

GP Salon

Wirtschaft als Teil der Lösung: Made in Africa

Best Practice zum Zusammenspiel
aus Rentabilität und nachhaltigem
Wirtschaften

Follow-Up

Februar 2019

Eine Veranstaltung der Global Perspectives Initiative,
gefördert durch das Bundesministerium für wirtschaftliche
Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)
sowie den Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI)



Gefördert durch



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung



Referent

Prof. Dr. Michael Otto, Aufsichtsratsvorsitzender der Otto Group,
Gründer der Aid by Trade Foundation und Initiator von Cotton made
in Africa (CmiA)

Gastgeberin & Moderation

Dr. Ingrid Hamm, Gründerin der Global Perspectives Initiative

Partner

*Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und
Entwicklung (BMZ)* in Vertretung von Gunther Beger
Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI)

Global Perspectives Initiative (GPI)

Die Global Perspectives Initiative unterstützt die Nachhaltigkeitsziele der UN, die die Welt bis zum Jahr 2030 sicherer und gerechter machen sollen. GPI bringt Akteure aus Politik, Wirtschaft, Medien und Gesellschaft zusammen, diskutiert Ansätze für eine nachhaltige globale Entwicklung und motiviert zum Handeln.

Als gemeinnützige und neutrale Plattform gibt die Initiative neue Impulse, sensibilisiert für Chancen und Herausforderungen einer globalen Gesellschaft und gestaltet so den öffentlichen Diskurs in Deutschland.

GP Salons

Unsere Salons sind kleine und exklusive Formate mit maximal 40 Teilnehmern, zumeist aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Ihnen gegenüber stehen namhafte Experten und Personen des öffentlichen Lebens, die überraschende und spannende Inhalte vorstellen. Bei unseren Salons geht es in erster Linie darum, diese Inhalte mit unseren Teilnehmern zu diskutieren und die zentralen Erkenntnisse zu teilen.

Eine Veranstaltung der Global Perspectives Initiative,
gefördert durch das Bundesministerium für wirtschaftliche
Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)
sowie den Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI)



Gefördert durch



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung



ZUSAMMENFASSUNG

Die traditionelle Entwicklungshilfe in Afrika muss durch Investitionen auf Augenhöhe abgelöst werden. Statt der früheren Budgethilfen brauche es Hilfe zur Selbsthilfe, forderte der Hamburger Unternehmer Michael Otto. Sie schaffe Perspektiven, kreierte Eigeninitiative und motiviere. Nur für das, was Menschen aus eigener Kraft schaffen, würden sie langfristig Verantwortung übernehmen.

Afrika birgt durch eine wachsende Mittelschicht und seine steigende Bedeutung als junger Absatzmarkt ein enormes Wirtschaftspotenzial. Dieses Potenzial muss weiterentwickelt werden. Dazu braucht Afrika auch das deutsche Unternehmertum. Denn es versteht Wirtschaft und Nachhaltigkeit miteinander zu verknüpfen. Gute Umwelt- und Sozialstandards sind wichtige Lebensgrundlagen der Afrikaner. Höhere Einkommen führen zu besseren Lebensumständen und ermöglichen Bildung, was sich wiederum positiv auf die wirtschaftliche Gesamtentwicklung auswirkt.

Der Vorbildunternehmer aus Hamburg ist überzeugt, dass die wirtschaftlichen Möglichkeiten in Afrika vielfältig und der Investitionsbedarf gigantisch sind. Projekte wie Cotton made in Africa und eine Reihe weiterer Leuchtturmprojekte zeigen, dass man in Afrika erfolgreich und nachhaltig wirtschaften kann. Damit viele deutsche Unternehmer diesen Beispielen folgen, müssen sie ihre Sicht auf den afrikanischen Kontinent ändern und einige Mythen über Bord werfen. An die Politik richtete Otto die Erwartung, dass sie die Investitionsrisiken weiter mindern, den Unternehmen beratend zur Seite stehen und darüber hinaus eine Good Governance an den Investitionsstandorten einfordern. Der Marshallplan mit Afrika gehe hier genau in die richtige Richtung. Multistakeholder-Ansätze unter Einbeziehung von Zivilgesellschaft, Privatsektor und Regierungen können bei der Lösung schwieriger Governance-Fragen hilfreich sein.

Für Michael Otto rückt mit Blick auf Afrika die Bedeutung der Mittelförderung in den Vordergrund. Dort würden wichtige Arbeitsplätze entstehen. Förderungen könnten in Form von Public-Private-Partnerships erfolgen. Auf diesem Weg könne sich Afrika von seiner Rolle als bloßer Rohstofflieferant befreien. Otto wünscht sich, dass viel mehr Wertschöpfung auf dem afrikanischen Kontinent stattfindet. From Field to Fashion ist das Stichwort, das er dafür prägt. Erst mit der Entstehung einer afrikanischen Industrie entwickle sich die afrikanische Wirtschaftskraft nachhaltig, sagte er. Hierzu seien wichtige Investitionen unabdingbar. Otto kritisierte die Einseitigkeit der früheren Wirtschaftspartnerschaftsabkommen (WPA) mit Afrika. Subventionierter europäischer Fischfang oder Agrarexporte hätten viele Staaten wirtschaftlich nicht nur benachteiligt, sondern ihnen die Existenzgrundlage entzogen. Mit den Folgen wie Piraterie müsse Europa nun zusätzlich umgehen. Europa schaffe sich seine eigenen Probleme.

Der GP-Salon hat gezeigt: um nachhaltig in Afrika wirtschaften zu können, braucht es Begegnungen auf Augenhöhe, Respekt und Offenheit. Afrikas Bevölkerung ist willensstark und aufbruchsbereit. Für deutsche Unternehmen bedeutet ein Engagement auch, von bekannten Mustern und dem Anspruch deutscher Perfektion Abstand zu nehmen. Nur wer zuhören kann und den Menschen vorurteilsfrei begegnet, schafft die Basis für gegenseitiges Verständnis und Vertrauen.

„Afrika ist bereit und offen für die Zusammenarbeit mit Deutschland und Europa“, sagte Saran Kaba Jones, Gründerin und CEO von FACE Africa. Michael Otto ergänzte: „Es macht Spaß, dort mit jungen Menschen zusammen zu arbeiten. Es gibt tolle afrikanische Unternehmen. Es lohnt, in Afrika zu investieren, zu kaufen und Partnerschaften zu schließen.“ „Und schließlich hat Michael Otto bewiesen, dass es funktioniert“, meint nicht nur Ingrid Hamm, Gründerin und Geschäftsführerin der Global Perspectives Initiative, zum Abschluss dieses Abends.

DER AFRIKA-BOOM IST KEIN MYTHOS

Viele Experten sind überzeugt: Afrika steht vor einem enormen Wirtschaftsboom. Dafür spricht das rasante Bevölkerungswachstum und die daraus resultierende junge, dynamische Bevölkerung. Die Zahl der Afrikaner im arbeitsfähigen Alter zwischen 15 und 64 Jahren wird in den kommenden Jahren laut Prognosen der Vereinten Nationen um 70 Prozent steigen. Damit wird Afrika ein immer wichtigerer Absatzmarkt. Zu Afrikas Reichtum gehören nicht nur seine Rohstoffe, sondern auch die vielfältigen Kleingewerbe in den pulsierenden Städten, die etablierten Industrien in den Peripherien und große landwirtschaftlich genutzte Flächen auf dem Land. Und dennoch kämpft Afrika anhaltend mit seinem negativ-geprägten Image: Bewaffnete Konflikte, Armut, Fragilität und Korruption dominieren die Wahrnehmung. Hinzu kommt: Die Wirtschaftskraft afrikanischer Länder wächst – aber es entstehen zu wenige neue Jobs. Obwohl Afrika fast 17 Prozent der Weltbevölkerung beherbergt, erwirtschaftet es nach wie vor weniger als drei Prozent der Weltwirtschaftsleistung. Die Wachstumsrate des gesamtafrikanischen BIP betrug 2017 nur 3,7 Prozent. Diese Umstände haben erhebliche Folgen für das Investitionsbegehren vieler deutscher Unternehmen. Von 400.000 deutschen Firmen haben lediglich 800 auf dem Kontinent investiert. Die Zahlen sind alarmierend, denn die wirtschaftliche Entwicklung ist entscheidend für eine nachhaltige Entwicklung des Kontinents. Das wirtschaftliche Engagement wird derzeit vor allem durch China bestritten.

Gemeinsam mit unseren Partnern, dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), haben wir im Januar 2019 unseren dritten GP Salon aus der Reihe „Wirtschaft als Teil der Lösung“ veranstaltet. Im Zentrum des Abends stand die Frage, wie nachhaltiges Wirtschaften in Afrika unter Erhalt fairer Arbeitsbedingungen möglich ist und wie es gelingen kann, deutsche Unternehmen für den Wirtschaftsstandort Afrika zu begeistern.

GP Salon
Made in Africa
Follow-Up

Seite 2

Afrika birgt
enormes
wirtschaftliches
Potenzial und
wird ein wichtiger
Absatzmarkt.

Deutsche
Unternehmen
investieren
weiterhin sehr
zurückhaltend.

Afrika braucht
jedoch eine starke
Privatwirtschaft,
um prosperieren
zu können.

Der Unternehmer, Social Entrepreneur und Stifter Prof. Dr. Michael Otto eröffnete den Abend und berichtete in seinem Impulsvortrag über Cotton Made in Africa (CmiA), einer Initiative der Aid by Trade Foundation, die er 2005 ins Leben gerufen hat.

GP Salon
Made in Africa
Follow-Up

Seite 3

DEUTSCHLAND IN AFRIKA – ÜBER NOTWENDIGKEITEN UND GEMEINSAME INTERESSEN

„Nicht jedes Unternehmen muss ein Sozialunternehmen sein“, sagte Eva Gauß, Referentin für Subsahara-Afrika beim BDI. Das sei weder realistisch, noch notwendig. Wichtig sei jedoch, dass in Afrika nachhaltige Geschäftsmodelle verfolgt würden. Der BDI ist davon überzeugt, dass deutsche Unternehmen mit ihrem Knowhow und ihrer Technologie ein hervorragender Partner für den Kontinent seien.

Deutsche Unternehmen können mit ihrem Knowhow in Afrika einen Unterschied machen.

Der Bundesverband begleitet seit vielen Jahren Unternehmen auf ihrem Weg in afrikanische Länder. Auf dem Kontinent schlummert nicht zuletzt durch eine wachsende Mittelschicht ein enormes Wirtschaftspotenzial. Schafft man mehr Jobs und damit eine größere arbeitstätige Bevölkerung, kann diese auch mehr konsumieren. Die ersten Schritte hin zu einer Konsumgesellschaft und erhöhter Nachfrage für ausgewählte (einfache) Produkte bringt jedoch auch die Notwendigkeit mit sich, vor Ort zu produzieren.

In Afrika erstarbt die Mittelschicht.

Der Bedarf an Investitionen, auch von deutscher Seite, wird regelmäßig ersichtlich. „Alle zehn Tage wächst Afrikas Bevölkerung um eine Million Menschen. Pro Jahr müssen rund 20 Millionen Arbeitsplätze geschaffen werden“, betonte Gunther Beger, Abteilungsleiter für Grundsatzfragen der Entwicklungszusammenarbeit beim BMZ. An Investitionen in Infrastruktur brauche der Kontinent in den nächsten fünf Jahren so viel, wie Europa in den letzten 100 Jahren. Der Investitionsbedarf für die Agenda2030 läge bei 2,5 Billionen US-Dollar pro Jahr. „Die dafür notwendigen Jobs kann die staatliche Entwicklungszusammenarbeit nicht alleine schaffen“, sagte Beger. Das könnten die Unternehmen viel besser. Er ergänzte, dass Schätzungen zufolge neun von zehn Jobs im Zusammenhang mit Afrika von der Wirtschaft geschaffen würden.

Es gibt einen enormen Investitionsbedarf in Afrika.

Ohne die Privatwirtschaft wird es Afrika nicht schaffen.

Erst im Oktober 2018 sagte Bundeskanzlerin Angela Merkel eine weitere Milliarde Euro an zusätzlicher Förderung für private Investitionen in Afrika zu. Diesen neuen Fonds setzt das BMZ nun um. „Wir wollen es so gestalten, dass die Unternehmen auch wirklich nachhaltige Arbeitsplätze schaffen“, betonte Beger und warb bei den Unternehmen dafür, offensiv und aktiv den Kontakt zum Ministerium zu suchen.

Das Investitionsprogramm der Bundesregierung schafft Perspektiven.

COTTON MADE IN AFRICA ZEIGT: NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN IN AFRIKA IST MÖGLICH

„Er ist einer der großen Vorbildunternehmer in Deutschland“, sagte Dr. Ingrid Hamm zur Vorstellung von Michael Otto. Er hätte nicht nur eine Unternehmenskultur geschaffen, die von Verantwortung und ethischen Überlegungen geprägt ist. Er verfolge darüber hinaus auch große gesellschaftliche Ziele und Perspektiven. Gunther Beger lobte, die Otto Group lebe Nachhaltigkeit in jeder Faser. Nicht nur im Ausland, auch im Inland.

Wirtschaft und Nachhaltigkeit können Hand in Hand gehen.

Mit Cotton Made in Africa hat Michael Otto erstmalig ein Social Business ins Leben gerufen, das den Anbau nachhaltiger Baumwolle in Afrika fördert. „Wir schulen afrikanische Baumwollkleinbauern darin, bessere Ernteerträge zu erzielen und dabei die Aspekte der Nachhaltigkeit zu berücksichtigen“, sagte Michael Otto. Dadurch könnten die Bäuerinnen und Bauern ihre Lebensbedingungen und die ihrer Familien aus eigener Kraft verbessern. Michael Otto setzt dabei konsequent auf das Prinzip der Hilfe zur Selbsthilfe und der Aktivierung von Marktkräften. Inzwischen nutzen mehr als 30 deutsche und internationale Textil-Unternehmen CmiA Baumwolle aus Afrika. Der marktgetriebene Ansatz ist auch für andere Industrien der Schlüssel für nachhaltiges Wirtschaften und entschiedenes Engagement vor allem auf afrikanischer Seite.

Wer afrikanische Frauen fördert, verbessert ihre gesellschaftliche Stellung

Als Teil der Sozialkriterien stellt sich CmiA gegen Kinderarbeit und erhebt an Kinder der Kleinbauern im Schulalter den Anspruch, zumindest den ersten Schulabschluss zu erwerben. Ein weiterer interessanter Aspekt: Kleinbäuerinnen werden auf ihrem Weg zu mehr gesellschaftlicher und beruflicher Selbstständigkeit besonders gefördert. „Ich muss sagen, die Motivation und Leistung der Bäuerinnen sind beeindruckend. Neben dem Baumwollanbau kümmern sie sich um das Wohlergehen der ganzen Familien und setzen das Erlernte aus den Schulungen sehr erfolgreich um. Dieser Erfolg hat wiederum Auswirkungen auf ihre Stellung in der Gemeinde.“

Bisher hat CmiA in neun afrikanischen Ländern 1,2 Millionen Bäuerinnen und Bauern im Programm. Mit ihren Familien erreicht die Initiative ca. sieben Millionen Menschen. „CmiA hat zum Ziel, die Menschen im ländlichen Afrika dabei zu unterstützen, ihre Einnahmen so zu erhöhen, dass sie davon leben können und sie ihre Kinder zur Schule senden können. Das ist die Perspektive, die Menschen brauchen, um in ihrem Heimatland eine Zukunft zu sehen“, sagte Michael Otto.

Als Social Business werden die Einnahmen aus dem Vertrieb der sogenannten CmiA-Lizenz reinvestiert. Sie münden in weiteren Schulungen und finanzieren Projekte der Dorfgemeinschaften – wie dem Bau von Schulen, Brunnen, Gesundheitszentren oder Women Empowerment Projekten. Es gebe eine dynamische Entwicklung in Afrika, sagte Ingrid Hamm. Michael Otto sei jemand, der wisse, wie man dies nutzt, um für alle das Beste zu tun. Die Initiative zeige vor allem, dass nachhaltige Entwicklung und Wirtschaftsinteressen sich nicht gegenseitig ausschließen.

NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN IST ZUM ERFOLGSFAKTOR FÜR DEUTSCHE PRODUKTE GEWORDEN

Die deutschen Konsumenten fragen Nachhaltigkeit vermehrt nach. Sie haben mehr Wissen erworben und ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit entwickelt. Das bestätigt auch Michael Otto: „Die Menschen wollen mit Freude konsumieren und nicht zu Lasten von Mensch und Natur z. B. in Afrika.“ Wichtig sei, Nachhaltigkeit stets in Verbindung mit der Marke und der Qualität zu bringen. Nachhaltigkeit als alleiniges Verkaufsargument genüge nicht, sagte auch Andrea Bury, Gründerin und CEO von Abury.

GP Salon
Made in Africa
Follow-Up

Seite 4

Aus eigener Kraft: Hilfe zur Selbsthilfe ist und bleibt der Schlüssel in Afrika.

Nachhaltiges Wirtschaften ist die Basis für Afrikas Zukunftsfähigkeit.

Neue Perspektiven motivieren Menschen und fördern ihre Eigeninitiative.

CmiA ist ein Vorzeigeprojekt und spiegelt die Möglichkeiten in Afrika wider.

Nachhaltigkeit und Marke müssen miteinander verknüpft werden.

AFRIKA MUSS VOM ROHSTOFFLIEFERANTEN ZUM VEREDLER WERDEN

Baumwolle ist nicht der einzige begehrte Rohstoff Afrikas. Alle Rohstoffe teilen jedoch ein ähnliches Schicksal: Als Commodity-Ware verlassen sie den Kontinent unverarbeitet und unveredelt. Wesentliche wertschöpfende Stufen des verarbeitenden Gewerbes bleiben außen vor. Sie werden ins Ausland ausgelagert. Damit entgeht Afrika ein großes Wirtschaftspotenzial. Denn in Afrika entwickelt sich mit dem wachsenden Absatzmarkt eine Mittelschicht – und mit ihr eine erhöhte Nachfrage nach Dienstleistungen und Produkten.

Im Interview mit GPI erklärte der Vizepräsident der Bremer Baumwollbörse Fritz Grobien: „Der Farmer hat als Anbauer von Baumwolle die geringste Wertschöpfung.“ Es würde das 10 bis 11-Fache in der weiteren Wertschöpfungskette bis zum fertigen T-Shirt liegen. „Ich halte es für absolut notwendig, dass Afrika eine Wertschöpfungskette aufbaut. Das muss nicht die ganze Kette der Produktion sein, und auch keine komplexe Kette.“ Man müsse mit einfachen Produkten beginnen.

Michael Otto forderte, man müsse Afrika darin unterstützen, dass es nicht nur Rohstoff-Exporteur bleibe. Im Falle der Baumwolle sollte Afrika zukünftig die Rohbaumwolle nicht in Textilproduktionsländer wie China oder Bangladesch exportieren. Der Kontinent müsse die gesamte Produktionskette abdecken können – from Field to Fashion. Denn gerade die Konfektion und Veredelung schaffe tausende von Arbeitsplätzen, sagte Otto. Es fehle derzeit an Investitionskapital für Spinnereien und Webereien. Damit deutsche Unternehmen hier stärker investieren können, müssten Hermes Bürgschaften greifen – insbesondere in Ländern, wo die Stabilität langfristig nicht vorhersehbar ist und hohe Risiken vorherrschen. Denn diese Risiken, schlussfolgerte Michael Otto, seien der Haupthinderungsgrund für Unternehmer. Für Michael Otto und CmiA bleibt es daher nicht bei der reinen Baumwollproduktion und ihrem Export. „Wir haben begonnen, in unseren Baumwollregionen den Aufbau einer Textil- und Bekleidungsindustrie zu unterstützen. In Uganda, Kenia und derzeit in Äthiopien.“

EUROPA MUSS DIE PARTNERSCHAFT AUF AUGENHÖHE SUCHEN

Ein Blick in die Vergangenheit offenbart: Wo die Industrialisierung im Laufe der Geschichte einsetzte, ging es fast immer mit der Textilproduktion los. In Ländern wie Vietnam oder China fungierte sie als Katalysator. Andere Industrien zogen nach. Die Kenntnisse um die Entwicklungen können hilfreich für Afrikas eigene Entwicklung sein.

Zudem beobachtet Michael Otto ein wachsendes Selbstvertrauen unter der afrikanischen Bevölkerung. Chinesische Unternehmen in Afrika würden die afrikanische Bevölkerung zu selten in wichtige Infrastrukturprojekte involvieren. Dadurch gebe es keinen Wissenstransfer, was von der afrikanischen Bevölkerung und Politik zunehmend kritisiert würde. Sie übten Druck aus, der vereinzelt auch zu Veränderungen führe.

GP Salon
Made in Africa
Follow-Up

Seite 5

Afrika darf nicht mehr nur Rohstofflieferant sein.

In der Veredelung liegt die eigentliche Wertschöpfung.

Das verarbeitende Gewerbe schafft tausende Arbeitsplätze.

Es fehlt an wichtigen Investitionen für Anlagen und Maschinen.

Die Geschichte zeigt: Die Textilindustrie war häufig Pionierindustrie.

Afrika emanzipiert sich zunehmend.

Der europäische Weg müsse ein anderer sein, sagte Michael Otto. „Wir müssen Afrika als selbstbestimmten Partner begreifen.“ Und dabei könne es nicht nur um Charity gehen. Denn das schaffe neue Abhängigkeiten. Stattdessen brauche es neue Handels- und Wirtschaftsbeziehungen unter Berücksichtigung von Umwelt- und Sozialstandards. Das sei die Basis für eine nachhaltig prosperierende und friedliche Entwicklung in Afrika.

Saran Kaba Jones betonte: „Deutschland ist seit langem ein Land, das bei der Entwicklungszusammenarbeit auf ein gleichberechtigtes Miteinander gesetzt hat.“ Die Idee einer Partnerschaft müsse immer auf gegenseitigem Vertrauen und Respekt beruhen.

AFRIKA WILL DIE VERÄNDERUNG UND DEN NACHHALTIGEN FORTSCHRITT

In seinem Vortrag unterstrich Michael Otto, dass die großen Herausforderungen Afrikas vor allem die ländliche Bevölkerung treffen würden. Die Entwicklungszusammenarbeit zeige erste positive Ansätze, aber es fehle noch an nachhaltigen Veränderungen. Das gelte nicht nur für die Entwicklungspolitik in Deutschland, sondern auch Europa. Gelänge es den afrikanischen Staaten nicht, positive Veränderungen herbeizuführen und der Bevölkerung eine Zukunftsperspektive zu bieten, würde dies auch direkte Auswirkungen auf Europa haben, betonte er.

In seiner Arbeit bei der CmiA-Initiative stellte Michael Otto fest, wie aktiv, jung und willensstark die Bevölkerung ist. Die Mehreinnahmen aus den höheren Baumwollernteerträgen fließen direkt in die Bildung der Kinder der Kleinbauern. Sie seien sich der Bedeutung von Bildung bewusst und zielstrebig darin, diese Lücke zu füllen. „In Afrika sind die Kinder oft diejenigen, die zum ersten Mal überhaupt eine Schule besuchen können. Die Eltern sind häufig Analphabeten.“

Im Interview mit GPI erklärte Andrea Bury dazu: „Der Impact vor Ort stellt sich häufig erst nach einer gewissen Zeit ein. Es lohnt, einen Schritt weiter zu gehen. Die Menschen kommen nach fünf Jahren nun mit eigenen Ideen zu mir. Sie werden eigeninitiativ.“ Die Politik müsse weiterhin auf gute Regierungsführung drängen, forderte Michael Otto. Das sei die Voraussetzung für erfolgreiche wirtschaftliche Entwicklung. Korruption müsse weiter intensiv bekämpft werden. Ermahnungen würden nicht genügen, Maßnahmen müssten folgen. Ruanda könne hier als Vorbild fungieren.

AFRIKAS WIRTSCHAFTLICHE UND KULTURELLE SEITE HAT EIN NEUES NARRATIV VERDIENT

Das dominante Negativ-Image belastet den Kontinent weiter. Die negativen Beispiele und Vorkommnisse überschatten die zahlreichen positiven Entwicklungen, die es mittlerweile in Afrika gibt. Auch die Chancen sind häufig nicht klar genug adressiert. Es gebe nicht nur Probleme, sagte Michael Otto. Afrika sei Zukunft, auch für das deutsche Unternehmertum. „Viele Staaten bewegen unheimlich viel.“ Die positiven Geschichten müssten ihren Weg in die Öffentlichkeit und in deutsche Unternehmen finden.

GP Salon
Made in Africa
Follow-Up

Seite 6

Gegenseitiges Vertrauen und Respekt sind die Basis für erfolgreiches Wirtschaften in Afrika.

Bei der Entwicklungszusammenarbeit ist auch Tempo gefragt.

Viele Afrikaner sind hochmotiviert und wollen ihre Situation verändern.

Geduld ist in Afrika geboten.

Bad Governance darf den Fortschritt nicht bremsen.

„Afrika ist die Zukunft, auch für deutsche Unternehmen.“
Michael Otto

Afrika steht für Aufbruch.

Leuchtturmprojekte spielten hier eine große Rolle, aber auch Vorzeigestaaten und der Austausch zwischen den Unternehmen selbst sowie der Politik. Auch den Medien würde dabei eine besondere Rolle zukommen. Zu wenig würde von den Möglichkeiten für Unternehmen und Investoren berichtet, hielten die Diskutanten fest. Die Kultur sei stark und von Positivität und Aufbruch geprägt. Nicht Passivität und Resignation formten die Entwicklung, sondern Eigeninitiative und Risikobereitschaft.

Fiona Coyne, Einkaufsleiterin bei der Vlisco Group in den Niederlanden, trat für ein weiteres positives Beispiel erfolgreicher Produktion in Afrika ein: „Wir produzieren nur für Afrika: in den Niederlanden, an der Elfenbeinküste und in Ghana.“ Seit 170 Jahren würde Vlisco traditionelle afrikanische Stoffe produzieren. Seit weit über 50 Jahren auch in Westafrika. Derzeit baut Vlisco mit Investoren aus Asien einen Textilpark in Nigeria auf, deren Hauptabnehmer Vlisco selbst ist. Sie sagte abschließend: „Ich hoffe, dass wir in Zukunft auch in Europa mehr Produkte aus Afrika kaufen können.“

Auch das Berliner Unternehmen Abury deckt die gesamte Wertschöpfungskette in Afrika ab. Seit 2011 produziert das Social Business afrikanische Accessoires auf dem Kontinent und vertreibt sie erfolgreich in Europa. Tendenz: wachsend. Saran Kaba Jones betonte, wie wichtig private Investitionen in Afrika wären, um Arbeitsplätze zu kreieren und die Wirtschaft anzukurbeln. „Sie brauchen die Jobs nicht in der Zukunft. Sie brauchen sie jetzt. Junge Menschen sind nicht die Zukunft von Afrika. Sie sind die Gegenwart. Das Jetzt.“

MULTISTAKEHOLDER-ANSÄTZE KÖNNEN BEI KORRUPTION UND IN GOVERNANCE-FRAGEN HELFEN

Prof. Dr. Peter Eigen, Gründer von Transparency International und Mitgründer sowie Gesellschafter des Humboldt-Viadrina Governance Forum, erklärte, dass schlechte Regierungsführung und Korruption Hauptgründe seien, warum deutsche Investoren – aber auch afrikanische Unternehmer – ihr Geld lieber anderweitig investieren, als in Afrika. Er berichtete von seinen positiven Erfahrungen im Umgang mit diesen Problemen durch die Zusammenarbeit von Zivilgesellschaft, dem Privatsektor und Regierungen. Denn ein Multi-Stakeholder-Ansatz könne dabei helfen, insbesondere in heiklen Sektoren – schon geschehen für Öl, Gas, Bergwerk (EITI) oder auch der Fischerei (FiTI) – schwierige Governance-Probleme anzupacken.

„Die einzige Art, Probleme in der Regierungsführung zu lösen, ist nicht, indem wir sagen, ihr bekommt kein Geld, wenn ihr euch nicht an bestimmte Regeln haltet.“ Man müsse die Zivilgesellschaft partnerschaftlich miteinbeziehen. Gunther Beger stimmte dem Ansatz zu und erwähnte das erfolgreiche Beispiel des Bündnisses für nachhaltige Textilien – eine Multistakeholder-Initiative mit rund 130 Mitgliedern aus Wirtschaft, Politik, Zivilgesellschaft, Gewerkschaften und Standardorganisationen. Solche Initiativen bedeuten mühsame, kleine, aber wichtige Schritte, um die Komplexität der globalen Lieferketten mit Blick auf Nachhaltigkeit anzugehen, sagte Beger.

GP Salon
Made in Africa
Follow-Up

Seite 7

Es gibt eine Reihe europäischer Erfolgsgeschichten in Afrika.

„Made in Africa“ ist die Zukunft.

Arbeitsplätze werden jetzt gebraucht, nicht (nur) in der Zukunft.

Ein Multi-stakeholder-Ansatz kann schwierige Governance-Probleme lösen.

Es ist wichtig, die Zivilgesellschaft zu mobilisieren.

EUROPA SCHAFFT SICH SEINE EIGENEN PROBLEME

In seinem Vortrag erwähnte Michael Otto jene Beispiele inkonsequenter europäischer Außen- und Wirtschaftspolitik, die erhebliche Folgen für Afrika mit sich brachten – Folgen, die wir nun erneut bekämpfen würden. Dazu zählten die europäischen Subventionen von Agrarexporten, die der afrikanischen Wirtschaft enorm geschadet hätten, bis sie abgeschafft wurden. In Westafrika verdrängte folglich der in den 70er Jahren von Europa eingeführte hoch-subventionierte Weizen heimische Getreidesorten wie Hirse – ein Grundnahrungsmittel für die lokale Bevölkerung.

Zudem hätte die EU aus der Piraterie vor Somalia nichts gelernt. Denn die Ursachen von Piraterie würden stets in der Überfischung der Gewässer durch große Trawler aus China, Russland und auch der EU liegen, sagte Michael Otto. Kleinen Fischern würde die Lebensgrundlage entzogen. Die Piraterie sei für viele der einzige Weg zu überleben. Was in Somalia begann, würde sich nun in verschärfter Form in Westafrika fortsetzen. Schuld daran seien Lizenzverträge, die die EU mit einer Reihe von westafrikanischen Ländern geschlossen hätte. Die subventionierten Fischfang-Flotten von Portugal und Spanien vor der westafrikanischen Küste würden den Fischbestand stark reduzieren, was wiederum Auswirkungen auf kleine afrikanische Fischereibetriebe und individuelle Fischer hat. „Mit sehendem Auge machen wir genau diese Fehler. Aber niemand greift ein. Uns trifft die Verantwortung“, sagte Michael Otto. Die Politik sei gefordert, ermahnte er und ertete Applaus.

DEUTSCHE PERFEKTION IST IN AFRIKA HINDERLICH, DAS ZUHÖREN EIN TÜRÖFFNER

In der Diskussion wurde deutlich, dass es im Sinne der kulturellen Annäherung an den Kontinent wichtig ist, von bekannten Mustern abzuweichen. Dr. Jürgen Heraeus argumentierte, dass Good Governance nicht starr an unsere Ideale von Demokratie geknüpft werden dürfe. Korruptionsbekämpfung bleibe jedoch wichtig.

Andrea Bury ergänzte, es brauche Geduld und Offenheit. „Die Voraussetzungen die ich als Unternehmerin brauche, ist die Offenheit, dem anderen zuzuhören und ohne vorgefertigte Meinungen in ein Gespräch zu gehen“, sagte sie. Kommunikation spiele eine große Rolle. Man müsse erfragen, was die Menschen vor Ort brauchen und dürfe nicht selbst darüber urteilen. Man brauche ein gewisses Maß an Risikobereitschaft und müsse loslassen von der klassischen Perfektion und dem Verständnis von Unternehmertum, ergänzte Andrea Bury und sagte: „Manchmal sei es „better done than perfect.“

IN AFRIKA GEHT ES UM MENSCHLICHE BINDUNGEN UND BEZIEHUNGEN

Im Interview sagte Andrea Bury: „Die Menschen müssen merken, dass man ihre Fähigkeiten respektiert, sie ernst nimmt. Und dieser Vertrauensaufbau braucht Zeit. Heutzutage nehmen sich viele Menschen diese Zeit nicht mehr.“ Über Vertrauen und Respekt entstehe Eigeninitiative. Es sei wichtig, das Bewusstsein dafür zu entwickeln, wenn man in ein afrikanisches Land geht.

GP Salon
Made in Africa
Follow-Up

Seite 8

Subventionen aus Europa schaffen neue Probleme in Afrika.

Die Politik Europas ist opportun. Sie kann Menschen die Lebensgrundlage entziehen.

„Geduld und Demut lernt man in Afrika.“
Andrea Bury

Gegenseitiger Respekt schafft Vertrauen schafft Eigeninitiative.

In Afrika herrsche auch eine gewisse Ernsthaftigkeit, die Afrikaner steckten voller Leidenschaft. Dennoch sei es eine andere Welt mit neuen Arbeitsperspektiven und moralischen Ansprüchen. In Afrika ginge es um menschliche Bindungen und Beziehungen. Das könne man als Unternehmen nicht abgeben oder auslagern.

GP Salon
Made in Africa
Follow-Up

Seite 9

Herausgeber

Global Perspectives Initiative
gemeinnützige UG (haftungsbeschränkt)
Schönhauser Allee 10/11
10119 Berlin

office@globalperspectives.org
Telefon: +49 (0)30 726 26 75 30
Fax: +49 (0)30 726 26 75 20

Autorin

Nadine Bütow
n.buetow@globalperspectives.org

Projektmanagement

Judith Ramadan
j.ramadan@globalperspectives.org

Max Münz
m.muenz@globalperspectives.org

Projektassistenz

Theresa Hübscher
Helen Deacon

Pressekontakt

Nadine Bütow
n.buetow@globalperspectives.org

Gestaltung

Konstantin Haubrok

© Februar 2019, GPI

