

„Alternativer Beschaffungsmarkt Nordafrika“

Chancen und Risiken für deutsche Unternehmen – Eine Studie zeigt die Charakteristika der Länder sowie die Einschätzungen deutscher Unternehmen – zu dem Beschaffungsmarkt Nordafrika.

Die politischen Veränderungen im Rahmen des arabischen Frühlings 2011 können auch wirtschaftliche Veränderungen nach sich ziehen. Obwohl die Importquote Deutschlands sich innerhalb der letzten 10 Betrachtungs-jahre (1991-2011) um + 10 % verändert hat, kamen diese zu einem großen Teil aus Europa (69 %), gefolgt von Asien (19 %) und Amerika (9 %). Einfuhrseitig hatten Waren aus Afrika und Australien / Ozeanien nur eine untergeordnete Rolle (2 % beziehungsweise 0,4 %). Regionen wie Nordafrika haben momentan nur sehr geringe Anteile an den Importen nach Deutschland und wurden bisher als Beschaffungsmarkt für hiesige Betriebe kaum wahrgenommen. Das erste nordafrikanische Land (Ägypten) wird auf Platz 54 geführt.

Im Fokus der Studie steht die Bewertung der Rahmenbedingungen der Region Nordafrika und die Frage *"Welche Kriterien und Ansprüche kann der Beschaffungsmarkt Nordafrika anhand ausgewählter Länder bereits erfüllen?"*

Über 70 % des gesamten Einkaufsvolumens der Befragten Teilnehmer werden, unabhängig von der Unternehmensgröße, im Binnenmarkt eingekauft. Die größten internationalen Beschaffungsmärkte sind geographisch naheliegende Staaten in Europa. China folgt mit über 8% des Einkaufsvolumens, Indien wird mit 3 % geführt, alle sonstigen Länder ebenfalls mit 3%. Der nordafrikanische Beschaffungsmarkt geht mit 0,2% ebenfalls in die Statistik ein. Weitere Länder wie Russland und Brasilien spielen für die Befragten Unternehmen keine Rolle. Dabei planen 62 % der Unternehmen, sich mit neuen Beschaffungsmärkten innerhalb der nächsten fünf Jahre auseinanderzusetzen. Osteuropa ist immer noch führend für potentielle Make-or-Buy Entscheidungen. Gefolgt wird die Region von China und das sonstige Asien. Wenn sich Unternehmen nach Nordafrika orientieren stehen die Länder Tunesien und Ägypten besonders im Fokus. Der Aufbau von Qualitätsstandards als bedeutende Herausforderung trifft auf eine große Zustimmung unter den Befragten.

Aufwändige Zollprozesse und der Aufbau von Infrastruktur in der Region werden, analog zu den Defiziten des Beschaffungsmarkts Nordafrika, als Herausforderungen tituliert. Bei den Beteiligten Unternehmen ist die Priorisierung ihrer Motive klar pro Kostenreduktion der wichtigste Beweggrund und das Ziel der internationalen Beschaffung. Diese Erkenntnis bestätigt die Ausführungen zu den Motiven des Global Sourcing, in dem Unternehmen Kostenreduktionen und Markterschließung wichtigstes Motiv nennen. Die Betrachtung der Transportkosten lässt keine klare Tendenz bzw. Einschätzung zu. In Anbetracht der räumlichen Nähe von Nordafrika zu Deutschland respektive Europa sind die Transportkosten weitaus geringer als bei Beschaffungstransporte aus Asien. Dieser erhebliche Kostenvorteil gepaart mit der Reduktion von Kapitalbindungskosten (Working Capital) lässt für die Zukunft durchaus positive Tendenzen pro Nordafrika zu. Dies ist vor allem in Anbetracht der weiteren hohen Validität der Märkte bedeutsam. Bei einer Markterschließung stehen u. a. im besonderen Fokus die Begleitung von Schlüsselfunktionen, Versorgungssicherheit, Sicherstellung von Qualitätsstandards sowie rechtliche Sicherheit und politische Verlässlichkeit.

Erfahren Sie mehr zu den Ergebnissen der Studie (länderbezogene Infos und Details sowie Ergebnisse der Online-Befragung von Unternehmen). Fordern Sie diese unter office@brconsulting.de mit dem Stichwort „**Nordafrika**“ an oder bestellen Sie diese auf der Internetseite von BR Consulting.

Autoren: Bernhard Rieger (GF) und Martin Baumann (Junior Consultant)

BR Consulting
Logistikberatung
Waldstrasse 6
D-85244 Röhrmoos

Tel.: + 49 (0) 8139 -935461
www.brconsulting.de



Hinweis zur Firma:

BR Consulting ist ein Beratungshaus mit einer Spezialisierung und Ausrichtung zur Optimierung von logistischen Wertschöpfungsketten. Im besonderen Fokus stehen dabei Supply Chain Projekte für mittelständische und konzerngeführte Unternehmen. Zu den namhaften Kunden zählen TOP Adressen der deutschen Wirtschaft aus den Branchen Automotive, Bau, Handel, Dekoration oder auch Automation.