

# **Geschäfte machen gegen Armut**

## **Rahmenbedingungen zur Förderung von BOP- Geschäften**

Konferenz „Entwicklung findet Stadt“

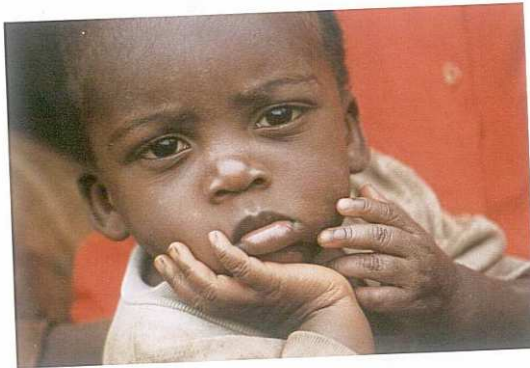
Wien, 19. Mai 2009

Claudia Knobloch, Emergia Institute (Berlin)

## Markt erkennen - Perspektivwechsel: Arme Menschen anders sehen

### ... von Patienten

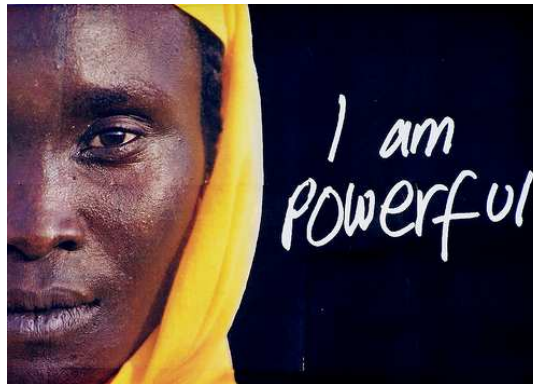
---



Warum werde ich nie satt?

### ... zu Agenten

---



### ... mit ungenutztem Potential

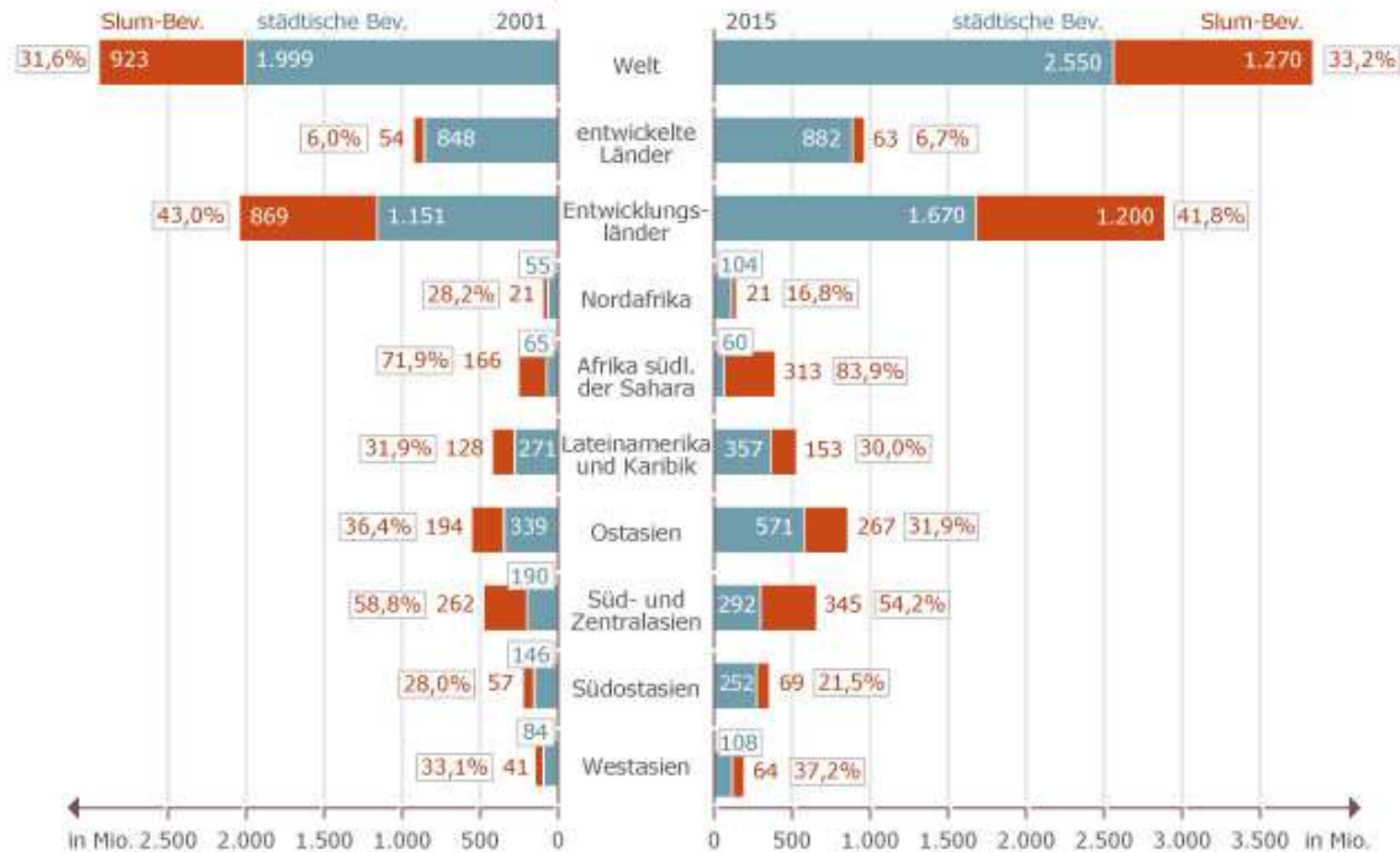
Arme suchen und bieten Chancen als Teilnehmer von Wertschöpfungsketten, als:

- Konsumenten
- Produzenten
- Arbeitnehmer
- Unternehmer

# Volumen: Wachsende städtische Bevölkerung

## ■ Slums

Slumbevölkerung in absoluten Zahlen, 2002



Quelle: UN: World Urbanization Prospects: The 2001 Revision; UN-Habitat, Global Urban Observatory, 2005  
 Lizenz: Creative Commons by-nc-nd/2.0/de  
 Bundeszentrale für politische Bildung, 2008

## Zielgruppe: Marktzugang bisher vielfach mangelhaft

### Kein Zugang – Städtische Bevölkerung

- Kein Trinkwasser: Sub-sahara Afrika 18%; Südasien 6%
- Keine sanitären Einrichtungen: Sub-sahara Afrika 45%, Südasien 33%
- Unzureichender Wohnraum: Sub-sahara Afrika 27%, Südasien 35%

### Schlechte Zugangsbedingungen

- Höhere Kosten: Kosten für Kredite bis zu 600% Zinsen – „Poverty Penalty“
- Mehr Aufwand: Beispiel Wasser Südafrika: durchschnittlich 2h/Tag zum Wasserholen
- Schlechtere Qualität: Beispiel Gesundheitsdienstleitung Indien: Ausstattung in Krankenstationen erheblich schlechter als außerhalb der Slums



**Wertschöpfungs-Chance durch  
innovative Geschäftsmodelle**



**Win-Win-Situation**

## Produkte: Pioniersektor Mikrofinanz

### Vorreiter Grameen



Gründer  
Mohammad Yunus  
erhielt 2006 den  
Friedensnobelpreis

### Produkt Kleinkredite



Kunden (meist  
Frauen) investieren  
mit Krediten von 10-  
100US\$ in  
Kleinstgeschäfte

### Trick Kreditringe



Als Durchsetzungs-  
mechanismus dient  
sozialer Druck statt  
Pfand

### Kommerzieller Erfolg



Banco Comparta-  
mos ging 2007 an  
die mexikanische  
Börse mit einem  
Erlös von 470 Mio  
US\$ für 30% der  
Anteile

# Produkte: Boomsektor Telekommunikation

## Trick Pre-Paid Karten

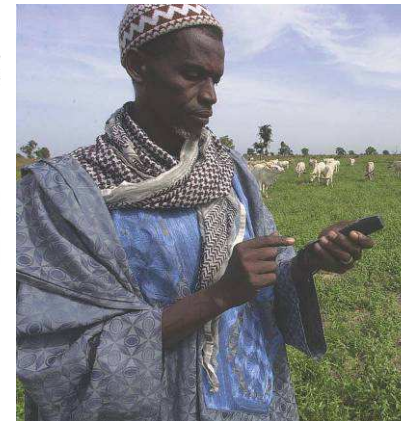
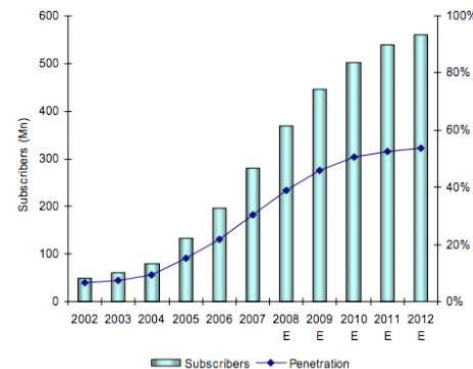
## Hohe Zuwachsraten

## Neue Services

## Kommerzieller Erfolg



Figure 1: Africa – Mobile Subscribers and Penetration (2002-2012)



Durch Vorauszahlung kleiner Beträge bekommen auch Kunden ohne Konto und ID Zugang

Afrika weist seit Jahren die höchsten Zuwachsraten weltweit auf

- Mobile Banking
- Rücküberweisungen
- Informationsservices (z.B. Marktpreise, Wetter)

Smart war 2006 das profitabelste Unternehmen an Manilas Börse

## Produkte: Erfolgsbeispiele in vielen Sektoren

### Bauen



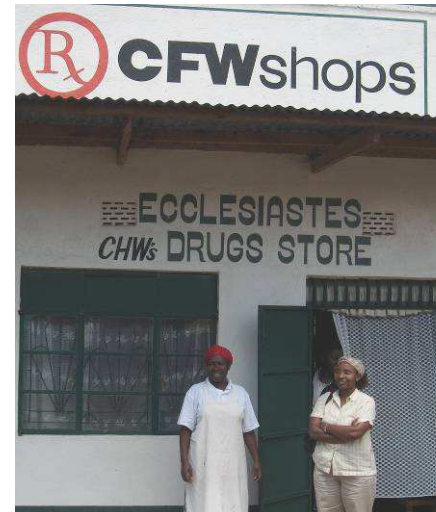
Cemex bietet Ansparmodelle und Beratung für Haus-(aus)bau

### Versicherung



Allianz vertreibt Lebens- und Krankenversicherung in Indien, Indonesien und Afrika

### Gesundheit



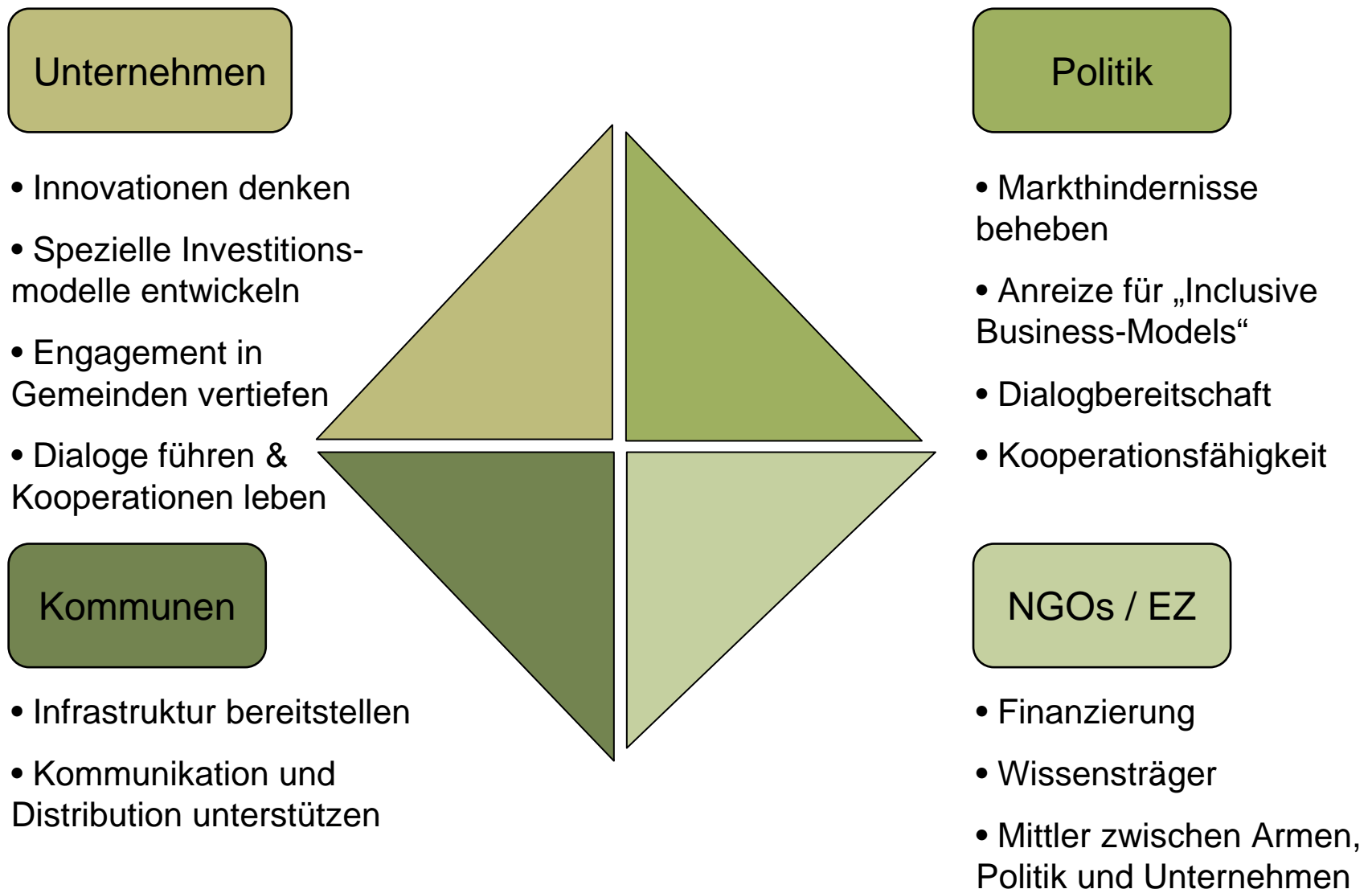
CFW bietet Beratung und medizinische Grundversorgung in Kenia

### Bildung



Center for Digital Inclusion Computer-schulen in Slums bieten Schüler berufliche Perspektive

## BOP als Multi-Stakholder-Ansatz



## Kontakt

---

Claudia Knobloch  
Emergia Institute (Berlin / Passau)  
Web: [www.emergia.de](http://www.emergia.de)  
Email: [c.knobloch@emergia.de](mailto:c.knobloch@emergia.de)  
Mobil: +49 – 179 – 507 88 64

---