



Erfahrungsberichte | Bauwirtschaft | Afrika

Nachgebohrt: Tiefbauspezialist Bauer über seine Arbeit in Afrika

Mikko Gastager, Regional Director Africa & South Asia, bei Bauer Spezialtiefbau im Interview mit Dr. Marcus Knupp von Germany Trade & Invest

Häfen, Eisenbahnen, Kraftwerke: Der Ausbau strategischer Infrastruktur in Afrika hat in den letzten Jahren deutlich an Schwung gewonnen. Nicht zuletzt chinesische Unternehmen investieren kräftig, aktiv sind aber auch internationale Bauunternehmen aus anderen Ländern. Nicht alle Aufgaben können die Generalunternehmer selbst abdecken. Dann sind Spezialisten wie die Firma Bauer aus dem bayerischen Schrobenhausen gefragt.

Das aus einem 1790 gegründeten Handwerksbetrieb hervorgegangene Unternehmen widmet sich seit Beginn des 20. Jahrhunderts vor allem dem Spezialtiefbau. Heute führt die [Bauer Spezialtiefbau GmbH](#) weltweit Baugruben, Gründungen, Dichtwände und Baugrundverbesserungen aus und trägt so maßgeblich bei zum Gelingen von Großprojekten wie der Hongkong-Zhuhai-Macao-Brücke, der künstlichen Insel Palm Jumeira in Dubai oder der Eisenbahn unter dem Bosphorus in Istanbul. Zur Bauer Gruppe gehören neben dem Spezialtiefbau noch die Segmente Maschinen, vor allem für den Spezialtiefbau aber auch für Mining, sowie Resources, zuständig für Produkte und Dienstleistungen rund um Wasser, Umwelt, Bodenschätze und Energie.

BAUER SPEZIALTIEFBAU IST GUT GEWAPPNET FÜR DIE AFRIKANISCHEN MÄRKTE

Herr Gastager, wer sind die typischen Kunden für Bauer in Afrika?

Da Bauer als Spezialtiefbauunternehmen nur einen Teil von Bauleistungen abdecken kann, tritt Bauer fast nur als Subunternehmer auf. Aufgrund dieser Spezialisierung sind die typischen Kunden die großen internationalen Bauunternehmen, meist aus Frankreich, Portugal, Italien, Indien und Japan, aber auch zunehmend lokale Unternehmen, die sich über die Jahre ein Know-how aufgebaut haben. Bei großen und technisch herausfordernden Infrastrukturprojekten arbeiten wir auch oft für chinesische (Staats-)Unternehmen da diese zwar sehr kostenbewusst sind, dabei aber deutsche Ingenieurskunst, Qualität und Zuverlässigkeit durchaus schätzen. Vor allem, da mittlerweile viele negative Erfahrungen mit der Vergabe an den billigsten Anbieter gemacht wurden.

Welche Strategien kommen für die Bearbeitung afrikanischer Märkte in Frage?

Da Afrika nicht ein Markt ist, sondern aus 54 mehr oder weniger unterschiedlichen Märkten besteht, ist es aus unserer Erfahrung nicht möglich, Afrika als gesamten Markt zu bearbeiten. Wir haben daher eine Strategie gewählt, bei der wir Länder mit großen Märkten mit Tochterunternehmen vor Ort bearbeiten (zum Beispiel Algerien, Ägypten, Angola, Ghana, Marokko, Senegal, Südafrika) und parallel dazu große Infrastrukturprojekte im restlichen Afrika von Deutschland aus bearbeiten. Da bei diesen großen Projekten immer wieder die gleichen Akteure mitbieten, ist dies eher eine kundenbasierte als eine marktbasierende Herangehensweise.

Wie identifizieren Sie interessante Projekte?

Bei der ersten Bearbeitung des Marktes ist die Identifizierung der Projekte nicht einfach, jedoch ist das Angebot von Stellen wie den Deutschen Außenhandelskammern (AHKs), Germany Trade & Invest (GTAI), der Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, etc. sehr hilfreich, um den ersten Überblick über den Markt und die Wirtschaft des Landes zu bekommen. In den letzten Jahren lässt sich ein Großteil der Markterforschung über das Internet erledigen, da ähnliche Angebote inzwischen auch von anderen Staaten vorhanden sind. Mit zunehmender Bekanntheit auf dem afrikanischen Markt kommen die Informationen für Projekte auch von den potenziellen Hauptunternehmern selbst zu uns. Da die Afrika Business Community sehr kollegial ist, bekommt man viele Informationen über Märkte und neue Projekte bei Gesprächen und Kundenbesuchen.

Wie eng sind die Kontakte zu anderen beteiligten Unternehmen? Wie wichtig sind diese?

Im Vergleich zu den Erfahrungen in Europa und Asien ist die Zusammenarbeit zwischen den deutschen und europäischen Unternehmen in Afrika sehr offen und vertrauenswürdig. Dieser Erfahrungsaustausch ist auch sehr wichtig, um schwerwiegende Fehler zu vermeiden. Natürlich stehen wir zu unseren Mitbewerbern auch im harten Konkurrenzkampf. Da die Anzahl der Unternehmen aber beschränkt ist, ist ein faires Miteinander für beide Seiten von Vorteil. Man wird auch schließlich selber gerne gewarnt, wenn ein Kunde für unlautere Methoden schon bekannt ist oder vor der Zahlungsunfähigkeit steht.

Welche Probleme sind vor Ort vor allem zu überwinden?

Eine der größten Herausforderungen vor Ort ist die fehlende Infrastruktur. Das führt dazu, dass Annahmen zur Produktion nicht einfach aus der Erfahrung in Europa übernommen werden können. In vielen Ländern fehlt es einfach an allem; dies beginnt bei der Strom- und Trinkwasserversorgung und endet bei nicht vorhandener medizinischer Infrastruktur. Dies macht die Arbeit für die Mitarbeiter zu einer Herausforderung. Jedoch hat die Erfahrung gezeigt, dass bei ausreichender Vorbereitung durch das Unternehmen und auch der Mitarbeiter diese Schwierigkeiten in fast allen Ländern Afrikas gemeistert werden können.

Wie ist die Sicherheitslage?

Die Sicherheitslage in Afrika ist sicher eine der größten Herausforderungen. Es gibt jedoch eine große Kluft zwischen der in Deutschland für Afrikaesätze empfundenen und der tatsächlichen Gefahr. Außer dem Sahel mit bürgerkriegsähnlichen Zuständen sind die Hauptrisiken die gleichen wie in allen Millionenstädten mit großem Wohlstandsgefälle. Es ist weder in Detroit noch in Luanda ratsam, nachts alleine durch die Stadt zu laufen. Aber von außen wird es nur in Afrika als gefährlich betrachtet. Durch eine gute Vorbereitung und klare Verhaltensregeln kann diese tägliche Gefahr für Mitarbeiter stark reduziert werden.

Kann man mit deutschen Wertvorstellungen in Afrika Geschäfte machen?

Um mit deutschen Wertvorstellungen in Afrika Geschäfte zu machen, muss man einfach mit langsamerem Wachstum und mehr Akquisitionsaufwand rechnen. Jedoch ist das nach unserer Erfahrung und Überzeugung der einzige Weg, nachhaltig Geschäfte in Afrika zu machen. Es gibt so zwar viele Projekte, die am eigenen Unternehmen vorbeigehen, aber langfristig ist eine korrekte Geschäftskultur der beste Weg. Nicht zuletzt, weil auch in vielen Ländern Afrikas langsam ein Umdenken zum Thema Korruption, Vertragstreue, Zeit und Qualität beginnt und dies daher auch die Zukunft des Geschäftslebens in Afrika mehr und

mehr prägen wird. Trotz alledem ist es auch wichtig, die afrikanische Kultur zu verstehen und im Unternehmen zu leben, da es ohne einen Know-how-Transfer und den Aufbau von lokalen Ressourcen sehr schwierig ist, mit den lokalen Gegebenheiten zurechtzukommen.

Abschließend: Um als Unternehmen in Afrika Geschäfte zu machen, ist auf jeden Fall ein langer Atem und viel Ausdauer erforderlich. Wir sind jedoch davon überzeugt, dass dies die richtige Entscheidung ist, da Afrika mit seiner wirtschaftlichen Dynamik, seinem Bevölkerungswachstum und dem Entwicklungspotenzial Chancen für die Zukunft bietet, wie fast keine andere Region auf der Welt.

Weitere Informationen

- *Lesetipp: Studie [China baut in Afrika - Fragen und Antworten für deutsche Anbieter \(Ausgabe 2020\)](#)*
- *Weitere Erfahrungsberichte von Unternehmen finden Sie in unserer [Rubrik "Erfahrungsberichte"](#).*

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2020 Africa Business Guide

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.