

„Local Manufacturing makes sense“: Auch Auto-Zulieferer sollten Afrika stärker in den Blick nehmen

Die Diversifizierung der Liefer- und Wertschöpfungsketten in afrikanische Länder wurden am Beispiel der Automobilindustrie auf den vom Bundeswirtschaftsministerium (BMWi) durchgeführten Außenwirtschaftstagen 2021 diskutiert. Gemeinsam mit der Association of African Automotive Manufacturers (AAAM), Volkswagen, Mann+Hummel, dem ghanaischen Unternehmen Jacob Lawren und dem BMWi blickte der Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft auf die Vulnerabilität globaler Lieferketten – und wie Afrika in der globalen Arbeitsteilung auch in der Automobilindustrie besser ins Spiel kommen kann.

Wie wichtig diese Diskussion ist, zeigte sich gerade erst anhand der mehrtägigen Blockade des Suezkanales durch ein Containerschiff. Diese erhebliche Störung der wichtigsten Handelsroute zwischen Asien und Europa verdeutlichte die Abhängigkeit Europas von Asien. Ähnlich offensichtlich war die Anfälligkeit unserer globalen Wertschöpfungs- und Lieferketten auch im letzten Jahr, zu Beginn der COVID-19-Pandemie. Somit liegt es mehr als nahe, afrikanische Länder als Nearshoring-Standorte genauer in den Blick zu nehmen. Die Autoindustrie macht das schon vor, doch auch in der Elektronik-, Textil-, Pharma- und Konsumgüterbranche gibt es Verlagerungstendenzen. Die Automobilproduktion und die nachgelagerten Zuliefererindustrien können für die Industrialisierung afrikanischer Länder jedenfalls eine wichtige Vorreiterrolle einnehmen.

Erstens bietet Afrika als Absatzmarkt für dort produzierte Fahrzeuge ein immenses Potenzial. Das voraussichtliche Wachstum des Neuwagenmarktes in Afrika kann sich von 1,1 Millionen pro Jahr in der Zeit vor der COVID-19-Pandemie auf 5 Millionen pro Jahr bis 2035 erhöhen. Derzeit machen die Fahrzeugverkäufe in Afrika zwar nur 1,3 Prozent der weltweiten Nachfrage aus, große Montage-Hubs mit einer veritablen Zulieferindustrie gibt es bisher nur in Südafrika und Marokko. Da auf dem Kontinent aber aktuell 17 Prozent der Weltbevölkerung lebt, Tendenz steigend, und der Bedarf nach Mobilitätsdienstleistungen und -angeboten immer weiter steigt, wird die Nachfrage nach Fahrzeugen und die Motorisierungsrate kontinuierlich wachsen. Nicht nur für die Hersteller geht es jetzt darum, diese Märkte frühzeitig zu erschließen. Volkswagen macht das mit seiner langfristigen Strategie und Montagewerken in mehreren afrikanischen Ländern schon vor. Zusätzlich bietet sich jetzt auch die Möglichkeit, neue Mobilitätskonzepte in afrikanischen Städten einzuführen. Die Frage nach dem Antriebsstrang der Zukunft (ob eFuels, CNG oder refuels) und der Nutzung von eMobilität (wozu es in jedem afrikanischen Land bereits innovative Angebote gibt) wird in den nächsten Jahren besonders im Zentrum stehen.

Zweitens werden afrikanische Länder immer wichtiger als Absatzmarkt für die Zulieferindustrie, aktuell vor allem für den Aftermarket. Noch wird der überwiegende Teil der aktuell auf dem Kontinent verkauften Fahrzeuge als Gebrauchtwagen nach Afrika gebracht, mit erhöhtem Bedarf an Ersatzteilen. Hier eröffnet sich für die Zulieferindustrie ein wachsender Markt, der bisher sehr importabhängig ist. Kurz- bis mittelfristig könnte die Nachfrage aber durch Produktion vor Ort gedeckt werden. Denn: „Local Manufacturing makes sense“ – so sieht das auch MANN+HUMMEL. Mittelfristig können die Komponentenfertiger vor Ort die lokalen Montagen beliefern. Darauf setzt beispielsweise Volkswagen in Ghana, wo sich ein Ökosystem aus internationalen und ghanaischen Unternehmen für die Zulieferung der neuen Montagen entwickeln soll. Nicht nur für den ghanaischen Markt, sondern die gesamte Region.

Bereits relativ stark vertreten ist die deutsche Zulieferindustrie in nordafrikanischen Ländern, für die Versorgung des europäischen Marktes. Die geografische Lage, das günstige Handelsregime sowie niedrige Produktionskosten bei einem gleichzeitig hohen Angebot an qualifizierbaren oder bereits qualifizierten Arbeitskräften macht Nordafrika zu einem idealen Nearshoring-Standort. Besonders Marokko hat sich in wenigen Jahren dank einer guten Exportinfrastruktur und unternehmensfreundlichen Ansiedlungspolitik in Form von Ökosystemen hervorgerufen, doch auch Tunesien und Ägypten sind wichtige Produktionsstandorte für mehrere deutsche Zulieferfirmen.

Wie geht es nun weiter? Die Reglementierung des Imports von (alten) Gebrauchtwagen ist eine notwendige Grundvoraussetzung für die Entwicklung einer afrikanischen Autoindustrie. Hier ist beispielsweise Ghana Vorreiter, indem es politisch sehr gute Rahmenbedingungen geschaffen hat. Dazu zählen auch zehn Jahre Steuerfreiheit und die Verfügbarkeit von für die Produktion nötigen Rohstoffen. Damit der Automarkt in weiteren afrikanischen Ländern in Schwung kommt, müssen teilweise noch bessere Voraussetzungen geschaffen werden. So ist Produktpiraterie eine weitverbreitete Herausforderung. Der Aufbau einer lokalen Produktion, die Wissenstransfer einpreist und Arbeitsplätze schafft, kann aber ein wichtiger Hebel dafür sein, dass Gesetze zum Markenschutz erlassen oder besser implementiert werden. Nicht zuletzt kann die Anfang Januar 2021 gestartete afrikanische Freihandelszone (AfCFTA) der Gamechanger für den Aufbau der afrikanischen Autoindustrie werden. Mit dem Abbau von rund 90 Prozent der innerafrikanischen Zölle in den kommenden Jahren wird eines der größten Handelshemmnisse auf unserem Nachbarkontinent entfallen – und regionale Märkte mit mehr Volumen auch für deutsche Produzenten und Zulieferbetriebe aus der Automobilindustrie öffnen. Genauso aber wird es die innerafrikanische Produktion in weiteren Branchen ankurbeln.

Neben dem bestehenden Instrumentarium der Bundesregierung, ob im Rahmen des Entwicklungsinvestitionsfonds oder der Export- und Investitionsförderung des BMWi, sind jetzt weitere Maßnahmen nötig. Die Idee des Wirtschaftsfonds Afrika der Bundesregierung kann ein wichtiger Meilenstein werden. Dieser soll förderfähige deutsche Exporte nach Afrika durch günstige Kreditbedingungen und / oder Darlehenszuschüsse unterstützen. Der Fonds würde nicht nur deutschen Exporteuren, sondern auch afrikanischen Käufern zugutekommen, die ihre Produktion ausbauen wollen. Damit würden deutsche Produkte und Dienstleistungen im internationalen Vergleich wettbewerbsfähiger – eine wichtige Grundvoraussetzung für mehr Produktion in afrikanischen Ländern. Der Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft setzt sich weiter für die Umsetzung dieser Maßnahme ein.

Sie wollen sich weiter über die afrikanische Automobilindustrie oder über Unterstützungsmöglichkeiten für Firmen austauschen? Kontaktieren Sie uns:

Daniel El-Noshokaty, Pressesprecher, +49 30 2060 719 77 oder el-noshokaty@afrikaverein.de

Melanie Eckhard, Branchenmanager Automotive, +49 30 2060 719 66 oder eckhard@afrikaverein.de