



Niger: Mit lokalen Produkten auf Erfolgstour

Die Marktstände in Niamey, der Hauptstadt des Niger, quellen über von Keksen, Milchpulver und Grießmischungen. Allesamt importierte Nahrungsmittel. Gleichzeitig haben lokale Kleinbauern kaum Zugang zum Markt, um ihre lokalen Produkte zu verkaufen. Im Kampf gegen Armut kommt der lokalen Produktion jedoch eine zentrale Bedeutung zu. Kleinbauern könnten reguläre Abnehmer für ihre Ernten finden und Arbeitsplätze geschaffen werden. Dafür setzt sich NAK-karitativ gemeinsam mit dem lokalen Partner CAPAN ein, einer landesweiten Vereinigung von Viehhaltern.



Gruppe „Lait“

Von der Produktion zum Erfolg

NAK-karitativ arbeitet bereits seit einigen Jahren mit Produktionsgruppen zusammen. Mit drei ausgewählten Gruppen, bestehend aus insgesamt 60 Personen, wird nun an weiterführenden Wertschöpfungs- und Vermarktungsprozessen gearbeitet. Beteiligt sind daran die folgenden Gruppe:

1. Die Gruppe „Lait“ produziert Tchoukou (Käsechips), Wagassi (Peulhkäse), Frischmilch und Joghurt.
2. Die Produktpalette der Gruppe „Pluridisciplinaire“ umfasst Kekse aus Affenbrotfrucht, Sesam, Erdnüsse, getrocknete Chilischoten, Erdnusscrème, Kosmetikprodukte und Müslimischungen.
3. Die Gruppe „complement alimentaire“ stellt Moringapulver her, das in flüssiger Form zum Direktverzehr aufbereitet wird.

Diese Produkte erfolgreich auf dem lokalen Markt zu positionieren ist das nächste Ziel.

Schritt 1: Verbesserung der Produktion

Jede der 3 Gruppen erhält eine auf individuelle Bedürfnisse abgestimmte Beratung. Dabei werden die Produktionsorganisation, die Preisfindung, der Vertrieb und das Marketing diskutiert. Monatliche Beratungstreffen ermöglichen einen regelmäßigen Austausch. Je nach Bedarf werden Produktionsbedingungen und technische Ausstattung angepasst, Hygieneschulungen durchgeführt und geeignetes Verpackungsmaterial ausgewählt.

Ziel der Anpassungsprozesse ist es, den herrschenden Qualitätsstandards gerecht zu werden und eine Prüfung der Normeninstitute zu beantragen. Das Qualitätssiegel ist der erste große Schritt, um die eigenen Produkte in Supermärkten platzieren zu können.

Schritt 2: Vertriebsaufbau

Mit dem Qualitätssiegel öffnet sich der Markt für die Produkte der drei Gruppen. Vertriebspartner müssen nun gewonnen werden und die Auslieferung an die Partner organisiert werden. Das funktioniert über Kooperationen mit jungen Dispositionsunternehmen oder auch einzelnen Fahrern. Durch die Auftragsvergabe werden weitere Arbeitsplätze gesichert und geschaffen. Erste Abnehmer haben sich schon jetzt gefunden. Es handelt sich dabei ebenfalls um junge Unternehmen, die auf dem Vormarsch sind und zusammenhalten.

Um die Kompetenzen dieser jungen Unternehmen zu verbessern, werden auch diesen Verkaufsschulungen angeboten. Verkostungen in den kleinen Supermärkten sollen als Marketinginstrument eingesetzt werden, um die Menschen davon zu überzeugen, die lokalen Produkte zu kaufen.

Ziel: Zusammenhalt und Erfolg befördern

Die Förderung der Vermarktung und des Vertriebs verbessert die Einkommensverhältnisse von 60 Frauen, die in den drei benannten Gruppen organisiert sind. Darüber hinaus bekommen Jungunternehmer durch Verkauf und Vertrieb der Produkte bei Kooperationspartnern Planungssicherheit. Langfristig ist zu hoffen, dass die Bevölkerung das Potenzial in ihren lokalen Produkten heben kann und sich gegenseitig im Aufbau funktionierender Unternehmen unterstützt. Nur so kann die Armut in dem westafrikanischen Land bekämpft werden.

Projektkennwort: „2016-010 PPL Niger“