

"Made in Germany" genießt in Südafrika den besten Ruf 13.08.2018

Von der positiven Ausstrahlung deutscher Automarken profitieren auch andere Branchen / Von Heiko Stumpf

Johannesburg (GTAI) - Das Label "Made in Germany" genießt in Südafrika höchstes Ansehen. Bedeutendes Plus ist die Beliebtheit deutscher Automobile. Sie schafft eine weitreichende Akzeptanz auch für die Produkte anderer Branchen. Infolge der Preiskonkurrenz muss der Kunde von einem relativ teuren deutschen Produkt häufig erst überzeugt werden. Eine Vorreiterrolle wird deutschen Anbietern beim Kundendienst zugeschrieben. Themen wie Ausbildung und Finanzierung dürfen nicht vernachlässigt werden.

In Südafrika geht von "Made in Germany" als Qualitätssiegel eine starke Anziehungskraft aus. Ein deutlicher Beleg dafür ist der Made-in Country Index 2017 des Hamburger Statistikdienstleisters Statista. In Zusammenarbeit mit dem Berliner Marktforschungsinstitut Dalia Research wurden rund 43.000 Personen in 52 Ländern zur Beliebtheit von Herkunftsangaben befragt. Südafrika ist dabei einer von insgesamt 13 Staaten, in denen "Made in Germany" bei der Gesamtbewertung auf Platz 1 landete.

Als klarer Nachweis für das Vertrauen, das deutsche Produkte in der Kaprepublik genießen, lässt sich auch das bilaterale Handelsvolumen heranziehen. Trotz anhaltender südafrikanischer Wachstumsschwäche konnte 2017 mit 16,7 Milliarden Euro ein neuer Rekordwert erzielt werden. Dabei verzeichnete Deutschland mit einer Warenausfuhr von 9,5 Milliarden Euro einen deutlichen Exportüberschuss.

Welche Begriffe werden in Südafrika mit dem Label "Made in Germany" assoziiert?

1	Hohe Qualität
2	Zuverlässigkeit
3	Langlebigkeit
4	Effizienz
5	Präzision

Quelle: Recherchen von Germany Trade & Invest

Probleme der deutschen Kfz-Industrie verursachen keinen Imageschaden

Negativschlagzeilen wie der Abgasskandal oder die Kartellvorwürfe in der Automobilindustrie haben der Markenstärke Deutschlands in Südafrika bislang keinen spürbaren Schaden zugefügt. In der lokalen Medienberichterstattung und Wahrnehmung spielen die Themen keine große Rolle. "Deutlich schädlicher wirkt sich das Debakel um den Berliner Flughafenneubau aus", sagt ein im Projektgeschäft tätiger deutscher Unternehmensvertreter. "In Geschäftsterminen wird häufiger Unverständnis darüber geäußert, dass Deutschland an so einem Infrastrukturvorhaben scheitert."

Die Begeisterung für deutsche Automarken ist ungebrochen. VW konnte im Jahr 2017 seine Marktführerschaft bei Pkw verteidigen, Kfz und Kfz-Teile sind weiterhin die wichtigsten deutschen Ausfuhrüter ans Kap. Besucher aus Deutschland zeigen sich regelmäßig beeindruckt davon, mit welcher Dichte die Modelle von VW, BMW, Mercedes-Benz oder Audi auf den Straßen Südafrikas zu sehen sind. Der Besitz eines Fahrzeugs dieser Marken

"MADE IN GERMANY" GENIESST IN SÜDAFRIKA DEN BESTEN RUF

gilt als das wichtigste Statussymbol und steht für beruflichen Erfolg sowie sozialen Aufstieg. Auch junge Berufsanfänger sind deshalb bereit, einen beträchtlichen Teil ihres Einkommens für den Kauf eines "deutschen Autos" auszugeben, wobei letztlich zweitrangig ist, an welchem Firmenstandort das Fahrzeug vom Band gelaufen ist.

Deutsche Automarken verfügen über eine Ausstrahlungswirkung, von der auch zahlreiche andere Wirtschaftszweige profitieren. "Wenn ich ein deutsches Produkt kaufe, weiß ich, dass ich einen BMW oder Mercedes bekomme", ist eine Aussage, die in diesem Sinne häufig in Südafrika zu hören ist.

Wie werden deutsche Produkte und Dienstleistungen in Südafrika wahrgenommen?

Deutsche Produkte und Dienstleistungen?	Trifft vollkommen zu	Trifft teilweise zu	Trifft weniger zu	Trifft nicht zu
haben eine überdurchschnittlich hohe Qualität.	X			
sind innovativ.		X		
sind vergleichsweise günstig.				X
sind besonders vertrauenswürdig.	X			
repräsentieren einen hohen Status.	X			
sind bekannt/werden gut vermarktet.		X		
sind ein gutes Gesamtpaket im Vergleich zu anderen Produkten/Dienstleistungen.		X		
sind leicht beschaffbar.		X		
haben ein attraktives Design.		X		

Quelle: Recherchen von Germany Trade & Invest

Maschinen aus Deutschland sind in vielen Bereichen gefragt

Einen hervorragenden Ruf hat auch der deutsche Maschinenbau. Ein wichtiger Abnehmer ist die Bergbauindustrie. Viele Minen arbeiten im 24-Stunden-Betrieb und wollen kostspielige Ausfallzeiten aufgrund defekter Maschinen vermeiden. "Das Label "Made in Germany" steht in der südafrikanischen Bergbauindustrie für geringe Reparaturanfälligkeit und für Zuverlässigkeit", sagt René Zarske, Leiter des Kompetenzzentrums Bergbau und Rohstoffe bei der AHK südliches Afrika.

Südafrika verfügt über eine breite industrielle Basis. Deshalb sind deutsche Maschinen auch in Bereichen wie Lebensmittelherstellung, Verpackung und Metallverarbeitung sehr gefragt. "Deutsche Qualität ist ein wichtiges Verkaufsargument", sagt Demelza Mulligan, Geschäftsführerin von Haver & Boecker in Südafrika. Bei preissensitiven Kunden ist jedoch häufig weitere Überzeugungsarbeit erforderlich. "Wir setzen deshalb auf langfristige Partnerschaften", so Mulligan. "Dabei analysieren wir auch Prozesse bei unseren Kunden und rechnen vor, dass sich höhere Anschaffungskosten aufgrund geringerer Ausfälle und höherer Produktivität auf lange Sicht lohnen."

Die Preiskonkurrenz aus Fernost ist dennoch eine große Herausforderung. "Chinesische Anbieter bringen Werkzeugmaschinen auf den südafrikanischen Markt, die nur die Hälfte dessen kosten, was für eine deutsche Maschine bezahlt werden muss", erklärt Günther Schmitz vom Maschinenhändler TRM Supplies. "Viele Kunden legen aber einen besonderen Wert auf das Herz einer Maschine." Bei TRM werden Maschinen deshalb teilweise

"MADE IN GERMANY" GENIESST IN SÜDAFRIKA DEN BESTEN RUF

neu konfiguriert. Hightechkomponenten wie die Laserquelle oder Plasmaaggregate kommen auf Wunsch der Kunden von deutschen oder westlichen Anbietern, andere Teile von asiatischen Unternehmen.

Insgesamt ist beim Umgang mit Preiskonkurrenz in Südafrika Geduld gefragt. Zahlreiche deutsche Unternehmen berichten davon, dass Kunden schon einmal verloren gehen, sich dann aber die Finger verbrennen und nach ein oder zwei Jahren wieder zurückkehren. Hier gilt es, auf eine Lernkurve zu setzen und weiterhin Präsenz zu zeigen.

Ausbildung und Wissenstransfer sind wichtig für die Markterschließung

Neben guten Qualitätsstandards sind bei der Vermarktung deutscher Produkte in Südafrika auch andere Aspekte von Bedeutung. "Insbesondere Hochtechnologie kann nur verkauft werden, wenn auch die lokale Anwendung möglich ist", sagt Marc van Pelt, Südafrika-Chef des Automatisierungsspezialisten Pepperl+Fuchs aus Mannheim. Das Südafrikageschäft des Unternehmens verzeichnete in den letzten drei Jahren zweistellige Wachstumsraten. Insbesondere Automobilzulieferer und international ausgerichtete Konsumgüterhersteller wie Unilever, Procter & Gamble oder Tiger Brands weisen in ihren südafrikanischen Produktionsstätten mit Europa vergleichbare Automatisierungsgrade auf. Der neue Staatspräsident Cyril Ramaphosa will Industrie 4.0 zu einem wichtigen Thema machen.

"Ein großes Problem sind jedoch Mängel im Ausbildungsniveau", so van Pelt. Südafrika leidet besonders im technischen Bereich unter einem großen Fachkräftemangel. Pepperl+Fuchs beteiligt sich deshalb über den Verband Society for Automation, Instrumentation, Measurement and Control an Ausbildungsinitiativen, um dringend benötigtes lokales Know-how zu schaffen. Damit Marktpotenziale voll erschlossen werden können, sollten deutsche Unternehmen immer auch an Trainingsmaßnahmen und einen Wissenstransfer für ihre Kunden denken.

Finanzierungsangebote können Ausschlag geben

Insbesondere bei Energieprojekten spielen Finanzierungsangebote eine immer wichtigere Rolle. "Die Entscheidung für einen Partner oder Lieferanten fällt häufig über die Frage, ob Kredite zur Verfügung gestellt oder Eigenkapitalanteile übernommen werden können", berichtet der Experte für den südafrikanischen Energiemarkt, Michael Goth. Qualitätsfragen oder die Herkunft von Produkten können dann zweitrangig sein.

Goth verweist aber auf den guten Ruf, den Deutschland beim After-Sales-Service genießt. "Südafrikaner wissen, dass deutsche Unternehmen Anlagen nicht nur bauen, sondern auch am Leben erhalten können", so Goth. Wenn deutsche Produkte gekauft werden, sind in Südafrika auch Wartungs- und Servicedienstleistungen mit deutschen Standards verlangt. Lieferanten müssen deshalb in eine starke lokale Präsenz mit gut ausgebildeten Fachkräften investieren.

Auch in innovativen Wirtschaftszweigen wie der Umwelttechnik hat "Made in Germany" in Südafrika einen hervorragenden Ruf. Der Bedarf ist riesig. Im Abwassersektor bestehen massive Mängel, viele Landesteile sind von zunehmender Wasserknappheit betroffen. Hinzu kommen Umweltprobleme wie die Rehabilitierung von stillgelegten Minen. Bislang gab es in Südafrika kein ausgeprägtes Umweltbewusstsein. Aufgrund der drängenden Probleme werden Umweltvorschriften durch die Behörden aber verstärkt durchgesetzt.

"Da es noch an lokalen Kompetenzen fehlt, ist es wichtig, dass deutsche Unternehmen mit einer guten Referenzliste werben", sagt Carsten Orzol vom Wasserunternehmen Memcon. "Südafrikanische Partner wollen sehen, dass ihnen noch nicht bekannte innovative Lösungen in Referenzprojekten bereits erprobt und erfolgreich angewendet werden."

Markenname ist als Qualitätsauszeichnung nicht zu unterschätzen

Bedarf für die Verwendung anderer Labels wie "German Engineering" oder "Designed in Germany" wird insgesamt nicht gesehen. "Aus unserer Sicht ist das Label "Made in Germany" nach wie vor ein riesiges Plus für High-techinvestitionsgüter in der Medizintechnik, aber auch für High-End-Verbrauchsgüter, deren konstant hohe Qualität in Design und Fertigung nachhaltige therapeutische Vorteile garantieren", äußert sich Jens Papperitz, Geschäftsführer von B. Braun in Südafrika zu der Frage. "Ich sehe hier keine Änderungen in absehbarer Zukunft, daher auch keinen Bedarf eines Rebrandings", so Papperitz.

B. Braun berichtet aber von einer Dreiteilung bei der Wahrnehmung der Produktherkunft. High-End-Güter kommen auf Wunsch vieler Kunden direkt aus Deutschland. Im mittleren Marktsegment ist die Firmenmarke der Träger der Qualitätsbotschaft. "Wie in vielen anderen Branchen auch, erwartet der Kunde von globalen Marken in der Medizintechnik heute generell gutes Design und konstant hohe Fertigungsqualität über sämtliche globale Fertigungsstandorte hinweg", ergänzt Papperitz. "Daher sind auch andere Fertigungsstandorte akzeptabel, solange ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis Kostenvorteile für den Kunden verspricht." Bei Massengütern wie Flüssigkeiten, die mit hohen Transportkosten verbunden sind, geht der Trend zur inländischen Herstellung.

Lokale Fertigung kann gesetzlich gefordert sein

Trotz des sehr guten Images deutscher Produkte können sich Marktbarrieren aus Local Content-Vorschriften ergeben. Nach der Preferential Procurement Policy des Department of Trade & Industry ist bei öffentlichen Ausschreibungen für eine Liste von insgesamt 23 Produkten ein Lokalanteil von teilweise 100 Prozent festgeschrieben. Auch bei Projekten im Bereich der erneuerbaren Energien gibt es einen vorgegebenen Local-Content-Anteil von zuletzt 40 bis 45 Prozent.

"MADE IN GERMANY" GENIESST IN SÜDAFRIKA DEN BESTEN RUF

Wie hilfreich ist das Label "Made in Germany" in Südafrika?

Branche	Bewertung *)	Begründung
Maschinenbau	3	Deutsche Maschinen haben einen ausgezeichneten Ruf. Der deutsche Maschinenbau gilt in seiner Breite als weltweit führend. Bei einer Fertigung in Deutschland steht die Topqualität außer Frage und ist erste Wahl, wenn sie bezahlt werden kann.
Umwelttechnik	3	Deutschland gilt bei Umweltstandards als führende Nation. Häufig wird bislang aber nur der Kostenfaktor gesehen. Deswegen muss ein möglicher Business Case aufgezeigt werden, zum Beispiel die Rückgewinnung von Wertstoffen aus Industrieabwasser.
Informations- und Kommunikationstechnik	2	Der Markenname bekannter Hersteller wird in der Regel wichtiger bewertet als die Herkunft. Deutsche Softwareanbieter können jedoch mit Sicherheit, Vertrauenswürdigkeit und gutem Kundenservice punkten.
Energietechnik	2	Deutsche Ausrüstung wird in vielen Bereichen mit einem Technologievorsprung verbunden. Große Energieunternehmen achten zudem auf die Lebenszykluskosten, wobei die Zuverlässigkeit und Langlebigkeit deutscher Technik geschätzt wird.
Gesundheitswesen	3	Die Ärzte haben in den Krankenhäusern ein großes Mitspracherecht bei der Beschaffung. Mediziner, die etwas auf sich halten, verlangen häufig explizit nach in Deutschland hergestellten Produkten, insbesondere im Hightechbereich.
Consulting (Architektur- und Ingenieur-dienstleistungen)	2	Deutsche Ingenieurkunst und Methodologie wird bewundert. Auch deutsche Architekten sind sehr geschätzt, insbesondere da lokal ein großer Mangel besteht.
Kfz	3	Deutsche Autos gelten als im höchsten Maße erstrebenswert. Von den guten Absatzzahlen profitiert auch der After-Sales-Markt für Ersatzteile. Gebrauchtwagen sind sehr wertbeständig, sodass sich Ausgaben hierfür lohnen.
Möbel	1	Attraktives Möbeldesign wird nicht in besonderem Maße mit Deutschland verknüpft. Südafrikaner sind in ihren Stilvorlieben sehr affin zu Italien. Ganze Wohnkomplexe oder Shoppingmalls sind im toskanischen Stil errichtet. Hinzu kommt afrikanisches Design.
Nahrungsmittel	2	Deutsche Lebensmittel (zum Beispiel Wurst- oder Backwaren) sind durchaus beliebt, werden aber auch lokal hergestellt (deutsche Metzger etc.). Bei importierten Lebensmitteln ist in Supermärkten häufiger das Label "Product of Germany" zu sehen.
Körperpflegemittel/ Kosmetik	1	Zum Tragen kommt vor allem das Markenbewusstsein der Südafrikaner, insbesondere in der aufstrebenden Mittelschicht. Entscheidend ist häufig das Image des Herstellers. Eine deutsche Herkunft kann in Nischen wie Bioprodukten helfen, wo es um Vertrauen geht.

*) 0 = kontraproduktiv, 1 = neutral (keine Wirkung), 2 = bedingt hilfreich, 3 = sehr hilfreich

Quelle: Recherchen von Germany Trade & Invest

"MADE IN GERMANY" GENIESST IN SÜDAFRIKA DEN BESTEN RUF

Deutschlands wichtigste ausländische Konkurrenten auf dem südafrikanischen Markt

Branche	Wichtigste Konkurrenten	Begründung/Erläuterung
Maschinenbau	China, USA, Italien	China ist insgesamt der wichtigste Lieferant, insbesondere aufgrund preislicher Vorteile. Im Kundenservice gilt Deutschland aber weiterhin als Vorreiter.
Umwelttechnik	Israel, USA	Israelischen Unternehmen sind Probleme wie Wasserknappheit von ihrem Heimatmarkt bestens bekannt und sie können Lösungen anbieten.
Informations- und Kommunikationstechnik (IKT)	China, Japan, USA	Asiatische Anbieter sind preislich oft im Vorteil. Zudem gilt IKT/Elektronik als großes Kompetenzfeld dieser Länder, sodass weniger Qualitätsbedenken bestehen als in anderen Bereichen.
Energietechnik	China, USA	Deutschland war zuletzt wichtiges Lieferland für Energietechnik. Immer wichtiger wird die Möglichkeit, eine Finanzierung bereitzustellen, wobei andere Länder wie China oder die USA im Vorteil sind.
Gesundheitswesen	USA, China, Niederlande	Die USA sind bei medizintechnischen Instrumenten das wichtigste Lieferland. Deutschland ist stark in Bereichen wie bildgebende Verfahren oder Diagnostikgeräte.
Consulting (Architektur- und Ingenieurdienstleistungen)	Kanada, Australien, Vereinigtes Königreich	Aufgrund der wichtigen Rolle der Bergbauindustrie sind viele Büros aus den führenden Bergbaunationen aktiv, die über entsprechende Kompetenzen verfügen.
Kfz	Japan, Indien, USA	Die Konkurrenz ist mit über 60 Marken und 4.400 Modellen sehr groß.
Möbel	China, Italien	Größere Möbelhäuser importieren viel aus Fernost, Designergeschäfte gerne aus Italien.
Nahrungsmittel	USA, Vereinigtes Königreich	Südafrika verfügt über eine breite Lebensmittelproduktion. Lokale Marken genießen großes Vertrauen. Importiert werden vor allem Rohstoffe wie Weizen oder Reis.
Körperpflegemittel/Kosmetik	Frankreich, USA	Deutschland steht nach Frankreich und den USA auf Rang drei der wichtigsten Lieferländer.

Quelle: Recherchen von Germany Trade & Invest

Germany Trade & Invest hat 2018 seine Auslandsmitarbeiter in 43 Ländern gefragt, wie das Label "Made in Germany" in ihrem Standortland wahrgenommen wird. Die vollständigen Texte zu allen untersuchten Ländern finden Sie unter www.gtai.de/made-in-germany ▶

Weitere Informationen zu Südafrika finden Sie unter www.gtai.de/suedafrika ▶

KONTAKT

Edith Mosebach

☎ +49 228 24 993 288

✉ [Ihre Frage an uns](#)

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

© 2019 Germany Trade & Invest

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