



Erfahrungsbericht | Maschinen Optik Elektro | Afrika

Guter Draht: Vertrieb deutscher Kabel über Portugal nach Afrika

Eduardo Soares, Niederlassungsleiter bei Helukabel in Portugal, im Interview mit Ulrich Binkert von Germany Trade & Invest

Das deutsche Unternehmen [Helukabel](#) hat seit 2016 eine Niederlassung in Portugal und verkauft seine hochwertigen Kabel von dort aus auch in Mosambik, Angola und Marokko. Ein kleiner Teil geht zudem in andere Länder Afrikas, wo Helukabel mit einem eigenen Büro in Südafrika sowie unabhängigen Vertriebspartnern vertreten ist.

Der portugiesische Niederlassungsleiter Eduardo Soares und seine inzwischen 25-köpfige Mannschaft erzielen gut ein Drittel ihrer (2020) 8 Millionen Euro Umsatz mit Afrika – Tendenz steigend. Das Potenzial ist aber gerade für deutsche Geschäftsleute nicht einfach zu nutzen. Über Portugal geht das besser, sagt der 46-jährige Elektroingenieur im Videochat, dort sei man näher an den Märkten – technisch, vor allem aber kulturell. Wie sich das äußert und warum das so ist, dazu gibt es einen längeren Diskurs zur Geschichte Portugals und seiner ehemaligen Kolonien. Das Wort „Geduld“ fällt in der Unterhaltung immer wieder.

DEUTSCHE GESCHÄFTSKULTUR STÖSST IN AFRIKA HÄUFIG AN GRENZEN

Herr Soares, wie äußern sich kulturelle Vorteile Portugals im Geschäft mit Afrika?

Nur als Beispiel, in Mosambik lieferten wir einmal die Kabel für ein Projekt zur ländlichen Elektrifizierung. Der Kunde, eine örtliche Behörde, wusste vom ersten Kontakt an nicht, was für Kabel er eigentlich wollte, das ging so bis zum Vertragsabschluss 18 Monate später. Unser Angebot schrieben wir in dieser Zeit 16 Mal um. Solche Modifizierungen sind auch in Europa üblich. Aber vielleicht zwei oder dreimal. Ein Deutscher an meiner Stelle hätte in Mosambik vermutlich spätestens bei der fünften Runde entnervt aufgegeben.

Wo sonst stößt eine "deutsche" Geschäftskultur an Grenzen?

Bei der Identifizierung und Ansprache von Kunden zum Beispiel: Deutsche Firmen gehen dazu auf eine Messe, in Mosambik wäre das die Universalmesse FACIM. Oder sie laden 20 potenzielle Kunden in ein schönes Hotel ein, um dort eine Präsentation zu halten. Nur bekommt man diese 20 Kunden gar nicht zusammen. Selbst wenn es sie gäbe und ich sie identifizieren könnte – wozu oft Informationen fehlen –, bekäme ich die 20 Leute nicht in dieses eine Hotel, jedenfalls nicht zur selben Zeit. Bei einem hochrangigen Meeting ist das vielleicht kein Problem, auf unserer Arbeitsebene aber schon.

Wie finden Sie stattdessen Ihre Kunden?

Ich klappere die Leute einzeln ab. Und ich nehme mir viel Zeit dafür. Meine Geschäftsreisen nach Angola und Mosambik dauern mindestens zwei Wochen. Zwei Kollegen aus Portugal und ich, so war das zumindest vor Corona, reisen jeweils zweimal jährlich in unsere afrikanischen Märkte, wir haben dort keine Vertreter. Meine Agenda auf diesen Reisen ist dann erst mal ziemlich leer; Termine sind so eine Sache: Der Partner kann plötzlich nicht, das Kind ist krank geworden. Oder er ruft an und sagt, es geht gerade doch nicht, aber vielleicht um vier Uhr in jenem Kaffee? Also bin ich um vier Uhr dort – und habe so die Chance, den Mann tatsächlich zu treffen. Deutsche mit ihrem strukturierten Herangehen finden so etwas wohl eher problematisch.

SÜDEUROPÄER EIGNEN SICH GUT FÜR DEN VERTRIEB DEUTSCHER PRODUKTE IN AFRIKA

Die Deutschen mit ihrem "Quadratschädel", ist das nicht ein Stereotyp?

Sicherlich, aber für sie ist der Abstand zur Realität in Afrika besonders groß. Wir Portugiesen sind da im Allgemeinen offener und können eher mit Mentalitäten umgehen, wie es sie in Afrika gibt. Dabei bleiben natürlich auch wir Europäer. In Portugal war ich in 20 Jahren vielleicht dreimal bei einem Kunden zu Hause, das ist bei uns genauso unüblich wie in Deutschland. In Mosambik und Angola ist es der Normalfall. Man weiß dann jedenfalls, dass man eine gute Chance auf einen Geschäftsabschluss hat. Deshalb können wir eine Brücke sein zwischen Afrika und Ländern wie Deutschland.

Wie also soll eine deutsche Firma ihren Afrika-Vertrieb aufstellen?

Nach meiner Beobachtung sind deutsche Firmen in Afrika immer dann besonders erfolgreich, wenn sie in ihren Verkaufsteams Leute aus anderen Ländern haben, bevorzugt aus Südeuropa. Portugiesen zum Beispiel, Spanier, Italiener oder auch Franzosen. Die finden sich im Schnitt besser zurecht in Afrika, wo persönliche Beziehungen einen relativ großen Stellenwert für das Geschäft haben.

Ein Patentrezept haben aber auch Sie nicht, wie man Kunden in Mosambik und Angola findet?

Leider nein. Wir müssen immer graben, selbst bei bereits bestehenden Kundenbeziehungen. In Europa ist es ebenfalls schwierig, Vertriebskontakte für diese beiden Länder zu finden. Zumindest gilt das für die europäischen Zentralen der Konzerne, die in Afrika aktiv sind. Für uns sind Kontakte in den Zielländern selbst wichtiger.

Profitieren Sie im Vertrieb von "portugiesischen Netzwerken" in den ehemaligen Kolonien?

Vielleicht bei der Hälfte unserer Projekte in Angola und Mosambik haben wir es auf Kundenseite tatsächlich mit portugiesischen Firmen zu tun. Mit Bauunternehmen zum Beispiel, aber auch mit Ingenieurdienstleistern oder Investoren. Hilfreich sind auch die portugiesischen Botschaften in Afrika und die Wirtschaftskammern, namentlich die staatliche Außenhandelsagentur AICEP.

HOCHWERTIGE KABEL FÜR AFRIKANISCHE INDUSTRIE UND INFRASTRUKTUR

Was genau verkaufen Sie?

Wir liefern hauptsächlich Kabel für industrielle Anwendungen (Niederspannung, Steuerung, Instrumentierung und Mittelspannung bis zu 30 Kilovolt sowie Glasfaser etc.). Einsatzfelder sind also nicht Haushalte oder einfache Elektrogeräte, sondern die Industrie und der Energiesektor, Rechenzentren, Seehäfen und Flughäfen oder große Gebäude wie Hotels und Krankenhäuser. Die Anforderungen sind dabei hoch: Ein Glashersteller zum Beispiel benötigt extrem hochtemperaturbeständige Kabel. Unsere Kabel sind außerdem, je nach Anforderung, feuerfest, besonders flexibel oder EMV-geschirmt (elektromagnetische Verträglichkeit).

Wer sind Ihre Hauptkunden in Angola und Mosambik?

In Angola ist das die Öl- und Gaswirtschaft, in Mosambik die Industrie wie etwa Nahrungsmittel- und Getränkehersteller, Zementproduzenten, der Bergbau etc. Wichtige Einsatzfelder sind in beiden Ländern auch große öffentliche Gebäude wie die Zentralbank in Maputo oder ein Krankenhaus in Luanda, ebenso See- und Flughäfen. Unsere direkten Kunden sind überwiegend Vertragsfirmen, welche die Arbeiten ausführen, besonders bei den Projekten großer Konzerne wie dem staatlichen angolanischen Ölkonzern Sonangol.

Haben Sie es mit Billigkonkurrenz aus China zu tun?

Nein, die Chinesen statten mit ihren Kabeln eher Wohnhäuser aus. Dabei verwenden sie für Kupfer und Kunststoffe teilweise Recyclat, was in Europa nicht erlaubt ist und wofür auch die Anforderungen unserer Kunden zu hoch sind. Der Preis ist in unserem Geschäft selten das große Problem. Das sieht man auch an der Herkunft unserer Produkte für die afrikanischen Märkte, sie kommen meist aus Fabriken der Helukabel-Gruppe.

MIT PORTUGIESISCHEM INGENIEUR-KNOW-HOW ZUM MARKTERFOLG IN AFRIKA

Neben der Kontaktpflege, wie unterstützen Sie von Portugal aus die Märkte in Mosambik und Angola?

Mit unserem technischen und auch sprachlichen Know-how können wir potenzielle Kunden gut beraten. Damit schaffen wir manchmal überhaupt erst eine konkrete Nachfrage: Erst dann zeigt sich, was gebraucht ist, so wie beim Elektrifizierungsprojekt in Mosambik. Für Lieferungen nach Afrika entnehmen wir die meisten Produkte unserem Lager hier in Portugal, einen Teil bestellen wir bei Helukabel in Deutschland und manchmal, wenn ein Produkt nicht im Unternehmensprogramm ist, auch bei externen Partnern. Eine eigene Bearbeitung der Kabel in Portugal nehmen wir nicht vor.

Die Helukabel-Lieferungen in "Ihre" afrikanischen Märkte gehen also alle über Portugal?

Ja. Wir stellen hier die Sendungen mit eher kleinen Mengen einzelner Produkte zusammen. Der Kunde in Afrika braucht von einem bestimmten Kabel ja oft nicht so viel, wie bei einer Lieferung aus Deutschland als Mindestbestellmenge vorgegeben ist. Zudem ist es billiger und es geht schneller, die Kabel von Deutschland per Lkw nach Portugal zu senden und sie dann etwa über einen portugiesischen Hafen nach Angola zu schicken, als dies über Hamburg oder Bremerhaven zu tun. Die Häfen hier sind nicht so überlastet und es gibt passendere Seeverbindungen.

IN ANGOLA UND MOSAMBIK GELTEN NOCH IMMER DIE PORTUGIESISCHEN NORMEN

Haben Sie auch Vorteile mit Blick auf technische Normen?

Ja. In unserer Branche herrscht da schon in Europa wenig Einheitlichkeit. Es gibt deutsche, französische oder eben auch portugiesische Normen. In Angola und Mosambik hat man im Prinzip die portugiesischen Normen übernommen. Wir verkaufen dort also Kabel derselben Standards wie in Portugal und kennen uns damit aus.

Woher kommt diese überaus starke Bindung zwischen Portugal und seinen Ex-Kolonien?

Portugal war in Afrika viel länger Kolonialmacht als andere Europäer, fast 500 Jahre. In Angola und Mosambik lebten viele Portugiesen, deren Vorfahren schon vor Jahrhunderten gekommen waren. Etliche Angehörige aus diesen Familien sind jetzt wieder oder immer noch in Afrika und auch geschäftlich dort aktiv. Sie haben normalerweise beide Staatsbürgerschaften und bilden starke Netzwerke. Außerdem zogen die Portugiesen 1974 völlig überstürzt ab. Die Einheimischen waren überhaupt nicht auf die Unabhängigkeit vorbereitet. Man arbeitete also mit dem, was man hatte – und tut das oft heute noch. Und das ist, wie bei den Normen, das portugiesische System.

Das Interview fand im April 2021 statt.

Weitere Informationen

- Erfahren Sie mehr zu den Zielmärkten [Angola](#) und [Mosambik](#)
- Weitere Einblicke in die deutsch-portugiesischen Partnerschaften und deren Chancen bietet der [Bericht "Portugal als Brückenkopf in lusophone Drittmärkte"](#) von Germany Trade & Invest
- [Übersicht zu aktuellen Projekt- und Ausschreibungsmeldungen für Elektronik in Afrika](#)
- [Lesetipp: Digitale Seidenstraße - China baut Afrikas digitale Infrastruktur aus](#)
- Weitere Praxisbeispiele von Unternehmen finden Sie in unserer Rubrik ["Erfahrungsberichte"](#).

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2021 Africa Business Guide

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.