



People

MICHAEL ROCHE, DIRECTOR BUSINESS CENTER MIDDLE EAST

Im Flieger zuhause

24.06.2026, 5 Min. Lesedauer

Vom Lebensmittelingenieur zum Businessverantwortlichen für die größte Region in der KHS Market Zone Middle East/Africa: Michael Roche ist pausenlos auf Achse. In unserem Gespräch erklärt er seine Leidenschaft für die Vielfalt des Mittleren Ostens und schlägt die Brücke zu seinen irischen Wurzeln.

FOTOGRAFIE / ILLUSTRATION

Frank Reinhold

Seit 12 Jahren ist Michael Roche für KHS als Director Business Center Middle East dreiviertel seiner Zeit auf Dienstreisen unterwegs. Sein Zuständigkeitsbereich reicht

von der Türkei bis Saudi-Arabien und von Ägypten bis Pakistan. Nicht nur geographisch ist die Region die größte innerhalb der Market Zone Middle East/Africa – auch beim Umsatz liegt sie an erster Stelle. Entsprechend trifft man Roche nur selten in seinem Büro in Bad Kreuznach an. Viel mehr Zeit verbringt er in den KHS-Niederlassungen in Istanbul oder Dubai, sofern er nicht gerade an den Standorten seiner Kunden über neue Projekte verhandelt.

Aus Irland in die Welt

Migration liegt den Iren im Blut, stellt der in Dublin geborene Roche fest: Keine Familie auf der grünen Insel ist ohne Verwandte, die in Übersee leben. So zog es drei Brüder seiner Urgroßmutter in die USA, einen Großonkel nach Australien. Roche selbst verlässt seine Heimat zum ersten Mal mit 14: „Ich sollte als Austauschschüler nach Frankreich. Meine Mutter fand, mein Onkel könne mich auf dem Weg in seinen Urlaub auf einem Parkplatz in Rennes der wildfremden Gastfamilie übergeben, bei der ich die nächsten paar Wochen verbringen sollte.“ In der Rückschau lacht er herzlich über Herausforderungen wie diese. „Das hat mich Offenheit und Anpassungsfähigkeit an neue Situationen gelehrt.“

Sein Vater hatte wider Willen den Familienbetrieb in Cork übernehmen müssen, ein Textilunternehmen für Schuluniformen. Umso wichtiger war es ihm, dass seine drei Kinder ihren eigenen Weg gingen: „Meine Eltern haben sehr hart gearbeitet und uns viel ermöglicht.“ Im Anschluss an das Studium geht es 1998 nach Maryland, USA. Hier sammelt der Lebensmittelingenieur bei GEA erste Berufserfahrung im Engineering von Anlagen für die Getränkeindustrie, etwa von Sirupräumen. Da die amerikanischen Softdrink-Multis jedoch meist über große eigene Konstruktionsabteilungen verfügen, fokussiert sich das deutsche Unternehmen zunehmend auf den Verkauf von Komponenten und verkleinert sukzessive sein Engineering-Team vor Ort. Nach zweieinhalb Jahren muss Roche deshalb die USA verlassen und steht vor der Wahl, für GEA entweder nach Mexiko, Deutschland oder

zurück nach Irland zu gehen. „Nachhause wollte ich nach so kurzer Zeit aber noch nicht, also entschied ich mich Anfang 2001 für einen Job in Büchen, nicht weit von Hamburg.“



„Vor Ort enge und vertrauensvolle Partnerschaften aufzubauen, ist nirgendwo wichtiger als im Mittleren Osten.“

Chinesische Erfahrungen

Weitere zwei Jahre später bietet sich für Roche die Gelegenheit, vor Ort in China eine befristete Aufgabe zu übernehmen. Einmal dort angekommen, stellt sich heraus, dass es sich um das Engineering für insgesamt sechs Projekte handelt und dass es unter den Kollegen am Standort kaum bis gar keine Erfahrung mit Getränkeanlagen gibt. Aus den zunächst geplanten vier Wochen werden schließlich vier Jahre. Ein Glück, dass seine deutsche Freundin nachkommt, um als Dozentin für Germanistik an einer Universität in Shanghai zu arbeiten.

Beide genießen den rasanten Fortschritt im Reich der Mitte während der 2000er-Jahre: Die Wirtschaft wächst exponentiell und der Staat präsentiert sich weltoffen. „Damals gab es ein Momentum, das uns erfasst und mitgenommen hat“, erklärt Roche. „Aber irgendwann meinten wir, uns rausziehen zu müssen. Wer zu lange bleibt, läuft Gefahr, nicht mehr heimkehren zu können, wenn der Bezug zur westlichen Realität verlorengeht.“

Ankommen in Bayern

Zurück in Deutschland wartet eine neue Aufgabe im fränkischen Kitzingen auf Roche. Lange Zeit hat das junge Paar in einer chinesischen Megacity ohne jede Natur aushalten müssen – jetzt ziehen sie zunächst aufs Land und später, nach der Geburt ihres mittlerweile zweiten Kindes, an den Stadtrand von Nürnberg, wo die Familie bis heute lebt. „Ich selbst bin leider nur an den Wochenenden dort. Und wenn mich jemand fragt, wo ich wohne, antworte ich immer: Im Flieger!“, räumt der 50-Jährige scherzend ein.

2014 folgt schließlich der Wechsel zu KHS. In der Rolle als Director Regional Center Middle East folgt Roche auf seinen neuen Chef Markus Auinger, der inzwischen zum Leiter der Market Zone Middle East/Africa aufgestiegen ist.

Regionalisierung des Geschäfts

„Als ich den Job in Bad Kreuznach angetreten habe, war mein Team fast vollständig in Deutschland ansässig“, erinnert er sich. „Jedes Angebot, die gesamte Kundenbetreuung und fast der komplette Service wurden durch das Stammhaus übernommen.“

Zwischenzeitlich hat die KHS Gruppe massiv in die Regionalisierung ihres internationalen Vertriebs- und Servicenetzwerks investiert – auch im Mittleren Osten: In Istanbul sind 50 Mitarbeitende tätig, in Dubai 40. Davon ist der Großteil als Servicetechniker beschäftigt. Und damit nicht genug: „Wir bauen unsere Organisation konsequent weiter aus“, sagt Roche. „Die lokale Nähe gibt uns tiefe Einblicke in die Märkte. Und unsere Kunden spüren, dass wir es mit unserer Präsenz ernst meinen. Vor Ort zu sein erleichtert es, enge und vertrauensvolle Partnerschaften aufzubauen. Und das ist nirgendwo wichtiger als in dieser Region.“ Ein großer Teil des Geschäfts funktioniert hier über persönliche Empfehlungen: Die wirksamste Vertriebsunterstützung sei es, wenn ein Getränkeabfüller dem nächsten erzähle, bei wem er seine neuen Maschinen erworben habe.

Die Einheimischen sind es dann auch, die Roche für den Mittleren Osten begeistern: Ihre Vielfalt, ihre sprichwörtliche Gastfreundschaft – und das „geniale Essen“, wie er gesteht –, ihre impulsive Emotionalität auf der einen und die große Gelassenheit auf der anderen Seite. Und ihr ausgeprägter Geschäftssinn: Bei aller Unterschiedlichkeit der Mentalitäten verhandelten alle „wie die Wilden“, aber keiner wie der andere.

„Speziell im Irak, in
Pakistan, der Türkei und
Ägypten gibt es für KHS
riesiges
Wachstumspotenzial.“



Vielfältige Marktchancen

War früher Saudi-Arabien für KHS das wichtigste Land in der Region, haben in der Zwischenzeit vor allem der Irak – mit abgefülltem Wasser – und Pakistan – mit kohlesäurehaltigen Erfrischungsgetränken – stark an Bedeutung zugenommen. Riesiges Potenzial sieht Roche zudem in der Türkei und in

Ägypten mit seinen rund 120 Millionen Einwohnern. Angesichts der vielfältigen Marktchancen warten auf ihn und sein Team auch künftig spannende Aufgaben.

Abseits seiner zahlreichen Reisen entspannt sich Roche zuhause beim Musizieren: „Für uns Iren ist Musik ein wichtiger Teil unseres Lebens. Als Kind habe ich mich an der Geige versucht. Heute spiele ich Gitarre und singe – bei gutem Wetter auf der Straße in unserem Viertel, zusammen mit meinem saxofonspielenden Nachbarn.“ Den Urlaub verbringt die Familie des früheren Kletterers wandernd in den Bergen. Beim Tennis besiegen ihn seine Teenager-Kids inzwischen. Bitter, wenn man so ungern verliere wie er, sagt Roche und grinst.