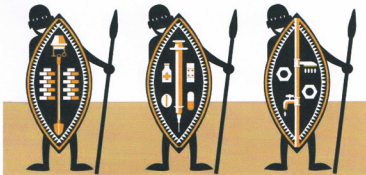


Deutscher Mittelstand entdeckt Afrika



© Bild: 2012 FTD-Illustration

Exklusiv Der Schwarze Kontinent bietet überdurchschnittliches Wachstum, die Länder südlich der Sahara gewinnen an Stabilität. Grund genug für deutsche Familienunternehmen, Millioneninvestitionen ins Auge zu fassen. von *Haimo Fischer* Stuttgart

Der deutsche Mittelstand wagt sich in die Wachstumsregion Afrika. Nach den Konzernen setzen nun auch Familienunternehmen zum Sprung auf den Kontinent an. Dabei beschränken sie sich nicht auf weitgehend entwickelte Regionen wie Südafrika oder Teile des Maghreb. Den Armaturenhersteller Hansgrohe zieht es in aufstrebende Staaten südlich der Sahara, darunter Tansania, Ghana oder Botsuana. "Jetzt wollen wir den Einstieg aktiv betreiben", sagte Unternehmenschef Siegfried Gänßlen der FTD. Auch Baufirmen oder Pharmaunternehmen streben in diese neuen Märkte.

Dank gestiegener Rohstoffpreise und stabilerer politischer Systeme erleben zahlreiche afrikanische Länder einen beispiellosen Boom. Dadurch steigt das Interesse von Mittelständlern, dort Fuß zu fassen. "Wir sehen seit zwei Jahren eine deutliche Zunahme", sagte Marcus Felsner von der Beratungsfirma Rödl & Partner. Nachdem Asien immer mehr erschlossen werde, sei Afrika der letzte echte Wachstumsraum der Welt.



Ausländische Direktinvestitionen weltweit nach Zielregionen

Es ist eine Wette auf die Zukunft: Falls die Zahl kaufkräftiger Kunden deutlich wächst, wollen die Firmen vor Ort sein. Das ist ihnen Millioneninvestitionen wert. "Wenn wir zu spät kommen, dann wird es erst richtig teuer", sagte Gänßlen. Deshalb will er heute vor allem seine Marke in Afrika bekannt machen. Um das Geschäft vorzubereiten, hat Hansgrohe vor drei Jahren einen Sanitärhändler in Südafrika gekauft, der die Produkte des Schwarzwälder Unternehmens absetzt - eine Basis für die Expansion in andere Regionen. Zunächst sind Hotels die Kunden, dann kaufkräftige Privatleute, die sich hochwertige Armaturen leisten. Stück für Stück will Gänßlen dann das Händlernetz ausbauen. Seine Ziele sind ehrgeizig. In fünf Jahren sollen fünf Prozent des Geschäfts aus Afrika kommen. Hansgrohe macht rund 700 Mio. Euro Umsatz im Jahr. Rund 5 Mio.

Euro hat der Konzern bislang in Marketing und Vertrieb in Afrika investiert.

Wesentlich höhere Summen setzt der Ulmer Zementkonzern Schwenk ein. Im vergangenen Jahr nahm das Familienunternehmen, das rund 1 Mrd. Euro Umsatz macht, ein Werk in Namibia in Betrieb. Kosten: 250 Mio. Euro. Von dort sollen auch Baustellen in Angola, Sambia und Botsuana beliefert werden. Das Investitionsklima in Namibia schätzt Schwenk-Chef Gerhard Hirth auch wegen der guten Infrastruktur als günstig ein: "Ich kann nur jeden einladen, eine Investition in dem Land in Betracht zu ziehen."

Immobilien nach westlichem Standard gibt es in weiten Teilen Afrikas nicht. Ausländer sind deshalb bereit, hohe Summen für eine Wohnung zu zahlen, und machen Investitionen der Baubranche so attraktiv. "Angolas Hauptstadt Luanda ist eine der teuersten Städte der Welt", sagte Michael Monnerjahn vom Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft. Der Dachziegelhersteller Monier aus Oberursel analysiert ebenfalls Märkte südlich der Sahara. "Mittelfristig sind für uns besonders Ghana und Kenia interessante Länder", sagte Unternehmenschef Pepyn Dinandt. In Südafrika ist Monier seit Jahren vertreten.

Im Frühstadium sind Pläne der Berliner Immobilienfirma Windsor, die auch eine Pharmasparte besitzt. Geplant ist der Bau von Tageskliniken, die Patienten mit Medikamenten versorgen - zunächst in Nordafrika, später weiter südlich. "Wir entwickeln ein Investitionsszenario", sagte Unternehmenschef Roy von der Loch.