

## Stellen Sie die Preis-Frage!

**Sie planen ein Projekt in Afrika. Sie wollen, dass es langfristig angelegt ist. Und Ihnen ist wichtig, dass dieses Projekt sich selbst trägt. Anfangsinvestition - ja, dauerhafte Zuschüsse - nein. Damit stellt sich Ihnen jetzt die Frage, welchen Preis Sie für die Leistung oder das Produkt verlangen können. Fehlt Ihnen ein Gefühl, was vor Ort machbar ist? Dann haben wir hier ein paar Tipps für Sie.**

Wenn Sie „zu Hause“ neue Leistungen anbieten, richten Sie diese natürlich am Bedarf aus. Hier helfen klassische Marktanalysen, Recherchen über Wettbewerber oder Vergleiche von konkurrierenden Angeboten. Die Auswertung dieser Informationen ergibt die Positionierung Ihres Angebotes auf dem Markt. Dann folgt die Preisfindung. Welche Kosten müssen gedeckt werden? Welcher Preis ist am Markt üblich? Was ist der Kunde bereit zu zahlen?

Diese Prinzipien gelten natürlich auch in Afrika, wenngleich die Konkurrenzanalyse in den meisten Fällen quasi übersprungen werden kann: der Bedarf übersteigt doch oft deutlich das vorhandene Angebot. Fehlende Konkurrenz hat aber auch einen entscheidenden Nachteil: Sie können sich nicht an ihr orientieren. Ihre eigenen Kosten lassen sich in der Regel ganz gut feststellen. Aber für Lohnkosten, Warenbeschaffung und Preise vor Ort stellt sich die Frage: Welcher Preis ist der richtige?

### So bekommen Sie ein Gefühl für das örtliche Preisgefüge

Informationen über durchschnittliche Einkommen in einem Land oder sein Bruttoinlandsprodukt sind zwar gut zu finden, helfen aber für die „Preis-Frage“ nicht wirklich weiter. Unser Tipp: Entwickeln Sie zunächst ein Gefühl für das örtliche Preisgefüge.

- **Lebenshaltung.** Gehen Sie vom ortsüblichen Standardessen aus und erkunden Sie die Preise dafür: Wie viel kostet ein Sack Reis oder Kartoffeln, wie teuer ist ein Kilo Fisch oder Fleisch?
- **Alltag.** Hier bieten Transport und Telefon gute Orientierung: Was zahlen Sie für öffentliche Verkehrsmittel („Buschtaxi“) oder Mobilfunk-Karten? Für letztere gibt es häufig einen Bonus, je höher das Guthaben ist. Vielleicht eine Anregung für Ihre Preisgestaltung?
- **Luxus.** Denken Sie hier ruhig an Dinge, die für Sie eher zum Alltag gehören. Eine Dose Cola ist für viele Afrikaner der Inbegriff von Luxus. Vergleichen Sie auch Preise für Tageszeitungen. Die liegen bei den wenigsten täglich auf dem Tisch.
- **Löhne.** Zu jedem Unternehmen gehören Angestellte, die Lohn bekommen. Orientieren Sie sich daran, was ein Handwerker verdient, wie viel ein Polizist oder Lehrer im öffentlichen Dienst bekommt, und welche Gehälter für Bankangestellte – auch leitende – bezahlt werden.