



GESCHÄFTSMODELLENTWICKLUNG MARKTENTWICKLUNG KEYNOTES
KUNDENDIALOG 2020 MARKETINGSTRATEGIEN 2020 TRENDS
TRENDVORTRÄGE
INNOVATION TRENDS
CONSULTING KUNDENBEDÜRFNISSE 2020 LEADERSHIP FUTURE SAIL
STUDIES MEDIENWELTEN 2020 STRATEGIEENTWICKLUNG
BUSINESS WAR GAMING STRATEGY
MARKET BUILDING KONSUMWELTEN 2020 BLAUE OZEANE
TECHNOLOGIEPROGNOSEN CONFERENCE KILIMANDSCHARO PROGRAMM
INNOVATIONSMARKETING SOCIAL MEDIA 2020 TRENDFORSCHUNG
NEUPRODUKTENTWICKLUNG
RULEBREAKING ARBEITSWELTEN 2020 TRENDFORSCHUNG
INVESTITIONSANALYSEN
INNOVATIONSMANAGEMENT
LEBENSWELTEN 2020
IDEATION
TRENDS
TRENDSTUDIEN
MOBILE BUSINESS 2020 ZUKUNFTSMODELLE
FÜHRUNGSKRÄFTECOACHING
WORKSHOPS

2b.AHEAD
THINK!TANK
— Deutschlands innovativste Denkfabrik —

PRESSEMITTEILUNG

Trendstudie „Afrika 2025“ veröffentlicht: Afrika ist der Chancenkontinent für den deutschen Mittelstand

- Die sechs wichtigsten Trendfelder für Afrika 2025
- Unterschiedliche Chancen in unterschiedlichen Regionen
- Große Chancen für den deutschen Mittelstand
- 9 Strategie-Optionen für Geschäfte in Afrika

Berlin, 5. Juni 2014 – Das Trendforschungsinstitut „2b AHEAD ThinkTank“ hat gemeinsam mit dem Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft eine neue Trendstudie zu „Afrika 2025“ als Zukunftsmarkt für die deutsche Wirtschaft veröffentlicht. Die qualitative Delphi-Studie basiert auf den Erfahrungen und Strategien sowie Zukunftsplänen und Prognosen von 15 Africa-Developern aus deutschen Unternehmen. Sie untersucht zugleich die kommenden Möglichkeiten auf dem „Chancenkontinent“ für drei der wichtigsten deutschen Branchen: den Maschinen- und Anlagenbau, die Automobilbranche und die Informations- und Kommunikationstechnologien.

Die Experten prognostizieren eine Umorientierung der deutschen Exportwirtschaft in der Zukunft. Während in den vergangenen Jahren vor allem Asien und Russland im Fokus des exportorientierten Mittelstandes lagen, werde sich der Blick künftig verstärkt auf Afrika richten. „Afrika ist schon heute ein attraktiver Markt für deutsche Unternehmen. Sie beschäftigen auf dem afrikanischen Kontinent allein 200.000 Arbeitnehmer. In Zukunft wird die Bedeutung Afrikas allerdings deutlich wachsen“, sagte Stefan Liebing, Vorsitzender des Afrika-Vereins der deutschen Wirtschaft bei der Präsentation der Studie in Berlin. Bislang ist der Kontinent in der deutschen Außenhandelsbilanz mit 2,3 Prozent, davon allein 40 Prozent Südafrika, stark unterrepräsentiert. Doch die Angst vor den drei K – Krieg, Korruption und Krankheiten – sei bereits heute unberechtigt. Konflikte werden zunehmend friedlich gelöst und auf den Korruptions-Indizes stehen bereits 40 afrikanische Länder vor Russland.

Dabei wird das Engagement der deutschen Wirtschaft in Afrika mit hoher Wahrscheinlichkeit weniger proaktiv im Ergreifen neuer Chancen liegen, als vielmehr als Reaktion auf den Wandel globaler Produktionsströme geschehen. Bereits heute investieren Länder wie China, Brasilien und Indien jährlich Milliarden in den Aufbau ihrer künftigen afrikanischen Rohstofflieferanten, Produktionsstandorte und Absatzmärkte. Es sei nur eine Frage der Zeit, wann die deutsche Wirtschaft dadurch ebenso dazu gedrängt wird.

Doch über die Frage künftiger Absatzmärkte hinaus, ist Afrika der einzige Kontinent, der noch keine durchgehende Industrialisierung im westlichen Sinne erlebte. Entsprechend groß sind die wirtschaftlichen Ambitionen der politischen Elite und die Chancen für die jeweiligen wirtschaftlichen Partner. Die befragten Experten aller Branchen sind sich einig, dass ein umfassender Wirtschaftsaufschwung in Afrika bevorsteht, der nicht mehr auf dem Export von Rohstoffen basiert, sondern auf Produktion, wachsendem Konsum und der Etablierung einer jungen Mittelschicht, die im Durchschnitt unter 40 Jahre alt ist. Bestimmte Länder sind dabei für die deutsche Wirtschaft interessanter als andere. Während Südafrika und einige Regionen Nordafrikas bereits weit in der Entwicklung vorangeschritten sind, gehören zu den besonders vielversprechenden Newcomern unter anderem Kenia, Nigeria, Angola und Ghana.

Möglichkeiten für den deutschen Mittelstand

Aus den drei in der Studie untersuchten Branchen (Maschinen-Anlagenbau, Automotive und IKT) steche besonders die Informations- und Kommunikationstechnik heraus, erklärt der Leiter der Studie und Direktor des Trendforschungsinstituts „2b AHEAD ThinkTank“, Sven Gabor Janszky. Hier erwar-



2b.AHEAD
THINK!TANK
— Deutschlands innovativste Denkfabrik —



ten die Experten mit teilweise euphorischen Prognosen ein überproportionales Wachstum. Immer wieder werde nicht nur auf den arabischen Frühling als Auswirkung des Wandels dieser Branche verwiesen, sondern auch auf Mpesa, das neu eingeführte, mobile Bankingsystem in Kenia. Mit diesem Erfolgsmodell sei eine ganze Technologie-Generation im Bankwesen übersprungen worden, so dass hier bereits heute ein moderneres mobiles Bankingsystem als in vielen Teilen Europas existiere.

Laut Janszky werde dieses Überspringen ganzer Technologie-Generationen „Leapfrogging“ genannt. Er und die befragten Experten gehen davon aus, dass „dieses Leapfrogging künftig an weiteren Stellen in der IKT-Branche geschehen kann. Diese Bereiche sind für den deutschen Mittelstand besonders interessant.“ Zudem werde eine Outsourcing-Welle von IT-Dienstleistungen nach Afrika erwartet. Nach Südafrika sind hierfür besonders Kenia und Ruanda geeignet. Aber auch in anderen Ländern, z.B. Nigeria, sehen die Experten ein gutes bis sehr gutes Level bei der Ausbildung von IT-Fachkräften.

Mit Fokus auf 9 Strategie-Optionen für den deutschen Mittelstand beschreibt die Studie auf 42 Seiten die kommenden Veränderungen im afrikanischen Markt jeweils für Nordafrika, Westafrika, Ostafrika und das südliche Afrika. Sie analysiert, mit welchen Basisstrategien der interessierte deutsche Mittelstand den Aufbau eines Neugeschäfts in Afrika beginnen sollte. Zum Abschluss räumt die Studie mit einigen oft gemachten Fehlern auf: Seien Sie vor Ort! Passen Sie Ihre Produkte an! Und: Treffen Sie klare Absprachen! ... sind simple Weisheiten. Aber nach den Erfahrungen der befragten Experten sind diese einfachen, mentalen Hürden die Hauptgründe für scheiternde Engagements der deutschen Wirtschaft in Afrika.

Detailauswertung der Studie zum Download

Für Hintergründe und Details können Sie die Exklusivauswertung der Studie downloaden:
<http://www.2bahead.com/studien/trendstudie/detail/trendstudie-afrika-2025>

KONTAKT

Bei Interviewanfragen und für Bildmaterial wenden Sie sich bitte an:

Jan Berger, Geschäftsführer

Carla Nickel, Referentin für Politik und Kommunikation

2b AHEAD ThinkTank

Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft

E-Mail: jan.berger@2bahead.com

E-Mail: nickel@afrikaverein.de

Telefon: +49 341 1247 9610

Telefon: +49 30 20 60 719 50

Über 2b AHEAD ThinkTank

Das Trendforschungsinstitut 2b AHEAD ThinkTank hat den Anspruch, Deutschlands modernstes Trendinstitut zu sein. Hier arbeiten Wissenschaftler und Strategieberater. Sie verstehen sich als der Business-ThinkTank mit dem größten Innovatoren-Netzwerk in der deutschen Wirtschaft. Sie leben die Mission, als Potenzialentfalter ihrer Kunden, deren Geschäftsmodelle der Zukunft zu entwickeln. Seit über einem Jahrzehnt bringt der ThinkTank die Top-Innovatoren der Wirtschaft zusammen, analysiert deren Investitions- und Innovationsstrategien und bringt dieses Trend-Wissen komprimiert zu seinen Kunden. Für Studien, Projekte und den Aufbau unternehmensspezifischer ThinkTanks steht dieses Netzwerk zur Verfügung.

Über Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft

Der Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft ist der bundesweite Unternehmerverband, in dem etwa 600 Unternehmen aller Größen und Branchen sowie Institutionen mit Interesse an einer wirtschaftlichen Zusammenarbeit mit den Staaten Afrikas zusammengeschlossen sind. Der AV informiert, berät und vernetzt seine Mitglieder und vertritt deren Interessen gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Dabei arbeitet er eng mit den Ministerien Äußeres, für Wirtschaft und Energie sowie für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung zusammen.