

# AFROLYNK: ZUKUNFTS- LABOR AFRIKA

**Start-ups, Politik, Wirtschaft und Verbände trafen sich Anfang September zur zweiten Afrolynk-Konferenz in Berlin, um sich über das Potenzial afrikanischer Start-up-Ökosysteme auszutauschen. Manuel Höller-Fam vom Internationalen Wirtschaftsrat e. V. hat für das Diplomatisches Magazin mit Organisatoren und Panelteilnehmern gesprochen, um der Frage nachzugehen, warum Unternehmen aus Deutschland über einen Markteinstieg nachdenken sollten.**

Afrolynk hat es sich zum Ziel gesetzt, eine Brücke zwischen afrikanischen und europäischen Start-up-Ökosystemen zu bilden. Mit ihrem klaren Fokus auf afrikanische Start-ups bzw. solchen, die sich primär in Afrika engagieren, schließt die Konferenz eine Leerstelle in der Start-up-Szene Berlins. Der Ghanaer Moses Acquah rief die Konferenz 2016 ins Leben, um den mangelnden Finanzierungsmöglichkeiten für innovative Geschäftsideen in Subsahara-Afrika entgegenzutreten. Afrolynk will die Innovationskraft junger afrikanischer Unternehmen sichtbar machen und ihnen zu den notwendigen Kontakten verhelfen, die eine Weiterentwicklung ihrer Geschäftsidee ermöglichen. Den Standort Berlin sieht Acquah als idealen Nährboden für die Entwicklung eines regen Austausches zwischen afrikanischen und europäischen Start-up-Ökosystemen. Im Gegensatz zu Paris oder London ist Berlin für ihn ein neutraler Ort, an dem sich Entrepreneurs aus aller Welt treffen. Ironischerweise ist Berlin zugleich der Ort, an dem 1884/85 die Grundlage für die koloniale Aufteilung Afrikas beschlossen wurde. Für Acquah ist dies kein Widerspruch. Aus Tech- und Entrepreneurship-Perspektive kann Berlin heute zum Ort

# AFROLYNK: FUTURE LABORA- TORY AFRICA

**Start-ups, politicians, businesses and organisations met for the second Afrolynk Conference in Berlin at the beginning of September to exchange views on the potential of African start-up ecosystems. Manuel Höller-Fam from the International Economic Association (IWR) spoke with organisers and panellists on behalf of Diplomatisches Magazin, in order to address the question of why German companies should consider entering the market.**

Afrolynk is aiming to build a bridge between African and European start-up ecosystems. The conference is closing a gap in the Berlin start-up scene with its clear focus on African start-ups and those which operate primarily in Africa. Aware that many innovative ideas in Africa frequently lack adequate funding, Ghanaian Moses Acquah decided to create a platform which would uncover the innovative capacity of young African companies and provide them with the necessary contacts to enable them to further develop their business ideas. Acquah regards Berlin as the ideal breeding ground for the development of active collaboration between African and European start-up ecosystems. Unlike Paris or London, he sees Berlin as a neutral location where entrepreneurs from around the world meet. Ironically, Berlin is also the place where the basis for the colonial division of Africa was decided in 1884/85. This is no contradiction for Acquah. From a tech and entrepreneurship perspective, Berlin can now become the place where Europe and Africa unite. Moreover, the innovative power of German companies whose focus lies on quality and punctuality is a deciding factor for the Berlin location. Bringing German companies' know-how to Africa is his central concern. In return, Acquah is convinced that Africa can provide German companies with excellent opportunities.

Natural resources and the associated consumption have driven growth on the continent in the last few years. The decline in prices on the natural resource market may have slowed economic growth noticeably south of the Sahara, but this primarily applies to the countries exporting natural resources. Countries with few natural resources are currently profiting from the low oil prices, as is highlighted by the KfW in its Research Paper of August this year. Many are presently experiencing intense growth, including the Ivory Coast, Ethiopia and Kenya. Yet the success is not merely a result of the low natural resource costs, but also of infrastructure investments and improved investment conditions. Due to this diverse economic landscape, it is difficult for Acquah to name concrete countries as investment objects: "There is potential in many places, even where it seems difficult at first glance. In order to identify this, it is important to not

► Afrolynk-Initiator Moses Acquah (l.) im Gespräch mit Manuel Höller-Fam vom IWR

Afrolynk initiator Moses Acquah (l.) in conversation with Manuel Höller-Fam from IWR



► Innovate, connect, accelerate – Bei der diesjährigen Afrolynk-Konferenz in Berlin trafen sich Unternehmer aus der Start-up- und Techbranche zum Austausch.

Innovate, connect, accelerate - At this year's Afrolynk conference in Berlin, entrepreneurs from the start-up and tech sector met for an exchange of ideas.

Berlin, September 2017  
#Afrolynk



der Vereinigung von Europa und Afrika werden. Darüber hinaus sei die Innovationskraft deutscher Unternehmen, deren Fokus auf Qualität und Pünktlichkeit liegt, ein entscheidender Faktor für den Standort Berlin. Das Know-how deutscher Unternehmen nach Afrika zu bringen, ist sein zentrales Anliegen. Dass deutsche Unternehmen im Gegenzug von exzellenten Chancen in Afrika profitieren können, davon ist Acquah überzeugt.

Rohstoffe und der damit verbundene Konsum trieben in den letzten Jahren das Wachstum auf dem schwarzen Kontinent. Der Preisverfall an den Rohstoffmärkten hat zwar das Wirtschaftswachstum südlich der Sahara spürbar verlangsamt, dies gilt aber vornehmlich für die rohstoffexportierenden Länder. Die rohstoffarmen Länder profitieren aktuell vom niedrigen Ölpreis, wie die KfW in ihrem Research Paper aus dem August dieses Jahres unterstreicht. Viele von ihnen wachsen derzeit stark: Dazu gehören unter anderem die Elfenbeinküste, Äthiopien oder Kenia. Anteil an diesem Erfolg haben aber nicht nur die niedrigen Rohstoffkosten, sondern auch Investitionen in die Infrastruktur und die Verbesserung von Investitionsbedingungen. Aufgrund dieser diversen wirtschaftlichen Landschaft fällt es Acquah schwer, konkrete Länder als Investitionsziele zu benennen: „Potenzial gibt es vielerorts, auch dort, wo es auf den ersten Blick schwierig erscheint. Um dieses zu identifizieren, ist es wichtig, nicht nur die Schattenseiten von Krisen und Konflikten zu sehen“, sagt Acquah. Neben den aktuell stark wachsenden Volkswirtschaften rät er, den Blick auch auf die kleineren, sich entwickelnden Märkte wie Liberia zu richten.

## Ein Smartphone reicht, um ein Geschäft zu starten

Botschafter Georg Schmidt, Regionalbeauftragter für Subsahara-Afrika und Sahel beim Auswärtigen Amt, teilt diese Auffassung. Afrika nur aus der Leid- und Mitleidsbrille zu betrachten, verneble den Blick für die Chancen. Den Kontinent mit seinen Krisen und seinen Chancen gleichzeitig zu erfassen, sei eine Herausforderung, der sich Deutschland stellen müsse. „Natürlich muss Deutsch-

only see the drawbacks of crises and conflicts,” according to Acquah. Aside from the national economies, which are currently growing intensely, he also advises looking at smaller, developing markets like Liberia.

## A Smartphone Is Enough to Start a Business

Ambassador Georg Schmidt, Regional Commissioner for Sub-Saharan Africa and the Sahel at the Federal Foreign Office, shares this view. Regarding Africa solely in terms of suffering and pity clouds one's vision to the opportunities. Germany would have to rise to the challenge of understanding the continent with both its crises and its opportunities in equal measure. “Germany must, of course, address the direct consequences of crises, but without losing sight of the greater context,” says Schmidt. In his view, start-ups have enormous potential for developing Africa. “Their main potential lies in encouraging the young pop-



► Georg Schmidt vom Auswärtigen Amt sieht in Start-ups enorme Entwicklungschancen für Afrika.

Georg Schmidt from the Federal Foreign Office sees enormous development opportunities for Africa in start-ups.

land sich mit den unmittelbaren Folgen von Krisen befassen, dabei aber die größeren Zusammenhänge nicht aus den Augen verlieren“, sagte Schmidt. Start-ups haben in seinen Augen ein enormes Potenzial für die Entwicklung Afrikas. „Ihr Hauptpotenzial liegt darin, die junge Bevölkerung zu animieren, ihr eigenes Schicksal in die Hand zu nehmen und nicht darauf zu warten, dass jemand kommt und Arbeitsplätze für sie schafft“, so Schmidt weiter. Dies wäre bei dem prognostizierten Bedarf auch kaum möglich. Entrepreneurship demonstriert, dass ein Smartphone reicht, um selbst ein Geschäft in Gang zu bringen.

Das kenianische Start-up Sauti zeigt beispielhaft, welchen großen Einfluss Mobilfunklösungen auf den Lebensalltag der Menschen in Afrika haben können. Sauti hat eine Informationsplattform für ZwischenhändlerInnen entwickelt, die Teil größerer Transportketten sind. Über große Distanzen werden Waren des täglichen Bedarfs transportiert, die verschiedene ZwischenhändlerInnen und Landesgrenzen passieren. Der Zugang zu Informationen, wie zum Beispiel Großmarktpreise am Ursprungsort der Lieferung oder Einfuhrbestimmungen, versetzt die ZwischenhändlerInnen in eine deutlich bessere Verhandlungsposition. Sie können so höhere Gewinne erzielen und korrupten Praktiken begegnen. Da die meisten AnwenderInnen sogenannte Featurephones benutzen, die Vorläufer des Smartphones, wird die Anwendung über USSD-Codes gesteuert, wie sie zum Beispiel zur Aktivierung einer Voicebox oder der Nutzung anderer Mobilfunkservices gebräuchlich sind.

Damit sich innovative Ideen aus beziehungsweise für Afrika entfalten können, bedarf es Investitionen und Kooperationen mit europäischen Unternehmen. Botschafter Schmidt unterstreicht, dass die Entwicklungszusammenarbeit alleine nicht für nachhaltiges Wachstum sorgen könne. „Initiativen wie der ‚Compact with Africa‘ sind mit der Hoffnung verbunden, dass unternehmerisches Engagement in Entwicklungs- und Schwellenländern zum

ulation to take fate into their own hands and not to wait for someone to come and create jobs for them,“ Schmidt continued. Indeed, this would hardly be possible with the predicted demand. Entrepreneurship demonstrates that a smartphone is enough to start a business.

The Kenyan start-up Sauti exemplifies the great influence mobile phone solutions can have on everyday life for people in Africa. Sauti has developed an information platform for distributors who are part of larger transport chains. Many convenience goods are transported over great distances, passing through various distributors and borders. Access to information, such as wholesale prices at the point of origin, delivery or import regulations, provide distributors with a considerably better negotiating position. This allows them to make greater profits and counteract corrupt practices. Since most users employ so-called feature phones, the forerunners of smartphones, the application is operated via USSD codes, which for instance are commonly used for voicemail activation or other mobile phone services.

In order for innovative ideas from or for Africa to be able to develop, there is a need for investment and cooperation with European companies. Ambassador Schmidt stresses that developmental cooperation alone cannot provide for sustainable growth. “Initiatives like ‘Compact with Africa’ are associated with the hope that entrepreneurial commitment in developing and emerging nations will contribute to the emergence of a middle class that demands rights for itself and is involved in shaping social transformation processes. However, funding mechanisms by the German government can only have a subsidiary effect,“ Schmidt explains. He is instead convinced that good money can be made in African markets. In addition, entrepreneurial responsibility is a rewarding effort in itself if it improves the local living conditions. For Schmidt, a willingness to explore the markets together with local partners is definitely a prerequisite for successful market entry. It is crucial to adapt one’s own business model to the principles of the markets in question. Schmidt illustrated this change in perspective using the example of a drill which German consumers buy in a supermarket and which often lies unused in the cellar. In African countries, this might be a large investment shared between six or more people. A suitable financing and utilisation concept is therefore key to successfully placing this drill on African markets.

## Money Is There and Being Spent

Lutz Ziob, Dean of the Microsoft 4Africa Academy, regards the realisation that the conditions for payment transactions comply with different rules in Africa as one of Microsoft’s most important learning achievements in Africa over the last few years. For example, the Microsoft 4Africa initiative is committed to promoting the transfer of technology and know-how through virtual training courses and to closing



► Fair gehandelt und nachhaltig: Die Berliner Firma africrops! stellt sich vor.

Fair trade and sustainable: the Berlin-based company africrops! introduces itself.

Entstehen eines Mittelstands beiträgt, der für sich Rechte einfordert und gesellschaftliche Transformationsprozesse mitgestaltet. Fördermechanismen der deutschen Regierung können aber nur subsidiär wirken“, erläutert Schmidt. Er ist vielmehr überzeugt, dass sich auf afrikanischen Märkten gutes Geld verdienen lässt. Darüber hinaus sei die Übernahme unternehmerischer Verantwortung ein an und für sich lohnender Einsatz, wenn er die Lebensbedingungen vor Ort verbesserte. Ein erfolgreicher Markteintritt setzt für Schmidt in jedem Falle die Bereitschaft voraus, Märkte mit lokalen Partnern gemeinsam zu erkunden. Das eigene Geschäftsmodell an die Gesetzmäßigkeiten der jeweiligen Märkte anzupassen, sei dabei essenziell. Diesen Perspektivwechsel illustrierte Schmidt am Beispiel einer Bohrmaschine, die Verbraucher in Deutschland im Supermarkt kaufen und die dann oftmals ungenutzt im Keller liegt. Diese kann in afrikanischen Ländern eine große Investition sein, die sich sechs oder mehr Personen teilen. Ein entsprechendes Finanzierungs- und Nutzungskonzept sei daher entscheidend, um diese Bohrmaschine erfolgreich auf afrikanischen Märkten zu platzieren.

## Geld ist da und fließt

Die Erkenntnis, dass die Bedingungen für den Zahlungsverkehr in Afrika anderen Regeln folgen, sieht Lutz Ziob, Dekan der Microsoft 4Afrika Academy, als einen der wichtigsten Lernerfolge von Microsoft in Afrika während der letzten Jahre. Die Microsoft-4Afrika-Initiative engagiert sich beispielsweise durch virtuelle Fortbildungen dafür, den Technologie- und Know-how-Transfer voranzutreiben und Wissenslücken zu schließen, die vielerorts in Afrika zu einem Mangel an Nachwuchskräften im Tech- und Entrepreneurbereich führen. In Europa und Nordamerika bestehe eine spezifische Vorstellung davon, wie Geld ausgegeben werde, zum Beispiel über Kreditkarten und Überweisungen. „Aus dieser Perspektive betrachtet, entsteht schnell der Eindruck, dass niemand in Afrika über Geld verfügt oder wenn doch, es für die falschen Dinge ausgegeben wird“, so Ziob. Am Beispiel der Townships von Kapstadt oder Johannesburg erkenne man, dass Geld durchaus da ist und auch fließt. An mindestens jedem zweiten Haus sei eine Satellitenschüssel angebracht. Für solche Investitionen müsse Geld vorhanden sein. Unternehmen müssten nur verstehen, wie diese Transaktionen getätigt werden.

„Es ist bedauerndswert, dass es immer noch zu viele Unternehmen gibt, die mit der Erwartungshaltung nach Afrika gehen, alles so umsetzen zu können, wie dies in Europa der Fall ist“, sagt Lutz Ziob. Das Beispiel M-Pesa verdeutlicht für ihn sehr eindrucksvoll, dass in einem angeblich schlecht verbundenen Markt bis zu 50 Prozent des Brutto-sozialprodukts über Mobilgeräte abgewickelt werden können. Die von der kenianischen Safaricom und Vodafone entwickelte Zahlungsplattform M-Pesa ist mittlerweile in weiteren Ländern verfügbar. Dazu gehören unter anderem Tansania, Südafrika oder Indien. In Europa ist das System bereits in Rumänien und Albanien verfügbar. Ziob ist da-

*Rausch*  
**PLANTAGEN**



**GESCHMACK TRIFFT KENNER.**

**EDELKAKAO-SCHOKOLADEN  
IN IHRER  
REINSTEN FORM**

Denn gute Schokolade braucht nur drei Zutaten:  
Edelkakaomasse, Rohrzucker und Kakaobutter.

**RAUSCH.DE**



► Lutz Ziob, Dekan der Microsoft 4Afrika Academy, ist davon überzeugt, dass in der Entwicklung zugeschnittener Produkte oder Dienstleistungen für afrikanische Märkte eine enorme Chance für Unternehmen liegt.

Lutz Ziob, Dean of the Microsoft 4Africa Academy, is convinced that developing customised products or services for African markets is an enormous opportunity for companies.

von überzeugt, dass in der Entwicklung zugeschnittener Produkte oder Dienstleistungen für afrikanische Märkte eine enorme Chance für Unternehmen liegt. Dies gelte auch für den Mittelstand: Deutsche Unternehmen hätten in den vergangenen zwei Jahrzehnten höchst erfolgreich in eigene technologische Innovationen investiert. „Mit der Digitalisierung und der wachsenden globalen Konkurrenz stehen nun viele Unternehmen vor der Herausforderung, ihre Geschäftsmodelle erneut erfolgreich für die Zukunft auszurichten. Wer jetzt nach Afrika expandiert, hat die Chance, neue Geschäftsmodelle zu testen und diese Erfahrung für das eigene Unternehmen zu nutzen“, so Ziob. Wer also unvoreingenommen an afrikanische Märkte herantrete und ihr Potenzial als Zukunftslabor erkenne, kann deutliche Wettbewerbsvorteile erzielen. Das gilt sowohl für den Unternehmensstandort in Europa als auch für die Expansion in weitere Märkte des globalen Südens, die ähnliche Konsumentenstrukturen aufweisen. Für den erfolgreichen Markteinstieg empfiehlt Afrolynk-Initiator Acquah, in kleinen Schritten vorzugehen: „Das Zuhören muss am Anfang stehen, gefolgt von einer intensiven Zusammenarbeit in der Projektentwicklung. Erst dann ist die Zeit reif für größere Investitionen.“

knowledge gaps, which in many places in Africa lead to a lack of young talent in the fields of technology and entrepreneurship. There is a specific conception in Europe and North America about how money is spent, for instance via credit cards and transfers. “Coming from this perspective, one might quickly get the impression that nobody in Africa has any money or, if they do, that it is spent on the wrong things,” says Ziob. The example of the townships in Cape Town or Johannesburg shows that money is definitely there and is being spent. A satellite dish is installed on at least every other house. Money must be available for such investments. Companies simply need to understand how these transactions are made.

“It is regrettable that there are still too many companies who go to Africa expecting to be able to implement everything as they would in Europe,” says Ziob. To him, the example of M-Pesa illustrates very clearly that up to 50 percent of the gross national product can be operated via mobile devices in a supposedly badly connected market. The payment platform M-Pesa which was developed by the Kenyan Safaricom and Vodafone is now available in other countries, including Tanzania, South Africa and India. In Europe the system is already available in Romania and Albania. Ziob is convinced that there is an enormous opportunity for companies to develop bespoke products or services for African markets. This also applies to medium-sized businesses: in the past two decades, German companies have been highly successful investing in their own technological innovations. “With digitalisation and growing global competition, many companies are now facing the challenge of successfully realigning their business models for the future. Anyone expanding into Africa now has the opportunity to test new business models and use the experience for their own company,” as Ziob explains. Anyone, who approaches African markets without bias and recognises their potential as a future laboratory can gain considerable competitive advantages. This applies both to Europe as a business location and to the expansion into other markets in the global south with similar consumer structures. Afrolynk initiator Acquah stressed that the move towards African markets should by all means be made in small steps: “Listening must come first, followed by intensive project development cooperation. Only then is it the right time for larger investments.”



**AUTOR: Manuel Höller-Fam** ist beim Internationalen Wirtschaftsrat e. V. (IWR) für die Projektentwicklung und die Öffentlichkeitsarbeit zuständig. Der IWR ist ein mittelständisches Unternehmensnetzwerk, das Unternehmen bei der strategischen Positionierung auf Auslandsmärkten, insbesondere in Entwicklungs- und Schwellenländern, unterstützt.

**AUTHOR: Manuel Höller-Fam** is in charge of project management and public relations at the IWR. The Internationale Wirtschaftsrat e.V. (International Economic Association – IWR) is a SME network specialised in supporting companies in their strategic positioning on foreign markets, especially in developing and emerging countries.