YANNICK TYLLE / DER SPIEGEL

Modenschau bei einem Straßenfestival in Kampala: *„Wir wollen unsere schönen Menschen feiern“*

AFRIKA

Die Aufsteiger von Kampala

Während die Welt von Krisen heimgesucht wird, boomt südlich der Sahara die Wirtschaft. Der Kontinent will nicht mehr nur Öl exportieren, eine neue Mittelschicht erobert die Städte.

Sylvia Owori prüft die Fotos der Sommerkollektion, sie ist unzufrieden. „Viel zu viel Öl auf der Haut“, sagt sie und zeigt auf eine junge Dame. „Wir wollen das Kleid vorführen, nicht ihre Beine.“ Und schon ist die Kandidatin per Mausklick weggedrückt.

Ein neues Mädchen erscheint auf dem Monitor, es trägt ein gelbes Minikleid, im Hintergrund liegt dunstig-fahl der Victoriasee. „Das hier ist gut“, sagt Sylvia Owori. Hörbares Aufatmen in ihrem Atelier in Kampala: Die Fotografen, Designer, Schneider um sie herum sind erleichtert.

Sylvia Owori ist Ostafrikas erfolgreichste Modemacherin, die Stil-Ikone einer wachsenden Mittelklasse. Sie besitzt Boutiquen in Kampala und Nairobi, die Models ihrer Agentur sieht man auf den Laufstegen von Rom und Paris. Und sie gibt die Zeitschrift „African Woman“ heraus, ein Hochglanzmagazin mit den Trends der einheimischen Mode. „Wir wollen Afrikas schöne Menschen feiern“, sagt die Designerin.

Owori kombiniert moderne Schnitte mit afrikanischen Farben, auch knallig darf es sein. „Die Modewelt blickt derzeit nach Afrika“, sagt sie. „Das ist unsere Chance, wir sollten sie nutzen.“

Sylvia Owori verkörpert eine Erfolgsgeschichte. Und Erfolgsgeschichten sind – allem Anschein zum Trotz – keine Seltenheit mehr auf dem Kontinent, der als Elendskontinent verschrien ist.

Afrikas Wirtschaft entwickelt sich in ähnlichem Tempo wie die Staaten Asiens, Japan eingeschlossen. Fünf der zehn in diesem Jahr am stärksten boomenden Länder der Welt liegen südlich der Sahara. Der Anteil der Rohstoffe an der Wirtschaftsleistung sinkt, Öl, Gas, Holz, Erze, Gold und Diamanten – die Bodenschätze spielen in vielen Aufsteigerstaaten nicht mehr die entscheidende Rolle, der Dienstleistungssektor und das verarbeitende Gewerbe breiten sich aus.

Dieses Wachstum produziert ein Mittelstand, der von Jahr zu Jahr wächst. 313 Millionen Menschen rechnet die Afrikanische Entwicklungsbank ihm bereits zu, das sind 34 Prozent der Gesamtbevölkerung.

Afrikas Mittelschicht lebt in den Städten, ihre Angehörigen sind fest angestellt oder besitzen – wie Sylvia Owori – eigene Unternehmen. Sie sind jung, gut ausgebildet, wollen Fernseher, Autos und schicke Kleidung. 430 Millionen Handy-Nutzer gibt es inzwischen auf dem Kontinent. Die wachsende Binnennachfrage des Mittelstands habe wie ein „Stoßdämpfer“ gewirkt, als der Westen 2008 in die Krise stürzte, sagt Mthuli Ncube, Chefökonom der Afrikanischen Entwicklungsbank.

Sylvia Owori hat einen weiten Weg hinter sich. Sie ist in ärmlichen Verhältnissen in Kampala aufgewachsen, ihren Vater hat sie nie kennengelernt. Eine Verwandte holte sie später zu sich nach London, wo sie am Newham College Modekurse besuchte. Als sie 1998 nach Uganda heimkehrte, kam sie in ein nach Jahren der Diktatur und des Bürgerkriegs selbst für afrikanische Verhältnisse zurückgebliebenes Land.

Ihr Startkapital verdiente sie mit dem Import von Kleidern aus dem Westen, aber dann zeichnete sie ihre ersten eigenen Kollektionen, und bald schon war „Sylvia Owori“ das populärste Label für Frauen in Ostafrika.

Owori lässt ihre Kollektion von Schneiderinnen auf den Dörfern produzieren. Sie hat 200 Frauen ausgebildet und sponsert den Kauf ihrer Nähmaschinen. „Wenn ich einen großen Auftrag bekomme, kann ich schnell und flexibel liefern“, sagt sie. Andererseits könnten die Frauen auf eigenen Beinen stehen, wenn sie gerade keine Arbeit für sie habe.

Ihre neue Kreation ist eine Laptop-Tasche aus Jeansstoff mit einem Karten-

Abendliches Kampala

FOTOS: YANNICK TYLLE / DER SPIEGEL

Designerin Owori, Firmenchef Katongole: *„Entwicklungshilfe macht die Regierungen faul“*

umriss Afrikas. „Diese Tasche war einmal eine Hose“, sagt sie. „Ihr habt sie in den Container für Altkleider geworfen und nach Afrika geschickt. Wir haben etwas Neues daraus gemacht und werden sie euch noch einmal verkaufen.“ H&M ist an der Tasche interessiert, zwei andere westliche Modeketten haben Owori zu einem Gespräch nach London gebeten.

Es geht darum, neue Wege für einen wirtschaftlichen Aufschwung zu finden. Die korrupte Oligarchie vieler afrikanischer Länder hat am Rohstoffexport verdient, von dessen Erlösen aber nur ein Bruchteil bei der Bevölkerung ankam. Das Wachstum, das Afrikas Mittelklasse hervorbringt, sei nachhaltiger, sagen Entwicklungsexperten: Es basiere zu einem guten Teil darauf, afrikanische Tuche, Hölzer oder Früchte weiterzuverarbeiten. Und dabei entstehen Jobs.

Der Mittelstand braucht gutausgebildete Arbeitskräfte und politische Stabilität. Bürokratie und Korruption sind hinderlich und Bürgerkriege schlecht fürs Geschäft. Afrikas Mittelstand sei ein „Wächter der Demokratie“, sagt Ncube.

Emmanuel Katongole ist ein typischer Vertreter dieses Mittelstands. Sein Mercedes-Geländewagen ist von glänzendem Schwarz, sein Anzug maßgeschneidert. Die Afrikanische Entwicklungsbank hat ihm einen Business-Preis verliehen, weil er in Kampalas Vorort Luzira eine Medikamentenfabrik eröffnet hat. In seiner Firma Quality Chemical Industries werden täglich sechs Millionen Pillen gegen Aids und Malaria gedreht, die Hälfte davon exportiert Katongole in Nachbarländer.

Quality Chemical Industries ist ein Joint Venture mit dem indischen Hersteller Cipla, der die Lizenz für die HIV- und Malaria-Mittel hält – und gut 40 Prozent an Katongoles Unternehmen. Die Firma bietet ihren 350 Angestellten Fortbildung, Essen und medizinische Fürsorge. „Die Leute arbeiten gern bei uns, wir haben keine Probleme mit der Disziplin“, freut sich der Chef.

„In Afrika ist das Zeitalter der Unternehmer angebrochen“, sagt Katongole. Als er in den neunziger Jahren Aids-Medikamente zu importieren begann, waren in Uganda rund 15 Prozent der Menschen HIV-infiziert. Heute sind es nur noch knapp 7 Prozent, und das ist auch sein Verdienst.

Katongole überredete die Inder, nach Afrika zu kommen, er überzeugte südafrikanische Kapitalgeber und auch die Regierung, die beim Start des Projekts half: Ugandas Präsident Yoweri Museveni, ein für afrikanische Verhältnisse milder Autokrat, nimmt den Kampf gegen Aids ernst – ganz im Gegensatz zu anderen Machthabern auf dem Kontinent.

Die Regierung ließ das Terrain für die Labors planieren, installierte die Stromversorgung und gewährte Steuervorteile. „Quality Chemical Industries ist der gelungene Fall einer Partnerschaft von privatem und öffentlichem Sektor“, sagt Katongole. „Afrika muss mehr Fertigprodukte herstellen.“ Wenn die Welt dem Kontinent einen Gefallen tun wolle, solle sie Unternehmen wie dem seinen bei der Finanzierung helfen, „klassische Entwicklungshilfe macht die Regierungen faul“. Tatsächlich hat der Ruf der Entwicklungshilfe stark gelitten – sie halte Millionen Afrikaner in Armut gefangen, kritisieren afrikanische Ökonomen.

Auch Richard Kimani, der 500 Kilometer weiter südöstlich lebt, im kenianischen Nairobi, baut auf unternehmerische Freiheit. Seine Firma Kevian setzt mit Fruchtsaft-Konzentrat 25 Millionen Euro pro Jahr um: 225 Angestellte füllen täglich 75 000 Liter ab, rund 30 000 Kleinbauern liefern Mangos und Ananas.

Kimani hat einen zinsgünstigen Millionenkredit bei der Deutschen Investitions- und Entwicklungsgesellschaft in Köln aufgenommen. Denn Kevian soll größer werden, eine Abfüllanlage der bayerischen Firma Krones ist per Schiff unterwegs nach Mombasa. Bis zu ihrer Ankunft kann es noch dauern, die Zöllner im Hafen sind korrupt und die Straßen in Kenia miserabel. „Einen Container von Europa nach Mombasa zu schicken ist ebenso teuer wie sein Transport über die restlichen 440 Kilometer nach Nairobi“, sagt Kimani.

Er hat vor 20 Jahren als Produzent von Mineralwasser angefangen. Sein Kevian-Wasser, das aus einem Bohrloch am Rande von Nairobi stammt, traf eine Marktlücke. Doch der Erfolg hatte eine Kehrseite: Kimani gehört zur Volksgruppe der Kikuyu, der damalige Staatschef aber protegierte Angehörige seines eigenen Stammes. Banken verweigerten Kredite, bestellte Schlägertrupps zertrümmerten seine Anlagen. Kimani aber ließ sich nicht einschüchtern, er zog mit seiner Firma weiter hinaus aus der Stadt und stieg 2002 auch in das Geschäft mit Fruchtsäften ein. Die gab es bis dahin nur als teure Importe aus Südafrika oder Israel.

Und wieder kam sein Produkt gut an: In Tansania, Ruanda, Burundi und Sambia greifen immer mehr junge städtische Arbeitnehmer zu Kevian-Säften, sie legen Wert auf gesunde Ernährung. Jetzt möchte Kimani sogar Europa erobern, er wird der Heidelberger Firma Wild Ananas- und Mango-Konzentrate liefern.

Im nächsten Frühjahr allerdings wählt Kenia. Nach dem letzten Urnengang vor fünf Jahren hatten die Politiker Schlägerbanden aufeinandergehetzt und ethnischen Hass geschürt. Das Ergebnis: über 1300 Tote, Hunderttausende Vertriebene, ein ruinierter Tourismus und etliche zerstörte Betriebe.

„Es wird nicht wieder so schlimm kommen“, sagt Richard Kimani, „der Wähler weiß jetzt, worum es geht.“ Die Mittelklasse in Kenia habe viel zu verlieren, sie werde nicht noch einmal solch ein Chaos zulassen wie vor fünf Jahren.

Horand Knaup, Jan Puhl