

AFRIKA UND NAHOST

NIGERIA / FAHRZEUGE

Strategische Optionen für die deutsche Industrie

Gastbeitrag von Marc-Peter Zander, Geschäftsführer der africon GmbH, Düsseldorf

Düsseldorf (NfA)--Afrika wird zunehmend als Investitionsmarkt auch für deutsche Automobilunternehmen wahrgenommen. Der Slogan „vom Krisenkontinent zum Chancenkontinent“ ertönt immer öfter in der Industrie wie in politischen Kreisen. Zuletzt wurde bekannt, dass sich Bosch, VW und auch Ford für den Markt entschieden haben.

Investitionen in einen bisher weithin noch unbekanntem Kontinent benötigen jedoch ein gutes Verständnis der lokalen Besonderheiten. Nicht nur muss man kulturelle Unterschiede bewältigen sondern sich auch auf andere administrative Standards und Investitionsmethoden einlassen. Als Beispiel dafür kann eine Automobilstudie des Beratungsunternehmens africon genannt werden, bei der eine Marktgrößenbestimmung für einen internationalen Hersteller im IAM Automobilbereich unter Einbeziehung verschiedenster Faktoren wie informellen Märkte, Schmuggel und kulturellen Faktoren vorgenommen wurde.

Offizielle Statistiken sind nicht aussagefähig

Es zeigt sich, dass Toyota, Honda und Mercedes Benz die stärksten Marken sind. Aber auch andere deutsche Fahrzeuganbieter wie Volkswagen und BMW befinden sich unter den stärksten Marken auf dem nigerianischen Markt. Des Weiteren wurden während der Recherche die Distributionswege von Ersatzteilen im automobilen Sektor untersucht. Da in afrikanischen Ländern nicht dieselben festen Strukturen wie in Europa existieren, kann man weder davon ausgehen, dass Reparaturen und Durchsichten in offiziellen Werkstätten vorgenommen werden noch, dass man Importzahlen über die üblichen statistischen Wege zuverlässig nachweisen kann. Hierfür sind viel mehr eine gute Kenntnis der

lokalen Strukturen sowie eine tiefgründige Studie der einheimischen und noch nicht verzeichneten Märkte ausschlaggebend.

In diesem Zusammenhang hat africon mit einem Team vor Ort gearbeitet, das alle Import- und Verkaufswege der Automobilersatzteile in Nigeria verfolgt hat. Hierfür wurden 150 Werkstätten und Verkäufer sowie mehr als 500 Konsumenten in vier Städten interviewt.

Die Einschätzungen von 48 Experten der Automobilbranche wie zum Beispiel großen Importeuren wurden ebenfalls in die Studie integriert. Außerdem wurden mehr als 12.500 Fotos von Autos auf Nigerias Straßen gemacht, dank welcher eine eigene Statistik zu Autotypen vor Ort sowie deren Alter hergestellt und mit offiziellen Zahlen abgeglichen werden konnten.

Aus der Gesamtheit dieser Quellen konnten Erkenntnisse gewonnen werden, die bis dahin nicht abrufbar waren: Anzahl der Autotypen in Gebrauch, Marken von Ersatzteilen (am Beispiel Filter) für Pkw, Lkw und Baumaschinen sowie Durchschnitts-

alter der Maschinen und Herkunft der Ersatzteile wurden erhoben, deren Marktpreise und die Herkunft der gefälschten Artikel bestimmt und ein umfassendes Panorama der lokalen Vertriebskanäle gezeichnet.

Schmuggel ist an der Tagesordnung

Importe kommen in Afrika aus unterschiedlichsten Regionen und auf vielfältige Wege ins Land. Offizielle, durch den Zoll registrierte Importe sind hierfür nur ein Beispiel. Manche Güter kommen aus anderen Ländern über unbewachte Grenzen oder über asiatische

Sammeltransporte auf den Markt. Finanzielle, logistische und soziale Faktoren multiplizieren die Anzahl der Akteure im Automobilhandel. Große Werkstätten existieren häufig nur in den urbanen Zentren, entlang der Landstraßen dominieren die „einfachen“ Mechaniker, die auch in den großen Städten offiziellen Werkstätten auf Grund ihrer Preise durchaus Konkurrenz machen.

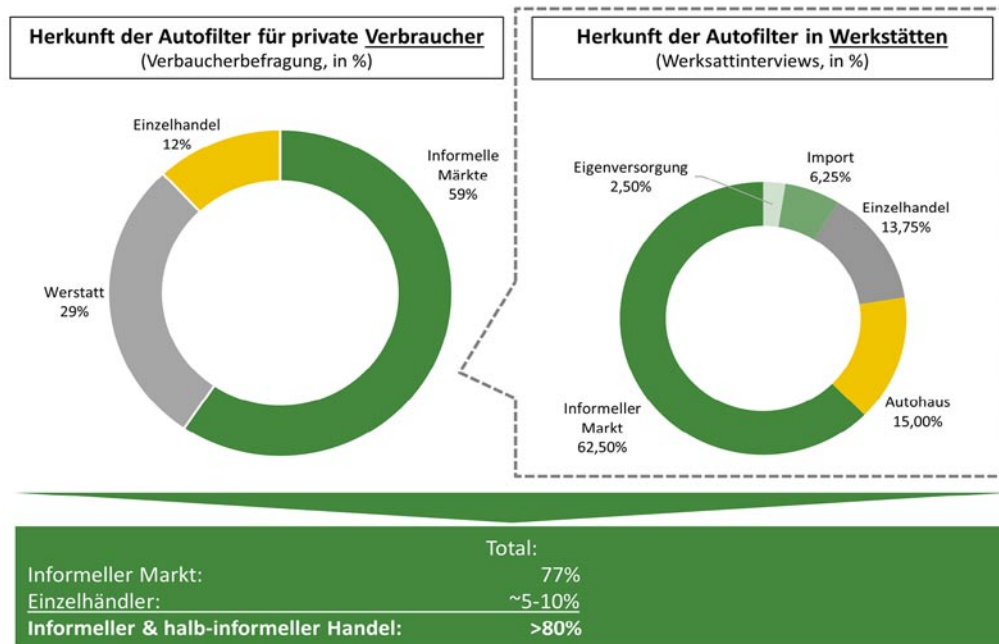
Außerdem hat der Markt mit Fälschungen zu kämpfen. Bei Beispiel der Automobilfilter haben wir fast 80% gefälschte Produkte auf lokalen Märkten entdeckt. Allgemein können wir von einer undurchsichtigen Situation auf afrikanischen Märkten sprechen, da das Beispiel Nigerias durchaus übertragbar ist. Eine Marktrecherche und -größenbestimmung, die für eine Erschließungsstrategie zwingend nötig sind, können daher im Allgemeinen nur auf Grundlage der Kenntnis des lokalen Marktes vorgenommen werden.

Die Spezialisierung einer Beratungsfirma wie africon mit eigener Vertretung in Kenia und Nigeria sowie einem umfassenden Netzwerk mit afrikanischen Consultants war daher ausschlaggebend für den Erfolg der Studie. Wer in Nigeria erfolgreich sein möchte, darf die informellen Märkte nicht außen vorlassen. Wir gehen davon aus, dass es noch mindestens fünf Jahre brauchen wird, bis Nigeria einen kontrollierten Markt für Ersatzteile aufweist.

NfA/1.2.2017

Vertriebskanal zum Endabnehmer am Beispiel Autofilter

Mehr als 80% aller Einzelteile im Automobilsektor kommen von informellen oder halb-informellen Märkten.



Quelle: africon consumer survey (2016), africon workshop interviews (2016), africon analysis (2016)

KONTAKT:

Marc-Peter Zander,
Geschäftsführer
Tel: +49-211-7817 9960
marc.zander@africon.de
www.africon.de

IRAN / TEXTIL UND LEDER

Viele Maschinenteile als Dual-Use-Güter eingestuft

TEHERAN (NfA/GTAI)--Irans traditionsreiche Textil- und Bekleidungsindustrie kämpft gegen die ausländische Konkurrenz. Die Hersteller sollen zwar durch hohe Einfuhrzölle geschützt werden, aber Branchenvertreter und das Industrieministerium sprechen von massenhaften illegalen Importen. Zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit sind Investitionen in neue Anlagen erforderlich, den Betrieben fehlt jedoch oft die entsprechende Finanzkraft.

Das Industrieministerium meldet zwar für 2015/16 (21. bis 20. März) für mehrere Sparten Zuwächse, aber auch das gestiegene Produktionsniveau liegt noch weit unter den Kapazitäten. Die Angaben über die durchschnittliche Auslastung variieren stark, aber keine Schätzung geht von mehr als 50% aus, einige Firmenvertreter sprechen von nur 30%. Die Branche leidet zudem unter Qualitätsproblemen, die vor allem durch

den veralteten Maschinenpark verursacht werden.

Offiziellen Angaben zufolge gibt es im Textil- und Bekleidungssektor fast 10.000 Betriebe mit 290.000 Beschäftigten. Die von privaten Firmen geprägte Branche wird in Regierungsverlautbarungen immer wieder als förderungswürdiger Wirtschaftszweig mit Potenzial bezeichnet. Dennoch fehle es an der notwendigen Unterstützung, so Kritiker. Etwa 400 zumeist mittlere und große Textil- und BekleidungsHersteller sind in der Association of Iran Textile Industries (<http://aiti.org.ir>) organisiert. Das Spektrum der Mitglieder reicht von Baumwollspinnereien und -webereien über Produzenten von Acryl- und Polyestergeräten, synthetischen Fasern, Maschinen gefertigten Teppichen, Teppichböden, Woll- und Bettdecken, Bekleidung bis zu Herstellern von Textilmaschinen und Ersatzteilen.

Als Hauptproblem wird die Konkurrenz insbesondere aus China und der Türkei, bezeichnet. Es kommen die Re-Exporte über Dubai hinzu. Teilweise hohe Importzölle sollen den Inlandsmarkt schützen, aber ein Großteil der Einfuhren kommt illegal ins Land. Auf Bekleidung wird derzeit ein Zollsatz von 55% erhoben, für Lieferungen aus der Türkei gilt ein ermäßigter Satz von 33%. Für Stoffe sind 32% fällig.

Die iranische Textilindustrie möchte durch die Modernisierung ihres Maschinenparks ihre Wettbewerbsfähigkeit sowohl im Inland als auch auf internationalen Märkten stärken. Das große Interesse der Branchenfirmen an neuer Technologie zeigt die starke Resonanz auf die von europäischen Verbänden und Firmen angebotenen Konferenzen und Seminare. Der VDMA-Fachverband Textilmaschinen veranstaltete in Teheran bereits im April 2015 ein

Symposium. Etwa 1.100 lokale Firmenvertreter ließen sich die Angebote von den 36 angereisten deutschen Textilmaschinenbauern und Zubehörherstellern präsentieren.

Auf der Veranstaltung zeigte sich das Interesse der iranischen Firmen, nach Lösungen zur Verbesserung ihrer überwiegend alten, oft Jahrzehnte alten Anlagen zu suchen. Ein erheblicher Teil des Maschinenparks kam als Gebrauchtanlagen aus Europa ins Land. Als Problem wurde auch auf die fortbestehenden Exportkontrollen hingewiesen. Ersatzbeschaffungen würden erschwert, weil viele Teile als Dual-Use-Güter eingestuft seien, so Branchenvertreter.

Das Interesse an moderner Technologie führt aber nur begrenzt zu entsprechenden Investitionen. Aufgrund der schwachen Finanzkraft eines Großteils der Branchenunternehmen werden verstärkte staatliche

Fördermaßnahmen gefordert. Die Banken vergeben Kredite nur mit großer Zurückhaltung und verlangen zudem hohe Zinsen. Trotz der schwierigen Lage wurden 2015/16 Textil- und Bekleidungsindustriemaschinen für 324 Mio USD importiert, so der iranische Zoll. Dies waren allerdings 11% weniger als 2014/15.

Deutschland ist der führende Maschinenanbieter, gefolgt von Italien. Die Sanktionsphase brachte aber einen Umschwung zugunsten asiatischer Lieferanten. Nach VDMA-Berechnungen exportierten 2013 die wichtigsten Lieferländer Textilmaschinen in den Iran im Wert von umgerechnet nur 85 Mio EUR - davon entfielen 33% auf China. Es folgten Deutschland (16), die Türkei (12), Südkorea (7) und Italien (5). Die Daten für 2015 zeigen bei Textilmaschinen Deutschland wieder als den führenden Lieferanten.

re/NfA/1.2.2017