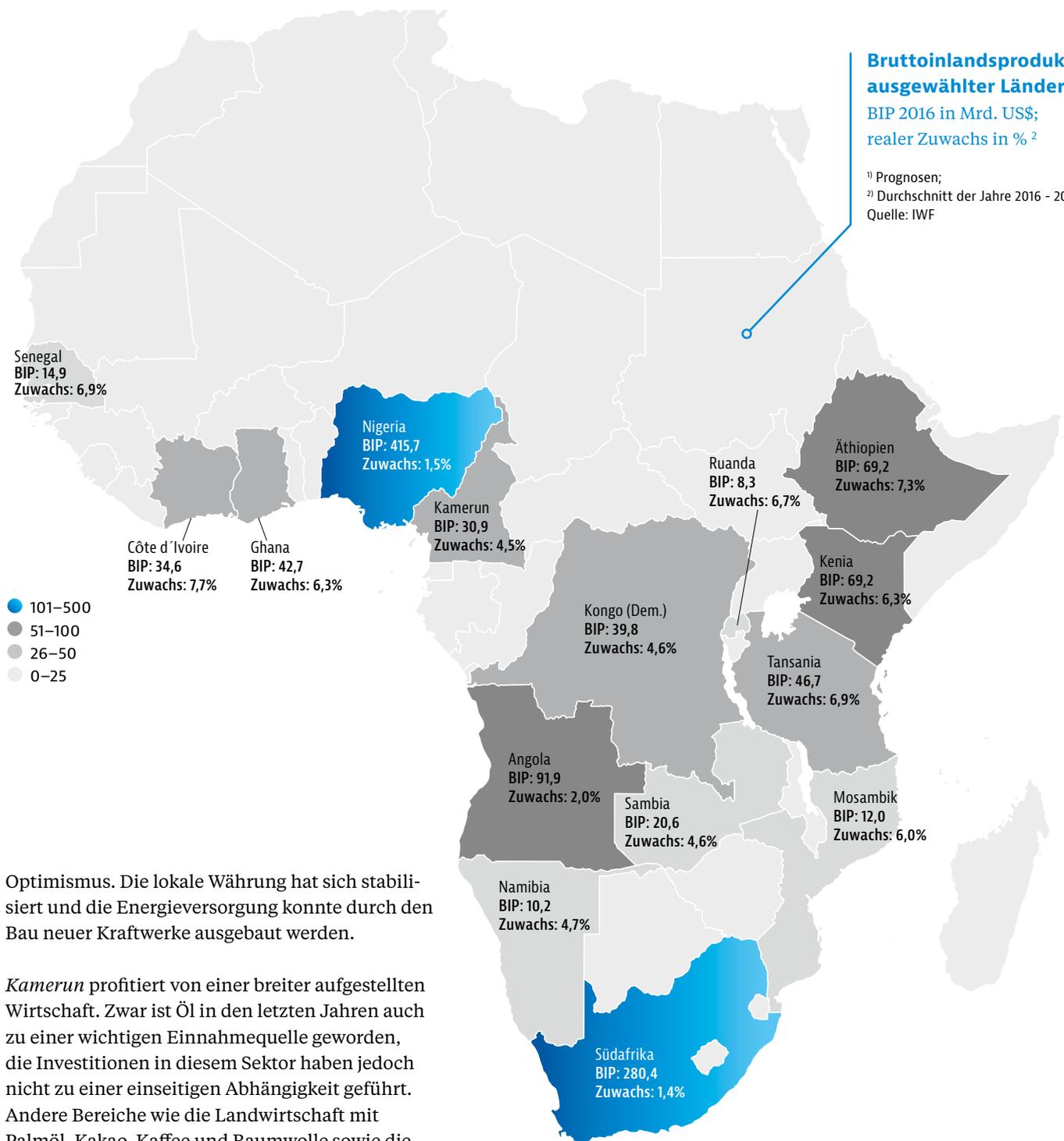
Politische Stabilität und etliche unternehmensfreundliche Reformen haben Ghana zu einer der erfolgreichsten Ökonomien in Subsahara-Afrika gemacht. Nach einer dreijährigen Schwächeperiode sorgen verbesserte Rahmenbedingungen für

Bruttoinlandsprodukt ausgewählter Länder ¹

BIP 2016 in Mrd. US\$;
realer Zuwachs in % ²

¹⁾ Prognosen;

²⁾ Durchschnitt der Jahre 2016 - 2020
Quelle: IWF



Optimismus. Die lokale Währung hat sich stabilisiert und die Energieversorgung konnte durch den Bau neuer Kraftwerke ausgebaut werden.

Kamerun profitiert von einer breiter aufgestellten Wirtschaft. Zwar ist Öl in den letzten Jahren auch zu einer wichtigen Einnahmequelle geworden, die Investitionen in diesem Sektor haben jedoch nicht zu einer einseitigen Abhängigkeit geführt. Andere Bereiche wie die Landwirtschaft mit Palmöl, Kakao, Kaffee und Baumwolle sowie die Verarbeitung von Tropenholz spielen eine wichtige Rolle. Für Wachstum dürften in den kommenden Jahren Investitionen in die Infrastruktur und den Bausektor sorgen.

Kenia ist die Wirtschaftskraft Ostafrikas und die Hauptstadt Nairobi wichtiger Standort für Unternehmen in der Region. Der boomende Dienstleistungssektor wird vor allem von Informations- und Kommunikationstechnologien, dem Transportgewerbe und Finanzdienstleistungen beflügelt. In den Stromsektor ist durch private Investoren Bewegung gekommen. Die Regierung treibt große Infrastrukturprojekte voran, darunter vor allem die neue Eisenbahntrasse von Mombasa nach Nairobi.

In *Namibia* sorgen zahlreiche Großprojekte im Bergbau und in der Infrastruktur für Belebung. Die Wirtschaft soll nach Prognosen des IWF bis 2020 im Durchschnitt um 4,7% wachsen. In den vergangenen Jahren flossen Milliardenbeträge in den Bau dreier Großminen, was sich nun positiv auf das Fördervolumen auswirkt. Das Land verfügt über ergiebige Rohstoffvorkommen an Diamanten, Uran, Kupfer, Gold, Zink und Blei. Potenzial bietet in dem eher kleinen Markt der Ausbau der Verkehrswege sowie der Energie- und Wasserversorgung. Für erneuerbare Energien sind zahlreiche Vorhaben in den Bereichen Solar,



Die Afrikanische Union ist treibende Kraft für die Bildung eines kontinentalen Binnenmarktes.

Wind und Biomasse geplant. Deutschsprachige oder -stämmige Unternehmer haben im Wirtschaftsleben eine wichtige Funktion.

Nigeria gilt seit dem Jahr 2014 als Afrikas größte Volkswirtschaft. Umfangreiche Geschäftschancen bestehen vor allem in den Nichtölsektoren Bau, Telekommunikation, Handel und Infrastruktur. In krassem Gegensatz zu den positiven Entwicklungen steht die Instabilität des Landes. Schwierige Rahmenbedingungen wie Korruption und Stromknappheit erschweren unternehmerische Aktivitäten. Der Verfall der Ölpreise und spürbar geringere Einnahmen belasten die Wirtschaft in starkem Maße – 2016 ging das BIP nach Einschätzung des IWF um 1,7% zurück.

Mosambiks Wirtschaft soll nach IWF-Prognosen mittelfristig hohe Wachstumsraten von 6% erzielen. Doch es besteht eine sehr starke Abhängigkeit von Großinvestitionen in den Rohstoffsektor. Viele Projekte im Kohlebergbau liegen auf Eis, die Hoffnungen ruhen auf der Gasförderung. Der Bau der Gasförderanlagen sollte bis 2021 viele Milliarden US-Dollar verschlingen und neue Geschäftschancen bieten.

Ruanda gilt als positives Beispiel für wirtschaftliche Modernisierung in Subsahara-Afrika: Es gibt wenig Korruption und die administrativen Rahmenbedingungen sind geradezu vorbildlich. Bis 2020 soll die Wirtschaft laut IWF im Durch-

schnitt um 6,7% pro Jahr wachsen. Wichtige Vorhaben sind eine ausreichende und sichere Stromversorgung sowie die Eisenbahnbindung zu den Häfen Mombasa und Daressalam. Moderne Bewässerungstechnik, bessere Anbaumethoden sowie zeitgemäße Lagerhaltung und eine Mechanisierung sollen das Land von Lebensmittelimporten unabhängiger machen.

Sambia ist die drittgrößte Volkswirtschaft im südlichen Afrika. Nach hohen Steigerungsraten von rund 7% wird sich das Wachstum in den kommenden Jahren auf knapp unter 5% etwas verlangsamen. Die Investitionen der Rohstoffunternehmen sorgen für positive Impulse in den Bereichen Bau, Transport und Kommunikation, Handel sowie Finanzdienstleistungen. Die wirtschaftliche Aktivität konzentriert sich stark auf den Nord-Süd-Korridor zwischen dem Kupfergürtel und der Hauptstadt Lusaka. Die Abhängigkeit vom Kupferbergbau soll durch eine Diversifizierung der Wirtschaft reduziert werden. Ein kleiner industrieller Kern ist bereits vorhanden.

Senegal profitiert von einer für afrikanische Verhältnisse vergleichsweise diversifizierten Ökonomie und soll bis 2020 laut IWF pro Jahr fast 7% Wachstum erzielen. Damit steigt auch die Nachfrage nach Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen, Fördertechnik sowie Baumaschinen. Seit Jahren floriert der Bausektor, jedoch dominiert

von französischen Unternehmen. Im Großraum Dakar dürften in den nächsten Jahren etliche private und staatliche Bauprojekte anstehen.

Südafrika ist mit Brasilien, Russland, Indien und der VR China seit 2011 Mitglied der BRICS-Staaten-gemeinschaft und noch immer die diversifizier- teste und am meisten industrialisierte Wirtschaft Afrikas. Die südafrikanische Volkswirtschaft ver- fügt über ein breites produzierendes Gewerbe mit der höchsten Fertigungstiefe des Kontinents. Das Land bleibt derzeit deutlich hinter seinem Poten- zial zurück: 2016 soll das reale BIP laut IWF gerade um 0,1% zunehmen und erst ab 2018 wieder ein Plus von über 2% verzeichnen. Die Konjunkturmotoren des Landes sind die Bauwirtschaft und der private Konsum, in den rund 60% des BIP fließen. Auch wenn zuletzt die verfügbaren Einkommen langsamer stiegen, so wuchs Südafrikas schwarze Mittelschicht stetig weiter und sorgte für stabile Konsumausgaben.

Tansanias Wirtschaft dürfte im Jahr 2016 um über 7% zugelegt haben. Wachstumsmotoren sind Investitionen in die Gasindustrie und der private Verbrauch. Vom Dienstleistungssektor, der vermutlich starke Impulse vom Transportgewerbe und den Finanzdienstleistungen bekommen wird, sind überdurchschnittliche Steigerungsraten zu erwarten.

Regionale Integration

Die Zersplitterung der Märkte in Afrika begrenzt das Wachstum und führt zu starken Einschränkungen. Nicht nur die mangelhafte Infrastruktur, auch restriktive Handels- und Zollvorschriften hemmen die Entwicklung. Der langwierige und teure Trans- port innerhalb des Kontinents verdoppelt häufig

den Preis eines Produktes. Länderübergreifende Strukturen – beim Handel, beim Transport oder bei der Energieversorgung – bieten enormes Poten- zial auch für die industrielle Produktion.

Kooperation als Zukunftschance

Hauptmotor für die wirtschaftliche Integration und zentraler Partner der Europäischen Union ist die Afrikanische Union (AU). Durch eine zunehmende Integration auf regionaler Ebene will die AU die Entstehung eines kontinentalen Binnenmarktes vorantreiben. Von den derzeit 16 in Subsahara-Afrika bestehenden Regionalorga- nisationen erkennt die AU sieben als regionale Wirtschaftsgemeinschaften an. Die Zusammenar- beit innerhalb der AU hat bei der Vermeidung von Konflikten auf dem Kontinent bereits ihre positive Wirkung entfaltet.

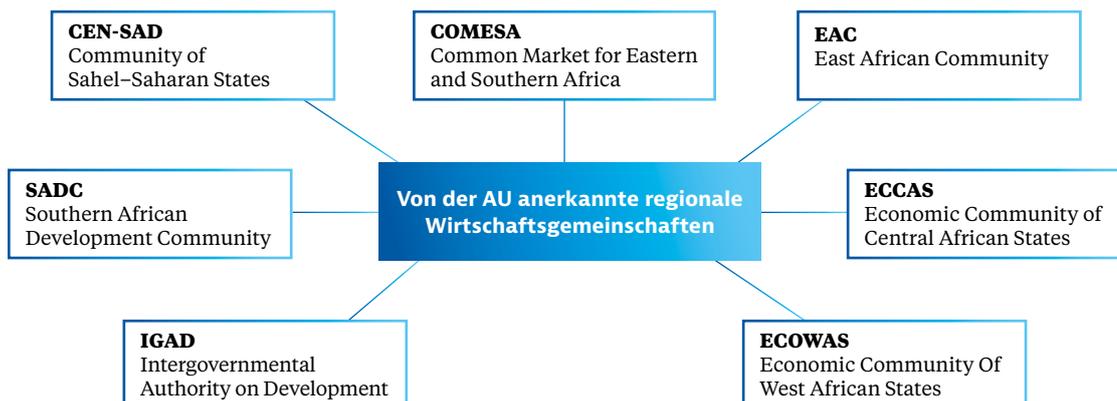
Die Regionalorganisationen unterscheiden sich deutlich in ihrem Integrationsniveau. Nach dem aktuellen Africa Regional Integration Index Report 2016 gilt nach wie vor die ostafrikanische Zollunion EAC als die am weitesten politisch und wirtschaftlich integrierte Regionalorganisation in Afrika. Danach folgen die Organisationen SADC und ECOWAS.

Ein Problem sind überlappende Mitgliedschaften. Viele Staaten sind Mitglied in mindestens zwei Regionalorganisationen, deren Konkurrenz weitere Integrationsfortschritte behindert. Vor diesem Hintergrund haben die Staats- und Regierungschefs aus 26 Ländern Afrikas im Juni 2015 die Schaffung einer neuen gemeinsamen Freihandels- zone, der sogenannten Tripartite Freihandelszone, vereinbart.

➔ Weitere Informationen finden Sie unter: www.gtai.de/afrika-wirtschaftsklima



Laufend aktuali- sierte Berichte und Analysen zu diesen und weiteren Märkten in Subsahara- Afrika unter www.gtai.de



Tripartite Freihandelszone

Die sogenannte Tripartite Freihandelszone soll die bereits bestehenden drei Freihandelsblöcke COMESA, EAC und SADC integrieren und den Warenverkehr zwischen den Mitgliedstaaten erleichtern. Die Vereinbarung ist ein erster Schritt zur Schaffung der Freihandelszone, bedarf jedoch zur praktischen Umsetzung noch der Zustimmung der 26 nationalen Parlamente. Angesichts der unterschiedlichen wirtschaftlichen Entwicklung der Teilnehmerstaaten könnte diese Phase noch zu Verzögerungen bei der Umsetzung führen. Nach dem derzeitigen Zeitplan soll das Freihandelsabkommen 2017 in Kraft treten.



Ostafrika und Südliches Afrika – COMESA

Ziel der 1994 gegründeten COMESA ist die Schaffung eines gemeinsamen Marktes durch Abbau der Zölle und Beseitigung von Handelshemmnissen für in der Region hergestellte Waren. Der erste Schritt zur Verwirklichung dieses Ziels, die Schaffung einer Freihandelszone zwischen allen Mitgliedstaaten, konnte noch nicht erreicht werden. Derzeit haben 15 Mitgliedstaaten ihre Zölle abgebaut. Einige Mitgliedstaaten arbeiten intensiv am Abbau mengenmäßiger Beschränkungen und anderer nichttarifärer Handelshemmnisse.

Zentralafrika – CEMAC

Ziel der 1994 gegründeten Zentralafrikanischen Wirtschafts- und Währungsgemeinschaft CEMAC ist die Förderung des regionalen Handels und Errichtung eines gemeinsamen Marktes. Die sechs Mitgliedstaaten (Äquatorialguinea, Gabun, Kamerun, Republik Kongo, Tschad und Zentralafrikanische Republik) haben einen gemeinsamen Außenzolltarif gegenüber Drittländern geschaffen, den Kamerun jedoch seit August 2016 gegenüber der EU aufgrund des WPA nicht mehr anwendet. Den zollfreien Austausch ihrer Ursprungswaren haben die CEMAC-Mitglieder bislang nicht vollständig umsetzen können.

Südliches Afrika – SADC

Der Entwicklungsgemeinschaft des südlichen Afrika (SADC) gehören heute insgesamt 15 Länder des südlichen und östlichen Afrika an. Ziel der Gemeinschaft ist unter anderem die regionale Integration in den Bereichen Wirtschaft und Handel. Auf der Grundlage des SADC-Handelsprotokolls haben 12 der 15 SADC-Mitgliedstaaten die Schaffung der Freihandelszone in Angriff genommen. Nachdem bis 2008 für 85% aller Waren die Einfuhrzölle im Warenverkehr zwischen diesen Ländern komplett abgebaut wurden, ist die Freihandelszone seit 1.8.08 in Kraft.

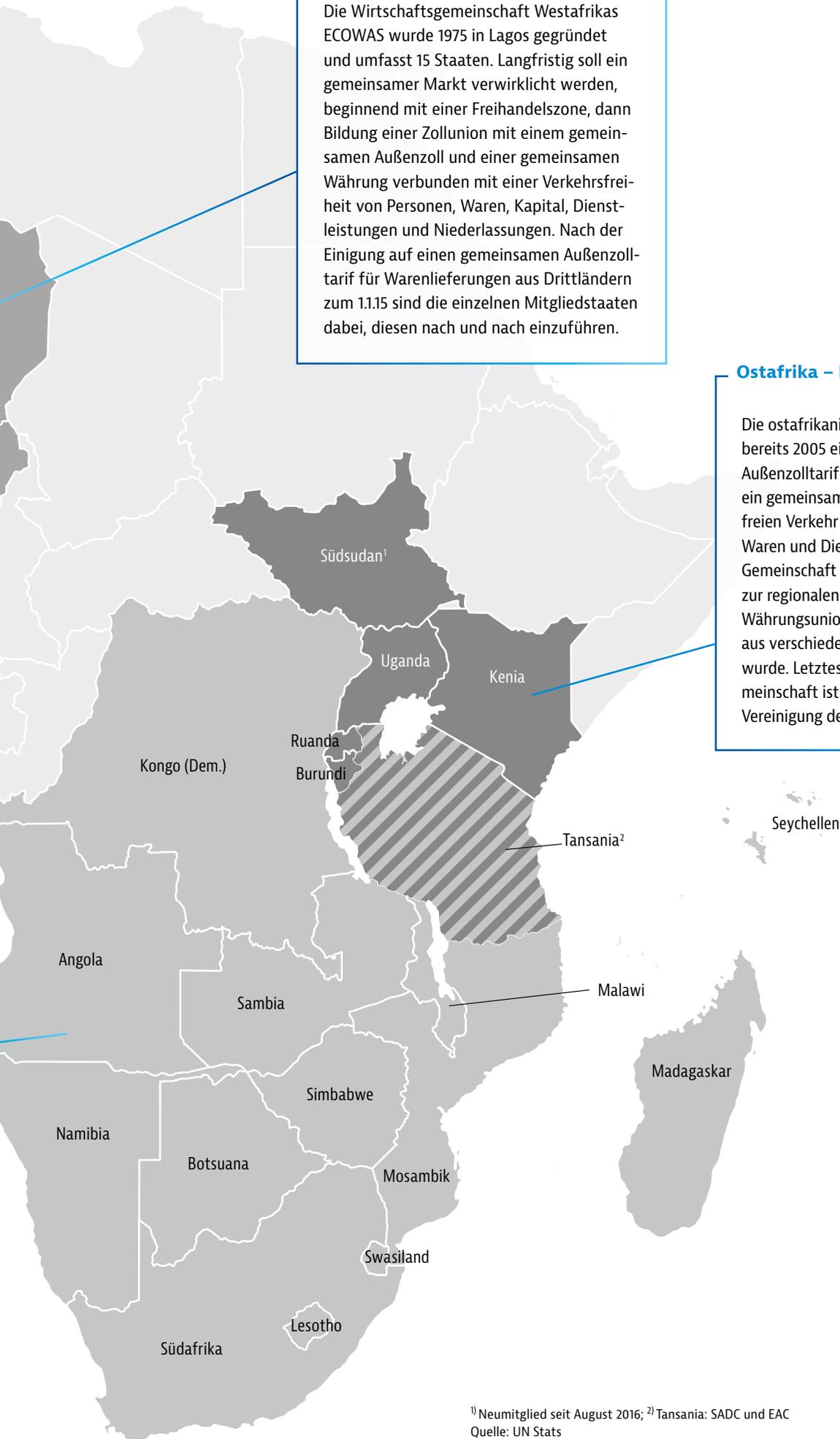
Das erste Abkommen zur Errichtung der Zollunion souveräner Staaten des südlichen Afrika (Südafrika, Botsuana, Lesotho und Swasiland) trat 1970 in Kraft (SACU Agreement). Namibia trat der Zollunion offiziell im Juli 1990 bei. Der zollrechtlich freie Austausch von Waren innerhalb der Zollunion ist mittlerweile erreicht.

Westafrika – ECOWAS

Die Wirtschaftsgemeinschaft Westafrikas ECOWAS wurde 1975 in Lagos gegründet und umfasst 15 Staaten. Langfristig soll ein gemeinsamer Markt verwirklicht werden, beginnend mit einer Freihandelszone, dann Bildung einer Zollunion mit einem gemeinsamen Außenzoll und einer gemeinsamen Währung verbunden mit einer Verkehrsfreiheit von Personen, Waren, Kapital, Dienstleistungen und Niederlassungen. Nach der Einigung auf einen gemeinsamen Außenzolltarif für Warenlieferungen aus Drittländern zum 1.1.15 sind die einzelnen Mitgliedstaaten dabei, diesen nach und nach einzuführen.

Ostafrika – EAC

Die ostafrikanische Gemeinschaft (EAC) hat bereits 2005 eine Zollunion mit gemeinsamem Außenzolltarif geschaffen. 2010 wurde dann ein gemeinsamer Markt beschlossen, der den freien Verkehr von Arbeitskräften, Kapital, Waren und Dienstleistungen innerhalb der Gemeinschaft vorsieht. Als weiterer Schritt zur regionalen Integration sollte 2012 eine Währungsunion gebildet werden, die jedoch aus verschiedenen Gründen verschoben wurde. Letztes großes politisches Ziel der Gemeinschaft ist die Schaffung einer föderalen Vereinigung der ostafrikanischen Staaten.



¹) Neumitglied seit August 2016; ²) Tansania: SADC und EAC
Quelle: UN Stats



SUBSAHARA-AFRIKA IM INTERNATIONALEN KONTEXT

Zugang zum Weltmarkt entscheidend

Der Zugang zum Weltmarkt spielt für Afrika und seine weitere Entwicklung eine wesentliche Rolle. Die Handelsbeziehungen der Länder südlich der Sahara mit der Europäischen Union sollen durch Wirtschaftspartnerschaftsabkommen (WPA beziehungsweise EPA) neu ausgerichtet werden. Die Verlängerung von AGOA verschafft ausgewählten Produkten einen günstigen Marktzugang in den USA.



Subsahara-Afrika
braucht einen
fairen und freien
Marktzugang

Die EU hat die Verhandlungen über WPA im Jahr 2002 mit folgenden afrikanischen Staatengruppen aufgenommen: CEMAC, COMESA, EAC, ECOWAS, SADC. Die Verhandlungen und das weitere Verfahren zur Umsetzung der Abkommen gestalteten sich angesichts unterschiedlicher Interessen und wirtschaftlicher Entwicklung der beteiligten Länder schwierig. Einige Abkommen werden weiter diskutiert, einige wurden bereits unterzeichnet oder stehen kurz davor.

Wirtschaftspartnerschaftsabkommen

Die Verhandlungen über ein WPA mit den 16 westafrikanischen Ländern wurden im Februar 2014 abgeschlossen. Im Herbst 2016 befand sich das Abkommen in der Unterschriftenphase. Zum Inkrafttreten bedarf es dann noch der Ratifizierung durch die Vertragsparteien. Danach erhalten Erzeugnisse der ECOWAS-Staaten zollfreien

Zugang zum EU-Markt. Umgekehrt werden die Staaten ihre Einfuhrzölle für EU-Waren stufenweise über einen Zeitraum von 20 Jahren abbauen.

Von den ursprünglich an den Verhandlungen beteiligten CEMAC-Ländern Zentralafrikas hat bisher nur Kamerun im Dezember 2007 einem Interims-WPA mit der EU zugestimmt, das seit 4.8.14 vorläufig angewendet wird.

Die EU und sechs SADC-Länder haben Mitte Juli 2014 die Verhandlungen über ein WPA erfolgreich abgeschlossen. Das Abkommen wurde am 10.6.16 unterzeichnet und zwischen der EU und Botswana, Lesotho, Namibia, Südafrika und Swasiland seit 10.10.16 vorläufig angewendet. Die Ratifizierung des Abkommens in Mosambik ist noch nicht abgeschlossen.

Die EU und die fünf Länder der EAC haben am 16.10.14 die Verhandlungen über ein umfassendes WPA mit der Paraphierung des Abkommenstextes durch die Verhandlungsführer erfolgreich abgeschlossen. Das Ergebnis der Verhandlungen berücksichtigt die unterschiedlichen wirtschaftlichen Entwicklungsstufen der Staaten. Das jetzt ausgehandelte Abkommen befreit die EAC-Staaten von der Gefahr des Verlustes des zoll- und quotenfreien Zugangs ihrer Produkte zum EU-Markt. Kenia und Ruanda sowie die EU einschließlich ihrer Mitgliedstaaten haben das Abkommen am 1.9.16 unterzeichnet. Die Unterzeichnung durch Uganda, Tansania und Burundi ist angekündigt. Südsudan wird zurzeit nicht vom WPA EU/EAC umfasst.

AGOA - African Growth and Opportunity Act

Die Mehrzahl der Staaten in Subsahara-Afrika können als Entwicklungsländer beziehungsweise als am wenigsten entwickelte Länder in den Genuss einseitiger Zollpräferenzen der Industrieländer kommen. Die USA gewähren neben dem „Generalized System of Preferences (GSP)“ Präferenzen im Rahmen des African Growth and Opportunity Act (AGOA). Diese einseitig gewährten Zollerleichterungen für die südlich der Sahara gelegenen Länder Afrikas wurde Ende Juni 2015 über den 30.9.15 hinaus bis 2025 verlängert.

Das Abkommen bietet Investoren nun mehr Sicherheit und ausgewählten Produkten günstigen Marktzugang in den USA. Ziel dieses US-Programms ist die Förderung von Entwicklungs- und Schwellenländern. Daneben trägt es zur preisgünstigen Versorgung der einheimischen Industrie mit Rohstoffen und industriellen Vorprodukten bei. Die Liste der AGOA-Produkte umfasst hauptsächlich Textilerzeugnisse und Bekleidung, Erdölprodukte sowie industrielle Vorprodukte.

Wirtschaftsrecht

Wer Märkte in Afrika südlich der Sahara erschließen möchte, wird sich zwangsläufig mit dem Recht in diesen Ländern auseinandersetzen müssen. Gut und hilfreich ist es dann, die jeweilige Rechtsordnung zu kennen. So spricht man bei den Subsahara-Ländern von der Zugehörigkeit zu bestimmten Rechtskreisen. Ghana, Kenia und Nigeria gehören zum Beispiel dem englischen Rechtskreis an, Côte d’Ivoire, Senegal und Gabun dem französischen. Das südafrikanische Recht basiert hauptsächlich auf römisch-holländischem Recht mit britischen Einflüssen und das angolische Recht auf dem portugiesischen Recht. Viele Länder Subsahara-Afrikas sind Mitglieder unterschiedlicher internationaler Abkommen.



Weitere Informationen finden Sie unter:

www.gtai.de/recht

www.gtai.de/zoll

Mitgliedschaft in internationalen Verträgen

Ausgewählte Länder; Stand: Oktober 2016

	Nigeria	Ghana	Côte d’Ivoire	Kenia	Südafrika*	Angola
Kaufrecht						
Beitritt zum UN-Kaufrecht	●	●	●	●	●	●
Investitionsrecht						
Investitionsförder- und Investitionsschutzvertrag mit Deutschland	●	●	●	●	●	●
Gewerblicher Rechtsschutz						
Beitritt zu internationalen Übereinkommen	●	●	●	●	●	●
Schiedsgerichtsbarkeit						
Beitritt zum New Yorker Übereinkommen 1958	●	●	●	●	●	●
Steuerrecht						
Doppelbesteuerungsabkommen mit Deutschland	●	●	●	●	●	●
Entsendung						
Sozialversicherungsabkommen mit Deutschland	●	●	●	●	●	●

● liegt vor beziehungsweise Vertragsstaat; ● in Verhandlung beziehungsweise noch nicht in Kraft getreten; ● liegt nicht vor beziehungsweise kein Vertragsstaat

* Investitionsschutzvertrag durch Südafrika gekündigt; am 23.10.14 außer Kraft getreten; aufgrund der vereinbarten Nachwirkungsfrist bleibt der Rechtsschutz des Vertrages für bereits getätigte Investitionen noch für weitere 20 Jahre erhalten

Quelle: Germany Trade & Invest



STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

Wachstum mit Herausforderungen

Die Länder südlich der Sahara verzeichneten in den vergangenen Jahren hohe Wachstumsraten, aber noch besteht in vielen Bereichen großer Nachholbedarf. In vielen Ländern wächst die Mittelschicht, Konsumgewohnheiten verändern sich, und die Ansprüche an Qualität steigen.

Marktgröße

Bereits heute leben etwa 1 Mrd. Menschen südlich der Sahara. Bis 2050 wird die Bevölkerung auf rund 2 Mrd. wachsen. Um die Menschen versorgen zu können, wird es immer wichtiger, Ressourcen effizient zu nutzen und die Produktivität der Landwirtschaft zu steigern. Die zunehmende Urbanisierung stellt dabei eine besondere Herausforderung dar, die Chancen für moderne Konzepte und Technologien mit sich bringt. Beachtenswert ist auch die zunehmende Integration des Kontinents. Innerafrikanische Waren- und Kapitalströme wachsen, zahlreiche afrikanische Unternehmen, beispielsweise Dangote, Shoprite und MTN, sind auf dem ganzen Kontinent aktiv.

Hoher Nachholbedarf

Großer Nachholbedarf besteht vor allem in der Verkehrs- und Energieinfrastruktur. Aber auch Umwelttechnik, Gesundheitswirtschaft und Bildung hinken im weltweiten Vergleich hinterher, die demografische

Entwicklung erhöht die Notwendigkeit für Investitionen zusätzlich. Laut WHO haben fast 700 Mio. Menschen südlich der Sahara keinen Zugang zu „verbesselter (improved)“ Sanitärversorgung, etwa 320 Mio. nicht zu „verbesselter“ Trinkwasserversorgung. Die Internationale Energieagentur schätzt, dass etwa zwei Drittel der Bevölkerung nicht an die Stromversorgung angeschlossen sind. Und schließlich zeigt der Konsumhunger der wachsenden Mittelschicht in vielen Ländern, dass auch hier noch einiges nachzuholen ist. In den Metropolen eröffnen immer mehr Einkaufszentren, die sich an „westlichen“ Vorbildern orientieren. Waren sollen ansprechend präsentiert und verpackt sein, was die Anforderungen an die Zuliefer- und Ausstattungsbranche erhöht.

Politische Unwägbarkeiten

Der Markteintritt in vielen Ländern Subsahara-Afrikas wird durch instabile politische Verhältnisse erschwert. Selbst wenn demokratische Prozesse etabliert sind, können vielerorts unvorhergesehene

Entscheidungen Planungsprozesse verändern. Aufgrund von Protesten oder im Umfeld von Wahlen oder Machtwechseln können Unruhen auftreten. Landeskenntnisse sind in solchen Situationen noch wichtiger als ohnehin schon. Für Unternehmen, die über wenig oder keine Erfahrung auf dem Subkontinent verfügen, ist ein erfahrener Partner unerlässlich. Netzwerke und Kooperationen helfen, gut vorbereitet zu sein und schnell reagieren zu können.

Verkehrsinfrastruktur

Der Ausbau der Infrastruktur ist ein wichtiger Wachstumstreiber für die afrikanischen Volkswirtschaften. Umgekehrt bedeutet das aktuelle Infrastrukturdefizit für Exporteure lange Lieferzeiten und hohe Transportkosten. Ländliche Gebiete sind oft sehr schwer zu erreichen, in den explosionsartig gewachsenen Metropolen sind die Straßen überlastet. Vor allem in Städten kommen vermehrt öffentlich-private Partnerschaften oder vollständig privat finanzierte Lösungen zum Einsatz. Investoren sorgen bei größeren Projekten manchmal selbst für die nötige Infrastruktur, von Transportwegen über Energie bis zu Schulen und Gesundheitszentren für Arbeiter und deren Familien. Beispielsweise baute der Bergbaukonzern Vale in Mosambik eine 912-km-Eisenbahnstrecke zum Transport der geförderten Kohle an die Küste.

Mobile Durchdringung

Die Verbreitung von mobilen Telefon- und Internetdienstleistungen schreitet voran. Das erschließt

neue Kundengruppen. 2015 verfügten 386 Mio. Menschen in Subsahara-Afrika über einen Mobilfunkvertrag, wobei die jährlichen Wachstumsraten seit 2010 im zweistelligen Bereich lagen. Vor allem in Ostafrika ist Mobile Banking ein Instrument, mit dem sich Investitionen im überschaubaren Rahmen auch für einkommensschwache Bevölkerungsgruppen finanzieren lassen. In Westafrika ist E-Commerce auf dem Vormarsch. Mobile Technologien werden beispielsweise in der Landwirtschaft, im Einzelhandel und im Gesundheitswesen eingesetzt.

Subsahara-Afrikas Top 10

Global Competitiveness Index 2016/2017

Land	Rang	Veränderung zum Vorjahr
Mauritius	45	+1
Südafrika	47	+2
Ruanda	52	+6
Botsuana	64	+7
Namibia	84	+1
Kenia	96	+3
Côte d'Ivoire	99	-8
Gabun	108	-5
Äthiopien	109	-

Quelle: The Global Competitiveness Report 2016-2017, World Economic Forum; untersucht wurden 138 Länder

Strengths (Stärken)

- Bevölkerung und Wirtschaftskraft wachsen
- Es besteht hoher Nachhol- und dadurch Investitionsbedarf
- Ergiebige Rohstoffvorkommen, deren Abbau und Verarbeitung ausgebaut werden kann
- Neue Technologien erschließen neue Märkte

Weaknesses (Schwächen)

- Infrastruktur ist in weiten Teilen unzureichend
- Politik und Sicherheitslage sind teilweise instabil
- Gut ausgebildete Fachkräfte sind Mangelware und dementsprechend teuer
- Bürokratische Prozesse sind teils langwierig und intransparent, Korruption ist weit verbreitet

Opportunities (Chancen)

- Mittelschicht wächst, vor allem in rohstoffreichen Ländern
- Urbanisierung erhöht den Bedarf an Konsum- und Investitionsgütern
- Industrieproduktion soll erhöht werden
- Geberfinanzierte Projekte bieten sich für den Markteinstieg an

Threats (Risiken)

- Steigende Verschuldung vieler Staaten kann zu Kapitalmangel führen
- Bevölkerungswachstum verstärkt soziale Probleme; die Ungleichheit nimmt zu
- Asiatische Konkurrenten haben teilweise eine sehr dominante Marktstellung
- Abhängigkeit von Rohstoffpreisen birgt die Gefahr externer Schocks



ABSATZCHANCEN

Viel ungenutztes Potenzial

Noch steht die Industrialisierung Subsahara-Afrikas ganz am Anfang. Doch es gibt in nahezu jedem Land gute Geschäftschancen, die aber größtenteils die Konkurrenz aus Asien wahrnimmt. Riesig ist der Markt für Konsumgüter.

Die Bevölkerung in den Ländern südlich der Sahara wächst rasant. In den Wirtschaftsmetropolen der rohstoffreichen Staaten ist eine Mittelschicht mit ständig steigender Kaufkraft entstanden, die eine immer breitere Palette an Produkten nachfragt. Trotz kurzfristiger Eintrübung des Konsumklimas aufgrund der sinkenden Öl- und Rohstoffpreise sprechen die Trends langfristig für hohes Absatzwachstum im Konsumgüterbereich - und das in allen Bereichen: Nahrungsmittel, Kosmetika, Kfz, Einzelhandel sowie E-Commerce.

Konsumgüter

Subsahara-Afrika besitzt eine sehr große Menge an Agrarrohstoffen, darunter Kakao, Palmöl, Kaffee und Mais. Doch noch ist der Kontinent weit davon entfernt, dieses Potenzial zu erschließen. Viel zu lange haben die afrikanischen Regierungen den Agrarsektor vernachlässigt. Mit der Folge, dass der Kontinent heute Nettoimporteur von Nahrungsmitteln ist. So bezieht Nigeria jedes Jahr Nahrungsmittel im Wert von mehreren Milliarden US\$ aus dem Ausland und war 2015 der weltweit zweitgrößte Reimporteur sowie die Nummer 1 bei der Einfuhr von Weizen und Zucker in Subsahara-Afrika. Der Bevölkerungsdruck führt langfristig zu einer hohen Nachfrage in nahezu allen Staaten.

Noch kaum erschlossen, aber ebenfalls expandieren dürfte der Markt für Produkte aus dem Bereich Körperpflege/Waschmittel/Kosmetika. Dieser wird genährt durch ein steigendes Hygienebewusstsein sowie Investitionen in den Aufbau eines formellen Einzelhandels in vielen Ländern.

E-Commerce erlebt einen Boom in zahlreichen afrikanischen Ländern. 2013 begannen die ersten Internetplattformen in den interessantesten Märkten Südafrika, Nigeria und Kenia. Vorreiter war Nigeria, das mit geschätzten 45 Mio. Internetnutzern der zehntgrößte Internetmarkt weltweit ist. Von Lagos aus bieten Jumia und Konga.com vor allem Kleidung und Elektronikartikel an. Jumia, das in mehreren Ländern die führende E-Commerce-Plattform ist, wurde von der deutschen Rocket Internet ins Leben gerufen.

Einzelhandel expandiert überall

Noch kauft die Mehrheit der Afrikaner auf offenen Märkten oder in kleinen Geschäften. Doch die Zahl der Einkaufszentren nach südafrikanischem Vorbild steigt: In den letzten zehn Jahren haben in Westafrika insbesondere die südafrikanische Einzelhandelskette Shoprite und die französische

Carrefour viel investiert. In Ostafrika gibt es derzeit einen Boom beim Bau von Shoppingcentern, die qualitativ hochwertige Ware des oberen Preissegments anbieten. Potenzielle Käufer sind hierfür neben der Mittelschicht die Diplomaten und Mitarbeiter internationaler Organisationen sowie die wachsende Zahl der Dollarmillionäre: laut süd-afrikanischem „New World Wealth Report“ gibt es in Kenia mittlerweile 8.500, in Südafrika und Nigeria ist die Zahl noch höher.

Gleichzeitig ist aber auch billige Ware aus China und Indien stark gefragt. Der Konkurrenz aus Asien müssen sich deutsche Konsumgüterhersteller und Einzelhandelsunternehmen stellen.

Die US-amerikanische Unternehmensberatung A. T. Kearney berechnet jährlich den Global Retail Development Index (GRDI). Dieser Index zum Entwicklungsgrad des Einzelhandels besteht aus den vier Komponenten Attraktivität des Marktes, Länderrisiken, Marktsättigung und Zeitdruck für Investitionen.

2016 kamen sechs der 30 im GRDI gelisteten Länder aus Subsahara-Afrika. Spitzenreiter der Region war Nigeria, das mit 180 Mio. Menschen der größte Absatzmarkt in Afrika ist. Mit Côte d'Ivoire und Ghana zählten noch zwei weitere westafrikanische Länder zu den Einzelhandelsmärkten mit besonderem Potenzial. Deutsche Einzelhändler sollten nicht zögern, ihre Chancen in Afrika zu nutzen. Konkurrenten insbesondere aus Frankreich, den USA und Südafrika sind in vielen Ländern bereits präsent.

Global Retail Development Index Ranking 2016

Rang*	Land
19	Nigeria
21	Côte d'Ivoire
23	Sambia
27	Südafrika
28	Ghana
29	Kenia



* von 30 Ländern
Quelle: A.T. Kearney

Investitionsgüter

Lokale Industrien haben sich in der Vergangenheit kaum entwickelt. Vieles wird bisher fertig importiert. Die verarbeitende Industrie trägt in Subsahara-Afrika nur 13% zum Bruttoinlandsprodukt bei, heißt es in einer Studie des Maschinenbauverbandes VDMA. Auch die Nachfrage nach Industriegütern ist insgesamt gering. Einige Leuchtturmbeispiele ragen aber heraus.

Die Nahrungsmittelverarbeitung steckt in weiten Teilen Afrikas noch am Anfang. Das Bevölkerungswachstum und die zunehmende Kaufkraft in den Städten lässt die Nachfrage nach modern verarbeiteten und qualitativ hochwertigen Nahrungsmitteln jedoch stetig steigen. Große Chancen bietet der nigerianische Markt: die Regierung ist in der derzeitigen Krise gezwungen, die Nahrungsmittelimporte zu reduzieren und bietet Investitionsanreize für eine lokale Produktion.

Südafrika hat die am weitesten entwickelte und diversifizierte Wirtschaftsstruktur des Kontinents. Die breite industrielle Basis des Landes sorgt für eine hohe Grundnachfrage nach Gütern und Dienstleistungen. Deutsche Unternehmen sollten sich deshalb nicht zu sehr von der derzeit schwachen Wirtschaftslage in der Kaprepublik abschrecken lassen. 2015 ist die Kfz-Produktion deutlich gestiegen. Aus Deutschland wurden viele Zulieferteile nachgefragt. Auch die Wasserinfrastruktur und Energieeffizienz bieten mittelfristig gute Lieferchancen.

Die kenianische Industrie ist die größte im ostafrikanischen Raum, bekommt aber Konkurrenz: Die Industrien in Äthiopien, Ruanda, Tansania und Uganda wachsen schneller. Besonders Äthiopien sticht heraus: Laut IWF dürfte das Land im laufenden Jahr zur größten Volkswirtschaft in Ostafrika aufsteigen. Äthiopien mausert sich zu einem interessanten Produktionsstandort für internationale Firmen. Bevorzugter Standort für produzierende Investoren sind neue Industrieparks, die gerade im Eiltempo entstehen. Überschattet werden die Errungenschaften jedoch von der angespannten politischen Lage.

Die Bergbauindustrie leidet unter den sinkenden Rohstoffpreisen. In einigen Staaten wird aber dennoch weiter investiert. Die Absatzchancen dürften bei Anziehen der Preise mittelfristig auch wieder steigen. Viele Staaten haben riesiges noch ungenutztes Potenzial, die Rohstoffe sind aber teils schwer zu erschließen. Neben administrativen Hürden kommen oft noch miserable Infrastrukturen hinzu. Die ostafrikanischen Staaten Tansania und Äthiopien fallen in diese Kategorie.

Generell ist Subsahara-Afrika ein interessanter Markt für deutsche Maschinenbauer. Laut VDMA-Berichten werden seit 2010 mehr Maschinen nach Subsahara-Afrika als nach Nordafrika geliefert: 2014 wurden deutsche Maschinen im Wert von rund 2,5 Mrd. Euro in die Subsahara-Region exportiert, nach Nordafrika im Wert von rund 1,9 Mrd. Euro.



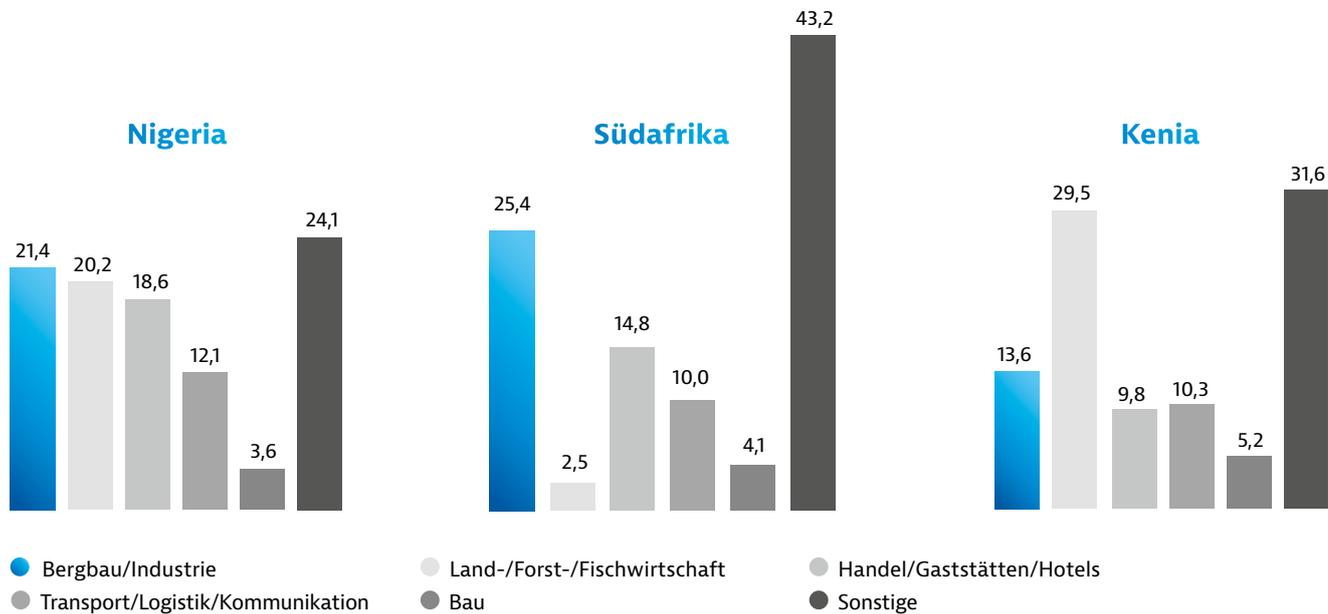
Die Industrialisierung steht in Subsahara-Afrika noch ganz am Anfang



Deutsche Autobauer investieren in Südafrika für die Herstellung neuer Modelle.

Struktur der Wirtschaft in ausgewählten Ländern

Anteile der Sektoren am BIP 2014 in %



Deutscher Mittelstand

Deutsche Unternehmen, insbesondere mittelständische, sind in Subsahara-Afrika nur schwach vertreten. Andere Länder steigern ihre Marktanteile und investieren aktiver.

Die großen Geschäfte machen mittlerweile Indien und die VR China. Der Vormarsch der beiden Länder geht ungebremst weiter. Deutschland spielt als Lieferant eine immer marginalere Rolle, auch wenn die absoluten Zahlen teilweise steigen. Deutsche Unternehmen sollten sich der Konkurrenz und der Schwierigkeiten bei der Marktbearbeitung bewusst sein, die Region aber nicht aus den Augen verlieren.

Eine Übersicht zu deutschen Firmen mit Afrikageschäft bietet die Unternehmensdatenbank beim Subsahara-Blog der IHK Mittlerer Niederrhein: www.subsahara-afrika-ihk.de/blog/tabelle/unternehmen/

Deutsche Produkte

Afrikaner gelten in hohem Maße als preis-, aber nicht qualitätsbewusst. Damit sind sie der ideale Kunde für die billigeren Produkte aus China und Indien. Angetrieben wird der Absatz durch den Boom im Einzelhandel. Indien profitiert von der großen indisch-stämmigen Community, die zum Beispiel in Ostafrika den Handel und die

Industrie dominieren. China greift die großen Infrastrukturprojekte ab und punktet durch Finanzierungspakete.

Produkte „made in Germany“ werden für ihre Qualität und ihren guten Ruf zwar bewundert, Vorzug erhält aber in den meisten Fällen das günstigere Produkt aus Asien. Deutsche Unternehmen, die über Afrikaerfahrung verfügen, können aber bei Nischen überzeugen, zum Beispiel als Zulieferer von Spezialtechnik.

Außenhandel

Noch ist Afrikas Anteil am Welthandel gering, zeigt aber steigende Tendenz: zwischen 1995 und 2011 erhöhte er sich um mehr als die Hälfte von 1,4 auf 2,2%. Für den weiteren Ausbau der Handelsbeziehungen spielt der Zugang zum Weltmarkt eine entscheidende Rolle. Das kürzlich bis 2025 verlängerte AGOA-Abkommen ist ein positives Signal. Für die Textilindustrie in Äthiopien war AGOA bisher ebenso ein Katalysator wie für die Automobilindustrie in Südafrika.

Handelspartner

China ist seit 2009 der wichtigste Handelspartner Subsahara-Afrikas (Platz 2 bei den Exporten nach Subsahara-Afrika, Platz 1 bei den Importen) und



China und Indien investieren kräftig

will diese Position mittels Krediten und Entwicklungsfonds weiter ausbauen. Aktuell trifft jedoch das abgeschwächte Wirtschaftswachstum in China vor allem die vom Rohstoffexport abhängigen Staaten wie Südafrika, Sambia, Angola und Nigeria hart.

Auch Indien hat den afrikanischen Markt für sich entdeckt und will kräftig investieren. Indien war 2014 mit 8,3% aller Exporte aus Subsahara-Afrika der größte Absatzmarkt des Kontinents und lag damit noch vor Konkurrent China.

Daneben ist seit der Jahrtausendwende die Türkei zunehmend in Erscheinung getreten. Von 2000 bis 2014 verzehnfachte sich der bilaterale Handel mit afrikanischen Ländern südlich der Sahara auf 8,4 Mrd. US\$. Turkish Airlines, die zu 48 Zielen in 31 afrikanischen Ländern fliegt, ist zur führenden Fluggesellschaft in Afrika aufgestiegen.

Frankreich ist vor allem im frankofonen West- und Zentralafrika sehr präsent. Die USA (Platz 4 bei Importen und Exporten), Spanien und das Vereinigte Königreich zählen bei einigen Ländern mit zu den wichtigen Handelspartnern. Ebenso spielt der intraregionale Handel eine große Rolle: Viele Länder beispielsweise im südlichen Afrika betreiben überwiegend Handel mit Südafrika. Die Kaprepublik lieferte Waren im Wert von 22,4 Mrd. US\$ in die anderen Länder südlich der Sahara und ist damit hinter China zweitwichtigstes Lieferland für den Kontinent.

Handelsstruktur

Die Länder Subsahara-Afrikas exportierten 2014 laut Angaben der Weltbank vor allem Rohstoffe (größtenteils Energieträger wie Öl und Gas sowie

Diamanten und Gold). Auf der Einfuhrseite sind die wichtigsten Güter Ausrüstungen für die Ölindustrie, Medikamente, Getreide sowie Fahrzeuge.

Auch bei den deutschen Importen aus Subsahara-Afrika stehen Rohstoffe an erster Stelle. Metallerze spielen ebenso eine nennenswerte Rolle, vor allem aus Südafrika, Guinea und Tansania. Die deutschen Exporte nach Afrika entsprechen den weltweiten deutschen Ausfuhren: Kfz und Kfz-Teile, Maschinen und chemische Erzeugnisse sowie elektrische Ausrüstungen.

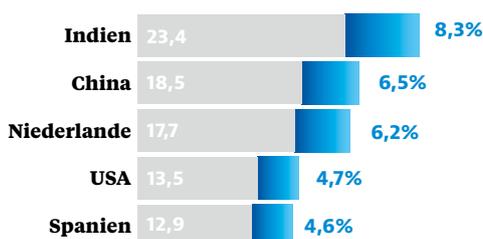
Nach Nigeria beispielsweise liefert Deutschland Ausrüstungen für die Ölindustrie, hinzu kommen Maschinen und Chemikalien für den Bausektor und die Nahrungsmittelindustrie. Die größten deutschen Exportpositionen nach Kenia waren 2015 Maschinen, Kfz und Getreide. Südafrika fragt viele Zulieferteile aus Deutschland für die Automobilindustrie nach. Auch deutsche Maschinen finden in Südafrika einen interessanten Absatzmarkt.

Deutsche Exporte

Im Jahr 2015 betrug der deutsche Außenhandel mit Subsahara-Afrika 25,55 Mrd. Euro und konnte damit gegenüber 2014 (25,21 Mrd. Euro) um 1,3% leicht zulegen. Der Anteil Subsahara-Afrikas am Gesamtaußenhandel sank aber weiter auf 1,19%, nach 1,24% im Jahr 2014. Im 1. Halbjahr 2016 belief sich der deutsche Außenhandel mit den Ländern südlich der Sahara auf 11,82 Mrd. Euro. Verglichen mit dem Vorjahreszeitraum (1. Halbjahr 2015: 13,06 Mrd. Euro) bedeutet dies einen Rückgang um 9,5%.

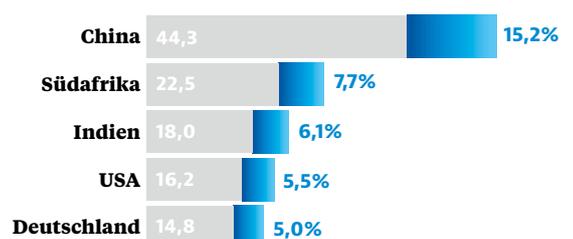
Die wichtigsten Handelspartner waren 2015 weiterhin Südafrika und Nigeria, wobei letztgenanntes Land im vergangenen Jahr starke Rückgänge

Top 5 der Absatzmärkte Subsahara-Afrikas
2014; Exportvolumen in Mrd. US\$*



* Anteil an Gesamtexporten in %
Quelle: Weltbank

Top 5 der Lieferländer Subsahara-Afrikas
2014; Importvolumen in Mrd. US\$*



* Anteil an Gesamtimporten in %
Quelle: Weltbank

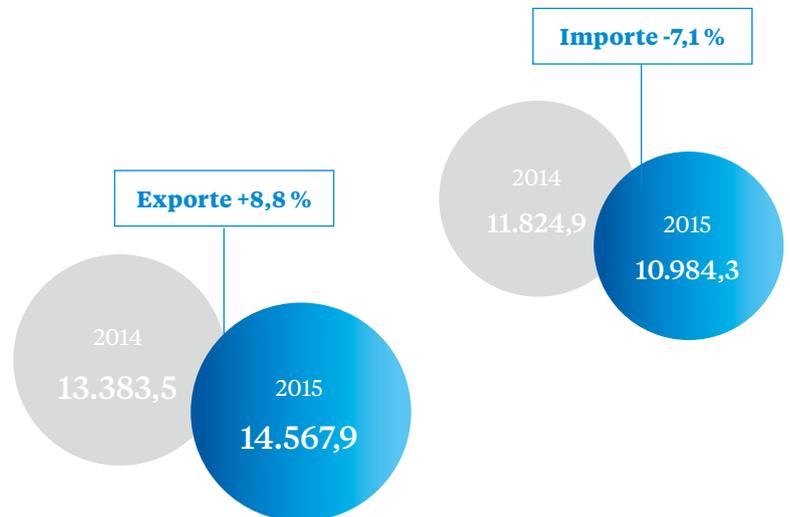
verzeichnete, weil der ohnehin niedrige Ölpreis seit Jahresmitte 2016 von einem heftigen Produktionsrückgang begleitet wird. Auch die Verfügbarkeit von Devisen bleibt begrenzt.

Gegen die beiden wirtschaftlichen Schwergewichte mit Gesamteinfuhren von 10,68 Mrd. Euro fallen die übrigen 47 Staaten weit ab. Insgesamt importierten sie im Jahr 2015 nur Waren im Wert von 3,88 Mrd. Euro aus Deutschland.

Interessant sind die stetig steigenden Absätze in Äthiopien (2015: +28,8%). Das Land ist ein schnell wachsender Maschinenmarkt. Äthiopien hat gute Chancen, in den nächsten Jahren Kenia als wichtigsten deutschen Absatzmarkt in Ostafrika zu überholen.

Hohe Schwankungen bei den Im- und Exporten sind beim Außenhandel mit Afrika üblich. Außer Südafrika und Nigeria gibt es (noch) keine größeren Märkte für deutsche Produkte. Es findet sich jedoch in jedem Land eine überschaubare Anzahl an Kunden und potenziellen Käufern. Diese zu identifizieren ist allerdings aufwändig und braucht gute Vorbereitung sowie Geduld und Zeit.

Deutsche Ex- sowie Importe nach Subsahara-Afrika in Mio. Euro; Veränderungen 2014/15 in %



Quelle: Statistisches Bundesamt, Stand 17.10.16

Die zehn größten Abnehmerländer Deutschlands 2015; in Mio. Euro

Land	2014	2015	Veränderung 2014/15 in %
Südafrika	8.299,1	9.647,3	16,2
Nigeria	1.375,4	1.040,9	-24,3
Kenia	315,8	369,5	17,0
Angola	372,6	335,5	-10,0
Äthiopien	236,8	305,0	28,8
Liberia	332,4	299,1	-10,0
Ghana	263,9	263,6	-0,1
Sudan	157,1	170,3	8,4
Côte d'Ivoire	144,0	154,8	7,5
Kamerun	136,8	154,4	12,9

Quelle: Statistisches Bundesamt, Stand 12.10.16

Die zehn größten Lieferländer Deutschlands 2015; in Mio. Euro

Land	2014	2015	Veränderung 2014/15 in %
Südafrika	4.901,2	5.890,7	20,2
Nigeria	3.980,7	1.920,6	-51,7
Côte d'Ivoire	892,7	968,7	8,5
Ghana	204,8	273,7	33,6
Äthiopien	185,2	173,2	-6,5
Tansania	162,8	166,5	2,3
Kenia	144,2	162,5	12,7
Madagaskar	126,9	161,8	27,5
Namibia	158,1	150,5	-4,8
Mosambik	120,8	150,2	24,3



ABSATZSTRATEGIE

Netzwerke als Türöffner

Eine Strategie für Subsahara-Afrika als Ganzes gibt es nicht. Trotz vieler Gemeinsamkeiten sind die Gegebenheiten in den einzelnen Ländern und Regionen sehr unterschiedlich. Dennoch gibt es Trends, die sich identifizieren und für den Vertrieb nutzen lassen. Noch mehr als andernorts ist es sinnvoll, auf das Angebot öffentlicher Institutionen zu achten, die helfen den Markteinstieg vorzubereiten, lokale Partner zu finden und Risiken abzusichern.

So vielfältig der Kontinent ist, so heterogen sind auch viele Länder an sich. Daher genügt es nicht mehr, von Südafrika aus „den Markt“ zu bearbeiten. Die fortschreitende regionale Integration und jeweils unterschiedliche Entwicklungsgeschwindigkeiten machen lokale Marktkenntnis unabdingbar. Auch die Analyse von Handelsströmen und wichtigen Verkehrsknotenpunkten kann entscheidend sein, um schnell liefern zu können oder Servicepersonal an Ort und Stelle zu bringen.

Vertrieb

In einigen Ländern sind die Beziehungen zu den ehemaligen Kolonialmächten sehr eng. Neben der Umgangssprache wirkt sich dies auch darauf aus, wie stark diese Länder vor Ort wahrgenommen werden. Andererseits sind viele führende Wirtschaftsvertreter aus Familien, die vor einigen Generationen eingewandert sind – in Ostafrika oft aus Indien, in Westafrika konnten sich Libanesen sehr gut behaupten. Da diese Gruppen potenzielle Partner oder Zielgruppen sind, können diese Gesichtspunkte wichtig sein und sollten beim Markteintritt berücksichtigt werden.

In den urbanen Zentren einiger Länder liegen Einkaufszentren und westliche Konsumartikel für die Mittelschicht im Trend. Bezogen auf ganz Subsahara-Afrika sind auf absehbare Zeit dennoch traditionelle Vertriebswege wichtig. Auch die finanziellen Möglichkeiten der Kunden, seien es Endverbraucher oder Gewerbetreibende, sollten im Auge behalten werden. Bei allem Potenzial, das südlich der Sahara schlummert, darf nicht übersehen werden, dass die Basis teilweise sehr niedrig ist. Mietmodelle oder Mikrofinanzierungen, unterstützt durch mobile Bezahl- und Fernwartungsmöglichkeiten, sind ein Ansatzpunkt, wie auch finanziell relativ schwache Gruppen erreicht werden können. So hat Bosch ein Konzept entwickelt, das Kauf, Leasing oder Miete von Werkzeug an zentralen Stationen ermöglicht.

Global denken, lokal handeln

Besonders für kleine und mittelständische Unternehmen ist die Bearbeitung von geografisch so großen und dabei sehr unterschiedlichen Märkten schwierig. Um sich ein Bild vor Ort machen und vor allem Kontakte zu Kunden oder eventuellen Vertriebspartnern knüpfen zu können, sollten Unternehmen bereits im Vorfeld Unterstützung suchen.

Unternehmen, die in vielen Ländern Subsahara-Afrikas erfolgreich sind, betonen die Bedeutung,

jeweils lokale Besonderheiten zu beachten. Eine lokale Niederlassung oder ein Partner, der den Markt und die Prozesse kennt, ist damit ein wichtiger Erfolgsfaktor. So werden im Nahrungsmittelsektor Produkte durch lokale Zutaten modifiziert, auch um die Preise anpassen zu können. Für die Lieferung von Waren und Ersatzteilen können Erfahrungen, wie mit der teilweise kaum vorhandenen Infrastruktur umgegangen werden sollte, und flexible, aber erprobte lokale Lösungen hilfreich sein.

Unterstützung für Netzwerke nutzen

Mit Informationsveranstaltungen im Inland sowie Markterkundungs- und Geschäftsanbahnungsreisen in verschiedene Zielmärkte unterstützt die Bundesregierung kleine und mittelständische Unternehmen bei den ersten Schritten auf neue Märkte. Unter www.ixpos.de finden Sie Termine und Zielmärkte dieses Markterschließungsprogramms.

Das Netzwerk der deutschen Auslandshandelskammern (AHK) stellt eine Anlaufstelle vor Ort dar. Von den Standorten in Angola, Ghana, Kenia, Nigeria und Südafrika (mit Zweigstellen in Sambia und Mosambik) erhalten deutsche Unternehmer Unterstützung. Eine Übersicht über die Standorte und Dienstleistungen finden Sie unter www.ahk.de. Darüber hinaus hilft der Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft durch Konferenzen und Delegationsreisen Kontakte zwischen deutschen und afrikanischen Unternehmen und Institutionen zu knüpfen (www.afrikaverein.de).

Erweiterung der Deckungspolitik wird fortgesetzt

Nachdem bereits 2014 für einige Länder Subsahara-Afrikas Hermesdeckungen auch zu mittel- und langfristigen Zahlungsbedingungen ermöglicht wurden, wird dieser Weg weiter verfolgt. Im Oktober 2016 waren für Geschäfte mit öffentlichen Bestellern aus den folgenden Ländern der Region Hermesdeckungen verfügbar – wenn Sicherheiten des Finanzministeriums oder der Zentralbank vorliegen.

- Äthiopien
- Côte d'Ivoire
- Ghana
- Mosambik
- Nigeria
- Ruanda
- Senegal
- Tansania
- Togo
- Uganda

Informationen zur aktuellen Beschlusslage finden Sie in der Länderliste des AGA-Portals www.agaportal.de

Ein weiteres wichtiges Instrument können Messebeteiligungen sein. Das Auslandsmesseprogramm des Bundes bietet dafür eine ideale Plattform. Über geförderte Gemeinschaftsbeteiligungen können Unternehmen den finanziellen und organisatorischen Aufwand minimieren und gleichzeitig von der Aufmerksamkeit eines großen Gemeinschaftsstandes unter dem Motto „made in Germany“ profitieren. Wichtige Messen dauern in Subsahara-Afrika oft wesentlich länger als in Europa. Wer diese Zeit nutzt, kann über die Messe hinausgehende Kontakte knüpfen und Eindrücke gewinnen. Informationen bietet der Ausstellungs- und Messeausschuss der deutschen Wirtschaft unter www.auma.de.



Der Bund unterstützt bei der Erschließung von Märkten und der Absicherung von Risiken

Finanzieren und Absichern

Während das Interesse an afrikanischen Ländern als potenzielle Zielmärkte steigt, scheuen gerade mittelständische exportorientierte Unternehmen das Risiko, Geld durch unbezahlte Rechnungen zu verlieren. Es gibt für deutsche Unternehmen verschiedene Möglichkeiten, Exportgeschäfte nach Afrika zu finanzieren oder abzusichern.

Ein bereits lange bewährtes Instrument sind staatliche Exportkreditgarantien. Diese sogenannten Hermesdeckungen sichern den Exporteur gegen wirtschaftliche und politische Risiken ab, indem der Bund große Teile des Risikos übernimmt.

Dies kann bereits in der Produktionsphase einsetzen und bis zur letzten Rate genutzt werden. Besonders im Wettbewerb mit asiatischen Konkurrenten ist auch die Finanzierung des Geschäfts ein wichtiger Punkt. Südlich der Sahara ist ein Komplettpaket aus einem guten Produkt zu einem wettbewerbsfähigen Preis mit einer Finanzierungsmöglichkeit gerne gesehen. Asiatische, vor allem chinesische Unternehmen sind in dieser Hinsicht meist im Vorteil.

Export- und Investitionsschutz vom Staat

Neben Exporten können auch Investitionen deutscher Unternehmen im Ausland gegen schwer kalkulierbare politische Risiken geschützt werden. Das spielt gerade in Afrika eine wichtige Rolle. Im Auftrag der Bundesregierung wickeln die Mandatäre PricewaterhouseCoopers und Euler Hermes die staatlichen Exportkredit- und Investitionsgarantien ab. Detaillierte Angaben zu den Deckungsmöglichkeiten in den einzelnen Ländern sowie weitere Informationen erhalten Sie unter: www.agaportal.de.

Entwicklungsprojekte als Einstieg

Subsahara-Afrika steht auf der Prioritätenliste vieler Geberländer, auch Deutschlands, weit oben. Das primäre Ziel der Entwicklungszusammenarbeit (EZ) ist eine langfristige Armutsminderung.



Lokalkennntnis und die richtigen Partner sind in afrikanischen Märkten noch entscheidender als anderswo.

Dafür stellen Regierungen der OECD-Länder (Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung), aber auch zunehmend aufstrebende Schwellenländer Entwicklungshilfegelder bereit.

In den Portfolios der Geber steht die Stärkung von Regierungskapazitäten und Grundversorgungsprogrammen – vor allem Bildung und Gesundheit – im Fokus. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Infrastrukturinitiativen, besonders in den Bereichen Transport, Energie und Wasser. Auch die Förderung der Landwirtschaft nimmt kontinuierlich einen hohen Stellenwert ein. Die daraus resultierenden EZ-Projekte bieten auch deutschen Unternehmen vielfältige Chancen zur Beteiligung.

Germany Trade & Invest stellt in deutscher Sprache aktuelle Informationen zu geplanten Investitions- und Entwicklungsvorhaben sowie Ausschreibungshinweise bereit.

Beratung und Förderung in Afrika

Die Organisationen der deutschen Entwicklungszusammenarbeit bieten vielfältige Hilfestellung für den Markteintritt. Die Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG), die Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) und die KfW-Entwicklungsbank sind in vielen afrikanischen Ländern mit eigenen Büros vertreten. Neben lokalspezifischem Know-how für den Geschäftseintritt gibt es auch finanzielle Unterstützung für nachhaltige unternehmerische Initiativen. Das größte Programm *develoPPP.de*, durchgeführt von DEG, GIZ und *sequa*, fördert ausgewählte Initiativen mit maximal 200.000 Euro, wobei das Unternehmen mindestens in gleicher Höhe investieren muss. Die GIZ verwaltet darüber hinaus einen speziellen Fonds für öffentlich-private Partnerschaften (Public Private Partnership, PPP) für Westafrika, aus dem Unternehmensprojekte kofinanziert werden.

Die DEG finanziert nachhaltige Investitionen privater Unternehmen in afrikanischen Ländern durch Beteiligungskapital sowie langfristige Darlehen und Garantien. Speziell für Investitionen in klimafreundliche Technologien sind die von der DEG koordinierten Klimapartnerschaften mit der Wirtschaft interessant, die Projekte anteilig mit bis zu 200.000 Euro unterstützen.



Weitere Informationen:
www.gtai.de/ausschreibungen
www.gtai.de/projekte



Erfolgsstrategien afrikanischer Unternehmen

Das Magazin *FastCompany* erstellt jährlich eine Rangliste der innovativsten Unternehmen südlich der Sahara. Einige Beispiele zeigen die Erfolgsstrategien der beiden letzten Listen:

Eneza Education: Das kenianische Start-up bietet virtuellen Unterricht über einfache Mobiltelefone. Für umgerechnet etwa 50 US-cent pro Monat können Lektionen in verschiedenen Fächern gebucht und auch in ländlichen Regionen abgerufen werden.

Konga: Kleinunternehmer und internationale Konzerne nutzen die in Nigeria ansässige E-Commerce-Plattform zum Absatz ihrer Erzeugnisse. Mehr als 200.000 Produkte werden angeboten, durch die fortschreitende Breitbandversorgung ist die Tendenz steigend.

Sanergy: Das Unternehmen versorgt mehr als 12.000 Menschen in Kenia mit tragbaren Toiletten, die über lokale Händler vertrieben werden. Der Abfall wird täglich gesammelt und zu Düngemitteln verarbeitet, die wiederum zu relativ günstigen Preisen an Farmer in Ostafrika verkauft werden.

One Acre Fund: Seit 2006 bietet One Acre Fund Farmern Saatgut und Düngemittel, Schulung für den Einsatz sowie Unterstützung beim Verkauf der Ernte. Inzwischen erreicht das Unternehmen etwa 200.000 Farmer in Kenia, Ruanda, Burundi und Tansania.

mPedigree Network: Der Service bietet Produktsicherheit für Hersteller und Kunden. Der Hersteller lässt sein Produkt registrieren und erhält dafür einen eindeutigen Code. Diesen Code kann der Kunde per SMS an den Service schicken und erhält kurzfristig eine Antwort, ob es sich um ein registriertes Produkt handelt. Gefälschte Produkte sind ein großes Problem, vor allem bei Medikamenten, der Service wird aber auch im Bereich Saatgut, Kosmetika und Textilien genutzt.

INVESTITIONEN

Konsumnahe Bereiche ziehen Kapital an

Investitionen sind für Subsahara-Afrika eine zentrale Größe auf dem Weg in eine nachhaltig positive Entwicklung. Zunehmend kommt dabei die private Wirtschaft innerhalb und außerhalb der jeweiligen Landesgrenzen ins Spiel. Deutsche Unternehmen sind spürbar zurückhaltender als ihre internationalen Konkurrenten.

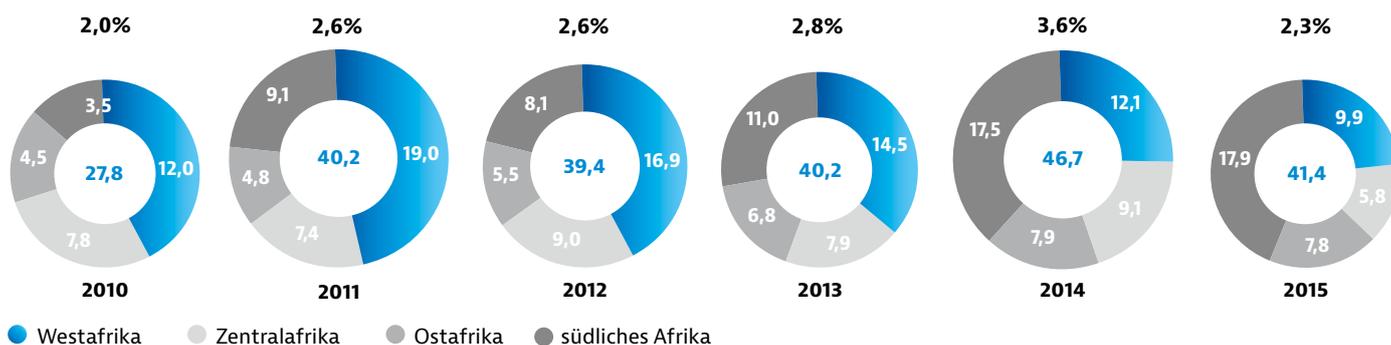
Sei es beim angestrebten Aufbau lokaler Verarbeitungsindustrien, sei es für Public Private Partnerships zur Realisierung von Infrastrukturprojekten, internationales Kapital wird südlich der Sahara dringend benötigt. Obwohl viele Staaten der Region beim Wettbewerb um ausländische Investoren erfolgreich an den Rahmenbedingungen feilen, ist der Zustrom neuen Kapitals bislang zwar stetig, aber relativ spärlich.

Direktinvestitionen

Auch in Zeiten niedriger Rohstoffpreise kann Subsahara-Afrika attraktiver Standort für Investitionen bleiben. Zwar scheint die Flut ausländischer Direktinvestitionen (FDI), die in erster Linie durch Rohstoffförderung in die Wirtschaftskreisläufe gespült wurden, abzuebben. In klassischen Zielregionen rohstoffgetriebener Aktivitäten – etwa

FDI-Zuflüsse nach Regionen

in Mrd. US\$¹; Anteil an globalem Wert in %²



¹) Abweichungen von Gesamtsumme durch Rundungen bedingt; ²) Einteilung der Regionen nach UNCTAD-Definition

Quelle: World Investment Report 2016

Sambia, Kongo und Nigeria – liegen kostenintensive neue Vorhaben oder Erweiterungsinvestitionen auf Eis beziehungsweise werden mit gedrosseltem Tempo umgesetzt. 2015 hat die gesamte Region südlich der Sahara im Sog niedriger Rohstoffpreise in der Gunst der Investoren Schaden genommen. Die FDI-Zuflüsse sind um mehr als ein Zehntel auf 41,4 Mrd. US\$ (2,3% des globalen Wertes) eingebrochen.

Für 2016 zeichnet der Global Investment Trend Monitor von UNCTAD ein deutlich optimistischeres Szenario. Zu Hoffnung Anlass gibt das stetige Umlenken von Kapitalströmen in konsumnahe Bereiche, angefangen von Nahrungsmitteln und Getränken über Finanzdienstleistungen bis hin zur Bereitstellung von Basisinfrastruktur (Strom, Wasser, Transport). Die sektorale und regionale Bandbreite möglicher Investitionsfelder beziehungsweise -standorte wächst. Zugleich sind Investoren mehr denn je gefordert, nicht auf den schnellen Gewinn zu schielen, sondern ihre Strategie auf langfristige Ziele auszurichten.

Die Investitionen deutscher Unternehmen spielen derzeit noch eine nachgeordnete Rolle. Die Bundesbank beziffert die deutschen Direktinvestitionsbestände südlich der Sahara für 2014 auf etwas über 7 Mrd. Euro, während beispielsweise die Banque de France für französische Engagements rund 31 Mrd. Euro ausweist. Regional betrachtet ist Südafrika mit seiner diversifizierten Wirtschaftsstruktur und seiner breiten industriellen Basis der absolute Favorit der deutschen Investoren.

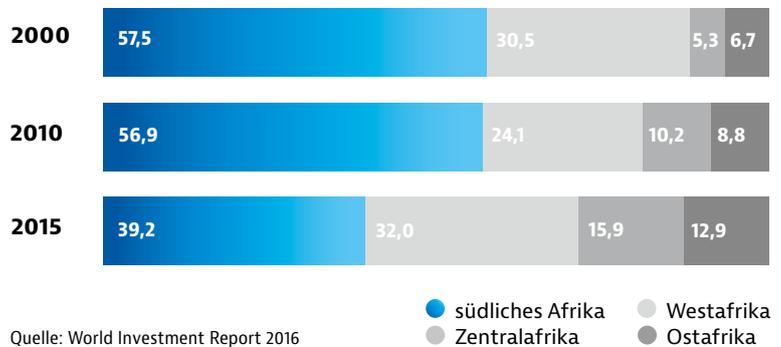
Umgekehrt kommen aus Südafrika mit knapp 0,8 Mrd. Euro (2014) mit Abstand die meisten Direktinvestitionen südlich der Sahara nach Deutschland. Diese Führungsrolle macht auch der Blick auf die Projektzahlen deutlich. Von Januar 2010 bis Juni 2016 registrierte fDiMarkets 19 Greenfield-Projekte aus Subsahara-Afrika, 15 davon aus der Kaprepublik und je eines aus Burkina-Faso, Ghana, Kenia und Namibia.

Investitionsförderung

Subsahara-Afrika macht es ausländischen Investoren nicht leicht. Im Doing-Business-Report der Weltbank liegt der Schnitt für die Volkswirtschaften südlich der Sahara 2017 bei Rang 146 von 190 untersuchten Ländern, mit Mauritius als Bestplatziertem (Rang 49) und Somalia als Schlusslicht. Zugleich hatten aber 77% der Länder seit der letzten Bewertung wenigstens eine Reform auf den Weg gebracht.

FDI-Bestände nach Regionen

Anteile an Gesamtbeständen in %



Der Wettbewerb um ausländisches Engagement mündet in vielfältige Formen der Investitionsförderung. So werden zunehmend One-Stop-Shops eingerichtet, die potenziellen Investoren Zugang zu Informationen und Services für den Markteintritt aus einer Hand bieten sollen. Das sollte aber nicht suggerieren, dass eine Investition damit zur bürokratisch einfachen, schnell zu bewerkstellenden Angelegenheit wird. Die Realität in Subsahara-Afrika ist anders: Investoren brauchen direkte Kontakte in die Politik und müssen prüfen, ob die Investment Development Agencies diese tatsächlich herstellen können.

Ruf, Kompetenz und Engagement der Investitionsfördergesellschaften variieren stark. Musterbeispiel für gelungenes Werben um ausländisches Investitionskapital ist derzeit Äthiopien. Das Land ist bemüht, Differenzen mit den Investoren im Dialog zu klären und konnte mit gutem Erfolg und relativ schnell arbeitsintensive Textil-, Bekleidungs- und Lederfirmen ansiedeln.

Die Website <http://investmenpolicy.hub.unctad.org/imp> informiert zu Investment Facilitation, etwa Einrichtung einer nationalen Investitionsbehörde, Investment Incentives, wie steuerliche Anreize oder Investitionszuschüsse, sowie Sonderwirtschaftszonen, zuletzt geschehen in Kenia oder auch Südafrika.

Mitarbeitersuche und -kosten

In Subsahara-Afrika sind Fachkräfte vielfach Mangelware. Vor allem Ingenieure, IT-Spezialisten, Wirtschaftswissenschaftler und Facharbeiter in technischen Berufen sind aufgrund unterentwickelter Bildungssysteme rar. Beispielsweise belegte Südafrika im aktuellen Global Competitiveness Report bei Schulbildung in Mathematik und Naturwissenschaften den 138. und damit letzten Rang.

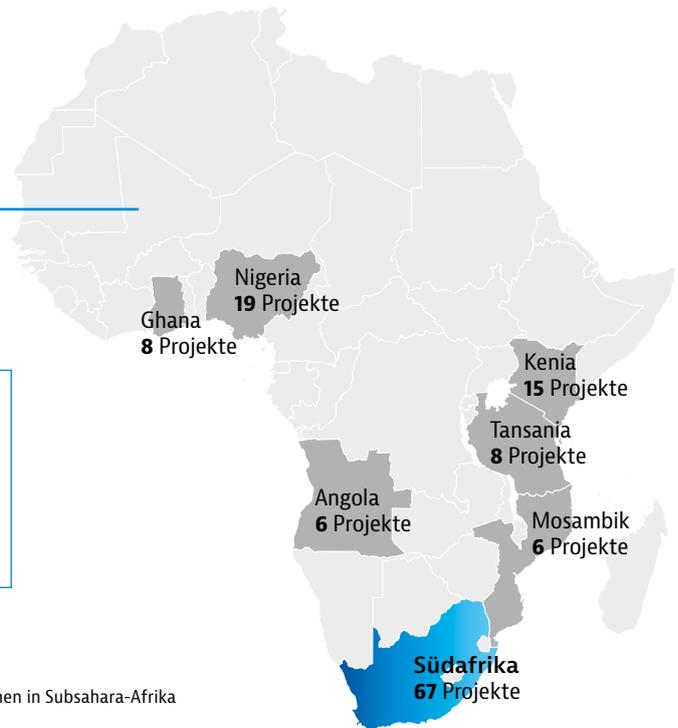
INVESTITIONEN

TOP 5 Zielländer *

1/10 bis 6/16; ohne M&A-Deals und Beteiligungen; Anzahl der Projekte

TOP 5 Zielbranchen *

Chemische Industrie	28 Projekte
Transport und Logistik	23 Projekte
Kfz- und Teile	21 Projekte
Maschinen- und Anlagenbau	17 Projekte
Finanzdienstleistungen	14 Projekte



* bei deutschen Greenfield- und Erweiterungsinvestitionen in Subsahara-Afrika
Quelle: fDi markets

Vor diesem Hintergrund gestaltet sich die Rekrutierung geeigneter Mitarbeiter häufig äußerst schwierig. Wer südlich der Sahara produzieren will, sollte sich darauf einstellen, die Aus- und Weiterbildung des Personals selbst in die Hand nehmen zu müssen. Deutsche Unternehmen werden bei der Organisation konkreter dualer Ausbildungen unter anderem von den jeweiligen Auslandshandelskammern unterstützt, so etwa in Nigeria und Südafrika.

Der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) hat in Botsuana, Kenia und Nigeria in Zusammenarbeit mit lokalen Partnern die Initiative „Fachkräfte für Afrika“ ins Leben gerufen. Die Berufsfelder Industriemechanik, Elektronik und Mechatronik spielen dabei eine besondere Rolle.

Auf Schulungen in Deutschland liegt der Fokus von „Afrika kommt“ – einem Stipendienprogramm für künftige Führungskräfte, durchgeführt von der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ).

Mitarbeiterbindung

Nicht immer zahlen sich die Investitionen in die Mitarbeiterqualifikation für die Unternehmen in der gewünschten Form aus. Die Abwerbung innerbetrieblich qualifizierter Mitarbeiter ist eine leidige Erfahrung. Mitarbeiterbindung, üblicherweise über die Löhne, wird damit zunehmend zum Thema. Vielfach ziehen Mitarbeiter weiter, sobald sich ein Arbeitgeber mit einem besseren Gehaltspaket gefunden hat.

Deutsche Investitionen in Subsahara-Afrika

Stand 2014



Quelle: Deutsche Bundesbank, Bestandserhebung über Direktinvestitionen, 2016

Deutsche FDI-Bestände in Südafrika 2014

Mio. Euro; nach Sektoren



Wichtigste industrielle Zielbranchen in Südafrika

Anteile in % an gesamten FDI im verarbeitenden Gewerbe



Quelle: Deutsche Bundesbank, Bestandserhebung über Direktinvestitionen, 2016

Löhne und Gehälter

Für die Arbeitsmärkte Subsahara-Afrikas ist ein hoher Anteil informell Beschäftigter oder in der Subsistenzlandwirtschaft Tätiger charakteristisch. Auf den formellen Märkten sind die jeweiligen Lohngefüge häufig extrem intransparent. Beispielsweise gibt es in Tansania an die 30 unterschiedliche Mindestlöhne, mehr als 50 sind es in Kenia und etwa doppelt so viele in Südafrika.

Qualifizierte Kräfte müssen in vielen Ländern teuer bezahlt werden. So berichten deutsche Mittelständler, dass ein Ingenieur in Nigeria ein ähnliches Gehalt fordern kann wie in Deutschland. In Südafrika verdienen Topmanager mehr als ihre Kollegen im Vereinigten Königreich oder den USA.

Weitere Lohnbestandteile

Neben dem Lohn spielen in Subsahara-Afrika häufig Statussymbole wie Firmenhandy und -wagen eine Rolle. In den meisten Ländern der Region sind die Arbeitnehmer nicht automatisch Mitglied in einer Krankenkasse, sodass dies häufig Bestandteil der Lohnverhandlungen ist. Da es mehrheitlich keine nennenswerten Rentenversicherungen gibt, sind oft innerbetriebliche Regelungen üblich beziehungsweise gesetzlich vorgeschrieben. So hat zum Beispiel in Kenia jeder Mitarbeiter bei seinem Ausscheiden – auch bei eigener Kündigung – gesetzlich Anspruch auf ein Monatsgehalt pro Jahr geleisteter Arbeit.

In Südafrika macht der Arbeitgeberanteil zur Arbeitslosenversicherung lediglich 1% aus. Zur betrieblichen Altersvorsorge – eine staatliche Rentenversicherung gibt es nicht – steuert der Arbeitgeber meist 7 bis 10% des Bruttolohns bei. Bei der Krankenversicherung werden häufig 50% des jeweiligen Tarifs einer Privatversicherung auf freiwilliger Basis übernommen.



Weitere Informationen finden Sie unter:
www.gtai.de/suedafrika-lohn

Südafrika: Durchschnittliche Bruttomonatslöhne nach Branchen; 2015, in US\$*

Insgesamt	1.312
Strom/Gas/Wasser	2.679
Transport und Telekommunikation	1.621
Öffentliche Verwaltung, Bildungs- und Sozialwesen	1.539
Finanzwesen, Banken, Versicherungen, Immobilienbranche	1.413
Bergbau	1.502
Verarbeitendes Gewerbe	1.183
Bauwirtschaft	1.005
Handel, Hotels und Gastronomie	893

* umgerechnet nach Jahreswechsellkurs 2015: 1 US\$ = 12,974 R Quelle: Stats SA

Impressum

Herausgeber

Germany Trade and Invest
Gesellschaft für Außenwirtschaft
und Standortmarketing mbH
Villemombler Straße 76
53123 Bonn
Germany

T +49 (0)228 249 93-0
F +49 (0)228 249 93-212
info@gtai.de
www.gtai.de

Hauptsitz

Friedrichstraße 60, 10117 Berlin

Geschäftsführung

Dr. Benno Bunse, Erster Geschäftsführer
Dr. Jürgen Friedrich, Geschäftsführer

Autoren

Samira Akrach, Martin Böll, Hans-Jürgen Diedrich,
Carsten Ehlers, Helge Freyer, Martin Kalhöfer,
Andrea Mack, Edith Mosebach, Dorothea Netz,
Peter Schmitz, Heiko Stumpf

Redaktion

Samira Akrach, Edith Mosebach, Peter Schmitz

Ansprechpartner

Wirtschaft: Martin Kalhöfer
T +49 (0)228 249 93-217
martin.kalhoefer@gtai.de

Recht: Helge Freyer
T +49(0)228 249 93-368
helge.freyer@gtai.de

Zoll: Andrea Mack
T +49 (0)228 249 93-346
andrea.mack@gtai.de

Entwicklungszusammenarbeit & Öffentliche
Aufträge: Dorothea Netz
T +49 (0)228 249 93-339
dorothea.netz@gtai.de

Layout

Germany Trade & Invest

Druck

inpuncto:asmuth druck + medien gmbh, Köln

Bildnachweise

Titelfoto: iStockphoto/vladimir kondrachov;
S.2: Fotolia/donvictori0; S.4: iStockphoto/Jaco-
blund; S.8: iStockphoto/derejeb; S.10: iStockphoto/
kosmozoo; S.12: iStockphoto/THEGIFT777;
S.14: iStockphoto/shujaa_777; S.16: iStockphoto/
Africalmages; S.18: Fotolia/LVDESIGN; S.22: iStock-
photo/gruizza; S.24: istockphoto/kupicoo;
S.26: iStockphoto/THEGIFT777; S.29: iStockphoto/
hsihsiang Liu; S.31: Shutterstock/Arseniy; Kras-
nevsky; S.32: iStockphoto/vladimir kondrachov

Rechtlicher Hinweis

©Germany Trade & Invest, November 2016
Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch
teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher
Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt
keine Haftung für den Inhalt.

Bestellnummer

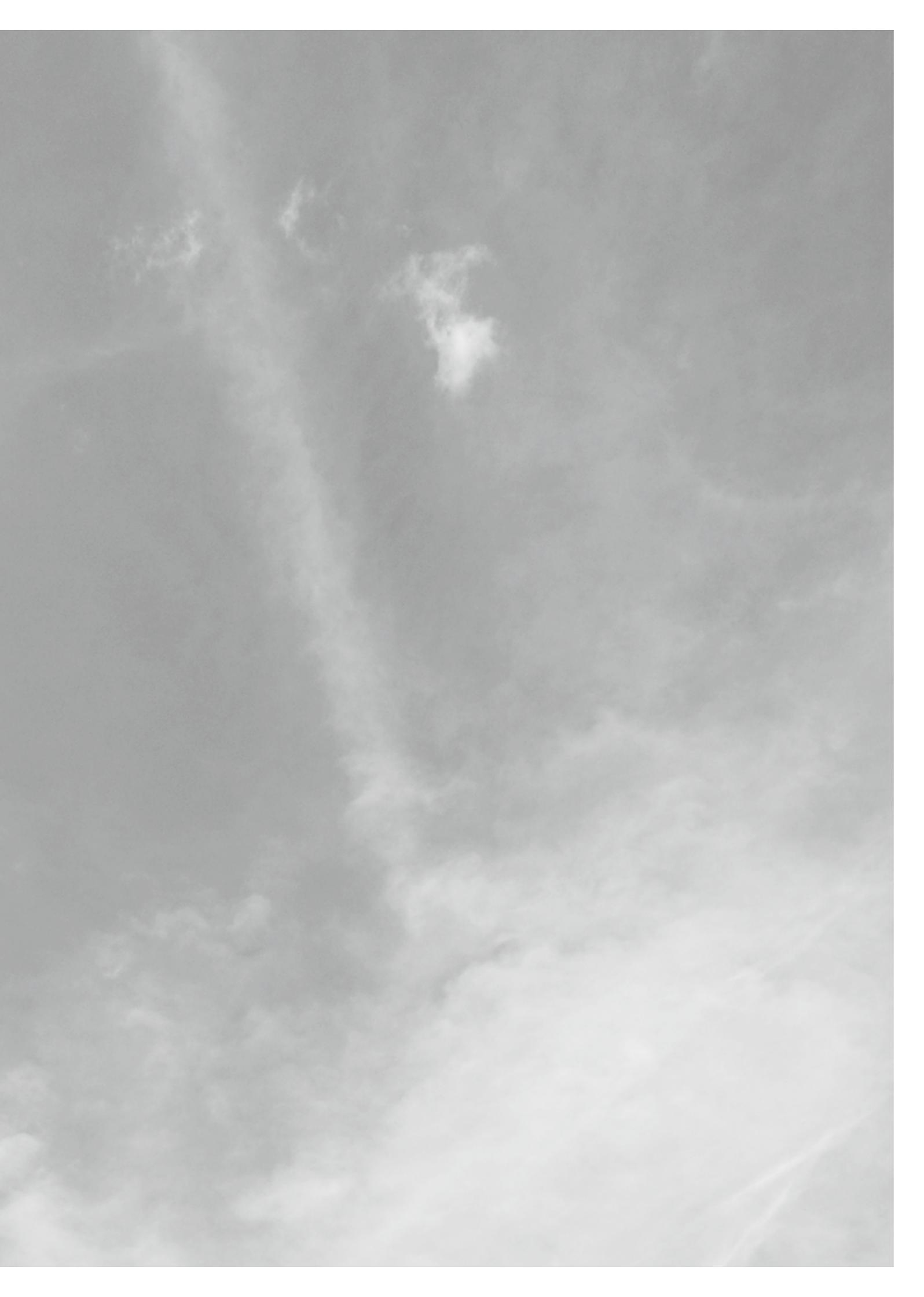
20882

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Über uns

Germany Trade & Invest (GTAI) ist die Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Bundesrepublik Deutschland. Die Gesellschaft sichert und schafft Arbeitsplätze und stärkt damit den Wirtschaftsstandort Deutschland. Mit über 50 Standorten weltweit und dem Partnernetzwerk unterstützt GTAI deutsche Unternehmen bei ihrem Weg ins Ausland, wirbt für den Standort Deutschland und begleitet ausländische Unternehmen bei der Ansiedlung in Deutschland.

Germany Trade & Invest

Hauptsitz

Friedrichstraße 60
10117 Berlin
Germany
T +49 (0)30 200 099-0
F +49 (0)30 200 099-111
invest@gtai.com
www.gtai.com

Germany Trade & Invest

Standort Bonn

Villemombler Straße 76
53123 Bonn
Germany
T +49 (0)228 249 93-0
F +49 (0)228 249 93-212
trade@gtai.de
www.gtai.de

