



WATERCOM TANZANIA

Willkommen im Boomland

31.10.2022 , 7 Min. Lesedauer

Verbesserte Rahmenbedingungen und steigende Nachfrage ermöglichen regionalen Getränkeabfüllern in Tansania ein erstaunliches Wachstum. So auch bei Watercom – einem Unternehmen, das innerhalb weniger Jahre gleich in zwei KHS-Linien für Wasser, Softdrinks und Säfte investiert hat.

FOTOGRAFIE / ILLUSTRATION

NEEMA NGELIME, Frank Reinhold

TITELFOTO

Salum Nahdi, Director und CEO von Watercom, zeigt sich zufrieden mit Ressourcennutzung, Linienleistung und -effizienz seiner KHS-Linien.

Mit konstant hohen jährlichen Wachstumsraten von fünf bis fast acht Prozent seit dem Jahr 2000 ist Tansania ohne Zweifel einer der dynamischsten Märkte in Subsahara-Afrika. Seit der Staat sich vor wenigen Jahren aus dem Kreis der ärmsten Länder der Welt verabschiedet hat, gilt er politisch und sozial als stabil, insbesondere nach dem Amtsantritt von Präsidentin Samia Suluhu Hassan im März 2021. Anders als ihr eher autoritär regierender Vorgänger sagt sie der Korruption den Kampf an, verfolgt einen wirtschaftsliberalen Kurs und begrüßt Entwicklungshilfe sowie ausländische Investoren. Ein ungewöhnlicher Schritt auf diesem Weg ist der Dokumentarfilm „Tanzania – The Royal Tour“, in dem die Präsidentin den Zuschauer persönlich in Spielfilmlänge mit den Schönheiten und Chancen des Landes vertraut macht. Die Bevölkerung des ostafrikanischen Landes wächst schnell, die urbane Mittelschicht ebenso – vor allem in den städtischen Regionen. Das hält Chancen vor allem für die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie bereit, die sich seit Jahren auf Expansionskurs befindet. Zwar beginnen multinationale Konzerne in Tansania zunehmend Fuß zu fassen, nicht zuletzt aufgrund der unkonventionellen Initiativen der Staatschefin. Doch es sind insbesondere die inländischen Mischkonzerne, die von der Entwicklung profitieren können und den Markt – noch – weitgehend unter sich aufteilen. Das liegt zum einen an der politischen Regulierung und den damit verbundenen Investitionshemmnissen der vergangenen Jahre. Zum anderen halten heimische Verbraucher vor allem lokalen Produkten und Marken die Treue.

Mischkonzern mit Ambitionen

Einer der großen Unternehmensverbände ist die in der früheren Hauptstadt Daressalam ansässige Oilcom Group, die – wie der Name verrät – zunächst vor allem mit dem Handel von Mineralölprodukten erfolgreich ist. Weitere Geschäftsfelder umfassen Transportlogistik sowie die Herstellung von Lebensmitteln. Seit 2005 investiert der in Familienbesitz befindliche Konzern zusätzlich in die boomende Milcherzeugung und -verarbeitung: Von der Viehhaltung bis zur Abfüllung und dem Vertrieb fertiger Molkereiprodukte bildet seine

Tochtergesellschaft Milkcom die gesamte Wertschöpfungskette ab – typisch für den hohen Grad an vertikaler Integration in der tansanischen Lebensmittelindustrie.

Vor wenigen Jahren ergänzt Oilcom sein Portfolio zudem mit der Marke Afya um Wasser. Dieser Markt entwickelt sich ebenfalls rasant, unter anderem, weil die Regierung es sich zum erklärten Ziel gemacht hat, möglichst viele Menschen an sauberes, in Flaschen abgefülltes Wasser heranzuführen, um Gesundheitsrisiken zu vermeiden. Mit Erfolg: In keinem afrikanischen Land wird heute mehr abgepacktes Wasser pro Kopf getrunken als in Tansania. Entsprechend setzt die Philosophie der eigens gegründeten Tochtergesellschaft Watercom auf hohe Qualität. Diese geht auf die Reinheit und Mineralisierung des Produkts ebenso zurück wie auf seinen Herstellungsprozess gemäß üblicher Standards. Als - Alleinstellungsmerkmal sieht man dabei die Nutzung von modernstem Hightech aus Europa.

PET-Linien gefragt

Generell bevorzugen die Mischkonzerne in Tansania für ihre technische Ausstattung das Neueste, was vor allem deutsche Maschinenbauer zu bieten haben. „Das Land ist für uns ein enorm wichtiger Markt“, erklärt Denise Schneider-Walimohamed, Managing Director von KHS East Africa. „In den vergangenen zwei Jahren haben wir in der Vertriebsregion Ostafrika die meisten unserer Anlagen hierhin verkauft – sowohl an die großen Unternehmen als auch an kleinere Anbieter, die zunehmend in den Markt einsteigen. Dabei sind besonders PET-Linien gefragt: Kunststoffflaschen sind für die lokalen Verbraucher am ehesten erschwinglich. Wie in Tansania üblich, streben die Getränkehersteller nach hoher Autarkie, indem sie nicht nur die Behälter, sondern beispielsweise Preforms oder Kappen selbst herstellen.“

In die Zuverlässigkeit und Leistungsfähigkeit deutscher Maschinen vertraut auch Watercom: Als man 2017 für die Erweiterung des Geschäfts um das Segment Softdrinks nach hochwertiger technischer Ausstattung sucht, ist KHS zur Stelle. Der Dortmunder Systemanbieter installiert die erste Linie für


Wasser und kohlenensäurehaltige Erfrischungsgetränke. Auf ihr können pro Stunde bis zu 40.000 Flaschen mit einem Volumen von 0,5 Liter abgefüllt werden. Die Anlage umfasst alle Komponenten vom Sirupraum über den Streckblas-Füllblock und Etikettierer bis hin zu Packer und Palettierer. Letztere sind in Afrika eher ungewöhnlich, da hier angesichts niedriger Personalkosten und geringerer Linienleistungen meist – wenn überhaupt – manuell palettiert wird. Als zusätzliche Serviceleistung steuern die Experten des Bottles & Shapes-Serviceprogramms ein markantes und materialsparendes Flaschendesign für verschiedene Formate bei, das maßgeblich zur Markenbildung beiträgt.

FAKTENCHECK

→ WATERCOM TANZANIA


WO?

Abfüllbetrieb in Daressalam, Kigamboni landesweit zahlreiche Distributionszentren.



rund 3.000
Mitarbeiter

Was? — Wasser, Limonaden und Cola-Getränke, Energydrinks, Säfte (Orange, Beeren, Mango) sowie Milch, Joghurt und Milcheis.



→ **Wie viel?**
300 bis
400 Millionen
Liter pro Jahr.

WORIN? PET- EINWEG-FLASCHEN VON 300 MILLILITER BIS 19 LITER, PLASTIKBECHER VON 100 BIS 300 MILLILITER, TRINK-BEUTEL VON 200 UND 450 MILLILITERN – INSGESAMT 44 SKUS.

Auf Wachstumskurs

„Die Zusammenarbeit hat sowohl während der Planung und in der Phase der Installation bis zur letztlichen Inbetriebnahme jederzeit ausgezeichnet funktioniert“, stellt Salum Nahdi, Director und CEO von Watercom, zufrieden fest. „Die Linienleistung überzeugt uns ebenso wie die Tatsache, dass unsere Erwartungen an Effizienz, optimale Ressourcennutzung und Abfallmanagement erfüllt werden.“ So dauert es nicht lange, bis KHS mit einem zweiten Auftrag dafür belohnt wird, dass man sich als verlässlicher Partner präsentiert. 2020 wird eine weitere Linie beauftragt, die fast identisch mit der ersten ist. Allerdings

hat sich das Portfolio von Watercom zwischenzeitlich weiter vergrößert: Die neu hinzugekommenen Fruchtsaftgetränke erfordern einen erweiterten Sirupraum sowie einen Kurzzeiterhitzer zur Erhöhung der Haltbarkeit. Noch ein Unterschied zur ersten Linie erklärt sich dadurch, dass sich die KHS-Streckblastechnik seit 2017 weiterentwickelt hat. Die neueste Generation der InnoPET Blomax Serie V besticht mit intelligenter Prozesssteuerung, Near-Infrared(NIR)-Heizung und einfachem, modularem Aufbau. Zahlreiche Optimierungen reduzieren zudem den Energie- und Blasluftverbrauch um bis zu 40 Prozent. Die beiden KHS-Schwesterlinien stehen nun unmittelbar Seite an Seite – mit dem praktischen Nebeneffekt, dass sich die Blasformen für verschiedene Flaschenformate einfach von einer Linie mit der anderen tauschen lassen, ganz wie es der Produktionsplan vorsieht.

Innerhalb kürzester Zeit hat das Unternehmen sich durch Investitionen mit einem Gesamtvolumen von rund 100 Millionen Euro als einer der größten Abfüller des Landes aufgestellt. Auf seinem insgesamt 800 Hektar großen Firmengelände betreibt es inzwischen insgesamt drei Wasserlinien, zwei Linien für kohlenensäurehaltige Softdrinks sowie Saft und nimmt für sich in Anspruch, einer der Marktführer in Tansania zu sein. Die künftigen Expansionspläne des Getränkeherstellers reichen längst über die Landesgrenzen hinaus: Ein weiterer Betrieb ist im Nachbarstaat Malawi geplant. KHS wird hier eine dritte Linie beisteuern.

»In den vergangenen zwei Jahren haben wir in Ostafrika die meisten unserer Anlagen nach Tansania verkauft.«



Denise Schneider-Walimohamed
Managing Director von KHS East Africa

Erhöhtes Engagement

Am After-Sales-Service schätzt Nahdi vor allem, dass die KHS-Techniker vor Ort schnell zur Stelle seien, wenn es doch mal nötig wäre. Das minimiere die Dauer und Kosten von Betriebsunterbrechungen. Er wünsche sich lediglich, dass Ersatzteile noch schneller verfügbar wären. Deshalb dürften ihm die aktuellen Pläne von KHS, das lokale Engagement auszuweiten, gut gefallen: „Zusätzlich zu unserem Standort in Nairobi mit seinen über 40 Technikern werden wir angesichts der positiven Marktentwicklung in absehbarer Zeit einen weiteren Service-Hub in Tansania einrichten“, kündigt Schneider-Walimohamed an. „Künftig können wir unsere Kunden dann noch besser im After-Sales-Bereich unterstützen, als dies heute ohnehin schon möglich ist.“

Die Kreislaufwirtschaft des rund 60 Millionen Einwohner zählenden Landes steckt zwar noch in den Anfängen, die Politik hat die Notwendigkeit von ökologischem Umdenken und Handeln jedoch erkannt. Während die Recyclingquote für Plastikabfall in Tansania insgesamt 5 Prozent beträgt, liegt der Wert für PET bereits bei 20 Prozent – und steigt stetig weiter an. Ein Pfandsystem existiert bisher nicht, allerdings gibt es vielerorts Sammelstellen für gebrauchte PET-Flaschen, die Sammlern eine am Gewicht orientierte Vergütung zahlen. Von hier geht der Wertstoff dann zur Wiederverwertung an lokale Recyclingunternehmen oder – zum weitaus größten Teil – an Exporteure. An der Sammlung und Weiternutzung ihrer Verpackungsmaterialien beteiligen sich inzwischen zunehmend die großen Lebensmittelverarbeiter und Getränkeabfüller selbst. „Die Regierung engagiert sich gemeinsam mit dem nationalen Industrieverband, der Confederation of Tanzanian Industries, und privaten Akteuren in verschiedenen Recyclingprojekten“, sagt Salum Nahdi. „Wir haben bei uns inzwischen einen Markt für recyceltes PET, in dem etwa Hersteller von Kunststoffpaletten und -kisten als Abnehmer auftreten.“ Das Bemühen um nachhaltiges Handeln schließt für den Abfüller neben den ökologischen Aspekten auch soziale ein: „Wir beziehen unsere Rohstoffe weitgehend aus regionalen Quellen“, erklärt Nahdi. „Indem wir zum Beispiel Milch, das Obst für Säfte oder andere

Grundstoffe für unsere Produkte bei den Menschen vor Ort
beziehen, tragen wir zur Sicherung ihrer Arbeitsplätze und des
Lebensunterhalts bei.“

Noch Fragen?

Denise Schneider-Walimohamed

Managing Director, KHS East Africa Ltd.

+254 733 611 253

denise.schneider-walimohamed@khs.com