

Marketing-Unterricht am Fuße des Mount Elgon

Arbeit unter freiem Himmel und Menschen, von denen er selbst noch vieles lernen kann: ein Tiroler bei Bauerngruppen in Kenia.

Von Michaela Spirk-Paulmichl

Hall in Tirol, Kitale – „Spüren, was Sinn macht“, war Hannes Eder Leitsatz vor seiner Abreise nach Kenia. Für Horizont3000, die Österreichische Organisation für Entwicklungszusammenarbeit, ist der Tiroler Volkswirt nur etwa ein Grad nördlich des Äquators im Einsatz, um Bauerngruppen zwei Jahre lang bei der Vermarktung ihrer Produkte zu unterstützen. Auf einer Fläche etwa halb so groß wie Tirol, mit etwa drei Millionen Einwohnern aber dicht besiedelt, arbeitet Eder mit der lokalen Partnerorganisation Desece zusammen, deren Programme seit vielen Jahren von Bruder und Schwester in Not finanziert und unterstützt werden.

Auf dem roten, nährstoffreichen Boden um den Mount Elgon gibt es wohl nichts, was nicht gedeiht: Kaffee, Tee, Gemüse, Orangen, Bananen, Ananas, Mango, sämtliche Getreidesorten. „Es ist einfach ein Traum“, schwärmt Eder. Doch viele Umstände erschweren Vermarktung und Verkauf, ein Grund sind die langen Transportwege auf schwer passierbaren Straßen. Ein Problem, mit dem der Tiroler selbst nicht immer zurechtkommt. In dem Gebiet Kitale im Westen Kenias, in dem es fast neun Monate des Jahres täglich regnet, fährt er etwa 40 Kilometer zu seinem Büro, entweder auf dem Motorrad oder im Pickup. Die ein-



Reiche Ernte: Hannes Eder unterstützt die Bauern bei der Vermarktung ihrer Produkte. Foto: Horizont3000

zelnen Bauerngruppen liegen zwischen 30 und 120 Kilometer entfernt. „Teile der Strecke werden gerade neu errichtet und die Ausweichstrecken sind natürlich nicht asphaltiert und übersät mit Schlaglöchern.“ Ist es trocken, sei alles voller Staub. Regnet es, verwandelt sich die Straße in eine Schlammplaste. „Das setzt unseren in die Jahre gekommenen Fahrzeugen zu.“ Das Wetter führt auch zu tagelangen Stromausfällen, es kommt häufig zu Verkehrsunfällen und Verspätungen.

Jeder verbinde Afrika mit Hitze, um Kitale sei es jedoch regnerisch und manchmal auch ziemlich frisch, erzählt der Tiroler, der nun auf das Ende der großen Regenzeit im Dezember hofft, denn dann werde doch einiges leicht-

ter werden, nicht nur für ihn. Alledem steht die Gelassenheit der Menschen in Kenia gegenüber, „die auf der Straße gleich weitergehen, egal ob die Sonne scheint oder es regnet, selbst wenn sie bis auf die Haut nass werden“. Er würde sich wünschen, diese Einstellung einfach so übernehmen zu können.

„Ich würde mir wünschen, diese Einstellung einfach so übernehmen zu können.“

Hannes Eder (Horizont3000)

Zu den Zielen von Desece befragt, meint der gebürtige Haller, dass es darum gehe, mit ökologischen Produktions- und einfachen Bewässerungsmethoden die Erträge

der Bauern zu steigern. Durch Pflanzenvielfalt, Baumschulen, Fisch- und Bienenzucht könnten neue Einkommensquellen erschlossen sowie Ausgaben für Düngemittel, Pestizide und Saatgut reduziert werden. Der Marketingunterricht soll die Bauern dabei unterstützen, auf dem Markt erfolgreicher zu werden. Hannes Eder leitet sie etwa an, darüber nachzudenken, wie sie selbst als Kunde behandelt werden möchten. Eines der größten Anliegen der Bauern aber ist es, Wege zu finden, um die Mittelsmänner zu umgehen, die die Transportprobleme der Bauern ausnützen und für den Verkauf der Produkte ab Hof nur einen geringen Preis bieten.

Die Marketingmethoden, die Eder versuche zu

Einsatz für Afrika

Bruder und Schwester in Not unterstützt und finanziert Programme von Desece, einer Public Benefit Organisation in West-Kenia. Desece verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz und will die Lebensumstände der ländlichen Bevölkerung mit Trainings verbessern – in den Bereichen Menschen- und Zivilrechte oder nachhaltiger ökologischer Landwirtschaft.

Zielgruppen sind Randgruppen – Waisen, Witwen, Vertriebene, physisch geforderte und an Aids oder HIV erkrankte Menschen. Im Bereich ländliche Entwicklung sind es vor allem Kleinbauerngruppen.

Horizont3000, die Organisation für Entwicklungszusammenarbeit in Österreich, entsendet technische Berater, die diese Programme betreuen.

vermitteln, unterscheiden sich nicht wesentlich von jenen, wie sie bei uns angewandt werden. Von den fünf Bereichen – Markt-, Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik – habe nur die Kommunikation – also Werbung im klassischen Sinn – eine geringere Bedeutung. In der Praxis sehe das etwa so aus, dass die Bauern nicht einfach nur verkaufen, was sie produziert haben, sondern versuchen zu produzieren, was sie verkaufen können. Seinen Marketingunterricht gibt Hannes Eder meistens unter freiem Himmel. Auch das war ein Wunsch von ihm: „Ich bin gerne in der frischen Luft.“ Und dann seien da noch die Freude und Dankbarkeit der Menschen: „Das ist ein sehr schönes Gefühl.“