



Af seniorchefkonsulent Marie Gad, msh@di.dk  
og analytiker Lotte Ockert, loho@di.dk

November 2017

## Afrikas løver: nogle brøler, andre tier

De afrikanske lande efterspørger danske varer og serviceydelser samt investeringer. Markedspotentialet har aldrig været større, og derfor kigger flere og flere danske virksomheder også mod syd.

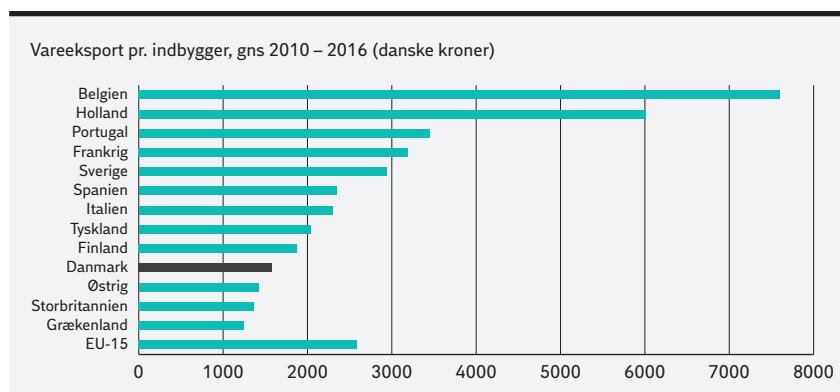
I de seneste 20 år er Afrika gået fra at være ”det håbløse kontinent” til ”mulighedernes kontinent”. I dag ligner det mest af alt et kludetæppe af lande med høj vækst og lande, der er præget af fattigdom og uroligheder.

Fire af verdens ti hurtigst voksende økonomier ligger i Afrika. Siden 2008 er fire ud af fem afrikanske lande i gennemsnit vokset med mindst tre pct. om året, mens godt hvert fjerde land i Afrika er vokset med over fem pct., ifølge African Economic Outlook. Til gengæld er der nulvækst i de lande, der for nogle år siden oplevede det arabiske forår. Nogle lande overrasker positivt med at gennemføre demokratiske og fredelige valg, som Ghana i 2016. Andre lande giver grund til bekymring, når de gennemfører valg, som man netop har set det i Kenya.

Høj og lav vækst lever side om side på det afrikanske kontinent

## Meget at indhente for dansk eksport i Afrika

Danmarks eksport til Afrika er markant lavere end andre europæiske landes, når der tages højde for indbyggertal



**Kilde**  
Eurostat og DI-beregninger

Der er dog ingen tvivl om, at forretningspotentialet stadig er stort. Nogle europæiske lande er stærkt til stede på kontinentet med både eksport og investeringer. Dansk vareeksport til Afrika halter dog stadig langt efter eksporten fra de lande, vi normalt sammenligner os med.

Korrigeret for antal indbyggere ligger den danske vareeksport til Afrika under to tredjedele af EU-15 gennemsnittet. I lande som Belgien og Holland er eksporten pr. indbygger fire til fem gange højere end den danske. I det omfang den danske vareeksport kunne hæves til EU gennemsnittet, ville eksporten kunne øges med 5,5 mia. kr.

Dansk vareeksport under to tredjedele af EU-gennemsnittet

Den danske vareeksport til hele det afrikanske kontinent udgjorde blot 9,5 mia. kr. eller meget beskedne 1,5 pct. af vores samlede vareeksport i 2016.

---

## EFTERSPØRGSLEN STIGER

Privatforbruget i Afrika forventes at stige med 3,8 pct. årligt frem mod 2025 til 13 billioner kr. Afrika importerer i dag en tredjedel af alle føde- og drikkevarer, der forbruges. B2B markederne er også i vækst og virksomhedernes forbrug forventes at stige fra 16 billioner i 2015 til 22 billioner i 2025. Kilde: McKinsey Global Institute

Godt 4,8 mia. kr. af eksporten går til Afrika syd for Sahara, mens de resterende 4,7 mia. kr. går til de nordafrikanske lande. De største aftagere af dansk vareeksport er Sydafrika, Egypten, Nigeria og Algeriet, som også er nogle af Afrikas største økonomier.

Ser vi på eksporten af tjenesteydelser til Afrika, klarer Danmark sig langt bedre. Her eksporterer Danmark 2,5 gange så meget pr. indbygger som EU-gennemsnittet. Det er særligt søtransporten, der dominerer den danske tjenesteeksport, idet denne udgør 70 pct.

---

## AFRIKA KOMMER PÅ NETTET

Antallet af mobile bredbåndsforbindelser spås at nå en milliard inden år 2022. Det skyldes både, at flere får råd til smartphones, og at mobilt bredbånd rulles ud på tværs af kontinentet. Med det stigende antal bredbåndsforbindelser får flere afrikanere adgang til information, og e-handel forventes at blive mere og mere udbredt.

Vareeksporten til Afrika er altså lav, når vi sammenligner os med andre europæiske lande og udgør også en meget lille del af den samlede danske eksport. Når hver afrikaner i gennemsnit bruger mindre end 8 kr. om året på at købe danske varer, mens indbyggere i Sydamerika bruger mere end 20 kr. om året på danske varer, viser det, at der er et stort potentiale for at få bedre fat i de afrikanske markeder.

Der er dog en vis fremgang at spore i samhandlen med Afrika. Siden 2010 er den danske vareeksport til Afrika steget med over 45 pct. Eksportfremgangen har hovedsageligt været drevet af øget eksport til de rigere nordafrikanske lande som Algeriet og Egypten, samt Sydafrika. Men også mindre økonomier som Ghana, Etiopien og Mozambique har købt flere danske varer. Over samme periode er den samlede danske vareeksport kun vokset med knap 20 pct., viser tal fra Danmarks Statistik.

Højere eksportvækst til Afrika end resten af verden

Danske virksomheder har altså fået øget fokus på mulighederne i Afrika, men der er stadig meget at indhente. Så hvorfor har de seneste års fokus på mulighederne i Afrika ikke sat mere gang i den danske eksport til kontinentet? En af årsagerne er, at danske virksomheder opfatter de afrikanske markeder som svære.

## Hvilke udfordringer har din virksomhed oplevet i forbindelse med salg til ...?

Andel af besvarelser, pct.

	Asien	Syd- og Mellem-amerika	Mellem-østen	Afrika
Ingen særlige udfordringer	36	29	29	34
Sprog	34	32	32	22
Kultur	46	33	33	37
Modarbejdelse fra lokale myndigheder (f.eks. langsomme godkendelser af toldpapirer, salgstilladelser mv.)	11	22	22	29
Bestikkelse og korruption	13	18	18	27
Høj told og tekniske handelshindringer	21	46	46	17
Manglende adgang til forsikring eller garantier	4	6	6	15
Det lokale marked er ikke velfungerende	11	15	15	31
Fremkommelighed til markedet	18	13	13	25



Afrika får bedste score  
Midterscore  
Afrika får dårligste score

### Kilde

DI's Virksomhedspanel, juni 2014

Sammenlignet med verdens øvrige vækstregioner oplever de danske virksomheder en del udfordringer, når de sælger til lande i Afrika. Det er særligt markeder, der ikke er velfungerende, modarbejdelse fra lokale myndigheder, bestikkelse og korruption samt manglende adgang til forsikring og garantier, der giver de danske virksomheder grå hår i hovedet. Til gengæld har færre virksomheder udfordringer med sprog og kultur i Afrika sammenlignet med særligt Mellemøsten og Asien.

Endelig oplever en tredjedel af virksomhederne ingen særlige udfordringer i forbindelse med salg til Afrika.

## I EN ALDRENDE VERDEN BLIVER AFRIKA YNGRE

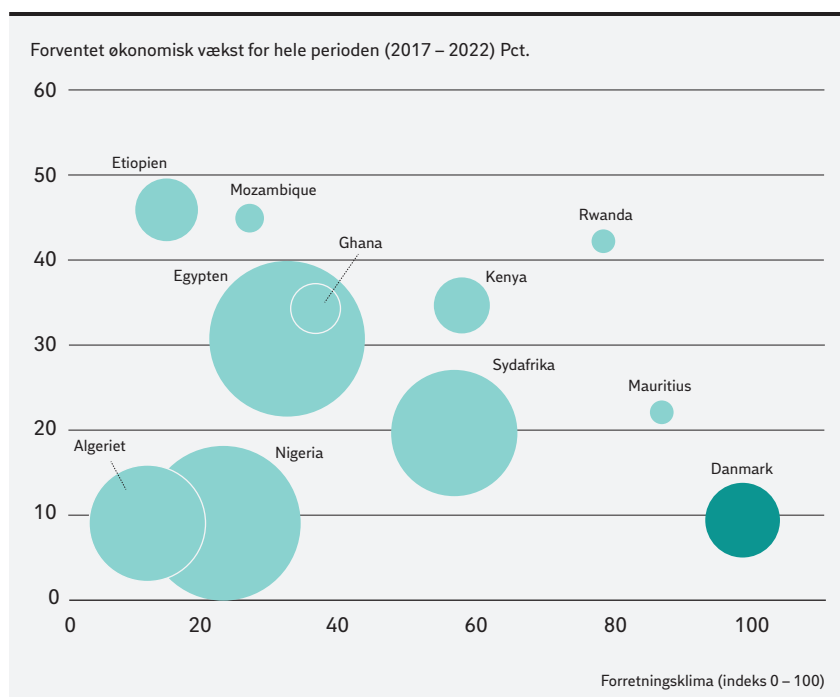
Afrika har en ung og voksende arbejdsstyrke. I 2035 vil Afrikas samlede befolkning i den arbejdsdygtige alder være større end både Indiens og Kinas befolkning i den arbejdsdygtige alder.

En vigtig læring fra de virksomheder, der har succes på det afrikanske marked er, at der ikke findes ét afrikansk marked. Det er helt afgørende, at man som virksomhed tager højde for det enkelte lands økonomiske, politiske og kulturelle forhold, når man lægger sin strategi.

Som det fremgår af figuren, er der enorme forskelle på de afrikanske økonomiers størrelse og vækstudsigter samt hvor nemt eller svært det er at drive forretning i landet.

Det er derfor vigtigt, at de danske virksomheder ser sig godt for og på forhånd udvælger de markeder, hvor der er det bedste match med virksomhedens strategi og kompetencer, når de giver sig i kast med det afrikanske kontinent.

## Store forskelle i økonomi, vækst og erhvervs klima



### Anm.

Boblens størrelse viser landets samlede BNP 2016 USD (PPP)

### Kilde

IMF, Verdensbanken og African Economic Outlook

---

## RIG PÅ MILLIONBYER

Afrika har den hurtigste urbaniseringsrate globalt. Der er allerede 52 byer på det afrikanske kontinent med mindst en million indbyggere. Over det næste årti vil yderligere 187 mio. afrikanere bo i byer.

---

Her vil vi særligt pege på otte lande med spændende udsigter for dansk erhvervsliv.

I Vestafrika skiller lande som Ghana og Nigeria sig ud. Ghana med høj økonomisk vækst og et godt forretningsklima, samt en veludviklet industri set i afrikansk sammenhæng. Samtidig regnes Ghana for at være et af de mest stabile demokratier i regionen, hvilket danner et godt grundlag for at drive forretning. Med Afrikas suverænt største befolkning på 181 millioner mennesker og Afrikas højeste BNP er Nigeria ikke til at komme uden om. For første gang nogensinde er Nigeria lige blevet udråbt til "top reformer" af Verdensbanken og er rykket hele 24 pladser op på årets Doing Business rangliste. Hvor Ghana i høj grad importerer maskiner fra Danmark, er Nigeria stor aftager af diverse kemikalier samt mejeriprodukter fra Danmark.

| Muligheder i Vestafrika

Østafrika har også en række lande, der er værd at fremhæve, navnlig Kenya og Etiopien. Det befolkningsrige Etiopien har gennem de seneste år været Afrikas gazelle og har siden 2008 haft en gennemsnitlig årlig vækst på hele 9,7 pct. Kenya har siden 2008 haft en gennemsnitlig årlig vækst på 5,3 pct. Men derudover rangerer landet også flot målt på forretningsklima og opfylder dermed flere af de aspekter, som udenlandske investorer ser på. Kenya har også markeret sig på den digitale dagsorden som vært for "Silicon Savannah". Som mange andre lande importerer Kenya danske maskiner, medicin og kemikalier.

| Muligheder i Østafrika

Sydafrika er Danmarks største eksportmarked på den sydlige del af det afrikanske kontinent. I 2016 aftog Sydafrika knap en fjerdedel af den danske eksport til Afrika. Sydafrika er også interessant for danske virksomheder, fordi det er et stort land med Afrikas tredje højeste BNP, men også fordi landet er relativ erhvervsvenligt. Et andet spændende land i den sydlige region er Mozambique, der målt i BNP endnu er et lille land, men som igennem de seneste år har haft en kraftig vækst. Siden 2010 har landet øget sit BNP med mere end 50 pct.

Afrikas næst- og tredjestørste importører af danske varer ligger i Nordafrika. Egypten og Algeriet er, sammen med Sydafrika og Nigeria, blandt Afrikas største lande målt på både BNP og befolkning. Begge lande køber i høj grad medicinske og pharmaceutiske varer samt specialmaskiner og kemikalier fra danske virksomheder.

| Muligheder i Nordafrika

## Afrikas løver: Få overblikket

Tabellen giver et overblik over udvalgte landes nøgletal - fra befolkning til økonomisk vækst og forretningsklima.

	Befolkning i mio	GDP i PPP	BNP pr. Capita i PPP mio. int. \$	Forventet årlig vækst i pct. frem mod 2020	Forret- nings- klima rangering	Dansk eksport i mio. kr.	Top tre danske eksportvarer
Algeriet	40,6	612.133	15.075	1,4	166	1.346	– Medicinske og pharmaceutiske produkter – Specialmaskiner til forskellige industrier – Kød og kødvarer
Egypten	95,7	1.065.179	11.132	4,9	128	2.195	– Medicinske og pharmaceutiske produkter – Maskiner og -tilbehør til industrien i.a.n. – Metalvarer, i.a.n.
Etiopien	102,4	177.661	1.735	8,2	161	128	– Korn og kornvarer – Maskiner og -tilbehør til industrien i.a.n. – Specialmaskiner til forskellige industrier
Ghana	28,2	121.108	4.294	6,5	120	273	– Drikkevarer – Specialmaskiner til forskellige industrier – Maskiner og -tilbehør til industrien i.a.n.
Kenya	48,5	152.942	3.156	5,7	80	206	– Maskiner og -tilbehør til industrien i.a.n. – Kontormaskiner; autom.databehandlingsudstyr – Medicinske og pharmaceutiske produkter
Mozambique	28,8	35.089	1.217	5,6	138	95	– Rå mineralolier og produkter deraf – Kontormaskiner; autom.databehandlingsudstyr – Elektriske maskiner og apparater i.a.n.; tilbehør
Nigeria	186,0	1.091.228	5.867	1,5	145	599	– Kemiske materialer og produkter i.a.n. – Mejeriprodukter og fugleæg – Diverse næringsmidler i.a.n.
Sydafrika	56,0	739.419	13.225	1,4	82	2.238	– Kraftmaskiner og motorer – Medicinske og pharmaceutiske produkter – Maskiner og -tilbehør til industrien i.a.n.
Afrika	1.225,1	6.313.433	5.153	3,7	140 (gns.)	9.511	– Medicinske og pharmaceutiske produkter – Maskiner og -tilbehør til industrien i.a.n. – Kraftmaskiner og motorer

### Kilde:

Verdensbanken, IMF og Danmarks statistik

## **SAMFUND, VIDEN OG HOLDNINGER**

Dansk erhvervsliv er en vigtig del af det danske samfund. Politikere, organisationer og befolkningen forventer, at virksomhederne bidrager til en bæredygtig udvikling af Danmark som velfærdssamfund. Derfor prioriterer DI dialog med alle interesserede om rammerne for erhvervslivets bidrag til vækst og velstand.

Vær med i debatten på **dibusiness.dk**