Wenn dieser Newsletter nicht richtig angezeigt wird, klicken Sie bitte hier.

RETHINKING AFRICA
Foundation GmbH

Newsletter

Juni 2025

Gesichter hinter der ReThinking Africa Foundation GmbH: Hanna Kleber, Präsidentin und Gründerin von „Voice4Africa"

Über ReThinking Africa:

ReThinking Africa ist eine deutsche Wirtschaftsinitiative mit europäischem Ansatz, die einen neuen Blick auf Afrika fördern möchte. Sie setzt sich für eine pragmatischere Afrikapolitik und nachhaltige Investitionen ein, um Wirtschaft, Arbeitsplätze und Entwicklung voranzutreiben – abseits von traditionellen Klischees.

In diesem Monat möchten wir Ihnen wieder eine Persönlichkeit vorstellen, die hinter der ReThinking Africa Foundation steht - mit Vision und Engagement für einen echten Perspektivwechsel im Umgang mit Afrika.

Über Frau Kleber:

Hanna Kleber ist seit 45 Jahren in der Tourismusbranche tätig, davon hat sie die letzten 20 Jahre dem Tourismus in Afrika gewidmet. Als Gründerin und Geschäftsführerin der PR- und Marketingagentur KLEBER GROUP spielte sie eine zentrale Rolle bei der Etablierung von Südafrika und Namibia als Top-Reiseziele im deutschsprachigen Raum und der Entwicklung neuer Destinationen auf dem afrikanischen Kontinent - unter anderem in Uganda, Sambia, Kenia und Angola und vielen weiteren Ländern.

Während der Pandemie gründete sie die Initiative Voice4Africa, um auf die dramatischen Auswirkungen der Reisebeschränkungen auf die Menschen sowie auf Natur- und Artenschutz in afrikanischen Destinationen aufmerksam zu machen. Die Initiative setzt sich bis heute für die Förderung des Tourismus von Europa nach Afrika ein - als Mittel zur Völkerverständigung und Motor für nachhaltige Entwicklung.

Als Gründungsmitglied der Wirtschaftsinitiative ReThinking Africa engagiert sich Hanna Kleber zudem dafür, Investitionen aus Europa in den afrikanischen Tourismussektor zu lenken, um neue Arbeitsplätze zu schaffen, Geschäftsbeziehungen auf Augenhöhe zu ermöglichen und so einen positiven Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung afrikanischer Länder zu leisten.

Was hat Sie dazu bewogen, sich bei RTA zu engagieren, und welche persönlichen oder beruflichen Erfahrungen haben Sie dazu inspiriert?

Mich hat schon immer fasziniert, welch enormes Potenzial auf dem afrikanischen Kontinent steckt – kulturell, wirtschaftlich und gesellschaftlich. Als Gründerin der Initiative Voice4Africa, die sich für ein differenzierteres und zeitgemäßes Afrikabild im Tourismus einsetzt, sehe ich tagtäglich, wie viel Potenzial in afrikanischen Ländern liegt – aber auch, wie oft dieses Potenzial übersehen oder nicht nachhaltig gefördert wird. Deshalb war es für mich ein logischer Schritt, mich auch bei RTA zu engagieren, da beide Plattformen das Ziel verfolgen, afrikanische Stimmen zu stärken und neue Partnerschaften auf Augenhöhe zu fördern.

Beruflich berate ich seit vielen Jahren verschiedene afrikanische Länder, Hotels und Airlines im strategischen Tourismusmarketing. Diese Arbeit hat mir nicht nur tiefe Einblicke in die Potenziale des Kontinents gegeben, sondern auch persönliche Beziehungen und ein großes

Netzwerk eröffnet, das ich heute mit in mein Engagement einbringe. Ich bin überzeugt, dass wir durch Kommunikation, Investitionen und Austausch gemeinsam mehr bewegen können für eine partnerschaftliche Zukunft zwischen Europa und Afrika.

Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrer Arbeit bei RTA, und was erhoffen Sie sich langfristig von Ihrem Engagement?

Mit meinem Engagement bei RTA verfolge ich das Ziel, konkrete Impulse für eine stärkere wirtschaftliche Zusammenarbeit mit dem afrikanischen Kontinent zu setzen – insbesondere im Bereich nachhaltiger Tourismusentwicklung. Als Vertreterin der Reisbranche bringe ich meine Erfahrung gezielt ein, um Investitionen in afrikanische Destinationen voranzubringen, neue Reiseziele auf dem Kontinent zu erschließen und ihnen Sichtbarkeit im europäischen Markt zu verschaffen. So entstehen wichtige Arbeitsplätze, insbesondere in ländlichen Regionen, die vom Tourismus direkt profitieren können.

Langfristig erhoffe ich mir, dass unsere Arbeit bei RTA dazu beiträgt, veraltete Narrative über Afrika zu überwinden. Indem wir auf Chancen statt Defizite blicken, verändert sich auch das Afrika-Bild hierzulande, hin zu einem Zukunftskontinent voller Innovationskraft, kultureller Vielfalt und unternehmerischer Dynamik. Ich setze mich dafür ein, dass afrikanische Unternehmer und Unternehmerinnen mehr Sichtbarkeit und Zugang zu internationalen Märkten erhalten und deutsche Unternehmen stärker in afrikanische Zukunftsmärkte investieren – mit Respekt, Transparenz und kulturellem Verständnis.

Wie beurteilen Sie die aktuellen wirtschaftlichen, sozialen oder politischen Entwicklungen auf dem afrikanischen Kontinent, und welche Chancen und Herausforderungen sehen Sie?

Afrika ist ein Kontinent im Wandel. Viele Länder verzeichnen ein starkes Wirtschaftswachstum, eine junge, dynamische Bevölkerung und eine zunehmende Digitalisierung. Gleichzeitig stehen zahlreiche Regionen vor großen Herausforderungen – etwa im Bereich Infrastruktur, Bildung oder beim Zugang zu Wasser und Energie.

Gerade hier kann der Tourismus als Impulsgeber wirken: In vielen afrikanischen Ländern entwickeln Lodges und Hotels innovative, nachhaltige Lösungen, etwa durch autarke Energieversorgung mit Solarstrom, Greywater-Recycling zur Wasserwiederverwendung oder Bauweise mit regionalen Materialien. Diese Ansätze entstehen direkt vor Ort - aus der Notwendigkeit heraus – und zeigen eindrucksvoll, wie lokale Akteure eigene Antworten auf globale Herausforderungen finden.

Das macht Mut und zeigt: Wer heute Afrika als Partner begreift, investiert in die Zukunft.

Wie sehen Sie die Rolle von Initiativen wie RTA bei der Förderung von nachhaltigem Wachstum und Entwicklung in Afrika, und welche Schwerpunkte sollten Ihrer Meinung nach gesetzt werden?

Wir können mit RTA Brücken bauen zwischen afrikanischen Unternehmern und internationalen Märkten, Vertrauen schaffen und faire Rahmenbedingungen fördern. Besonders wichtig sind mir die Themen lokale Wertschöpfung, Wissensaustausch, unternehmerische Förderung und Infrastrukturaufbau.

Aus meiner Sicht steht der Infrastrukturausbau sogar an erster Stelle. Ohne funktionierende Straßen, Energieversorgung, Wassermanagement und digitale Netze kann nachhaltige Entwicklung nicht gelingen. Infrastruktur ist die Grundlage für alles Weitere, auch für soziale Stabilität. Gleichzeitig schafft Infrastruktur Zugänge zu Bildung, Gesundheitsversorgung und Unternehmertum – sie ist der Grundstein für Chancengleichheit und regionale Entwicklung.

Wenn Regionen erreichbar und verlässlich versorgt sind, können hier in Zusammenarbeit mit

der lokalen Bevölkerung neue Reiseziele aufgebaut und wirtschaftlich erschlossen werden. Das bringt uns wieder zum Tourismussektor, den ich vor meinem persönlichen Hintergrund natürlich als sehr bedeutend ansehe. Wenn er nachhaltig gedacht wird, kann er ein wirkungsvoller Hebel für Beschäftigung, lokale Wertschöpfung und sozialen Zusammenhalt sein. Tourismus schafft Jobs entlang der gesamten Wertschöpfungskette – in der Landwirtschaft, im Handwerk, im Transport, in Gastronomie und Hotellerie.

Besonders hervorzuheben ist dabei, dass weit über die Hälfte der Arbeitsplätze im afrikanischen Tourismussektor von Frauen besetzt sind. Auch junge Menschen profitieren stark, vor allem in ländlichen Gebieten, wo oft kaum Alternativen bestehen. Tourismus ist einer der wenigen Sektoren, die Wachstum mit kulturellem Austausch, Umweltbewusstsein und sozialer Verantwortung verbinden können.

Ein weiterer Schwerpunkt muss die Bildung sein. Denn nachhaltige Entwicklung braucht Wissen, Qualifikation und Selbstwirksamkeit. Es braucht Ausbildungsprogramme in den Bereichen Hospitality, Tourismusmanagement, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Unternehmertum. Auch hier kann RTA helfen, Brücken zu bauen – zwischen afrikanischen Bildungseinrichtungen, der Privatwirtschaft und internationalen Partnern.

So kann ein echter Entwicklungsmotor entstehen: lokal getragen und wirtschaftlich tragfähig. Durch Investitionen in die genannten Bereiche entstehen nicht nur neue Perspektiven vor Ort, sondern auch ein neues Bild Afrikas als Chancenkontinent. Ein Bild, das wir in Europa dringend neu zeichnen müssen.

Klicken Sie hier um sich aus dem Verteiler abzumelden.