

KENIA | NAIROBI

# NEU LAND

---

Gerade noch war Patrick Okello im Rahmen des „Afrika kommt“-Programms für Nachwuchsführungskräfte in Waiblingen, heute baut er als Geschäftsführer in seiner Heimat Kenia das jüngste Mitglied der Gruppe auf: die STIHL Marketing East Africa Ltd. Mit ihm tauchen wir in ein ganz besonderes Schwellenland ein und erfahren mehr über die Besonderheiten und Potenziale des Markts.



**S**chon zu Beginn seiner Zeit bei STIHL sagte Patrick Okello: „Ich möchte ein Botschafter für STIHL in Afrika sein.“ Das war 2016, als er im deutschen Stammhaus ein Vertriebspraktikum absolvierte, initiiert vom Projekt „Afrika kommt!“. Damit sollen nachhaltige Wirtschaftskooperationen mit Afrika gefördert und ein Beitrag zum Aufbau eines internationalen Netzwerks geleistet werden. Im Fall von Patrick Okello hat das hervorragend funktioniert: Nach dem offiziellen Ende des Praktikums blieb er für STIHL als Berater in Ostafrika tätig, seit Dezember 2017 ist er Geschäftsführer von STIHL Marketing East Africa Ltd. mit Sitz in Nairobi.



**Patrick Okello ist als Geschäftsführer von STIHL Kenia in einem spannenden Markt unterwegs.**

Neben der Vertriebsgesellschaft in Südafrika ist STIHL Kenia die zweite Tochtergesellschaft, die in Afrika aktiv wird. Mit Schulungen und Produktdemonstrationen will STIHL die Händler und Importeure in der Region beim Verkauf und die Kunden bei der Anwendung unterstützen. Zudem sollen gezielte Marketingaktionen wie etwa Botschaften im dort üblichen Slang „Sheng“ die Marke STIHL bekannter und nahbarer machen.

Nach seinem Studium war Patrick Okello im Landwirtschaftsministerium in Nairobi tätig – und arbeitet selbst nebenbei in kleinem Umfang als Landwirt. Beste Voraussetzungen also dafür, bei seiner neuen Aufgabe die Sorgen und Nöte der Kunden gut nachvollziehen zu können. In Kenia gibt es vor allem Kleinbauern, die sich inzwischen vielerorts zu Kooperativen zusammenschließen, um so leichter Zugang zu Kapitalquellen zu erhalten.

„Ich möchte allen in der Land- und Forstwirtschaft tätigen Kunden dabei helfen, ihr Geschäft lohnenswert zu machen“, sagt Okello. Dazu gehört neben dem fachlichen Wissen, der Betreuung sowie gezielten Trainings vor Ort auch ein spezielles Produktportfolio. STIHL ist in Afrika bekannt – allerdings fast ausschließlich wegen des Kernprodukts, der Motorsäge. Doch für viele Kleinbauern oder Kooperativen sind nicht nur Sägen interessant. Sie benötigen vielmehr auch Geräte wie Freischneider für die Getreideernte, Sprühgeräte für den Pflanzenschutz, aber auch Exoten wie Teepflegegeräte.

# » DAS BEWUSSTSEIN UNSERER KUNDEN ÄNDERT SICH: SIE LEGEN IMMER MEHR WERT AUF QUALITÄT UND LANGLEBIGKEIT.«

PATRICK OKELLO



Neuer Markt, neue Anwendungsgebiete: In Afrika werden die STIHL Produkte unter anderem in der Teepflege und dem Pflanzenschutz genutzt.





**Patrick Okello erklärt Kleinbauern die Anwendung von STIHL Produkten direkt vor Ort.**

„Die Geräte müssen bezahlbar und einfach zu reparieren sein“, erklärt Produktmanager Markus Mundl. Daher bedarf es für Schwellenmärkte wie Afrika oder auch Asien einer anderen strategischen Produktplanung.“ Reisen, viele Gespräche mit Einheimischen und die genaue Beobachtung des Markts resultieren nun in Geräten, die speziell auf die Ansprüche, die Anwendungsfelder und das technische Know-how der Anwender vor Ort zugeschnitten sind. „Stark vereinfacht: eine Motoreinheit, unzählige Möglichkeiten“, ergänzt Johannes Wetzel.

Wetzel ist im Vertrieb unter anderem für Afrika zuständig und hat sich intensiv mit den Besonderheiten von Kenia auseinandergesetzt: „Es ist sicherlich kein ganz einfacher Markt. Er braucht seine Zeit, sich zu entwickeln.“ STIHL aber denke in diesem Fall langfristig und sehe seine Aufgabe auch in der Hilfe zur Selbsthilfe. Die von Patrick Okello und seinem Team angebotenen

Trainings und andere Schulungsmaßnahmen sind deshalb ein wichtiges Handlungsfeld. „Es muss bekannt werden, was wir machen, was unsere Produkte können und welche Möglichkeiten sich unseren Kunden mit der Anwendung unserer Geräte bieten“, sagt Markus Mundl.

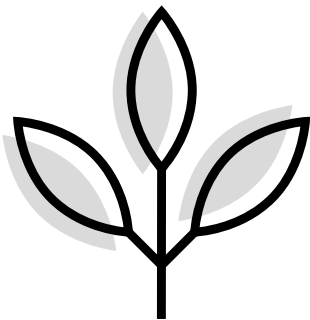
So ist die Eröffnung einer STIHL Tochtergesellschaft in Kenia mehr als nur ein Mittel zur besseren Marktbearbeitung. Es ist die konsequente Weiterentwicklung des Impulses, den einst Andreas Stihl als Grundsatz für sein unternehmerisches Handeln formulierte: den Menschen die Arbeit mit und in der Natur zu erleichtern. Patrick Okello blickt trotz der Herausforderungen, die auf ihn warten, sehr positiv in die Zukunft: „Politik und Wirtschaft in Kenia sind im Wandel. Der Mittelstand wächst und für europäische Firmen eröffnen sich in Ostafrika große Chancen. Das hat STIHL verstanden.“

**KENIA IM FOKUS**

EIN BLICK AUF DIE MARKTPOTENZIALE

» **DIE STÄRKE DER MARKE STIHL ERMÖGLICHT ES UNS, AUCH SCHWIERIGE MÄRKTE ZU ERSCHLIESSEN.** «

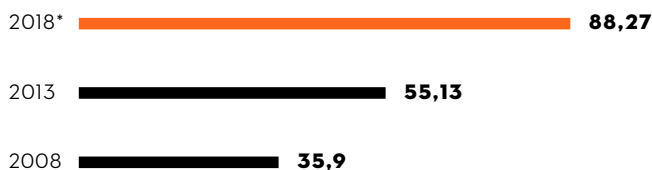
**NORBERT PICK,**  
STIHL VORSTAND MARKETING UND VERTRIEB



**DRITTGRÖSSTER TEEPRODUZENT DER WELT**

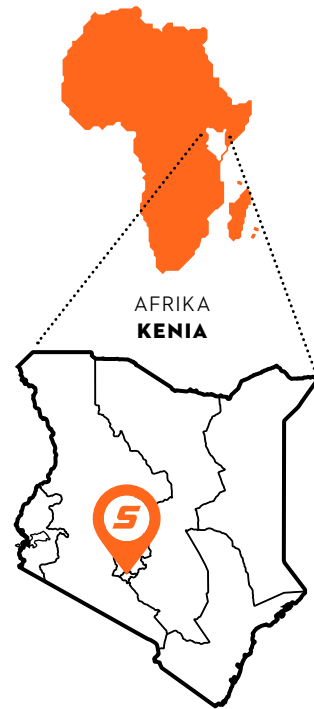
Kenia ist nach China und Indien der drittgrößte Teeproduzent der Welt. Dabei hat Tee mit 23% den größten Anteil an Kenias Exportprodukten. (Stand 2017)

**BRUTTOINLANDSPRODUKT KENIA**  
IN MILLIARDEN US-DOLLAR



\*Prognose, Stand 2017.

Quellen: IMF (Internationaler Währungsfonds), FAO (Food and Agricultural Organization of the United Nations), OEC (The Observatory of Economic Complexity), GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit)



DIE **HAUPTSTADT NAIROBI** IST STANDORT DER STIHL MARKETING EAST AFRICA LTD.

**48,5%**

DER **LANDESFLÄCHE** WERDEN LANDWIRTSCHAFTLICH GENUTZT. DAS ENTSPRICHT RUND 276.300 KM<sup>2</sup>

**RUND**  
**2/3**

DER **BEVÖLKERUNG** SIND IN DER LANDWIRTSCHAFT BESCHÄFTIGT

**30%**

BETRÄGT DER **ANTEIL DER LANDWIRTSCHAFT** AM KENIANISCHEN BRUTTOINLANDSPRODUKT