

**Aus der Not
entstehen
neue inter-
essante Ge-
schäftsfelder**

**Mais zu Dona
verarbeiten
und selber
vermarkten -
das ist
Selbsthilfe in
Tanzania**



Wie schon so oft entstehen aus der Not interessante neue Geschäftsideen, und dieser Newsletter erzählt eine solche Geschichte aus Afrika. Die Geschichte ist ein Beispiel der einzigartigen Methode von farip, afrikanischen Ideen nachzuspüren und den Afrikanern die Möglichkeit zu geben zu erkunden, ob ihre Idee zum kommerziellen Geschäft entwickelt werden kann.

Wir arbeiten im Dorf Msowero in Zentraltanzania mit der Kleinfirma "Tanzania Biashara Mapema" (TBM), von Bahat Tweve, welche mit den Bauern folgende Idee erkundet: Mais zu Vollkornmehl verarbeiten und selber vermarkten. Das heisst: Die Bauern erzielen höheres Einkommen und TBM kommt mit der vorgängig mit den Bauern vereinbarten Kommission als Organisator ins Geschäft. So entsteht echte und nachhaltige Entwicklung.



Im Jahre 2016 hatte Bahat die Möglichkeit mit finanzieller Unterstützung eines Projektes der DEZA (von Helvetas durchgeführt) ein kleines Pilotprojekt umzusetzen, welches seine Idee testen sollte:

20 Bauern erhalten von seiner Kleinfirma «Tanzania Biashara Mapepe» TBM auf Kredit ein abschliessbares Blechsilos, in welchem sie 1 Tonne Mais luftdicht lagern können, womit keine Pestizide für die Lagerung nötig sind.

Die Bauern richten das Silo auf dem eigenen Hof ein. Innert zwei Jahren muss das Silo abbezahlt werden. Weil das Silo abschliessbar ist, kann TBM den Bauern eine Anzahlung auf die Ernte machen.

Später hilft dann TBM den Bauern die besten Käufer zu finden. Die Käufer zahlen TBM, und TBM macht dann die Abrechnung mit jedem einzelnen Bauern: Nach Abzug von Transportkosten und der TBM-Kommission geht der Überschuss an die Bauern: Win-Win!





Im 2016 waren die Ernten an den meisten Orten in Ostafrika schlecht, aber Msoero hatte Glück. Der Maispreis stieg bis im Juni 2017 auf fast das Dreifache. Die Abrechnung mit den Bauern brachte diesen einen nicht erhofften grossen finanziellen Zustupf, und gleichzeitig konnte sich TBM die Kommission sichern. Erst nach dieser Abrechnung haben die Bauern das Geschäft richtig begriffen und sehr begrüsst. Es war ihnen auch klar, dass es ein aussergewöhnliches Jahr war.



Obwohl sich die DEZA kurzfristig entschlossen hatte, ihr Projekt rasch auslaufen zu lassen, wollte TBM für die nächste Ernte den Umfang von 20 auf 100 Blechsilos ausweiten, also auf 100 Tonnen. FARIP sprang ein und hat daraufhin das erste Mal eine Crowdfunding Finanzierung versucht und konnte schliesslich erfolgreich die Mittel für weitere Silos und die Anzahlungen an die Bauern für den darin im 2017 gelagerten Mais aufbringen. 100 Tonnen wurden bei 80 Bauernfamilien gelagert.



Aber der Preis für Mais stieg im 2018 über die Monate wider Erwarten nicht an, er sank sogar leicht bis Mai, was unüblich ist. Zu erwarten wäre ein Anstieg auf 600-800 TSH/Kg. Zwei Gründe werden von Bauern und Händlern erwähnt: Die Maisernten waren überall in Ostafrika im 2017 sehr gut, und die neue Tanzanische Regierung will die undurchsichtigen Maisgeschäfte der grossen Handelsfirmen besser im Auge behalten und hat darum vorerst alle Nahrungsmittelexporte untersagt.



Es wurde somit klar, dass im 2018 mit dem Verkauf des im 2017 gelagerten Maises das Geschäftsmodell von TBM nicht funktionieren wird, und TBM folglich seine Darlehen nicht wie vorgesehen vollumfänglich an farip zurückzahlen kann.

Bahat Tweve hat die Preis- und Geschäftssituation mit den Bauern diskutiert und sie verstehen, dass es dieses Jahr keinen Zustupf aus der erwarteten Wertsteigerung der Lagerung geben wird.



Klar ist, dass es mittelfristig beim aktuellen Bevölkerungswachstum und dem rasanten Wachstum der grossen Städte einen schnell expandierenden Markt für Mais gibt.

Die Bauern wollen mit dem System der Silo-Lagerung, der Vermarktung durch TBM und dem Genuss aus der Überschuss-Beteiligung weiterfahren, so wie es TBM eingeführt hatte.



Im Gespräch fragten die Bauern, ob TBM nun doch ihre frühere Idee beschleunigen könnte, den Mais zu verarbeiten, damit sie Mehl direkt an Konsumenten in der Stadt verkaufen könnten statt nur Rohmaterial an die Müller.

Das Geschäftsmodell der TBM wäre eigentlich dafür eingerichtet die Bauern an der Wertschöpfung der Verarbeitung und Vermarktung zu beteiligen.



Bahat fragte bei *farip* nach, ob wir jetzt schon einen Testlauf in diese Richtung ins Auge fassen könnten.

Eine überraschende Einzelspende hat uns dann ermöglicht, TBM die Gelegenheit zu geben, im Kleinen zu erkunden, welches die Knackpunkte sein könnten.

Das ist die einzigartige Methode von *farip*, eine Idee im Kleinen auszuprobieren, ob sie technisch umsetzbar ist. Und dann die kommerzielle Machbarkeit zu überprüfen.



Dona ist das Swahili Wort für Vollkorn-Maismehl, wie es früher als traditionelles Grundnahrungsmittel im Dorf hergestellt wurde.

Die Idee der Bauern in Msowero ist, den Mais aus den Silos zu holen und in Mühlen in Msowero mahlen zu lassen, und dann das Mehl in der Stadt zu verkaufen.

Und zwar als innovatives Produkt „Dona vom Dorfe, aus Mais, der ohne Pestizide gelagert wurde“. Ein gutes Verkaufsargument für viele skeptische Städter.



TBM hat dann auch versucht, unübliche Wege in der Vermarktung zu gehen: Also nicht wie sonst üblich das Mehl an die etablierten Grossisten und Supermärkte verkaufen zu wollen, sondern ganz gezielt die sogenannten „BOP-Kunden“ in den Städten zu bedienen.

BOP steht für „Bottom of the Pyramid“ und bezeichnet die grosse Mehrheit der Kleinverdiener und armen Leute in den Grosstädten.



TBM's These ist: Wer es schafft, gutes Donamehl für BOP-Kunden zu akzeptablen Preisen anzubieten, der hat einen riesigen und stark wachsenden Markt vor sich. Klar ist auch, dass man sich dabei an die kleinen Läden in den dicht besiedelten Vierteln der Grosstädte wenden muss, also die Grossisten umgehen muss.

Das ist neu und gar nicht einfach! Da kommt die einzigartige Methode von *farip* zum Zug, eine Idee wenn sie technisch umsetzbar ist, auch organisatorisch auszuprobieren.



TBM hat rasch eine eigene Marke angemeldet: „VIJIKWELI“, aus den Swahili Wörtern vijijini (Dorf) und kweli (wahrhaftig). Vijikweli wird somit verstanden als „echt vom Dorf“.

TBM hat es in einer erstaunlich kurzen Zeit geschafft, in Daressalaam 5kg und 10kg Säcke drucken zu lassen und auch die ersten Silos im Dorf Msowero zu mahlen, abzupacken und nach Daressalaam zu transportieren. Mit Hilfe der Kleinfirma ELISEMA wird jetzt Dona in einer kleinen Verkaufsstelle vermarktet.



Die erste Tonne Dona Mehl wurde im Juli schon vermarktet und weitere Verkäufe folgen täglich. Erste Erfahrungen sind gemacht, etliche Knackpunkte in den Abläufen entdeckt. Und die ersten finanziellen Analysen bestätigen die Vermutung, dass es TBM mit Vermarktungsgeschick schaffen könnte, die Auswirkungen des tiefen Maispreises aufzufangen.

Das ist die einzigartige Methode von *farip*, eine organisatorisch umsetzbare Idee auch kommerziell auszuprobieren.



Jetzt sind die Bauern in Msowero stolz auf das Produkt. Ursprünglich dachte TBM, mit einer konzentrierten Vermarktungskampagne Donamehl so rasch verkaufen zu können, dass die Silos leer werden für die nächste Ernte im August.

Doch die dafür notwendigen logistischen Voraussetzungen wurden unterschätzt: Das Mahlen, die Zwischenlagerung der Säcke, der Transport und die Einführung der Marke unter vielen Detaillisten in Daressalaam und Dodaoma braucht viel Zeit.



Um die ersten zwei Tonnen von Msowero nach Daressalaam zu schicken musste Bahat sage und schreibe drei Tage in Dumila am Strassenrand auf einen Lastwagen warten.

Wiederholt wurde ihm Platz versprochen, um dann mitgeteilt zu bekommen, der Lastwagen habe andernorts vollladen können, oder es gebe eine Panne, oder sonstwelche Geschichten. Wir haben es hier mit einem völlig unzuverlässigen System zu tun. Man weiss nie wann es funktioniert und was es kosten wird.



TBM kennt das Problem natürlich seit langem und hatte schon etwas wie „Scheduled Cargo Service“ angedacht: Lastwagen mit fixem Fahrplan, mit fixen Haltestellen. Und genau wie Busse wird man Billette für Fracht kaufen und den Platz dafür reservieren können. Diese für die Dörfer völlig innovative Idee wäre heute genau die Lösung!

Da ist die einzigartige Scouting-Methode von *farip* gefragt, Ideen nachzuspüren und hartnäckig zu überprüfen, ob da ein kommerzielles Geschäft drin steckt.



Tanzanische Firmen auf dem Lande und in der Grösse, wie TBM gegenwärtig ist, funktionieren meist informell: Abmachungen sind mündlich, Verträge werden nicht schriftlich abgeschlossen, eine Buchhaltung im formalen Sinne existiert nicht. Die formalen Beziehungen mit den amtlichen Stellen sind in ständigem Stress weil die Regeln nicht eingehalten werden können.

TANZANIA BIASHARA MAPEMA COMPANY
 Prop: BAHATI KANDIDUSI TWEVE
 P.O. Box 289 Magunguli Mufindi - Iringa
 TIN: 108-785-209

MS ELISEMA INVEST
 ELIBARIKI TWEVE
 0757376567

No. 0054
 Date: 15th June 2018

Qty	Particulars	@	Shs.	Cts.
20	bags each bag have 5Kgs			
23	big bags from 25kgs and 50kgs			
	Milling 12 bags costs	6000	72,000	00
	Packing all the bags	8	31,000	00
	Strings for sewing bags		20,000	00
	Small bags for transferring		18,000	00
	Empty big bags 20	1500	20,000	00
	Rep for stitching bags		5,000	00
	Kilosa go & return		16,000	00
	Voucher for communication		10,000	00
	Milling 7 bags and 2 1/2 dsba		59,500	00
	in a center at Mkwera		8,000	00

Es stellte sich heraus, dass fast alles für die formale Dokumentation der Waren- und Geldflüsse erst noch von TBM erlernt werden muss. Und zwar „on-the-job“, denn es bringt nichts, den Kleinunternehmer Bahat und seine Leute in eine Schule schicken zu wollen. *farip* ist hier gefordert mitzuhelfen, einfachste Formate zu entwickeln, welche die Leute vor Ort einsetzen und so lernen können, die Informationen und Daten für tägliche Buchhaltung und Lagerhaltung zu liefern.



TBM muss auch rasch lernen, seine Umsetzungskapazität zu erweitern. Die Partnerschaft zwischen TBM und ELISEMA in Daresalaam hat schon dazu geführt, dass TBM in Daressalaam eine erste kleine Verkaufsstelle mit einem Angestellten erfolgreich eröffnen konnte.

Die einzigartige Methode von *farip* unterstützt TBM vor Ort, die Vorhaben operativ Schritt für Schritt weiterzuentwickeln.



TBM hat das Donamehl-Vorhaben technisch im Griff und will es jetzt besser organisieren, damit es kommerziell sowohl für die Bauern wie für TBM stimmt. Aus der Sicht der *farip* ist noch nicht erwiesen, dass es kommerziell funktioniert.

Das ist die einzigartige Methode von *farip*, eine Idee, wenn sie organisatorisch umsetzbar ist, auch voll kommerziell zu testen. *farip* wird mit einer Risiko-Start-up-Finanzierung schauen müssen, dass dieser Beweis erbracht werden kann.



Wir suchen Spenden, damit TBM ein Jahr lang operieren kann, bis die Vijikweli-Marke eingeführt ist, die Abläufe weiter geklärt und optimiert sind, und bis erkennbar wird, ob und wie dies ein investierbares Geschäft wird.

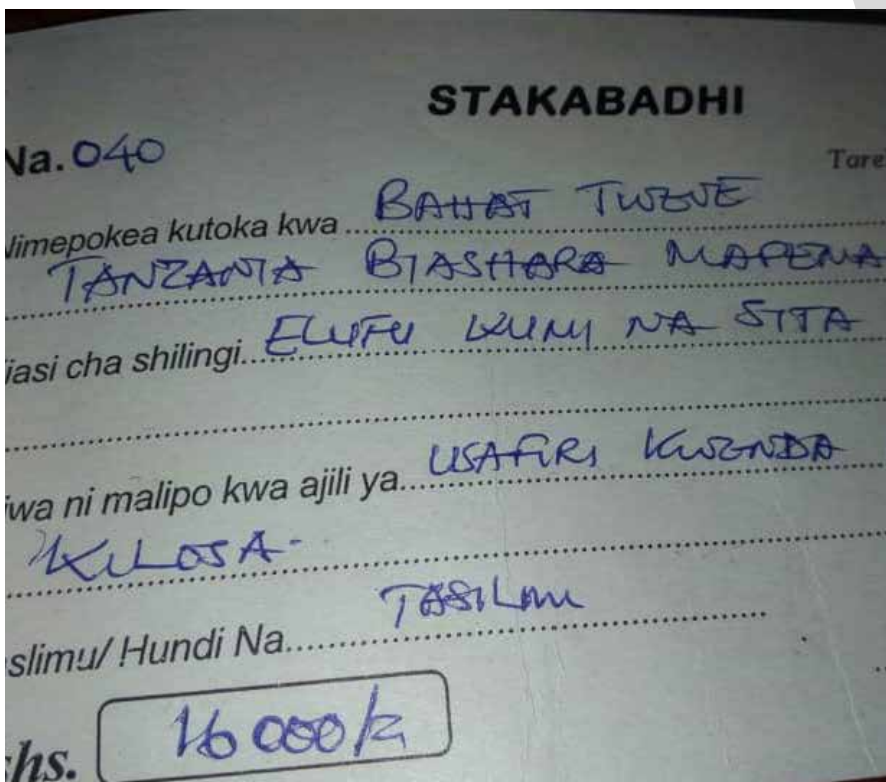
Die laufenden Erlöse sollen gleich von Anfang an mithelfen, die Kosten aus Verarbeitung und Transport zu tragen, wohingegen Fixkosten wie Lokalmiete für ein Jahr von *farip* garantiert werden müssten.



Was unternimmt *farip* noch? *farip* will 30 Tonnen Mais für das Testjahr kaufen. *farip* wird als Käufer auftreten wie jeder andere Müller.

Dieses Geld geht an TBM. TBM macht damit die Abrechnung mit den Bauern. Was übrig bleibt, geht von TBM als Rückzahlung von Darlehen an *farip* zurück. *farip* wird dasselbe Geld TBM wieder als neue Darlehen für Anzahlungen an die Bauern für die Silofüllungen aus der 2018er Ernte zur Verfügung stellen. Kompliziert? Wir erklären es gerne mündlich.

TBM und seine Agenten in Msowero und in den Verkaufsstellen brauchen einfache, verständliche und alltagstaugliche Formate, um ihre Geld- und Materialflüsse zuverlässig dokumentieren zu können. Und sie brauchen ein on-the-job-Coaching, um die Informationen und Daten korrekt und mit der nötigen Zeit-Disziplin an die Buchhaltungsstelle der TBM zu übermitteln. Dies ist entscheidend, damit nach dem Testjahr ein tauglicher Businessplan ausgearbeitet werden kann.



Scouting

Bis ein Vorhaben den Stand wie das Dona Projektes erreicht hat, muss *farip* viel mit den Akteuren vor Ort abklären, nachfragen, diskutieren, konzipieren und darstellen, bis es reif für eine Entscheidung wird. Wie z.B. die Idee des «Scheduled Cargo Service», welche während des Dona Projektes wieder auftauchte.

farip nennt dies «Scouting». Dafür berechnet *farip* pauschal 10 % auf jedes Gesamtbudget. Dieses Geld wird dann eingesetzt, um weitere afrikanische Ideen bis zur Entscheidungsreife zu begleiten. Die einzigartige Scouting-Methode von *farip* erlaubt, erst dann mit den Akteuren konkret etwas auszuprobieren, wenn ihre Idee schon gut durchdacht ist und interessante Chancen erkennbar werden.

Der Anstoss kommt immer von den Leuten, mit denen wir seit Jahren in Kontakt stehen. *farip* spürt ihren Ideen nach und hilft in Schritten zu überprüfen, ob da ein kommerzielles Geschäft drin stecken könnte: Wird die Idee von Leuten aktiv getragen? Ist der Ablauf technisch machbar? Welche organisatorischen Ketten werden benötigt, bis alles von A bis Z läuft? Ist das Produkt kommerziell verkaufbar? Und ist es möglich, aus dem Test- in einen Pilotbetrieb zu gehen und diesen dann in ein Geschäft weiterzuentwickeln?

farip hat schon verschiedene Vorhaben auf diese Art aus den zahlreichen Ideen herausgefiltert und weiterentwickelt. Hier drei Beispiele:

- Cassangano Mehl - eine Mischung von Cassava und Weizenmehl für den Hausgebrauch. Moses Gichuru, Nakuru, Kenya
- Private Wälder als Anlage und Sicherheit für Bankkredite - GRACOMA (mit der Emmental Forest Cooperation). Tanzania.
- Briketts aus Holzkohlenstaub, aus Abfallbiomasse gewonnen. Tanzania.

Weitere Vorhaben auf www.farip.ch/scouting



Das Projekt «Dona»

Damit alle im letzten Jahr gefüllten Metallsilos für die neue Ernte vorbereitet werden können, benötigt *farip* jetzt für die finanzielle Absicherung 45 000.- Franken. Der letztjährige Mais soll zum grössten Teil zum aktuellen Preis abverkauft und etwa ein Drittel selber zu Dona verarbeitet werden. Viele Beteiligte arbeiten in Msowero schon daran.

Mit dem Sammelergebnis von 45 000.- CHF will *farip*

1. 30 Tonnen Mais kaufen und mit dem Erlös aus dem Dona-Verkauf die Logistik und operativen Direktkosten decken, wie z.B. das Mahlen und Verpacken.
2. sicherstellen, dass die Involvierten selbst mit tiefen Volumina genug verdienen, um ein ganzes Start-up-Jahr lang am Ball bleiben zu können.
3. die Deckung der Fixkosten wie Lagermieten usw. zum voraus garantieren.
4. Formate für die Akteure entwickeln und mit ihnen testen, damit sie die Material- und Geldflüsse erfassen und verfolgen sowie eine einfache Buchhaltung korrekt führen können.
5. für Scouting 10% verwenden, um weitere afrikanische Ideen bis zur Entscheidungsreife zu begleiten.
6. für Administrationsaufwand von *farip* 5% kalkulieren

Für deine Spende danken wir und die 80 Familien mit Metallsilos in Tanzania, die auf Dona setzen - Spenden auf Postkonto *farip* IBAN CH43 0900 0000 6110 3176 3

Den ausführlichen Bericht finden Sie auf www.farip.ch/dona Ihre Spende auf Postkonto *farip* IBAN CH43 0900 0000 6110 3176 3 Die Stiftung *farip* unterstützt Initiativen von unten, betreut deren Weiterentwicklung vor Ort und sucht dafür Anschubfinanzierung. *farip* // c/o Ueli Scheuermeier, Managing Director FARIP // Alexandraweg 34 // CH-3006 Bern, Switzerland

▼▼▼▼ Vor der Einzahlung abzutrennen / A détacher avant le versement / Da staccare prima del versamento ▼▼▼▼

Empfangsschein / Récépissé / Ricevuta	Einzahlung Giro	Versement Virement	Versamento Girata
Einzahlung für / Versement pour / Versamento per	Einzahlung für / Versement pour / Versamento per	Zahlungszweck / Motif versement / Motivo versamento	
CH43 0900 0000 6110 3176 3 Stiftung farip Alexandraweg 34 3006 Bern	CH43 0900 0000 6110 3176 3 Stiftung farip Alexandraweg 34 3006 Bern	DONA „Vijikweli -	
Konto / Compte / Conto CHF 61-1031763-3	Konto / Compte / Conto CHF 61-1031763-3	Embezahlt von / Versé par / Versato da	
Embezahlt von / Versé par / Versato da	105		
H  Die Annahmestelle L'office de dépôt L'ufficio d'accettazione			611031763>