

Bei Darstellungsfehlern [hier](#) klicken.

agrارzeitung

TECHNIK TALK · 09. OKTOBER 2020



AGCO-Fendt-Strategieausrichtung wird internationaler

Klare Kampfansage an John Deere und Case IH

Liebe Leserinnen und Leser,

bevor ich meine vielen Eindrücke und die von mir gezogenen Schlüsse anhand der Hintergrundgespräche der Pressekonferenz von AGCO-Fendt am Mittwoch schildere, muss ich leider eine unerfreuliche Botschaft übermitteln. Im Technik Talk vom 28. August hatte ich ganz stolz den neuen Award „**Top Retailer – Landtechnik**“ vorgestellt. Er sollte anlässlich eines Galaabends am 22. Oktober auf dem Nürburgring verliehen werden zu dem die agrarzeitung unter dem Veranstaltungsmotto „**Neu durchstarten**“ eingeladen hatte. Corona-bedingt wurde dieser Galaabend nun jedoch abgesagt. Das Erfreuliche ist, dass er durch ein virtuelles Event ersetzt wird!

Das digitale „Forum agrarzeitung“ ist für den 2. Dezember von 14.00 bis 18.00 Uhr geplant. Der Award soll nun im Rahmen dieses Events verliehen werden. Zudem wird unter anderem ein Impulsvortrag über den „Vertrieb der Zukunft – Value Based Pricing“ von Experten des von mir ins Leben gerufenen NewIdeasThinkTank gehalten und anschließend mit hochkarätigen Vertretern der Landtechnikbranche seitens Hersteller und Fachhandel darüber diskutiert. Es werden zwar nur ganz wenige Personen vor Ort im Studio dabei sein, dafür jedoch zigfach mehr als Galaabend-Gäste vor den Bildschirmen sitzen. Schließlich können Sie sich alle schon heute mit mir gemeinsam darauf freuen, da die Einwahl kostenfrei möglich sein wird! Genauere Informationen werden selbstverständlich noch rechtzeitig im

Vorfeld bekanntgegeben.

Doch nun zu meinem Fazit der Pressekonferenz: in der Branche gibt es keine Zweifel, dass der Erfolg und Aufstieg der Marke Fendt mit dem Namen Martin Richenhagen verbunden ist. Es sei vor allem ihm zu verdanken, dass AGCO in den letzten 16 Jahren, also in seiner Ära als Konzernchef, rund eine Milliarde US-Dollar in die deutschen Standorte und die Traktorenentwicklung bei Fendt investierte, bekam man auch allenthalben von den Marktoberdorfer Mitarbeitern zu hören. Allein die Entwicklung der 1000er-Baureihe habe beispielsweise über 100 Mio. US-\$ verschlungen. Hier noch zwei weitere plakative Zahlen: In seiner Ära konnte der Traktorenabsatz um 70 Prozent gesteigert werden, die Zahl der Beschäftigten hat sich mehr als verdoppelt. Wobei der Ende des Jahres ausscheidende Konzernchef selbst in seiner Eröffnungsrede betonte, dass alle Maßnahmen betriebswirtschaftlich sinnvoll gewesen seien. Man habe fernab in der Konzernzentrale in Duluth im US-Bundesstaat Minnesota einfach der besten Mannschaft vertraut und in die besten Produkte investiert, weshalb er Befürchtungen der deutschen Belegschaft, dass sich dies unter seinem Nachfolger Eric Hansotia ändern könne als völlig unbegründet, als Bullshit bezeichnete. Fendt sei das beste Pferd im AGCO-Stall und werde dies definitiv bleiben. Alle Zweifler würden spätestens dann ruhiggestellt, wenn die künftige Fendt-Strategie bekanntgegeben werde.

Ich war deshalb schon sehr gespannt auf die Videoansprache des künftigen Konzernchefs, der wegen der Corona-Restriktionen nicht aus den USA anreisen konnte. Die rund vier Minuten, die diese letztlich dauerte, „schlauten“ mich allerdings nicht wirklich auf, welche Kernelemente die Fortsetzung der bisherigen Strategie „Fendt 2020“ wohl beinhalten werde. Ich habe die Videobotschaft aufgenommen und auf meinem Facebook-Account veröffentlicht, so dass sie sich jeder anschauen kann – was im Übrigen bereits rund 6.000 Personen getan haben. Fendt-Chef Gröblichhoff wurde in seiner Rede dahingehend schon etwas konkreter: „Aktuell arbeiten wir in enger Abstimmung mit dem AGCO Konzern an einer Nachfolgestrategie für Fendt. Dabei setzen wir auf Kontinuität und nehmen die künftigen Herausforderungen und Bedürfnisse unserer Kunden fest in den Blick. Unser Ziel ist die Entwicklung der Marke Fendt zu einem globalen, digitalen und nachhaltigen Full-Line-Anbieter der Landtechnik. Wichtige Wachstumsmärkte im Rahmen der Globalisierungsinitiative sind Nordamerika, Brasilien, Australien und Neuseeland. Die Entwicklung von digitalen Produkten und Services wie FendTONE, sowie die fortschreitende Digitalisierung von Geschäftsprozessen im Rahmen des DCX Projektes wird für die Optimierung und Dokumentation landwirtschaftlicher Prozesse immer wichtiger. Auch das Thema Nachhaltigkeit rückt durch die neue Strategie stärker in den Fokus. Durch gezielte Projekte in den Bereichen Produktentwicklung, Produktion sowie Soziales wird Fendt seiner gesellschaftlichen und ökologischen Verantwortung gerecht werden. Und wir konzentrieren uns beim kompletten Fendt-Full-Line-Produktprogramm auf Innovationen und Fendt-Qualität, um den Ansprüchen an die Premium Marke Fendt weiter gerecht zu werden.“

Für mich kamen allerdings auch diese Aussagen sehr verklausuliert rüber, so dass ich mir nach der Pressekonferenz Martin Richenhagen und Christoph Gröblichhoff „schnappte“. Ich fragte sie auf den Kopf zu, ob den die starke Betonung auf die Globalisierungsinitiative und die Full-Line als eine direkte Kampfansage an die „Local-Heros“ in Nord- und Südamerika zu verstehen sei, sprich John Deere und Case IH. Beide schauten sich über ihre Mund-Nasen-Masken hinweg in die Augen – ihr Lächeln war hinter den Masken nur zu erahnen – und flachsten, ob man dies

auch noch anders verstehen könne!

Dann lieferten sie jedoch eine Reihe Argumente, die die Ernsthaftigkeit des Ansinnens unterstreichen sollten. So habe man seit Jahresbeginn auf den globalen Märkten Nord- und Südamerika, und der Region APA (Asien/Pazifik/Afrika) den Absatz der Fendt-Traktoren schon um 20 Prozent auf rund 1.800 Einheiten steigern können. Davon seien allein 200 Einheiten der beiden Baureihen 900 und 1000 Vario in den brasilianischen Bundesstaat Mato Grosso gegangen. Über Jahrzehnte wäre AGCO in Brasilien nur mit den Marken Massey Ferguson und Valtra aktiv gewesen – wobei man in dem fast überwiegend von der Landwirtschaft lebenden Mato Grosso auf den riesigen Feldern eigentlich nur Traktoren und Mähdrescher von John Deere und Case IH arbeiten sehe. Seit letztem Jahr unterstütze man mit der Einrichtung eines Fendt-Zentrums in der Stadt Sorriso in einer Art Hybrid-Zusammenarbeit die Vertriebspartner. Durch die vielen Vorführungen mit Maschinen der vier Produktgruppen auf denen die eigene Expansionsstrategie fuße, nämlich Row-Crop-Traktoren, Ideal-Mähdreschern, Momentum-Einzelkorndrillen und Rogator-Pflanzenschutzspritzen würden immer mehr Landwirte überzeugt von den klarersichtlichen Vorzügen der Fendt-Produkte und die bisherige Marke wechseln. Um noch bessere Voraussetzungen für eine erfolgreichere Vermarktung von Traktoren in Nord- und Südamerika, aber auch allen anderen Flächenregionen zu schaffen, arbeite man im Engineering konsequent daran die Row-Crop-Anforderungen auch mit den leistungskleineren Baureihen erfüllen zu können – wobei es vor allem um die Steckachsen gehe für die individuelle Spuranpassung der Traktoren.

Dass der Weg in Richtung Full-Line noch ein langer und harter für Fendt werden wird, kann sich jeder selbst vor Augen führen. Man muss nur einmal einen Blick auf die für 2020 erwarteten Absatzzahlen der einzelnen Produktgruppen in der EME-Region werfen, sprich Europa und Mittlerer Osten:

- 110 Raupentraktoren
- 360 Mähdrescher
- 30 Häcksler
- 230 Lade- und Erntewagen
- 210 Feldspritzen
- 110 Quaderballenpressen
- 1.015 Rundballenpressen
- 3.400 Futtererntemaschinen

Die Vermarktung der Teleskoplader Cargo T und der Einzelkorndrillen Momentum läuft erst an, wobei Letztere zunächst aufgrund ihrer minimalen Transportbreite von 3,4 Meter nur in Osteuropa an den Start gehen. Es werde jedoch intensiv an passenden Maschinen für die westeuropäischen Märkte gearbeitet. Dass es AGCO mit der Kampfansage ernst meint und die dafür notwendigen Maßnahmen teilweise bereits eingeleitet hat, um die eigenen Vertriebspartner wettbewerbsfähig zu machen, dürfte für jedermann ersichtlich sein. Wie groß die Kraftanstrengungen für die Zielerreichung sein müssen, kann man dagegen nur vage erahnen!

ANZEIGE

Ihr
Dieter Dänzer



az+ Landtechnik

Fendt gewinnt Marktanteile

Das Corona-Jahr 2020 hat ehrgeizige Ziele durchkreuzt. Umso erfreuter zeigt sich der Chef der Traktorenmarke, Christoph Gröblichhoff, dass Fendt das Jahr mit einem „sehr ordentlichen Ergebnis“ abschließen wird. [Mehr >](#)



az+ Neue Fendt-Baureihe

Spezialtraktoren mit Features wie die Großen

Das absolute Highlight auf der gestrigen AGCO-Fendt-Presskonferenz war die Vorstellung der neuen Generation der Fendt 200 Baureihen – schließlich gehören sie zu den absoluten Stückzahlbringern der Marke. [Mehr >](#)



bildergalerie



Fendt 200

Neue Generation der meistverkauften Serie

Mehr als zehn Jahre nach ihrer Erstvorstellung hat man die Baureihen komplett überarbeitet. So wurden das Design und viele Features der Großtraktoren nun auch auf die kleinsten Baureihen übertragen. [Zur Bildergalerie](#)



az+ Agarroboter

Dino hackt Unkraut im Salat

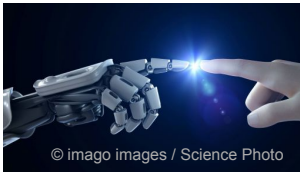
Mit der mechanischen Unkrautbekämpfung in der Gemüseproduktion können Arbeitskosten gesenkt und Herbizide eingespart werden. [Mehr >](#)

az+ Lohnunternehmertreffen

DeLuTa erst wieder 2022



Die Deutsche Lohnunternehmer Tagung (DeLuTa), die eigentlich im Dezember 2020 geplant war, wird um zwei Jahre verschoben. Das Infektionsrisiko wäre jetzt zu hoch. [Mehr >](#)



az+ Technischer Fortschritt

"Wir müssen uns gegen gegen Mythen und Dogmen wehren"

Lars Jaeger, Autor des Buchs "Mehr Zukunft wagen! Wie wir alle vom Fortschritt profitieren", spricht über kompromissloses Wissen-Wollen, Mut zum gestalterischen Engagement und wie sich Gier immer weniger lohnt. [Mehr >](#)

Verantwortlich für den Inhalt ist
die Redaktion von agrارzeitung.de
Anregungen & Kommentare an redaktion@agrارzeitung.de

Copyright

© Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main

Geschäftsführung

Peter Esser (Sprecher), Sönke Reimers (Sprecher), Markus Gotta, Peter Kley

Aufsichtsrat

Andreas Lorch, Catrin Lorch, Peter Ruß, Angela Wisken

Registergericht

AG Frankfurt am Main, HRB 8501

UStIdNr. DE 114139662

Diese Mail wurde an folgende Adresse verschickt: dieter.daenzer@t-online.de
Zum Ändern Ihrer Bezugsdaten oder Abbestellen des Newsletters klicken Sie bitte [hier](#).

Sie möchten diesen Newsletter kostenlos erhalten? Klicken Sie bitte [hier](#).