

NEWSLETTER

INTERNATIONAL

 DEUTSCHE VERSION

NIGERIA



AFRIKA – ZUKUNFTSMÄRKTE UNTERHALB DES RADARS



S. 2

INTERVIEW:

Katharina Felgenhauer

„ES GIBT KEINE BLAUPAUSEN“ ▶



S. 4

INTERVIEW:

Mark Essien

„NIGERIA KANN ZENTRALER AFRIKANISCHER
TECHNOLOGIESTANDORT WERDEN“ ▶



S. 5

INTERVIEW:

Christian Tegethoff

„MIT ÜBERSCHAUBAREM INVESTMENT
GROSSE MARKANTEILE SICHERN“ ▶

„ES GIBT KEINE BLAUPAUSEN“

Wie ist es Ihnen in den letzten Monaten ergangen? Welche Konsequenzen hatten die coronabedingten Maßnahmen für die Arbeit der AHK und für Sie persönlich?

Glücklicherweise ist ein großer Teil der Restriktionen inzwischen wieder aufgehoben worden. Die Flughäfen in Lagos und Abuja sind wieder geöffnet, auch wenn nur einige Fluglinien Lizenzen zur Wiederaufnahme des Betriebs erhalten haben und nur wenige Destinationen angeflogen werden.

Die Quarantäne für Einreisende wurde mittlerweile auf sieben Tage reduziert. Die Überlandgrenzen sind leider weiterhin geschlossen, der Schulbetrieb wird erst phasenweise wieder aufgenommen. Die nächtliche Ausgangssperre wird allmählich gelockert.

Die AHK-Mitarbeiter arbeiten weiterhin von Zuhause aus, wie auch in vielen anderen Unternehmen. Wir haben eine turbulente Zeit hinter uns – während des harten Lockdowns waren die Klärungs- und Abstimmungsbedarfe enorm, vor allem hinsichtlich von Ausnahmeregelungen für den Weiterbetrieb von systemrelevanter Produktion.

Ein wichtiger Teil unserer Arbeit besteht aus der Organisation und Begleitung von Delegationsreisen und Messen. Hier haben wir viel auf Onlineformate umgestellt – inklusive einer AHK-eigenen Messe, der Westafrikanischen Energie- und Umweltmesse (WACEE), mit angeschlossener Konferenz! Teilgenommen haben 35 Aussteller und über 1000 Besucher.

Wie ist die deutsche Wirtschaft in Nigeria präsent? Wie viele Unternehmen sind vor Ort aktiv?

Wir schätzen, dass es etwa 100 deutsche Unternehmen in Nigeria gibt. Dies umfasst alle Formen der Präsenz – viele von diesen Firmen unterhalten Verkaufsbüros, andere haben eigene Produktionsanlagen, wieder andere arbeiten mit nigerianischen Partnern zusammen.

Die Firmen kommen aus praktisch allen Branchen; die Bereiche Bau, Konsumgüter, Infrastruktur und Energie sind aber besonders stark vertreten. Die nigerianische Erdölbranche zieht natürlich die entsprechenden Zulieferer an.

Nigeria gilt, auch aufgrund seines Rohstoffreichtums, als Markt mit grundsätzlich großen Chancen. Was hindert das Land bislang daran, seine Möglichkeiten voll zu realisieren?

Nigeria hat mit seinen rund 200 Millionen Einwohnern selbstverständlich riesiges Potential. Es gibt gut ausgebildete Menschen und lokal eine starke Mittelschicht. Langsam verbessern sich auch die Rahmenbedingungen, beispielsweise in Bezug



Katharina Felgenhauer

ist die Delegierte der Deutschen Wirtschaft in Nigeria. Die AHK Nigeria, mit Büros in Lagos und Abuja, befasst sich mit der Förderung der deutsch-nigerianischen Wirtschaftsbeziehungen. Frau Felgenhauer war zuvor an der AHK Ghana tätig und hat über sieben Jahre für BASF und das Internationale Wassermanagement Institut (IWMI) in Ost- und Westafrika gearbeitet.

auf die Transparenz von Verwaltungsprozessen.

Zu den Problemen zählen allerdings nach wie vor die mangelnde Planungs- und Rechtssicherheit, die aufgrund des niedrigen Ölpreises herrschende Devisenknappheit und die Volatilität der lokalen Währung, des Naira. Die Infrastruktur ist vielerorts unterentwickelt. Potentielle Investoren überlegen deshalb lange, ob sie den Schritt wagen wollen.

Die nigerianische Regierung begünstigt Ansiedlungen. Ihr Ziel ist es, die Diversifizierung der Wirtschaft zu fördern, gerade vor dem Hintergrund der niedrigen Ölpreise. Die Maßnahmen zur Förderung von lokaler Wertschöpfung haben Vor- und Nachteile für deutsche Unternehmen.

Jede Firma muss angesichts des gemischten Bildes ihre eigene Nische finden. Es gibt keine Blaupausen, ein Markteintritt muss kleinteilig vorbereitet und umgesetzt werden.

Interessanterweise haben wir gerade in der Corona-Zeit viele Anfragen bekommen. Nigeria gilt einigen Unternehmen als „unbeackertes Land“, wo man als „First Mover“ noch Geländegewinne erzielen kann.

Inwieweit ist der nigerianische Markt denn aufnahmebereit für deutsche Produkte?

Deutsche Produkte haben einen sehr guten Ruf, aber ihr hoher Preis kann hinderlich sein. Es geht den nigerianischen Kunden um ein stimmiges Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Loyalität zu bestehenden Lieferanten ist gering, Anbieter müssen sich immer wieder neu beweisen.

Generell bieten sich durch den Diversifizierungskurs Möglichkeiten und es gibt eine ganze Reihe von Bereichen, in denen zurzeit investiert wird. Entscheidend ist es, die Nischen zu identifizieren und mit den richtigen Partnern vor Ort zu arbeiten.

Was empfehlen Sie deutschen Unternehmen, die sich für Geschäfte in Afrika interessieren?

Zuallererst ist es wichtig, die Länder einzeln zu betrachten – Afrika ist selbstverständlich kein einheitlicher Markt!

Generell ist das Geschäft beziehungsbasiert, zwischen den Geschäftspartnern muss es funken. Ein Geschäftsaufbau rein vom Schreibtisch aus wird nicht funktionieren.

Die AHK und ihre Partner können bei den einzelnen Schritten helfen – etwa bei Geschäftspartnersuchen oder der Vertretung von Unternehmen im Land. In jedem Fall gibt es keine schnellen Lösungen in Afrika, man braucht Zeit und Geduld.

Hat Nigeria Potential, um sich als Produktionshub für Westafrika zu etablieren?

Jein. Die „Local-Content-Politik“ hat durchaus dazu beigetragen, dass Firmen in das

Land kommen. Viele dieser Firmen bauen aber keine eigenen Werke auf, sondern setzen auf Lizenz- bzw. Auftragsfertigung.

Das Ausbildungsniveau in Nigeria ist grundsätzlich gut, es sind qualifizierte und kompetente Mitarbeiter zu finden. Die fortlaufende Entbürokratisierung und Digitalisierung werden die Attraktivität des Standorts mittelfristig steigern.

Aber kann Nigeria ein Produktionsstandort mit regionaler Bedeutung werden? Das Land ist an der Westafrikanischen Wirtschaftsgemeinschaft und der Afrikanischen Freihandelszone beteiligt, dennoch kommt es immer wieder zu Grenzschießungen, wie zuletzt zu Benin.

Nigeria wird sich weiterhin öffnen, aber es sind noch viele Hürden auf dem Weg zu einer Belebung des regionalen Handels zu nehmen. Der größte Engpass ist die Logistik – die Straßen sind schlecht, die Häfen arbeiten wenig effizient und es kann nur wenig Frachtverkehr über die Flughäfen abgewickelt werden.

„NIGERIA KANN ZENTRALER AFRIKANISCHER TECHNOLOGIESTANDORT WERDEN“

Wie hat sich COVID-19 auf das Geschäft und die Beschäftigung in Nigeria ausgewirkt?

Viele Unternehmen sind betroffen, insbesondere natürlich der Reise- und Gastronomiesektor. In Nigeria gab es fast zwei Monate lang einen strikten Lockdown, der die Dienstleistungsunternehmen am Betrieb hinderte.

Es gibt kein richtiges soziales Netz, so dass viele Menschen von ihren Ersparnissen und der Hilfe von Familienangehörigen leben mussten. Ich gehe davon aus, dass die Auswirkungen in den kommenden Monaten noch spürbar sein werden.

Was sind derzeit die wichtigsten Branchen in Nigeria? Welche Bereiche werden sich in den nächsten drei Jahren besonders dynamisch entwickeln?

IT ist der derzeit am stärksten wachsende Sektor. Im Fokus liegt im Moment auch die allgemeine Infrastrukturentwicklung, etwa Häfen und Elektrizität. Darüber hinaus bleiben Bau und Bildung wichtige Branchen.

Inwieweit sehen Sie als Technologieunternehmer Nigeria als nächsten Technologie-Hub, gar als kommendes Silicon Valley?

Nigeria ist vielleicht nicht das nächste Silicon Valley, aber es wird wahrscheinlich der wichtigste Ort für Technologie in Afrika sein. In jedem Fall wird die Bedeutung des Landes für die IT- und Technologiebranchen weiter zunehmen.



Mark Essien

ist Unternehmer, Softwareentwickler und Startup-Investor. Er ist der Gründer und CEO von Hotels.ng, einer der ersten Online-Websites für Hotelbuchungen in Nigeria. Bevor er CEO von Hotels.ng wurde, baute er eine Filesharing-Software namens Gnumm auf (erworben von Snoopstar.com), gefolgt von einem Startup zum Sprachenlernen namens Ingolingo. 2015 schaffte er es auf die Forbes-Liste der 30 jüngsten Unternehmer in Afrika und ist derzeit ein häufiger TEDx-Sprecher.

Nigeria ist sehr groß, durch das Öl gibt es erhebliche Mittel und im Moment ist eine starke Hinwendung zur Informationstechnologie zu beobachten. Diese Faktoren sprechen dafür, dass Nigeria tatsächlich zu einem der zentralen afrikanischen Technologiestandorte werden kann.

Wie weit ist die Informationstechnologie denn schon entwickelt?

Schon heute besteht großer Bedarf an qualifizierten IT-Spezialisten, insbesondere an erfahrenen Managern. Die Branche hier ist jung, viele Leute haben sich autodidaktisch selbst in die Technik eingearbeitet und entwickeln jetzt Software. Ihnen fehlt es an Erfahrung. Die Branche würde sehr stark davon profitieren, wenn es erfahrene Akteure gäbe.

Das Thema Blockchain ist in Nigeria immer noch klein, aber seine Popularität wächst. Dies steht im Zusammenhang mit den Beschränkungen im Finanzwesen; die Regierung arbeitet ja daran, den Wechselkurs des Naira stabil zu halten. Ich gehe davon aus, dass die Bedeutung von Blockchain-Technologie in Nigeria in den nächsten Jahren zunehmen wird.

Welchen Rat würden Sie ausländischen Unternehmen geben, die in Nigeria tätig werden wollen?

Ich würde empfehlen, mit einem vertrauenswürdigen Partner vor Ort zusammenzuarbeiten. Man sollte klein anfangen und das Umfeld zunächst richtig verstehen, bevor große Investitionen getätigt werden.

Ich würde auch raten, mit Ausländern zusammenzuarbeiten, die schon eine Weile in Nigeria gearbeitet haben und die Feinheiten der Geschäftstätigkeit in Nigeria verstehen. Sie können dann als „Reiseführer“ dienen und den besten Weg zum Ziel aufzeigen.

„MIT ÜBERSCHAUBAREM INVESTMENT GROSSE MARKANTEILE SICHERN“

Welchen Stellenwert haben die afrikanischen Märkte Ihrer Einschätzung nach für den deutschen Mittelstand?

Nach meiner Wahrnehmung haben die meisten mittelständische Unternehmen Afrika als Zielmarkt kaum auf dem Zettel.

Viele Unternehmensleitungen delegieren die Verantwortung an ihre Niederlassungen in Dubai oder Abu Dhabi, wo sie dann mangels Verständnis für die Gegebenheiten und Potentiale unter „ferner liefen“ mitverwaltet werden.

INTERVIEW



Christian Tegethoff

Geschäftsführer CT Executive Search

Eine gezielte Bearbeitung Afrikas erfolgt nur im Ausnahmefall. Ein anderes Bild zeigt sich nur in Südafrika, das heute 60 Prozent aller deutschen Direktinvestitionen in Afrika beherbergt.

Die Subsahara-Region ist allerdings in den letzten Jahren im Zusammenhang mit der Migrationsthematik verstärkt in den politischen Fokus geraten. Eine Folge davon war die Ausrichtung einer ganzen Reihe von deutsch-afrikanischen Wirtschaftsforen mit dem Ziel, die Aufmerksamkeit der Wirtschaft auf die Chancen auf dem Nachbarkontinent zu lenken.

Nach meiner Einschätzung ist dies allenfalls teilweise gelungen. Die offensichtlichen Probleme in vielen Ländern und auch die eher negative Nachrichtenlage dominieren leider oft die Wahrnehmung.

Warum sollten sich Unternehmen mit Nigeria und den afrikanischen Märkten generell beschäftigen?

Praktisch alle Unternehmen des produzierenden Mittelstands – von Konzernen ganz zu schweigen – sind in den letzten Jahren und Jahrzehnten konsequent den Weg der Internationalisierung gegangen.

Im Zuge dessen haben sie Osteuropa und China fest in ihre Lieferketten integriert und dort Produktionsstandorte aufgebaut. Anschließend bzw. parallel dazu erfolgte die Expansion in die BRIC-Märkte. Etwas später sind dann auch Indien und die großen südostasiatischen Länder auf der Landkarte aufgetaucht, allen voran Vietnam und Thailand.

Afrika hat, mit Ausnahme Südafrikas, in dieser Zeit so gut wie keine Rolle gespielt.

Doch wo ist künftig noch mit deutlichem gesamtwirtschaftlichem Wachstum zu rechnen? Wer nach den Boomregionen von morgen sucht, landet schnell in Afrika - einem gewaltigen Kontinent mit schnell wachsender Bevölkerung und vielerorts erheblichem Rohstoffreichtum. Das Bruttoinlandsprodukts Ruandas und Äthiopiens hat im letzten Jahr um mehr als acht Prozent zugelegt, die Volkswirtschaften Benins, der Elfenbeinküste, Ghanas und Ugandas um über sechs Prozent.

Es ist naheliegend, dass eine solch rasante Entwicklung Chancen bietet, die auf jeden Fall untersucht werden sollten. Ein Unternehmen, das sich zu Beginn einer Wachstumsbewegung in einem Markt etabliert, kann mit überschaubarem Investment große Marktanteile sichern. Durch den frühzeitigen Aufbau von Beziehungen kann die Basis dazu geschaffen werden, langfristig mit dem Markt mitzuwachsen.

Welche Vorgehensweise empfehlen Sie einem Unternehmen, das bisher wenig Erfahrung in Afrika hat?

Zunächst einmal gilt es, diejenigen Märkte zu identifizieren, die für das konkrete Unternehmen Potential bieten. Unternehmen im Infrastrukturbereich werden sich Länder vornehmen, in denen vor dem Hintergrund stabiler staatlichen Strukturen und einer gut gefüllten öffentlichen Hand mit entsprechenden Investitionen zu rechnen ist.

Ein Konsumgüterhersteller wird eher an Märkten mit einer großen Bevölkerung und wachsender Kaufkraft interessiert sein, wie etwa Äthiopien oder Nigeria.

Anschließend müssen die potentiell interessanten Märkte einzeln analysiert werden. Dazu stehen in vielen Ländern die deutschen Auslandshandelskammern sowie Beratungsunternehmen bereit.

Wir unterstützen Unternehmen mit einem Angebot, das speziell in Afrika praktikabel ist: der Platzierung eines erfahrenen lokalen Freelancers zur Ist-Analyse und Vorbereitung eines Markteintritts.

Es sollte Klarheit über die rechtlichen Rahmenbedingungen, die Konkurrenzsituation, potentielle Kunden und Vertriebspartner im Land sowie die Preisstrukturen und bestehende Lieferbeziehungen geschaffen werden. Ausgehend davon kann entschieden werden, ob ein Markteintritt sinnvoll ist und wie dieser aussehen kann.

Wie unterstützen Sie Unternehmen in Afrika und wie sind Sie dazu aufgestellt?

Wir besetzen auch in Afrika Positionen auf der lokalen Führungsebene – Geschäftsführer und Repräsentanzleiter, sowie Werksleiter und administratives Führungspersonal. Dabei sind wir auch bei der Rekrutierung für kleinere Einheiten behilflich – etwa beim Aufbau einer Repräsentanz.

Bei Suchen in Afrika arbeiten wir eng mit unseren Partnern in Johannesburg, Lagos und Nairobi zusammen. Damit kombinieren wir lokale Research-Kapazitäten mit dem Blick dafür, welche Kandidaten für die Mitarbeiter in einem internationalen Unternehmen geeignet sind.

Darüber hinaus unterstützen wir Unternehmen in der Phase des Markteintritts über die Platzierung von externen Freelance-Spezialisten. Dabei handelt es sich um lokale Manager, die die jeweilige Branche aus eigener Anschauung gut kennen – etwa aufgrund einer vorherigen Tätigkeit bei einem Marktbegleiter, einem Händler oder im Einkauf eines potentiellen Zielkunden.

Solche Experten können Unternehmen wertvolle Inneneinsichten liefern und auch sehr schnell Kontakt zu potentiellen Vertriebspartnern und Entscheidern herstellen. Damit entfällt für das Unternehmen der mitunter teure und zeitaufwändige Umweg über eine Unternehmensberatung. Im Idealfall steht der externe Markteintrittsberater nach der Evaluierungsphase als lokaler Repräsentant bzw. Geschäftsführer auch dauerhaft zur Verfügung.

Auch die Einrichtung eines Afrika-Beirats kann eine Option sein. Ein geschickt besetztes Gremium kann helfen, die Sichtbarkeit eines Unternehmens zu erhöhen und Türen zu Entscheidungsträgern in Politik und Verwaltung zu öffnen. Dies ist gerade in einem beziehungsgetriebenen Umfeld wie Afrika äußerst hilfreich.

WEBINAR

"AGILE SCENARIO PLANNING – OPPORTUNITIES FOR INVESTMENT & EXPANSION IN EUROPE

Wir laden Sie herzlich zur Teilnahme an unserem Webinar am 30. September ein. Diskutieren Sie gemeinsam mit uns die aktuellen Möglichkeiten zu Investitionen, Geschäftsexpansion und Rekrutierung in Europa.

DATUM: 30. SEPTEMBER 2020

BEGINN: 9:30 - 11:00 UHR MEZ

Die Teilnahme ist kostenlos.

Die Veranstaltung wird von **CT Executive Search** und **Nordic Minds** organisiert.

SPRECHER UND THEMEN:

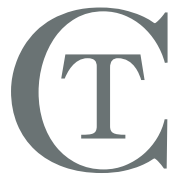
- **Tadzio Schilling**, Chief Executive Officer, Association of European Businesses (AEB)
Thema: European Business in Russia: Improve, Adapt, Overcome
- **Edward Blomstedt**, Chief Executive Officer, AirFaas
Thema: The Nordic and Baltic countries can be a new global, manufacturing powerhouse – nearshoring in a post crisis era
- **Christian Tegethoff**, Managing Director, CT Executive Search
Thema: The State of the Labour Markets: Current Recruitment Opportunities Across Europe - Russia, Eastern Europe and Germany
- **Marcus Honkanen**, Managing Partner, Nordic Minds
Thema: Engaging Executive Talent in Central and Northern Europe – a Pan-European Perspective and Status Quo of the Market

Im Anschluss an die Vorträge wird es Gelegenheit geben, Fragen zu stellen und die Themen zu diskutieren.

Das vollständige Programm können Sie [hier](#) herunterladen.

Zur Teilnahme ist eine **Voranmeldung** notwendig. Klicken Sie [hier](#), um sich zu registrieren.

Sie erhalten die Zoom-Anmeldedaten zur Teilnahme einen Tag vor dem Webinar.



EXECUTIVE SEARCH



EXPERTEN FÜR BESETZUNGEN IN OSTEUROPA UND DEN EMERGING MARKETS

CT Executive Search ist eine Personalberatung mit Schwerpunkt auf Besetzungen in Osteuropa und den Emerging Markets. Unsere Kompetenz ist es, Führungspositionen in Osteuropa, Russland/GUS, Afrika, dem Mittleren Osten und Asien effektiv zu besetzen.

Wir sind Experten in der Abwicklung grenzüberschreitender Suchprozesse und kennen die Eigenschaften, die Kandidaten für die erfolgreiche Arbeit in internationalen Unternehmen benötigen. Dazu greifen wir auf ein weit verzweigtes internationales Beratungs- und Research-Netzwerk zurück.

MOSCOW

CT Executive Search LLC
Central Office
Shlyuzovaya nab. 8,1
115114 Moscow, Russia
Telephone: +7 499 678 2111
E-Mail: office@ct-executive.com

- ★ CT Executive Search Central Office
- CT Executive Search Liaison Locations
- International Partner Offices/ Research Capacities

