

Afrikas grelle Kontraste

Die letzten «Frontier»-Märkte – keine Wohnadressen, aber modernste Breitbandtechnologie

Der afrikanische Kontinent lockt mit hohen Wachstumsraten und einer attraktiven Demografie. Doch er eignet sich nicht für alle, wie Praxisbeispiele am Africa Business Day aufzeigten.

Giorgio V. Müller · In einer afrikanischen Metropole kann ein geschäftliches Treffen bereits daran scheitern, dass es in der Stadt keine offiziellen Wohnadressen gibt. Die meisten Afrikaner besitzen zudem weder Kreditkarte noch Bankkonto und hegen gegenüber Unternehmen generell Misstrauen. Kein Wunder, liefern Amazon und Ebay keine Waren auf den afrikanischen Kontinent. Trotzdem oder gerade deshalb gibt es Unternehmer, die diese Mankos nicht als eine Barriere, sondern als eine Chance für lukrative Geschäfte betrachten. Am jährlich von Rainbow Unlimited und Switzerland Global Enterprise durchgeführten Africa Business Day in Zürich sind einige dieser Verwegenen aufgetreten, sie schilderten ihre spannenden Erlebnisse und gaben den Teilnehmern Ratschläge, was in dieser speziellen Region zu beachten sei.

Surfen so schnell wie in Zürich

In Sachen Breitbandanschlüsse hinkt Afrika dem Rest der Welt weit hinterher. Während in Europa und den USA mittlerweile vier von fünf Anschlüssen über eine schnelle Internetverbindung verfügen, ist es in Afrika, wo kaum 4% der Bevölkerung überhaupt einen Anschluss haben, nur jeder fünfte. Die in unseren Breitengraden üblichen Monatsabonnemente sind dort selten, in der Regel müssen sich Mobiltelefonnutzer mit im Voraus bezahlten Wertkarten begnügen. Trotzdem sind in Afrika bereits an 33 Standorten Netze der neusten Mobilfunk-Generation (4G LTE) eingerichtet worden, und weitere 40 Netze stehen vor der Inbetriebnahme, so legte es Anat Bar-Geva dar, die zusammen mit ihrem Mann seit Jahren im Telekomsektor neue Unternehmen gründet. Jüngstes Kind der israelischstämmigen und in Zürich wohnhaften Insead-Absolventin ist YooMee Africa, die in Kamerun und bald in Côte d'Ivoire schnelle Breitbandverbindungen anbietet, die technisch mit denen in Zürich vergleichbar sind.

Längerfristiges Ziel von YooMee Africa ist der Aufbau einer Infrastruktur, die elektronischen Handel erlaubt (E-Commerce). Dabei hofft das Unternehmen, dass die Entwicklung ähnlich rasch verläuft wie bei den Mobiltelefo-

nen, mit denen der Evolutionsschritt über den Festnetzanschluss übersprungen wurde. Bar-Geva zeigte sich zuversichtlich, dass nach den Studenten auch die schnell wachsende Mittelschicht solche Dienstleistungen nachfragen und dem elektronischen Handel in Afrika zum Durchbruch verhelfen werde.

Noch ist es aber nicht ganz so weit, denn es fehlen die nötigen Anbieter und lokalen Inhalte. Das hat auch die grösste Schweizer Verlagsgruppe, Ringier, bemerkt, die nun in einigen afrikanischen Ländern Online-Inhalte publiziert. Martin Fessler, Leiter von Digital Media bei Ringier, erzählte, wie im vergangenen November in Nigeria das erste Projekt gestartet wurde. Dabei musste er das Rad nicht neu erfinden. Deshalb sieht der optische Auftritt von www.pulse.ng der Tageszeitung «Blick» sehr ähnlich. Genutzt wird das Portal meist über mobile Geräte. Ähnliche Websites lancierte Ringier in Senegal, Kenya und Ghana. Als nächste Stationen sollen Kamerun, Tansania, Uganda und Côte d'Ivoire in Angriff genommen werden. Noch werde damit kein Geld verdient, doch einige der Portale würden nächstes Jahr die Gewinnschwelle erreichen. Solche Investitionen brauchen laut Fessler eben viel Geduld.

Die höchsten Margen

Diese Geduld hatte das Frachtunternehmen DHL Express, und es zahlte sich aus. Der zur Deutsche-Post-Gruppe gehörende Logistiker hat in Afrika vor gut 35 Jahren seine erste Niederlassung eröffnet. Heute ist er laut Charles Brewer, der für die Region Subsahara verantwortlich ist, der einzige in sämtlichen 54 Ländern des Kontinents vertretene multinationale Konzern. Trotz allen Unwägbarkeiten und Ineffizienzen in diesem Geschäft erziele die Gruppe in Afrika die höchsten Margen. Die hohe Abhängigkeit von Importen zeige sich daran, dass ihre Flugzeuge beim Hinflug voll, auf der Rückreise aber meist leer seien. Die Verkehrsinfrastruktur zu Land sei ungenügend und bremse die wirtschaftliche Entwicklung. Doch die Regierungen könnten allein schon durch die Beseitigung unnötiger Engpässe beim Zoll viel erreichen.

Immer wieder abschreckend auf neue Investoren wirkt die Korruption, die in Afrika sehr verbreitet ist. Experten raten, auf kurzfristige Vorteile und Abkürzungen zu verzichten. Wer in der Region längerfristig engagiert bleiben wolle, fahre besser, den korrekten, wenn auch mühsameren Weg zu nehmen.