

GP Salon

Wirtschaft als Teil der Lösung: Moving Rwanda

Aus der neuen Reihe
Wirtschaft als Teil der Lösung

Follow-Up

Juli 2018

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

Henning Jens, Finanzdirektor VW Südafrika

Gastgeber & Moderation

Dr. Ingrid Hamm, Gründerin der Global Perspectives Initiative

Stephan Balzer, Gründer der Global Perspectives Initiative

Partner

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und

Entwicklung (BMZ) in Vertretung von Gunther Beger und

Michael Krake

Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) in Vertretung von

Matthias Wachter

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 nigerianische Politikerin und Finanzministerin Ngozi Okonjo-Iweala sagte vor über zehn Jahren: „Want to help Africa? Do business here“. Bislang folgten deutsche Unternehmen diesem Aufruf eher zurückhaltend. Nur 2,8 Prozent aller Handelsimporte in Afrika stammen aus Deutschland. Die meisten produzieren nicht vor Ort. Wir haben in unserem GP Salon aus der Reihe „Wirtschaft als Teil der Lösung“ über die Gründe dieser Zurückhaltung mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft diskutiert. Im Zentrum des Austauschs stand ein prominentes Pilotprojekt von Volkswagen Südafrika, das in Kooperation mit einem digitalen Verkehrskonzept des BMZ „Moving Rwanda“ 2018 in der Hauptstadt Kigali startete. Kann dieser Leuchtturm Magnet und Motivator für andere deutsche Unternehmen sein?

DIE DEUTSCHE WIRTSCHAFT IST IN AFRIKA WEITER UNTERREPRÄSENTIERT

Für viele deutsche Unternehmen stimmt bei afrikanischen Investitionen das Verhältnis von Chance und Risiko (noch) nicht. Diese Zurückhaltung verstärkt das afrikanische Dilemma, das Angela Merkel seit Jahren betont: Ohne private Investitionen kein echter Aufschwung in Afrika. 20 Millionen neue Jobs werden jährlich in Afrika benötigt. Gunther Beger aus dem BMZ bemerkt zu Recht, dass dies nicht allein mit Entwicklungszusammenarbeit zu bewerkstelligen sei. Nur in enger Kooperation mit der Privatwirtschaft ist eine nachhaltige Entwicklung möglich. Partnerschaften seien der Schlüssel. Industrie und Entwicklungszusammenarbeit müssen sich ergänzen, kommentiert Matthias Wachter vom BDI bei seiner Begrüßungsansprache. Das Prinzip des „entweder, oder“ ist obsolet. Wir brauchen beides, sagt Wachter. Unternehmen benötigen Absicherungen um in Ländern mit erhöhtem Risiko aktiv werden zu können. Voraussetzung hierfür ist eine Politik der Bundesregierung aus einem Guss. Es bedarf deshalb eines Paradigmenwechsels in der Entwicklungszusammenarbeit, hin zu einer stärkeren Zusammenarbeit mit der Privatwirtschaft, so Wachter.

DIE KRUX MIT DER WERTSCHÖPFUNG UND HERAUSFORDERUNGEN FÜR DEN MITTELSTAND

Von einem „typisch afrikanischen Problem“ spricht Henning Jens, wenn er über die hohe Rohstoffabhängigkeit Afrikas in Verbindung mit einer geringen Wertschöpfungstiefe spricht. Sie führt dazu, dass sich Ökonomien volatil entwickeln. Die Automobilindustrie, eine der größten Wirtschaftssektoren nach Rohstoffen und Nahrungsmitteln in Südafrika – und dennoch ein weißer Fleck auf dem Kontinent – kann diese Folgewertschöpfung abbilden. Denn mit jedem Job, der in der Automobilindustrie entsteht werden mindestens acht weitere Jobs kreiert – im Service, After-Sales oder in der Zuliefererbranche. Das wissen auch die Afrikaner, die daher ein besonderes Interesse an der Industrie haben.

Die Gründe für das zurückhaltende Engagement der deutschen Wirtschaft in Afrika, insbesondere des Mittelstands, sieht Matthias Wachter in drei Punkten: mangelnde Rechtssicherheit und Good Governance, erschwerte Finanzierungswege und fehlende Fachkräfte, für die es vor Ort ein zusätzliches Investment zur Ausbildung braucht. Entwicklungszusammenarbeit müsse diese Punkte gleichermaßen adressieren, sagt Wachter. Gleichzeitig betonte er, dass deutsche Unternehmen nicht generell risikoavers sind. Die niedrige Präsenz deutscher Unternehmen liege auch daran, dass viele Produkte, die die deutsche Industrie vorrangig produziert, nicht den aktuellen Bedürfnissen afrikanischer Märkte entsprechen.

MOBILITÄT UND TRANSPORT SIND SCHLÜSSELFAKTOREN FÜR DIE ENTWICKLUNG AFRIKAS

Bei seinem Vortrag betonte Henning Jens die enorme Bedeutung von Mobilität für die nachhaltige Entwicklung Afrikas. Natürlich seien auch die Energie-, Wasser- und Gesundheitsversorgung wichtige Bereiche. Aber ohne Mobilität können sich diese Bereiche nicht nachhaltig entwickeln. Sie ist einer der wichtigsten Katalysatoren. Denn stets müssen Güter oder Menschen von einem Punkt zum nächsten bewegt oder transportiert werden. Studien haben gezeigt, dass der Mangel an Mobilität eines der größten Hemmnisse für Investitionen sei.

Volkswagen ist in Afrika bereits in mehreren Standorten aktiv. In Südafrika steht der älteste Außenstandort von VW. In Kigali, Ruanda, hat der Konzern nun eine integrierte Mobilitätsdienstleistung im Rahmen der Gemeinschaftsinitiative „Moving Rwanda“ gestartet. Mehrere Mobilitätsservices werden unter der App Volkswagen Move gebündelt, darunter stationsgebundenes Carsharing, Ride Hailing und Shuttle-Services. Für die Umsetzung der App arbeitete VW mit einem Start-Up aus Ruanda zusammen. Das Ziel: die Finanzierbarkeit von Mobilität für die Bevölkerung.

START-UP-DENKE BENÖTIGT: IN AFRIKA GREIFEN DIE TRADITIONELLEN BUSINESS-MODELLE NICHT

Für Ruanda, Südafrika und andere Reform-Staaten gilt häufig: Die Wachstumsraten sind hoch. Aber die Wirtschaftsleistung und Kaufkraft niedrig bzw. fragil –ein Ungleichgewicht. Während im Rest der Welt über disruptive Technologien gesprochen wird, zeigt sich in Afrika: Hier gibt es nichts zu disruptieren. Das ist ein unbedingter Vorteil, denn es ermöglicht Unternehmen und Investoren von Anbeginn, die neuen Technologien des 21. Jahrhunderts in der Marktentwicklung unmittelbar einzusetzen, ohne bestehende Industrien abzulösen. Die Innovation kann unmittelbar positiv wirken. „In Afrika ist ‚Disruption‘ ein Entwicklungsbeschleuniger“, sagt Jens. Man überspringt damit gewissermaßen jene Unternehmensschritte, die wir aus der historischen Entwicklung heraus in Europa kennen. Der Gang ins digitale Business erfolgt ohne Umwege. Leapfrogging nennt man dieses Vorgehen. Die neuen Strukturen sind weniger kapitalintensiv, agil und ermöglichen niedrigpreisige Geschäftsmodelle, für die es auch eine Käuferschaft gibt.

PILOTPROJEKTE UND CLUSTER SCHAFFEN KLARHEIT UND SICHERHEIT

Henning Jens beschreibt an konkreten Beispielen einen Weg, den Markt in Afrika in kleinen Schritten zu begehen. Hält man den Maßstab mit einem Piloten anfangs klein und skaliert mit der Marktentwicklung, hält man auch das damit verbundene Risiko gering. Anpassungen von Services/Produkten erfolgen sukzessive. Cross-funktionales Denken zwischen Industrien und der Politik spielt bei der Entwicklung von Geschäftsmodellen auch eine große Rolle. Das Grundkonzept von Public Private Partnership trägt in Afrika insbesondere. „Wenn sich mehrere Unternehmen und politische Vertreter zusammensetzen, entstehen ganz andere Ansätze“, sagt Jens und plädiert dafür, nicht ausschließlich mit einem individuellen Business Case in den Afrikanischen Markt zu gehen, sondern ggf. mit einem Netzwerk aus Unternehmen. Eine Achillesferse des Unternehmertums in Afrika ist der fehlende Nährboden, die fehlenden Strukturen. Diese Bedürfnisse müsse ein Unternehmen mitdenken und dann im Verbund mit Partnern gemeinsam bewältigen.

RUANDA IST EIN VORZEIGE-INVESTITIONSTAAT

Die Wahl auf Ruanda traf VW mit Bedacht. Denn das kleine Land setzt sich von vielen anderen Staaten Afrikas ab. Das Land hat eine klare digitale Agenda und IT-Vision entwickelt. 70 Prozent der sehr jungen, technikaffinen Bevölkerung haben ein Smartphone. Die Wirtschaft wächst dynamisch um 6–7 Prozent pro Jahr mit zunehmenden Steigerungsraten. Der Kriminalitäts- und Korruptionsindex ist niedrig. Das Land hat mittlerweile eine gute Infrastruktur aufgebaut. 4.700 km Straße stehen zur Verfügung. Gute Rahmenbedingungen, die VW für sich nutzen will.

GP Salon
Moving Rwanda
Follow-Up

Seite 3

FAZIT – ERFOLGREICHE LEUCHTTURMPROJEKTE IN AFRIKA ALS IMPULSTRÄGER FÜR DIE DEUTSCHE WIRTSCHAFT?

Kooperation und Partnerschaften bleiben ein maßgeblicher Treiber für eine erfolgreiche Stabilisierung des Kontinents über privatwirtschaftliches Engagement. Wünschenswert wäre, dass viele Unternehmen, Großkonzernen wie Mittelständler, dem Modell Moving Rwanda in anderen Sektoren mit ähnlichen digitalen Innovationen folgen. Das schafft die wichtigen Wertschöpfungsketten, die Afrika so dringend braucht. Kooperation ist und bleibt auch ein wichtiger Schlüssel innerhalb des Compact with Africa. Agieren Länder im Verbund, um die zahlreichen Herausforderungen anzugehen, schafft das größere Hebel in der Kooperation mit politischen Entscheidungsträgern in Afrika.

Das Modell Moving Rwanda verzeichnet noch einen weiteren zentralen Pluspunkt, eine One-Stop-Shop-Lösung mit einer Anlaufstelle für Investoren und Unternehmer. Informationen und Beratung aus einer Hand zum jeweiligen Geschäftsvorhaben bringen Externen schnell die Klarheit, die man für eine Investitionsentscheidung in Ruanda braucht. Das könnte ein kopierwürdiger Ansatz für die deutsche Politik und viele deutsche Städte und Regionen sein.

Für Henning Jens war eine Entwicklung elementar: Die Politik beginnt, in privatwirtschaftlichen Projekten zu denken. Zum Schluss sagte er: Am Ende ginge es um Personen. „Sie müssen mit Afrika-begeisterungsfähigen Menschen arbeiten. Wenn Sie nicht an Afrika glauben wollen, gibt es tausend Argumente, den Weg nicht anzutreten.“ Es brauche Begeisterung, um es zu schaffen. Und dann, konkludiert Jens, könne man hoffentlich in ein paar Jahren nicht mehr nur von Moving Rwanda, sondern von Moving Africa sprechen.

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

Projektmanagement

Max Münz
m.muenz@globalperspectives.org

Pressekontakt

Nadine Bütow
n.buetow@globalperspectives.org

Gestaltung

Konstantin Haubrok

© August 2018, GPI

