

VON GÖTZ VON STUMPFELDT  
UND TORSTEN SEWING

gtz



Es gibt bessere Orte für gute Geschäfte als das ländliche Indien: Infrastruktur und Energieversorgung sind in schlechtem Zustand oder nicht vorhanden, viele Menschen müssen um die Befriedigung ihrer elementarsten Grundbedürfnisse kämpfen, moderne Produkte und Dienstleistungen sind unerreichbar. Was aber, wenn es gelingt, auch in solchen von Armut geprägten Situationen Geschäftsmöglichkeiten zu identifizieren, die den Einsatz moderner Ressourcen und Methoden für Unternehmen lohnenswert machen? Kann das die Armut bekämpfen?

Indische Sojabauern verkaufen ihre Ernte an lokale Zwischenhändler, die die Qualität der Bohnen bewerten. Die Bauern müssen ihre Ware zu Preisen verkaufen, die per Auktion innerhalb von Sekunden entstehen und vom Zwischenhändler vorgegeben werden. Fehlende Markttransparenz schadet dabei nicht nur den Bauern, auch Agrarhandelsunternehmen tragen kaum kalkulierbare Mehrkosten: Oft mischen die Händler unterschiedliche Qualitäten, verkaufen an weitere Zwischenhändler oder halten Lieferfristen nicht ein.

Um die Lieferantenkette zu verbessern, installiert ITC, eines von Indiens größten Agrarunternehmen, seit 2001 eine expandierende Internet-Infrastruktur mit bislang rund 6.500 Internet-Kiosken für jeweils fünf bis zehn Dörfer. Ein kostenlos bereitgestellter und mit Solarenergie betriebener Computer gibt per Online-Satellitenverbindung Informationen über die Preise der Firma ITC und erlaubt den Zugriff auf internationale Getreidebörsen.

## Erfolgreiche Geschäfte gegen die Armut

Arm zu sein bedeutet mehr, als kein Geld zu haben und nicht konsumieren zu können. Es bedeutet auch, dass Menschenrechte eingeschränkt sind, weil der Zugang zu Information, Bildung und den damit verbundenen Chancen fehlt. Geschäftsmodelle, die die rund vier Milliarden Menschen am unteren Ende der Einkommenspyramide („Base of the Pyramid“ oder BoP) einbeziehen, können das ändern.

Die Sojabauern erhalten Informationen darüber, wann sie ihre Ware zu den besten Konditionen verkaufen können, und der Exporteur verkürzt seine Lieferkette. Ein Marktplatz für Informationen entsteht, und Mikrokreditbanken vor Ort finanzieren weitere unternehmerische Aktivitäten an der „Base of the Pyramid“ (BoP).

Im September 2008 trafen sich Vertreter von Unternehmen, NGO und Entwicklungsorganisationen bei einer von der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) für das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) veranstalteten Konferenz, um mehr über „BoP“-Geschäftsmodelle zu erfahren. Dabei zeigte sich, dass viele Ansätze in Lernprozessen zwischen Unternehmen und

Zielgruppen entstehen. Für Professor Ted London, einen der führenden Experten zu BoP-Themen, ist es wichtig, dass der Unternehmenserfolg mit dem Nutzen für die Armen Hand in Hand geht. Alles andere, so London, „ist nur kurzfristige Geldmache oder PR auf dem Rücken der Armen“.

BMZ-Referatsleiterin Susanne Dorasil wies darauf hin, dass sich „die auf gemeinsamen Lernprozessen aufbauenden BoP-Geschäftsmodelle sehr gut in die Strategie des BMZ einfügen. Ein Beispiel dafür ist das Programm für Entwicklungspartnerschaften mit der Wirtschaft. Seit knapp 10 Jahren zeigen diese Public-Private-Partnerships, dass Unternehmen von einer Zusammenarbeit ebenso profitieren wie die Entwicklungszusammenarbeit“.

In solchen Entwicklungspartnerschaften, kurz PPP, nutzen Unternehmen die Kompetenz und die Kontakte der Entwicklungszusammenarbeit. Diese wiederum profitiert vom technischen Know-how und der Flexibilität der Unternehmen. Gemeinsam lassen sich marktfähige Ansätze entwickeln, die Armut bekämpfen – und so die Menschenrechte stärken.

[www.gtz.de/de/leistungsangebote/2362.htm](http://www.gtz.de/de/leistungsangebote/2362.htm)

[www.gtz.de/de/leistungsangebote/24148.htm](http://www.gtz.de/de/leistungsangebote/24148.htm)



## Successful Business Models against Poverty

*Being poor is more than being without money and not being able to consume. It is also a restriction of human rights, since poverty hinders access to information, education and the opportunities that follow from them. Business models that are aimed at approximately four billion people at the “Base of the Pyramid” (BoP) are a way to change all this.*

BY GOETZ VON STUMPFELDT  
AND TORSTEN SEWING

*There are better locations for successful business than rural India: Infrastructure and energy supply are either unreliable or do not exist, people live in a subsistence economy and are therefore ill-prepared to deal with modern products and services. However, what if it were exactly these disadvantages that companies could benefit from in deploying modern resources and methods? And what impact would this have on the poor?*

*In India, farmers transport their harvest to markets where middlemen judge the quality of their beans. The farmers have to sell their products at auctions that are conducted and regulated by those middlemen. The missing transparency of the market does not only hurt them, incalculable costs are also imposed on trade-companies: The middleman often mixes different quali-*

*ties, resells to go-betweens or misses supply chain deadlines.*

*To improve the supply chain, ITC, one of India’s largest agro-business companies began, in 2001, to install an expanding infrastructure of by now over 6,500 internet-hubs, each catering for five to ten villages. A computer, delivered at no cost to the farmers and equipped with a solar panel as well as a satellite dish provides real-time data from trade exchanges. The farmers receive the information about ITC’s buying offers as well as international market prices to be able to sell the beans at the most favourable conditions. Equally, the exporter profits from a leaner supply chain. Moreover, a marketplace as an exchange-place for information emerges. Adding to this, local microcredit banks finance further entrepreneurial activities at the “Base of the Pyramid” (BoP).*

*In September 2008, representatives of businesses, NGOs and development organisations met to learn more about “BoP”. The conference, facilitated by Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) on behalf of the German Federal Ministry for Economic Cooperation and Development (BMZ), showed the importance of iterative learning processes between business and its customers – or suppliers. Ted London, leading expert in the BoP debate, sees it as intrinsic to sustain-*

*able business practices that their success increases with the poor’s profit – may they be consumers or producers. Anything else, according to London, “is short term money making or PR on the back of the poor”.*

*BMZ Head of Division Economic Policy and Financial Sector, Susanne Dorasil, pointed out that “BoP business models resulting from joint learning connect very well to the strategy of the BMZ. An example of this is the program for development partnerships with the private sector. For almost 10 years now, these Public-Private-Partnerships prove that companies as well as development institutions profit from collaboration”.*

*It is in these partnerships that companies utilise competencies and contacts from development organisations. In turn, development cooperation can benefit from technology innovations and the private sector’s flexibility. Together, they can identify new and profitable ways to combat poverty – and in addition make a contribution to protect human rights.*

GTZ/PPP programme:  
[www.gtz.de/en/leistungsangebote/2362.htm](http://www.gtz.de/en/leistungsangebote/2362.htm)

BMZ/BoP conference:  
[www.gtz.de/en/leistungsangebote/24705.htm](http://www.gtz.de/en/leistungsangebote/24705.htm)