



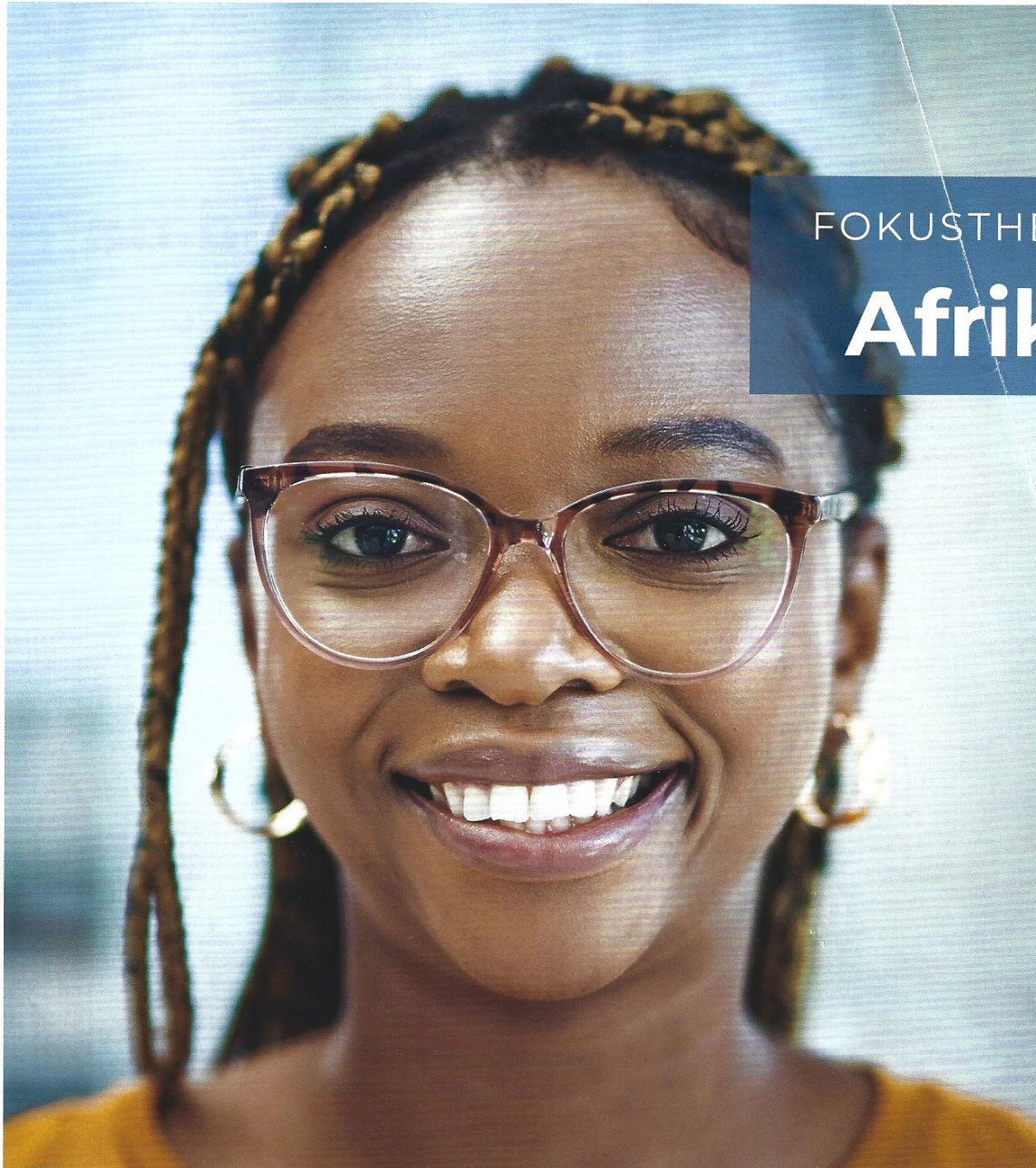
IHK
Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main

02|03.2022

IHK WirtschaftsFORUM

Unternehmermagazin für die Region FrankfurtRheinMain

A 4836 | Jahrgang 145



FOKUSTHEMA

Afrika

**42_ Ein Türöffner
für Existenzgründer**
IHK-Pitch-Arena

**46_ Mit Geschichten
die Zuhörer begeistern**
Teammeetings

**58_ Bundesbestenehrung
diesmal online**
Ausbildung

www.frankfurt-main.ihk.de

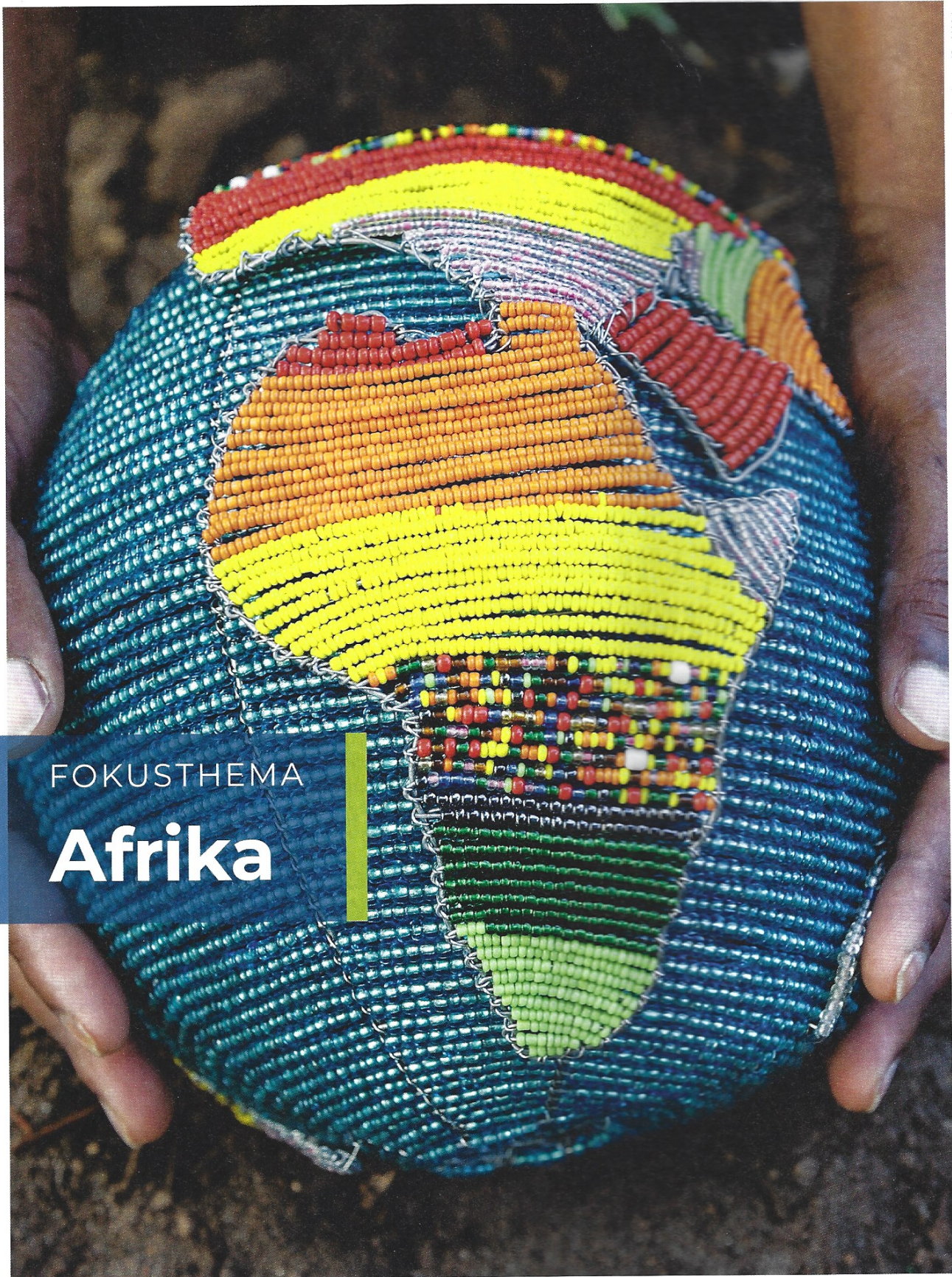


Foto: Getty Images / David Malan

FOKUSTHEMA
Afrika

„Unternehmer brauchen Mut“

Mit 54 Staaten ist der afrikanische Kontinent äußerst heterogen; wirtschaftliche Chancen und Herausforderungen liegen hier dicht beieinander. Fünf in Afrika aktive Unternehmer aus dem IHK-Bezirk Frankfurt berichten über ihre Erfahrungen.

Für eine achttägige Reise hatte Fred Haferkamp schweres Gepäck. Mit drei Koffern reiste der Frankfurter Unternehmer im November vergangenen Jahres in das westafrikanische Senegal. Mit dabei: diverse Biere in Flaschen und in Dosen. Die Delegationsreise nutzte der Geschäftsführer von Globex Food, um die Vertriebschancen auf dem Markt mit seinen knapp 17 Millionen Einwohnern auszuloten. „Wir Deutsche sind ein bisschen spät dran“, sagt der Diplom-Kaufmann. Belgier, Niederländer und Dänen seien mit ihren Produkten seit Jahren präsent. Dennoch ist Haferkamp optimistisch, dass noch Platz für seine Produkte ist. Im vergangenen Jahr stieg der Export deutscher Biere nach Senegal um knapp 70 Prozent.

„Made in Germany hat in Afrika einen sehr guten Klang, die Produkte werden geschätzt“

„Made in Germany hat vor Ort einen guten Klang, nicht zuletzt wegen der langen Biertradition.“ Um die Zeit effizient zu nutzen, nahm Haferkamp einen Service der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) in Anspruch. Die Organisation stellt deutschen Firmen entwicklungspolitische Experten, sogenannte Business Scouts, zur Seite. Sie unterstützen die Wirtschaft bei Engagements in Entwicklungs- und Schwellenländern. So konnte Haferkamp vor Ort zahlreiche Distributoren treffen, mit ihnen seine Biere verkosten und ein Gefühl für den Markt entwickeln.

Gute Wachstumsperspektiven in vielen Branchen

Überraschend für den Globex-Chef ergab sich sogar ein Kontakt zu einem Unternehmer aus dem benachbarten Mali, der gleich drei Container mit Bier made in Germany beziehen wollte. „Von Senegal aus könnten wir dann auch weitere Märkte im Umfeld erreichen, sei es Burkina Faso, die Elfenbeinküste oder Mali“, sagt der Manager, der sich vor Ort überzeugen konnte, wie geordnet und politisch stabil sich der Senegal präsentiert. In einem ersten Schritt will Globex Food jetzt mit Exporten erste Länder des großen Kontinents erobern. „Nach einigen Jahren wäre es auch denkbar, mit Distributoren vor Ort Abfüllanlagen oder gar eine eigene Produktion aufzubauen. Dafür müssen wir uns aber sicher sein, die richtigen Partner zu haben“, betont Haferkamp.



IHK ONLINE

Weitere Infos zum Thema Außenwirtschaft finden Sie auf der IHK-Interseite unter:

www.frankfurt-main.ihk.de
International

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

- Afrika ist riesig: Mit über 357 000 Quadratkilometern ist der Kontinent etwa 85-mal größer als Deutschland.
- Bis 2050 wird die afrikanische Bevölkerung von 1,4 auf 2,5 Milliarden Menschen wachsen.
- Im gleichen Zeitraum werden elf neue Megacities entstehen – mit entsprechendem Bedarf an Infrastruktur.
- Die Digitalisierung schreitet rasant voran – vom Ausbau der digitalen Infrastruktur über Smart Farming bis hin zu Telemedizin.
- 93 Prozent der afrikanischen Bevölkerung hatten 2020 Zugang zu einem Mobilfunknetz, 44 Prozent davon 4G-Mobilfunkstandard.

So offen wie Haferkamp begegnen noch nicht viele deutsche Unternehmer dem Nachbarkontinent. Kommt das Gespräch auf Afrika, überwiegen meist negative Assoziationen: Kriege, politische Unruhen, Korruption, Bürokratie, Naturkatastrophen, Hungersnöte, Armut. Und obwohl der Kontinent mit seinen 54 Staaten aufgrund seines starken Bevölkerungswachstums zunehmend als Konsumgütermarkt mit guten Wachstumschancen gewürdigt wird, spielen die Warenverkehre für den deutschen Außenhandel mit Anteilen im niedrigen einstelligen Bereich noch eine nachgeordnete Rolle. Nachdem die Coronapandemie im Jahr 2020 deutliche Spuren hinterlassen hatte, verbesserte sich die Lage allerdings im ersten Halbjahr 2021 deutlich.

Politische Stabilität

Die deutschen Importe aus Afrika stiegen laut Destatis um 39,4 Prozent auf 12,6 Milliarden Euro, die Exporte nach Afrika um 10,5 Prozent auf 11,5 Milliarden Euro. Besonders gut entwickelten sich Lieferungen in reformfreundliche Länder, die die Bundesregierung im Rahmen ihres Marshallplanes für Afrika (Compact with Africa) seit dem Jahr 2017 besonders unterstützt, wie Marokko, Tunesien, Ghana und die Elfenbeinküste. Auch die Exporte nach Südafrika stiegen zweistellig. Zu den wichtigsten Exportgütern der Deutschen zählen Maschinen, Elektro- und Pharmaprodukte

sowie Fahrzeuge. Auf der Importseite sind es neben Erdöl auch Erdgas, Agrarprodukte und zum Beispiel Autoteile.

Neben Südafrika gehörten Ägypten und Marokko zu den wichtigsten Investitionsstandorten für deutsche Unternehmen, so die Wirtschaftsförderungsgesellschaft

der Bundesrepublik Deutschland Germany Trade and Invest (gtai). „Dieser insgesamt positiven Tendenz stehen allerdings besorgniserregende politische Entwicklungen in einigen Ländern des Kontinents entgegen“, sagt Martin Kalhöfer, für Afrika zuständiger Bereichsleiter bei der gtai. „Die Staatskrise in Tunesien, ungelöste Konflikte in Äthiopien sowie heftige Spannungen zwischen Marokko und Algerien hemmen das große Potenzial.“ Gerade auch für deutsche Unternehmen, die in der Region tätig seien oder sich engagieren wollten, seien die politische Stabilität und Zuverlässigkeit jedoch von zentraler Bedeutung.

Grüne Soße, angebaut in Südafrika

Für seine Afrikapremiere brauchte der Frankfurter Unternehmer Peter Grundhöfer viel Geduld und gute Nerven. Nach einem vergeblichen Versuch, in Albanien mit einer Kräuterproduktion



Foto: Globex Food

Fred Haferkamp, Geschäftsführer, Globex Food: „Wir Deutsche sind in Afrika ein bisschen spät dran.“



Peter Grundhöfer, Geschäftsführer, Grundhöfer: „Ich möchte Menschen eine Perspektive geben, damit sie gern in ihrem Land bleiben.“

Fuß zu fassen, wagte der Geschäftsführer von Grundhöfer den Schritt an die Südspitze des afrikanischen Kontinents. Zunächst kooperierte der Chef des Familienunternehmens, das sich auf den Großhandel mit Früchten und Gemüse aus deutscher und internationaler Produktion spezialisiert hat, mit einer staatlichen Farm, die Kräuter anbaute, und in die Grundhöfer auch investierte. „Die Zusammenarbeit hat aber gar nicht geklappt. Es wurden nicht die richtigen Produkte angebaut, Mitarbeiter und Maschinen waren nicht zuverlässig“, sagt der Frankfurter, der das Abenteuer deshalb zügig beendete, ohne sich jedoch entmutigen zu lassen.

Zwischen Johannesburg und Pretoria erwarb er im Jahr 2020 eine heruntergewirtschaftete Plantage, die er wiederaufbaute. Auf 90 Hektar wachsen dort heute überwiegend Schnittlauch, Basilikum,

Rosmarin, aber auch Petersilie, Sauerampfer, Borretsch, Kresse, Kerbel und Pimpernell – und damit die Zutaten für die berühmte Frankfurter Grüne Soße. Schon auf der Farm schneiden Hilfskräfte nach der Ernte die Kräuter zurecht und bündeln sie entsprechend der Mengenvorgaben für den Export. Per Flug geht es dann mehrmals pro Woche von Johannesburg nach Frankfurt. Abnehmer sind Gartenbaubetriebe, die die Kräuter für den Lebensmitteleinzelhandel konfektionieren, und Einzelhändler. Gut ein Jahr nach dem Start fällt Grundhöfers Bilanz positiv aus. „Es läuft verhältnismäßig gut, wobei wir genau wie in Deutschland sehr stark auf beständiges Wetter angewiesen sind“, so der Geschäftsführer. Als weitere Erfolgskriterien nennt er zudem für den Kräuteraanbau geeignete Böden, ausreichende Wasserreserven, die Nähe zum Flughafen sowie gut ausgebildetes Personal.

Nützliche Links

- Africa Business Guide: www.africa-business-guide.de
- Germany Trade & Invest: www.gtai.de
- IHK-Netzwerkbüro Afrika: <https://www.dihk-service-gmbh.de>
 Netzwerkbüro Afrika
- Wirtschaftsnetzwerk Afrika: www.wirtschaftsnetzwerk-afrika.de
- Business Scouts for Development der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ): www.giz.de  Business Scouts

Kaufkräftige Mittelschicht

Mit Unterstützung der AHK Johannesburg will der Unternehmer künftig Mitarbeiter ausbilden und jährlich auch zwei bis drei von ihnen zu einem Training nach Deutschland schicken. „Wir möchten auch Unternehmer gewinnen, die vor Ort gleichfalls Kräuter anbauen, und mit denen wir kooperieren können, um auch bei Wetterextremen zuverlässig lieferfähig zu sein.“ An Nachfrage nach den Gewürzen mangelt es nicht. „Wir könnten noch bedeutend mehr anbauen“, so Grundhöfer. In Israel oder zum Beispiel auch in den Niederlanden sieht er großes Wachstumspotenzial.

Houseine Diabaté, Director Africa bei der Bad Homburger Consultingfirma Gopa, sind beide Kontinente bestens vertraut. Der gebürtige Afrikaner wuchs an der Elfenbeinküste auf, studierte später Volkswirtschaft an der Uni Köln, bevor er bei der Gopa startete, die im Auftrag multinationaler Geberorganisationen wie Weltbank, EU oder auch der KfW Entwicklungsprojekte im Ausland unterstützt, etwa beim Aufbau der Infrastruktur. Afrika hält er heute, auch für den deutschen

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

- Mit der African Continental Free Trade Area startete Anfang 2021 die weltweit größte Freihandelszone. Bis 2026 sollen 90 Prozent der innerafrikanischen Zölle wegfallen.
- Deutsche Unternehmen lieferten 2020 Waren im Wert von über 20 Milliarden Euro nach Afrika.
- Über 880 deutsche Unternehmen haben auf dem afrikanischen Kontinent investiert (2019). Die Direktinvestitionen lagen bei 12,1 Milliarden Euro.

Mittelstand, für „mehr als attraktiv“. „Made in Germany hat in Afrika einen sehr guten Klang, die Produkte werden geschätzt.“ Mit der stark wachsenden Bevölkerung bilde sich auch eine immer größere Mittelschicht heraus, die über eine größere Kaufkraft verfüge. Laut Prognosen werden im Jahr 2050 mit 2,5 Milliarden Menschen fast doppelt so viele wie heute auf Europas Nachbarkontinent leben.

African Continental Free Trade Area

Neue Abkommen wie die African Continental Free Trade Area, der größte Wirtschaftsraum der Welt, sicherten Unternehmen, die auf dem afrikanischen Kontinent produzierten, die zollfreie Vermarktung ihrer Waren zu. „Das macht Afrika deutlich attraktiver, wenn die 54 Staaten an einem Strang ziehen.“ Auch der von der Bundesregie-

rung in 2017 initiierte Marshallplan für Afrika erleichtere das Investieren auf dem vielfältigen Kontinent. Während der deutschen G-20-Präsidentschaft brachte die Bundesregierung den „Compact with Africa“ auf den Weg. Ziel des Compacts ist es, besonders reformorientierte Länder in Afrika dabei zu unterstützen, ihre wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu verbessern und damit attraktiver für private Investitionen zu werden.

Reformpartnerschaften

Der deutsche Beitrag zur Umsetzung sind die sogenannten Reformpartnerschaften, die mit sechs der zwölf Compact-Länder vereinbart wurden, und zwar mit der Elfenbeinküste und Ghana (Schwerpunkt: erneuerbare Energien und Energieeffizienz), Tunesien (Finanz- und Bankensektor), Äthiopien (Entwicklung des Privatsektors und Landwirtschaft), Marokko (Finanzsystementwicklung) und Senegal (Wirtschaftsentwicklung). Weitere Compact-Länder sind Ägypten, Benin, Burkina Faso, Guinea, Ruanda und Togo.

Bildungsniveau steigt

Ziel dieser Reformpartnerschaften ist es, die Rahmenbedingungen für privatwirtschaftliches Engagement und Investitionen zu verbessern, um neue Arbeitsplätze und damit Einkommen für die junge und wachsende Bevölkerung Afrikas zu schaffen. Eine Reformpartnerschaft setzt laut Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) Eigenleistung der Partner voraus und knüpft an deren individuelle Entwicklungsagenda an. Davon abgeleitet vereinbaren das BMZ und der Partner eine gemeinsame Reformagenda, in der sich beide Seiten zu bestimmten Leistungen verpflichten: der Partner zu den vereinbarten Reformen, das BMZ zur finanziellen und technischen Unterstützung. Berater Diabaté weist zudem auf den steigenden Bildungsstand der Bevölkerung hin. „Was jedoch

Foto: Jochen Mülller



Houseine Diabaté, Director Africa, Gopa: „Wer vor Ort investieren will, muss auch Mitarbeiter ausbilden. Das ist das A und O für den Erfolg.“

Subsahara-Afrika Initiative

Die Subsahara-Afrika Initiative der Deutschen Wirtschaft (Safri) setzt sich seit 1996 gegenüber der Bundesregierung und den afrikanischen Partnern für die Förderung nachhaltiger und partnerschaftlicher Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und Subsahara-Afrika ein. Träger sind der DIHK, der BDI, der BGA sowie der Afrika-Verein. www.safri.de

fehlt, ist die Qualifikation auf praktischer Ebene. Wer vor Ort investieren will, muss auch Mitarbeiter ausbilden. Das ist das A und O für den Erfolg.“

Der Chancenkontinent

Den Afrikaoptimismus von Unternehmer Grundhöfer und Afrikaconsultant Diabaté teilt Lina Schopen, Sales Manager Middle East Asia and Africa bei J.T. Ronnefeldt. Schon seit 2005 beliefert das Frankfurter Handelshaus die touristischen Hochburgen Südafrika, Ägypten und Nigeria mit seinen Teespezialitäten. „Wir reisen mit den Hotelketten und sehen noch sehr großes Wachstumspotenzial, weil wir noch nicht alle Märkte beliefern, die sich international für



Foto: J.T. Ronnefeldt

Lina Schopen, Sales Manager Middle East Asia and Africa, J.T. Ronnefeldt: „Um unser weltweit gutes Image nicht zu gefährden, müssen wir unsere Partner sehr sorgfältig auswählen und diese inklusive deren Mitarbeitern regelmäßig schulen.“

Tourismus und Geschäftsreisen öffnen“, sagt Schopen, die im Norden Marokko und Tunesien, im Westen Senegal, im Osten Kenia und im Süden Namibia zu weiteren attraktiven potenziellen Märkten zählt. Auch Cafés und Restaurants würden beliefert. Nicht nur als Absatz-

markt gewinnt der Chancenkontinent an Bedeutung, sondern auch als Lieferant des weltweit immer beliebter werden aromatischen Getränks.

Aus Südafrika kommen die weltweit beliebten Kräutertees Rooibos und Ho-



Eufinger Security - Ihr Partner für Sicherheit und Service im Rhein-Main Gebiet!

Maßgeschneiderte Dienstleistungen. Ein eigenes Trainingscenter. Und über 50 Jahre Erfahrung in den Bereichen:

- Werk- und Objektschutz,
- Pforten- und Empfangsdienste
- Ausstellungen und Veranstaltungen
- Prüf- und Kontrolldienste auf Bussen und Bahnen (ÖPNV)
- Banken- und Industriesicherheit

Eufinger lebt Sicherheit – Sie möchten sich ebenfalls zu unseren zufriedenen Kunden zählen? Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme!

Kontakt:

In der Römerstadt 52
60439 Frankfurt

Tel.: (069) 95 80 19 - 0
office@eufinger.de

neybush, Kenia und Ruanda exportieren hochwertige schwarze Teesorten. In Ägypten kauft Ronnefeldt Kamille- und Hibiskus-Tee ein. Insgesamt steuern diese vier Länder inzwischen zehn Prozent zum gesamten weltweiten Einkaufsvolumen bei. Doch Tee ist nicht gleich Tee. Das 1823 gegründete Traditionsunternehmen handelt nur mit hochwertigen sogenannten orthodoxen Sorten, die noch von Hand gepflückt werden. „Auf diese hochwertigen Sorten hat sich zum Beispiel Kenia spezialisiert.“ Neben dem beratungsintensiven Produkt bietet der Mittelständler Dienstleistungen und umfangreiche Beratung. „Wir statten die Hoteliers mit Samowaren und Kannen aus, fertigen Displays, die zur Einrichtung des Hauses passen, und bilden Teammaster aus, die vor Ort Tea Times kreieren können. Der Kunde bekommt ein Rundum-sorglos-Paket.“

Partner sorgfältig auswählen

Das Geschäft in Afrika übernehmen ausschließlich selbstständige Vertriebspartner, die die Märkte gut kennen. „Um unser weltweit gutes Image nicht



Foto: Goetzke Photographie

Frank Mayer, Leiter Marketing, Polar-Mohr Maschinenvertriebsgesellschaft: „Wir werden das Afrikageschäft nicht den asiatischen Wettbewerbern überlassen und weiterhin mit unserer bewährten Vertriebsstrategie vor Ort Flagge zeigen.“

Beratungsgutscheine Afrika

Mit den neuen „Beratungsgutscheinen Afrika“ fördert das Bundeswirtschaftsministerium seit Dezember kleine und mittelständische deutsche Unternehmen, die zur Vorbereitung ihrer Geschäftsvorhaben in Afrika externe bedarfsgerechte Beratungsleistungen in Anspruch nehmen. Ziel ist es, den Markteintritt zu erleichtern und die Chancen im Wettbewerb zu erhöhen. Die Beratung erfolgt durch gelistete Beratungsunternehmen und -organisationen wie die Deutschen Auslandshandelskammern in Afrika. Weitere Infos: Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle www.bafa.de

 **Beratungsgutscheine Afrika.**

zu gefährden, müssen wir unsere Partner sehr sorgfältig auswählen und diese inklusive deren Mitarbeitern regelmäßig schulen“, unterstreicht Schopen, die der Coronapandemie zumindest einen Vorteil abgewinnen kann: „Unter dem Einbruch des Tourismus hat auch unser Verkauf stark gelitten. Aber da viele Menschen im Homeoffice arbeiten und mehr Zeit haben, sind sie auf den Geschmack gekommen und gönnen sich auch mal exklusivere Sorten.“

Konkurrenz aus Asien

Die Hofheimer Polar-Mohr Maschinenvertriebsgesellschaft ist wie Ronnefeldt schon lange auf dem afrikanischen Kontinent vertreten. Den Markt bearbeitet der traditionsreiche Maschinenbauer, der Produkte für die Druckindustrie herstellt, mit seinem Kooperationspartner

Heidelberger Druckmaschinen in Südafrika sowie freien Vertriebsvertretungen für alle übrigen Länder. Das Geschäft ist schwierig. „Der Markt wird getrieben von günstigen Produkten aus Asien und Gebrauchtmaschinen“, sagt Frank Mayer, Leiter Marketing. Zwischen 2016 und 2020 sei der Umsatz in Afrika um 40 Prozent gesunken.

Polar-Mohr steuerte gegen und importierte gleichfalls günstigere Produkte aus seinem Werk in China. Aber auch die weltweite Coronapandemie wirkte sich negativ aus. Man habe die Maschinen nicht mehr oder nur mit zeitlicher Verzögerung vor Ort installieren können, weil Monteure wegen der Quarantäne die Betriebe nicht besuchen durften. Von den Herausforderungen wollen sich die Hofheimer jedoch nicht entmutigen lassen. „Wir werden das

AFRIKA

Geschäft nicht den asiatischen Wettbewerbern überlassen und weiterhin mit unserer bewährten Vertriebsstrategie vor Ort Flagge zeigen“, stellt Mayer klar. Zumal der Markt für Druckmaschinen in den Schwellen- und Entwicklungsländern noch wachse, während er sich in den USA und Europa konsolidiere. Verpackungsmaschinen hingegen würden noch auf allen Märkten zweistellig zulegen.



VERANSTALTUNG

Erfolgreiche Kommunikation mit afrikanischen Geschäftspartnern

IHK-Workshop, Mittwoch, 9. März, 9 bis 17 Uhr, IHK Frankfurt

Interkulturellen Fragen kommt gerade im Austausch mit afrikanischen Geschäftspartnern oftmals eine entscheidende Bedeutung zu. Denn nicht selten sind es die mangelnde Kenntnis der kulturellen Unterschiede und die Nichtbeachtung bestimmter Verhaltensregeln, die Geschäfte zwischen deutschen und afrikanischen Partnern belasten oder diese sogar scheitern lassen. Teilnahmegebühr: 190 Euro. Weitere Infos: Michael Fuhrmann, m.fuhrmann@frankfurt-main.ihk.de.

Hessischer Außenwirtschaftstag 2022

Dienstag, 28. Juni, ganztägig, IHK Frankfurt

Der 6. Hessische Außenwirtschaftstag ist aktuell als Präsenzveranstaltung geplant. Neben EU-bezogenen Fachvorträgen ist unter anderem eine Podiumsdiskussion zu Entwicklungstrends und Geschäftschancen für die mittelständische hessische Wirtschaft in Afrika vorgesehen. Vertreter der deutschen Auslandshandelskammer in Afrika und aus anderen Kontinenten sind für Einzelberatungen vor Ort. Weitere Infos: Paul Schmitz, p.schmitz@frankfurt-main.ihk.de.

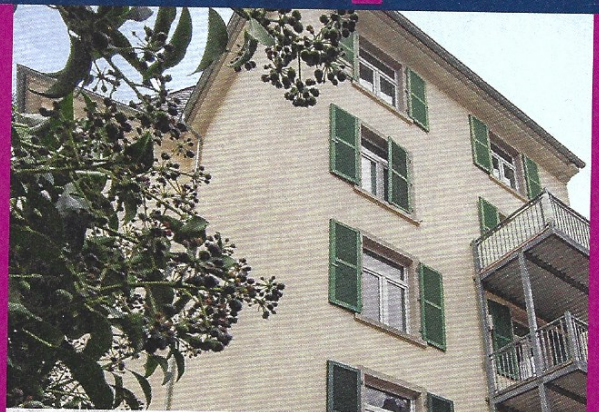
Africa-Medpharma Day 2022

Mittwoch, 26. Oktober 2022, ganztägig, IHK Frankfurt

Neben Berichten über den aktuellen Stand und Entwicklungstendenzen im Bereich der Gesundheitswirtschaft auf verschiedenen afrikanischen Märkten und vertiefenden Podiumsdiskussionen steht vor allem das Networking und der Aufbau neuer B2B-Kontakte im Mittelpunkt dieser Veranstaltung. Hierzu wird unter anderem eine größere Unternehmerdelegation von der Elfenbeinküste beziehungsweise Westafrika erwartet. Weitere Infos: Michael Fuhrmann, m.fuhrmann@frankfurt-main.ihk.de.

IMMOBILIE DES MONATS

Altbauwohnung in Bestlage
FRANKFURT - WESTEND
OBJEKT ID: 1608
PREIS: 890.000 EURO



ca. 87,9 m²



3



2



1

Bedarfsausweis, 276,4 kWh/(m² · a), Öl, Baujahr 1934

Haben wir Ihr Interesse für diese einzigartige Immobilie geweckt?

Dann rufen Sie einfach Susanne Röcken in unserem Frankfurter Büro unter 069 - 23 80 79 30 an oder schreiben Sie uns eine Email an susanne.roecken@ppsir.de.

Peters
& Peters

Sotheby's
INTERNATIONAL REALTY

Sie möchten Ihre Immobilie zeitnah verkaufen und u. a. hier bewerben?

Dann rufen Sie einfach Olivier Peters in unserem Frankfurter Büro unter 069 - 23 80 79 30 an oder schreiben Sie uns eine Email an olivier.peters@ppsir.de.



Wir freuen uns auf Sie!



Mitglied der
FRANKFURTER
IMMOBILIENBÖRSE
bei der IHK Frankfurt am Main

MEHRFACH AUSGEZEICHNETER SERVICE



CAPITAL
FOCUS
DIE WELT

SOTHEBY'S INTERNATIONAL REALTY
1.000 BÜROS 24.000 MAKLER 75 LÄNDER

Danziger Straße 50 a
65191 Wiesbaden
0611 - 89 05 92 10

Arndtstraße 24
60325 Frankfurt
069 - 23 80 79 30

Louisenstraße 84
61348 Bad Homburg
06172 - 94 49 153

peters-sothebysrealty.com

Netzwerk der Deutschen Auslandshandelskammern in Afrika

- Ägypten: Deutsch-Arabisches IHK, Kairo
- Algerien: Deutsch-Algerische IHK, Algier
- Angola: Delegation der Deutschen Wirtschaft in Angola, Luanda
- Ghana: Delegation der Deutschen Wirtschaft in Ghana, Accra
- Marokko: Deutsche IHK in Marokko, Casablanca
- Kenia: Delegation der Deutschen Wirtschaft für Ostafrika, Nairobi
- Nigeria: Delegation der Deutschen Wirtschaft in Nigeria, Lagos
- Südafrika: Deutsche IHK für das südliche Afrika, Johannesburg
- Tunesien: Deutsch-Tunesische IHK, Tunis

(Aufzählung ohne Büros in sonstigen Ländern beziehungsweise weiteren Länderzuständigkeiten)

Weitere Infos: www.ahk.de

Steigende Nachfrage nach Konsumgütern

In Afrika sieht Polar-Mohr vor allem eine stark steigende Nachfrage seitens der Branchen Lebensmittel, Kosmetik und Gesundheit. Geografisch sieht Mayer das größte Potenzial in Südafrika, dem Norden des Kontinents, im Westen in Ghana und der Elfenbeinküste sowie im Osten in Kenia, Tansania und Uganda. Und wer nicht wagt, der nicht gewinnt. Für kaum ein internationales Engagement gilt dieser Spruch wohl so sehr wie für den afrikanischen Kontinent, auf dem

Chancen und Herausforderungen dicht beieinanderliegen. Für Berater Diabaté steht fest: „Unternehmer brauchen Mut, um in Afrika zu starten. Die Bedingungen sind nicht so einfach wie in Europa oder in Asien. Aber viele, die den Schritt gemacht haben, haben ihn nicht bereut.“ Großhändler Grundhöfer verbindet mit seinem Engagement auch einen gewissen Altruismus: „Wir sind ein alteingesessenes Frankfurter Familienunternehmen, das Mitarbeiter aus zahlreichen Nationen beschäftigt. Ich möchte Menschen eine Perspektive geben, damit sie gern in ihrem Land bleiben.“



DIE AUTORIN



Eli Hamacher

Wirtschaftsjournalistin,
Moderatorin, Berlin
eh@elihamacher.de

NICHT NUR IN DER KRISE

Mit dem **IHK-Newsletter** keine Entwicklungen im regionalen, nationalem und internationalen Wirtschaftsgeschehen verpassen. Wir informieren Sie wöchentlich, kostenlos mit bis zu **20 Themenfeldern** zur Auswahl.



Jetzt kostenlos abonnieren unter:
www.ihkfra.de/newsletter

