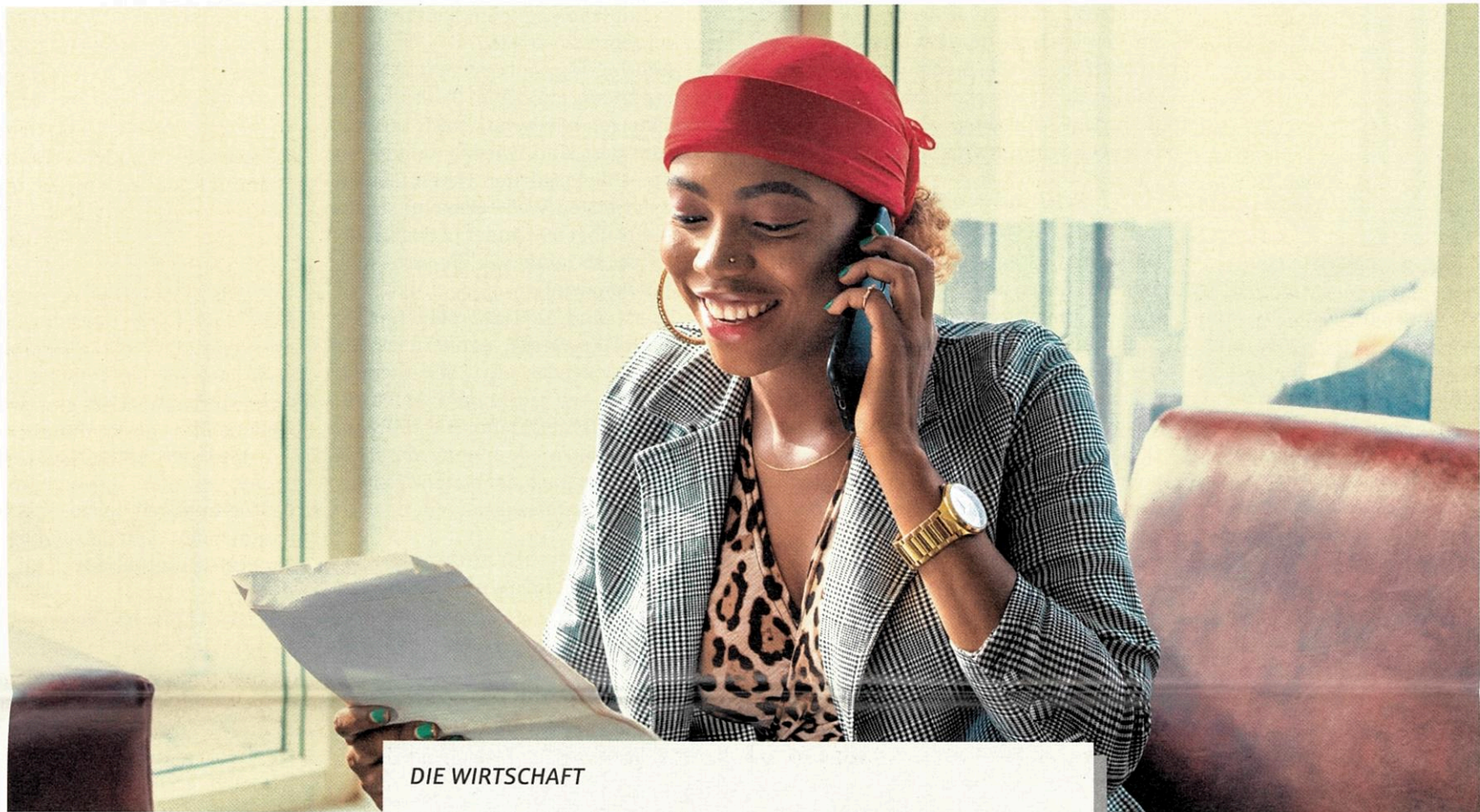


AUSLANDSGESCHÄFT

Akwaaba in Afrika

Mit seiner wachsenden Mittelschicht und einem hohen Nachholbedarf, etwa bei Infrastruktur und Konsum, bietet der afrikanische Kontinent auch für deutsche Unternehmen große Chancen. Wie die Sparkassen ihre Kunden begleiten.

Eli Hamacher



S

Sofie Quast verfügt über zwei Eigenschaften, die im Geschäft mit dem afrikanischen Kontinent besonders wertvoll sind: Zähigkeit und Geduld.

Beides brauchte die Mitarbeiterin der Frankfurter Sparkasse unbedingt, als sie die eher ungewöhnliche Anfrage eines Kunden erreichte. Die gemeinnützige Gesellschaft Housing! for Future gGmbH, die auf Initiative der deutschen Wohnungs- und Immobilienwirtschaft gegründet wurde, will in Windhoek in Namibia 100 Häuser bauen und 500 Menschen ein Zuhause außerhalb der Elendsviertel geben.

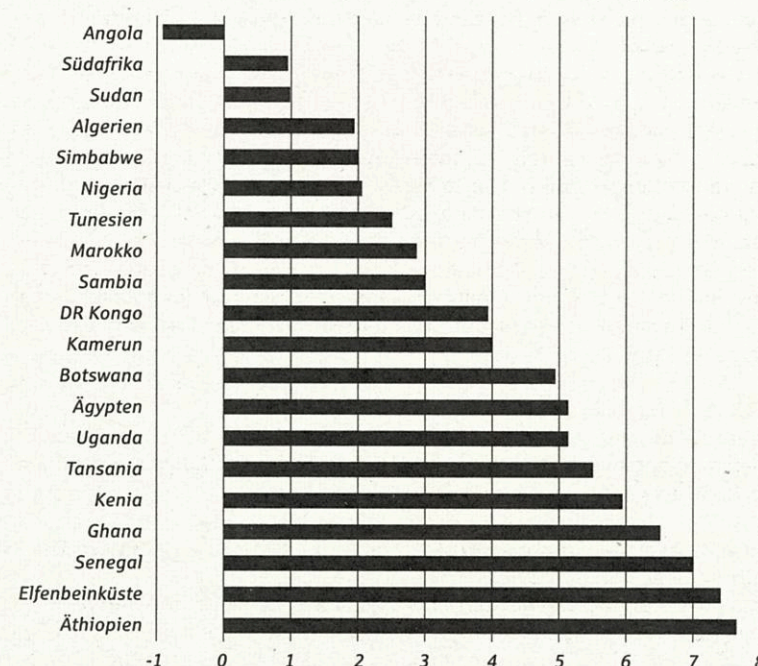
Dank der Afrika-Kontakte der Helaba gelang es, das Projekt erfolgreich voranzutreiben: Eine gemeinnützige GmbH wurde gegründet, der Zahlungsverkehr organisiert, ein Kredit gewährt und vor allem eine zuverlässige Verbindung zu einem lokalen Kreditinstitut hergestellt, der Standard Bank. „Die Bank hat vor Ort sogar ein Team zusammengestellt, das zum Teil Deutsch sprach“, sagt Quast, die als Relationship-Managerin beim S-CountryDesk arbeitet. „Das Afrika-Projekt ist eine gute Chance, um zu zeigen, dass wir auch internationale Anfragen kompetent bearbeiten können.“

DIE WIRTSCHAFT

Mehrere afrikanische Länder zählen seit Beginn des 21. Jahrhunderts zu den am schnellsten wachsenden Volkswirtschaften, darunter Äthiopien, Elfenbeinküste, Senegal, Ghana, Kenia. Laut Doing Business Report 2019 der Weltbank war Subsahara-Afrika seit 2012 jedes Jahr die Region mit den meisten Reformen. Besonders gut schnitten 2018 Dschibuti, Togo, Kenia, Elfenbeinküste und Ruanda ab. Weltweit liegen allerdings auch acht der 15 undemokratischsten Länder auf dem Kontinent. In der Reihe „Länderfokus“ analysieren die Experten der Helaba regelmäßig die wirtschaftliche Lage in einzelnen Ländern.

→ Die erste Sonderstudie „Afrika, Reformen verbessern Wachstumsaussichten“ finden Sie unter www.helaba.de/blueprint/servlet/resource/blob/docs/488690/448e0ab13586e569b48bf6c03e4c158/laenderfokus-afrika-20190221-data.pdf

WIRTSCHAFTSWACHSTUM DER GRÖSSTEN VOLKSWIRTSCHAFTEN IN AFRIKA 2018 (Reales Bruttoinlandsprodukt, % gg. Vj.)



Quelle: EIU, Helaba Volkswirtschaft/Research

Dürre, Hungersnöte, Armut, hohe Kindersterblichkeit, Diktaturen, Kriege, Korruption: Kommt das Gespräch auf Afrika, fällt die Stimmung meist schlechter als die Lage aus. Karsten Deetz, Relationship-Manager für Afrika beim S-CountryDesk, beobachtet ein steigendes Interesse der Wirtschaft.

„Während der Schwerpunkt der Relationship-Management-Aktivitäten zu Beginn auf den nordafrikanischen Ländern lag, erreicht den S-CountryDesk jetzt auch eine zunehmende Zahl von Anfragen zu anderen Ländern der Subsahara-Region. Afrika ist im Kommen.“ Fachkundige Begleitung sei dabei ein wichtiger Faktor für die Entwicklung erfolgreicher Beziehungen (siehe Interview).

Armut geht stark zurück

In ihrer ersten 2019 erschienenen Sonderstudie äußert sich auch die Helaba positiv zu den aktuellen Entwicklungen (siehe Kasten). Die Armut sei stark zurückgegangen, eine konsumfreudige Mittelschicht herangewachsen und boomende Großstädte seien entstanden, schreibt Chefvolkswirtin Gertrud R. Traud. Noch ist der Anteil am deutschen Außenhandel zwar gering.

Nur zwei Prozent aller Ausfuhren – vor allem Autos, Zubehör, Maschinen und chemische Erzeugnisse – gingen 2018 auf den zweitgrößten Kontinent der Welt. Zu den deutschen Einfuhren steuerten dessen Staaten vor allem mit Rohstoffen gleichfalls nur zwei Prozent bei. Seitdem Asien schwächelt und Russland durch



Kapstadt an der Südspitze Afrikas: Die Metropolregion zählt mehr als drei Millionen Menschen.

Sanktionen eingeschränkt handlungsfähig ist, richten die Unternehmen jedoch verstärkt den Blick nach Afrika, um neue Absatzmärkte zu erschließen.

Viel Dynamik ist auf dem Kontinent nicht zuletzt durch chinesische Investoren entstanden, die Infrastruktur wie Flughäfen, Eisenbahnen, Straßen bauen, wovon auch nachfolgende Unternehmen profitieren. Deshalb gehört Afrika für die Sparkassen und mit ihnen die Sparkassenstiftung zu den spannenden Märkten der Zukunft. Welche Kunden betreuen die Sparkassen vor Ort? Wo liegen die Chancen, wo die Risiken?

„Dreh- und Angelpunkt, um gezielt und aktuell unterstützen zu können, sind Kontakte zu lokalen Banken, aber auch zur Wirtschaftsförderung oder den Auslandshandelskammern“, weiß Deetz vom S-CountryDesk.

Auf das Afrika-Know-how des CountryDesk setzt auch die Kreissparkasse München Starnberg Ebersberg, wenn sie zum Beispiel klärt, wie sie Exportgeschäfte begleiten kann. So wollte jüngst ein Kunde eine Verpackungsanlage nach Nigeria liefern und fragte eine Anzahlungsgarantie für dieses Geschäft nach. Dabei ging es um einen Wert von immerhin insgesamt zirka 565 000 Euro. „Wir haben dann den Kontakt zu Euler Hermes vermittelt, um die Zahlung aus dem Akkreditiv aus Nigeria abzusichern“, sagt Jan Lembke, Fachberater für internationales Geschäft.

Staatliche Devisenkontrollen als Hindernis beim Engagement

Zu den größten Herausforderungen im Afrika-Geschäft gehören für ihn rechtliche Unsicherheiten, interkulturelle Unterschiede sowie Probleme mit der Devisenausfuhr. „Es kann durchaus vorkommen, dass ein Importeur problemlos die Ware bezahlen will, aber die Landeswährung aufgrund von staatlichen Devisenkontrollen nicht in Dollar oder Euro tauschen darf.“ Zu Lembkes Kunden gehört zum Beispiel auch ein Dienstleister, der Individualreisen nach Afrika (etwa nach Kenia, Uganda, Ruanda) anbietet und die Zahlungen für die Hotels über Devisentermingeschäfte absichert.

Die Sparkasse Pforzheim Calw, mit 108 Geschäftsstellen und 1872 Mitarbeitern die größte Sparkasse in Baden-Württemberg, wickelt jährlich rund 20 Akkreditive und 20 Dokumenteninkassi mit Kunden ab, die Handelspartner in Nordafrika, Angola, Uganda, Nigeria und Südafrika haben. „Zum Geschäftsvolumen steuern diese zwar noch weniger als zehn Prozent bei, doch die Entwicklung ist positiv“, sagt Abteilungsleiter Reinhard Pasch. Zu den größten Lieferungen zählte im vergangenen Jahr technische TV-Ausrüstung für Angola. Ein komplexes Geschäft: Denn der deutsche Kunde kaufte die Technik in Südkorea ein und schickte sie dann in zehn Teillieferungen in den

DER KONTINENT

In Afrika, dem nach Asien zweitgrößten Kontinent der Erde, leben rund 1,3 Milliarden Menschen in 54 Staaten, vom Zwergstaat Gambia bis zum Riesen Algerien, dessen Fläche fast siebenmal so groß ist wie Deutschland. Bis zum Jahr 2050 rechnet die UN damit, dass sich die Bevölkerung auf 2,5 Milliarden Menschen fast verdoppelt. Das Gros von ihnen wohnt in den 49 Staaten südlich der Sahara (Subsahara-Afrika). Im Norden, am Mittelmeer, liegen die fünf arabisch geprägten Länder (Marokko, Tunesien, Algerien, Ägypten, Libyen). Städte wie Kairo (Ägypten), Lagos (Nigeria), Kinshasa (Demokratische Republik Kongo), Johannesburg (Südafrika) und Luanda (Angola) gehören zu den weltgrößten Ballungsräumen.

DER S-COUNTRYDESK

Der S-CountryDesk – das internationale Netzwerk der Sparkassen-Finanzgruppe für die weltweite Begleitung mittelständischer Unternehmen – ist ein Zusammenschluss von jetzt 39 Gesellschafterinstituten, bestehend unter anderem aus Großsparkassen, Landesbanken und der Deutschen Leasing. Die Gesellschafter stellen mehr als 200 Nutzer-Sparkassen ihr Know-how und ihre Kontakte zu Banken und anderen Partnern im Ausland sowie ihre Niederlassungen und Beteiligungen als Finanzierungspartner und Anlaufstellen zur Verfügung.

→ www.countrydesk.de/nc/laender/laenderuebersicht.html

KURZINTERVIEW

Mit internationaler Kompetenz punkten

KARSTEN DEETZ, BEIM S-COUNTRYDESK RELATIONSHIP MANAGER FÜR DIE FRANKOPHONEN LÄNDER AFRIKAS UND MITARBEITER DER SPARKASSE SAARBRÜCKEN, ÜBER NEUE GESCHÄFTSCHANCEN.



Herr Deetz, welche Chancen bietet Afrika für die Sparkassen und deren Kunden?

Karsten Deetz: In jüngster Vergangenheit beleben sich die Anfragen von Sparkassenkunden in Richtung der Maghreb-Länder Marokko, Algerien, Tunesien, aber auch von Subsahara-Afrika. Durch in Afrika mittlerweile geschlossene umfangreiche Freihandelsabkommen entsteht dort ein sehr großer gemeinsamer Markt.

Wie können die Sparkassen ihre Kunden auf dem oftmals unbekanntem Terrain unterstützen?

Gerade kleine, aber auch mittlere Firmenkunden können bei der Markterschließung von Dienstleistungen der Sparkasse profitieren. Dazu gibt es häufig Interesse an klassischen Lösungen für Zahlungsverkehr und Kontoeröffnungen vor Ort, gerade wenn Unternehmen in mehreren Ländern arbeiten und optimale Lösungen suchen, um ihre Transaktionskosten zu kontrollieren. Bei größeren Firmenkunden sind auch Transaktionen mit Absicherungscharakter wie Akkreditiv gefragt. Im Rahmen von privatem und sozialem Engagement geht es um Förderung von Waisenhäusern oder Schulen ebenso wie um Zahlungen von Expatriates in ihre Heimatländer und die Verwendung dieser Mittel. Vereinzelt kommen Fragen zum Immobilienerwerb oder zu Unternehmensbeteiligungen, aber auch zu Schulungsmaßnahmen im gewerblichen Bereich.

Wie oft sind Sie selbst vor Ort?

Ich bin einmal im Jahr vor Ort, um junge Bankmitarbeiter auszubilden; dadurch bestehen gute persönliche Kontakte, um bei Anfragen von Kunden die richtigen Ansprechpartner zu finden.

Eine gute Chance also für die Sparkassen, ihre Kompetenz im internationalen Geschäft unter Beweis zu stellen.

Ja, durch die Unterstützung bei diesen Aktivitäten in Afrika gewinnt der Bekanntheitsgrad des S-CountryDesk bei Kunden, aber auch bei den verschiedenen Partnern wie der DEG, GTAI oder den Auslandshandelskammern vor Ort. Überaus wichtig ist zudem der Kontakt zu lokalen Partnern vor Ort wie AfricaExpert mit Standbein in Abidjan an der Elfenbeinküste und Saarbrücken.

südafrikanischen Staat. Die Sparkasse Pforzheim Calw wickelte die Akkreditive ab, die auch forfaiert wurden.

Wie Pasch registriert Andrea Kühn ein wachsendes Geschäft. Deutlich sei das auch bei einer Kunden-Veranstaltung zum Chancen-Kontinent Afrika im vergangenen Jahr geworden, sagt die Abteilungsleiterin Auslandsgeschäft der Stadtparkasse Düsseldorf.

„Die Resonanz war sehr gut. Viele Unternehmen haben allerdings noch Berührungsängste, weil die Finanzierung oftmals schwierig ist.“ Und das, obwohl Euler Hermes insbesondere für zwölf afrikanische Länder die Konditionen verbessert und den Selbstbehalt reduziert habe.

Austausch in beide Richtungen

Positiv bewertet Kühn zudem die Zusammenarbeit mit der KfW-Tochter DEG, die Partner bei der Sparkassen-App „S-Weltweit“ ist. Sobald ein Kunde eine Investition in einem Entwicklungsland plant, für die die Sparkassen keine eigene Finanzierungslösung anbieten können, kann die DEG – die subsidiär zu Geschäftsbanken tätig wird – diese Lücke gegebenenfalls schließen.

Auch die Sparkassenstiftung für internationale Kooperation hat ihr Engagement in Afrika zuletzt ausgebaut. Sie betreibt – oftmals unterstützt durch deutsche Sparkassen – Projekte in aktuell 14 Ländern, um die Armut durch finanzielle Inklusion zu bekämpfen.

„Als öffentlich-rechtliche Institute ist es unsere Verpflichtung, im übrigen Teil der Welt etwas zu tun, obwohl wir lokale Institute sind“, unterstreicht Heinrich Haasis, Vorstandsvorsitzender der Stiftung. Die Stiftung fördert Training und Personalentwicklung, finanzielle Bildung, KKMU-Finanzierung, die Entwicklung regionaler Institute und die ländliche Finanzierung.

Die Stiftung arbeitet vor Ort mit Finanzdienstleistern zusammen, um über institutionelle Weiterentwicklung etwa Sparneigung und Kreditversorgung der lokalen Bevölkerung zu verbessern.

„Immer wieder reisen auch Sparkassen-Mitarbeiter in die Projektgebiete, um dort ihr Know-how zur Verfügung zu stellen“, sagt Projektleiter Oliver Schuster. Für langfristige Einsätze werden sie oftmals freigestellt.

Die Afrika-Connection funktioniert dabei nicht nur in eine Richtung. Sofie Quast von der Frankfurter Sparkasse erreichte jüngst eine Anfrage aus Marokko. Ein Unternehmen, das Maschineneersatzteile in Deutschland kaufen und nach Marokko liefern will, brauchte eine Bankverbindung im Rhein-Main-Gebiet. Die Kontoeröffnung hat Quast in die Wege geleitet, mit dem Ziel, neues Kundenpotenzial zu gewinnen. Willkommen in Deutschland. Akwaaba in Afrika.