

Gesunde Geschäfte

Export. Afrikas Healthcare-Markt expandiert. Die Ausbreitung von Zivilisationskrankheiten und die wachsende Mittelschicht erhöhen die Lieferchancen für deutsche Mittelständler.

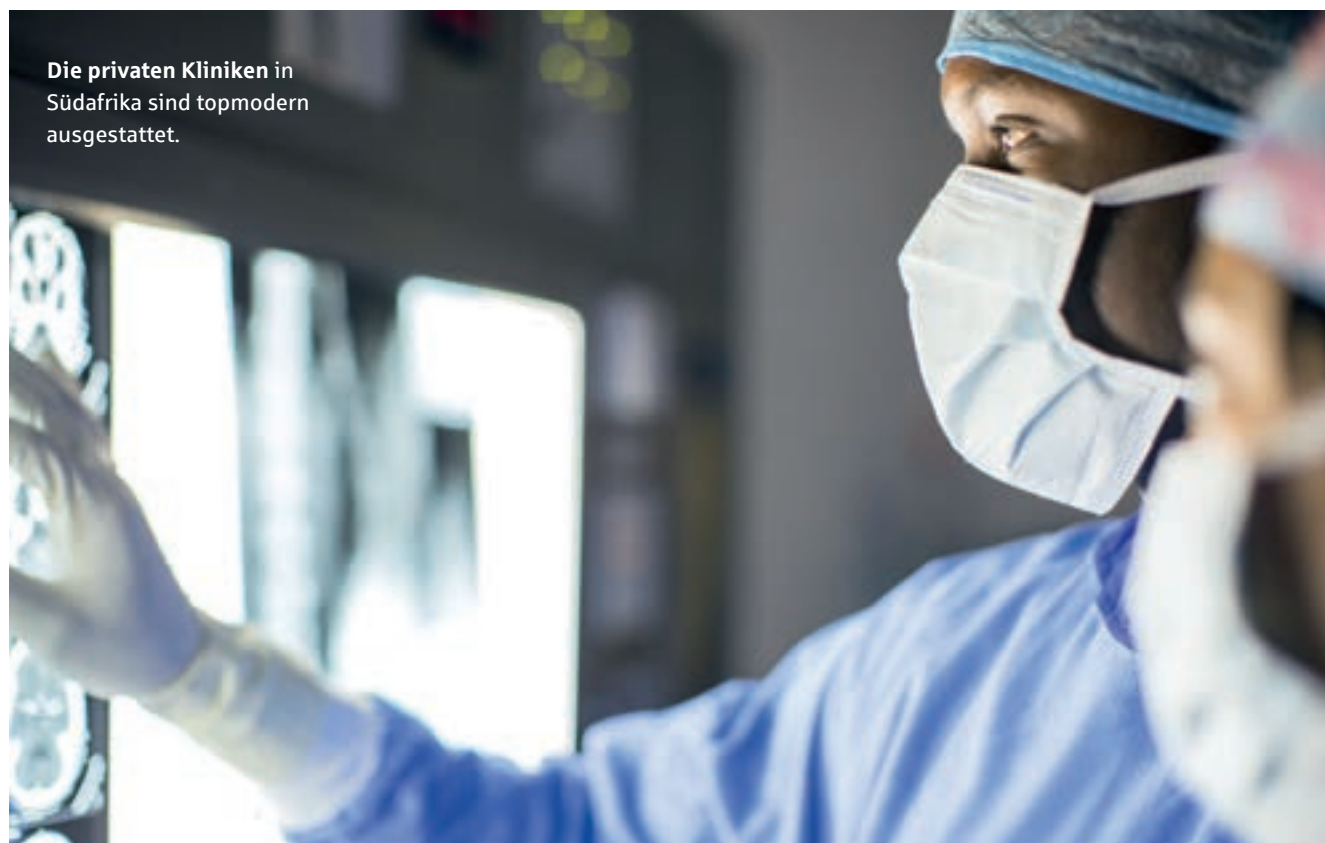
Johannesburg, Hotel Michelangelo. Karl-Ludwig Kley, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Merck, verkündet in einer Pressekonferenz, dass das 1668 gegründete und damit älteste pharmazeutisch-chemische Unternehmen der Welt sein Afrika-Engagement erheblich ausbauen werde. Bis 2020 solle der Umsatz in Afrika auf rund 500 Millionen Euro verdoppelt werden. Auch die Mitarbeiterzahl von Merck in zehn afrikanischen Ländern solle von derzeit 400 bis 2020 auf 1000 steigen. „In Afrika leben rund 1,1 Milliarden

Menschen“, betonte Kley auf der Pressekonferenz. „Laut Prognosen wird diese Zahl enorm steigen, sodass man bis 2050 von mindestens zwei Milliarden Einwohnern ausgehen kann. Afrika hat nicht nur das schnellste Bevölkerungswachstum weltweit, sondern auch eine wachsende Mittelschicht mit einem höheren Bedarf an Gesundheits- und Life-Science-Produkten.“

Dieses Potenzial haben führende deutsche Medizintechnikhersteller wie Dräger, Fresenius oder B. Braun, die mit Niederlassungen in Südafrika präsent sind,

längst erkannt. Aber auch das Interesse mittelständischer Unternehmen an Afrika wächst deutlich.

Nach Einschätzung von Heiko Stumpf, Marktbeobachter von Germany Trade & Invest (GTAI) in der Region, zeigt sich der südafrikanische Medizintechniksektor überaus robust, obwohl die Konjunktur am Kap schwächelt. Die Branche wuchs in den letzten Jahren kontinuierlich im Bereich von 7 bis 8 Prozent pro Jahr. Auch für die Zukunft ist der GTAI-Experte optimistisch. Im Gesundheitssektor steigt die Nachfrage nach medi-



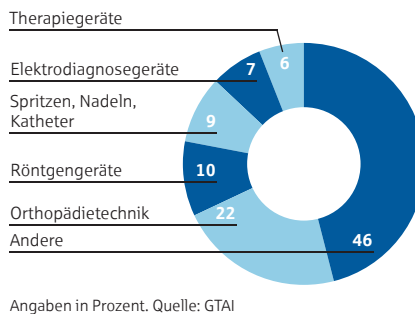
Die privaten Kliniken in Südafrika sind topmodern ausgestattet.

zintechnischer Ausrüstung. In den nächsten fünf Jahren werden 870 Krankenhäuser und Gesundheitszentren umfassend modernisiert und neu ausgestattet.

Die Privatkliniken Südafrikas befinden sich auf Top-Niveau und beschaffen nur moderne Geräte. Zwar kann sich mit 16 Prozent nur ein kleiner Teil der Bevölkerung eine private Krankenversicherung leisten, der Behandlungsbedarf nimmt jedoch zu. Ein Anstieg chronischer und lebensstilbedingter Krankheiten sorgt dafür, dass die Betreiber ihre Bettenzahl in den kommenden Jahren ausbauen werden. Schon heute sind nach GTAI-Angaben in Südafrika 70 Prozent der weiblichen und 40 Prozent der männlichen Bevölkerung über 20 Jahre übergewichtig. Die Zahl der Diabetiker in Afrika werde sich bis 2035 verdoppeln.

Gefragte Orthopädietechnik

Die Einfuhr medizintechnischer Produkte nach Südafrika.



Mit der Sanierung und dem Ausbau der maroden staatlichen Gesundheitseinrichtungen rüstet sich Südafrika für die Einführung einer gesetzlichen Krankenversicherung, die bis 2025 abgeschlossen sein soll und eine verbindliche Mitgliedschaft ab einer bestimmten Einkommensschwelle vorsieht. Bis 2019 sollen 1,8 Milliar-

den Euro in die Erneuerung der medizinischen Infrastruktur und Ausrüstung fließen.

Aufgrund einer Importquote von rund 90 Prozent bieten sich gute Lieferchancen. Deutsche Anbieter halten in der Region bereits hohe Marktanteile bei Röntgengeräten und Elektrodiagnoseapparaten. Dennoch gibt es im Afrika-Geschäft für die deutsche Medizintechnikbranche noch viel zu tun, denn bisher, so der Branchenverband Spectaris, entfallen nur 2 Prozent der Exporte auf diesen Kontinent.

Gemeinsam agieren

Auch Roland Göhde, Vorstandsvorsitzender der German Healthcare Partnership und Senior Managing Director der Sysmex Partec GmbH, sieht im südlichen Afrika ein großes Potenzial und sagt: „Nachdem in der Region lange dem Kampf gegen die Killerkrankheiten HIV, Malaria und Tuberkulose die höchste Aufmerksamkeit galt, rücken immer häufiger Zivilisationserkrankungen wie Herz-Kreislauf-Leiden, Diabetes oder Krebs in den Fokus.“ Damit ergeben sich für deutsche Healthcare-Unternehmen neue Geschäftsfelder, die von Consulting, Planung, Krankenhausbau und -ausstattung, Pharmazeutik, Diagnostik und Medizintechnik bis zum Krankenhausbetrieb reichen.

Im Wettbewerb mit Großkonzernen aus den USA oder China, die quasi als Generalisten antreten, gilt es laut Göhde, gegenüber den afrikanischen Partnern möglichst alle wichtigen Segmente der Gesundheitswirtschaft abzudecken. Dabei habe die deutsche Wirtschaft mit ihren innovativen, flexiblen Mittelständlern sowie ➤

Newcomer brauchen langen Atem

Tipps. Roland Göhde, Senior Managing Director der in Afrika erfolgreichen Sysmex Partec GmbH, gibt Praxisbeispiele für den Erfolg.

- **Ausdauer.** Newcomer müssen einen langen Atem haben. Im Bereich Medizintechnik und Diagnostik kann der fokussierte Aufbau von Aktivitäten in Subsahara-Afrika leicht sechs bis zehn Jahre dauern.
- **Partner.** Die kooperative Einbindung von lokalen Wissenschaftlern und Experten ist für den Markterfolg unerlässlich, denn sie haben ein genaues Bild davon, was vor Ort benötigt wird und welche Herangehensweisen und Konzepte im jeweiligen Umfeld sinnvoll und realisierbar sind.
- **Anpassung.** Nicht etwa die Durchführung detaillierter, extensiver Marktstudien im Vorfeld hat zum Erfolg von Sysmex Partec im Bereich der bei HIV-Infizierten lebenslang erforderlichen Immunstatusdiagnostik geführt. Entscheidend war, auf die afrikanischen Kollegen und Partner zu hören, um die vorhandene Technologie an die besonderen Bedürfnisse, Rahmenbedingungen und die vorhandene Infrastruktur vor Ort anpassen zu können.
- **Verhalten.** Vertrauensaufbau ist von zentraler Bedeutung. Ist dieses einmal gegenüber afrikanischen Kunden oder Partnern verspielt, gibt es kaum Chancen für einen Neuanfang. Ohne intensiv gelebte Businessethik und Social-Business-Konzepte ist langfristiger und nachhaltiger Erfolg von Healthcare-Unternehmen im südlichen Afrika nur schwer vorstellbar.

einigen Konzernen viel zu bieten. Hinzu kämen der hohe Qualitätsstandard deutscher Anbieter sowie der nachhaltige und partnerschaftliche Ansatz, auf Augenhöhe mit den Geschäftspartnern Aktivitäten zu entwickeln.

Die German Healthcare Partnership als Initiative des Bundesverbands der Deutschen Industrie verfolgt genau diese Strategie der Abdeckung möglichst aller wichtigen Segmente der Gesundheitswirtschaft. Göhde rät deutschen Unternehmen, „möglichst früh Fuß zu fassen und über langfristige, nachhaltig strukturierte Strategien, die in Subsahara-Afrika vor allem auch das Thema Training und Capacity Building mit beinhalten müssen, einen partnerschaftlichen Ansatz der Zusammenarbeit mit den Ländern zu etablieren“.

Es bestehe zudem wachsender Bedarf an speziellen, einfach einzusetzenden Lösungen im Kampf gegen vernachlässigte Tropenkrankheiten. Zudem gelte es, die Widerstandsfähigkeit der Gesund-

heitssysteme zu stärken und sie robust für Gesundheitskrisen zu machen, wie etwa die Bekämpfung des Ebolavirus zeigte.

Allgemeine Tipps zur Markterschließung sind nur schwer zu geben. „Außerhalb von Südafrika sind verlässliche Marktdaten kaum vorhanden“, bedauert GTAI-Experte Stumpf. Die Herausforderungen und der Marktbedarf sollten vor Ort erkundet werden. „Der Aufbau persönlicher Beziehungen ist in Afrika überaus wichtig“, betont Stumpf. „Die AHK-Büros können helfen, die privaten Krankenhausbetreiber zu identifizieren und Kontakte zu staatlichen Gesundheitsbehörden herzustellen. Auch über Messen, Delegations- und Geschäftsanbahnungsreisen können die notwendigen Kontakte entstehen.“

Africa Health bietet Kontakte

Zahlreiche deutsche Mittelständler sind bereits zum wiederholten Mal auf der Messe Africa Health in Johannesburg vertreten. Die Plattform hat sich in den sechs Jahren ihres Bestehens zu einer der bedeutendsten Veranstaltungen der Gesundheitsbranche auf dem Kontinent entwickelt. Die nächste Africa Health wird Mitte Juni stattfinden und bietet deutschen Mittelständlern auch durch einen vom BMWi geförderten Firmengemeinschaftsstand Chancen für eine Kontaktaufnahme.

Interessante Informationsmöglichkeiten bietet auch das dritte German-African Healthcare Symposium, das der Afrika-Verein der deutschen Wirtschaft am 12. und 13. Oktober 2016 in Berlin in Verbindung mit dem achten World Health Summit veranstalten wird.

Ernst Leiste **A**



Schutz. Im Kampf gegen Tropenkrankheiten herrscht Nachholbedarf.

Heiko Stumpf,
Marktbeobachter von Germany Trade & Invest im südlichen Afrika



„Guter Standort für den Markteinstieg“

AUSSEN WIRTSCHAFT: Ist Südafrika ein gutes Sprungbrett in die Region für Mittelständler?

Stumpf: Als größter Absatzmarkt für Medizintechnik in der Region eignet sich Südafrika gut als Standort für den Markteinstieg in den afrikanischen Kontinent. Zahlreiche deutsche Firmen haben in Johannesburg ihre regionalen Vertriebs- und Servicezentren etabliert. Auch die großen südafrikanischen Krankenhausbetreiber Netcare, Mediaclinic oder Life sind bereits in Namibia oder Botswana aktiv.

AW: Wie können Firmen afrikanische Kunden überzeugen?

Stumpf: Deutsche Anbieter punkten meist mit zuverlässigem After-sales-Service. Insbesondere der Privatsektor achtet auf Qualität. Anders im öffentlichen Sektor: Hier bereiten Billigprodukte aus Fernost große Probleme. Mit der Gründung der South African Health Products Regulatory Authority will die Regierung gegensteuern. Die Behörde soll ab April 2017 auf die Einhaltung von Standards für Medizintechnik in Südafrika achten.

AW: Kann dies gelingen?

Stumpf: Ja. Unternehmensvertreter berichten bereits, dass verstärkt auf Qualität geachtet wird und öffentliche Ausschreibungen professioneller strukturiert werden.

AUSSEN WIRTSCHAFT

Das Magazin der Sparkassen-Finanzgruppe für internationale Märkte

ZENTRALEUROPA

Wien und Bratislava wachsen zusammen

KUBA

Investoren stehen in den Startlöchern

ENERGIE

Der günstige Ölpreis hat große Folgen

AUSLANDSMESSEN

SO WIRD IHR STAND ZUM BLICKPUNKT

Ein Stand auf einer
Auslandsausstellung
bietet gute Chancen,
auf neuen Märkten
Fuß zu fassen – zum
Beispiel in China