



© Dieter Dänzer

Full-Line-Strategien der Landtechnikhersteller

Kubota und New Holland geben Gas

Liebe Leserinnen und Leser,

im letzten Technik Talk hatte ich Ihnen versprochen, dass ich zeitnah mehr über das am 2. Dezember geplante digitale „Forum agrarzeitung“ berichte, in dessen Rahmen der neue Award „**Top Retailer – Landtechnik 2021**“ verliehen werden wird. In Windeseile hat man seitens der Redaktion mittlerweile eine Landingpage dafür programmiert. Über den Link <https://forum-agrarzeitung.de>

können Sie sich zum einen für die kostenfreie Einwahl zum virtuellen Forum registrieren lassen und zum anderen ausführlich über den genauen Programmablauf und die Auszeichnungen informieren – neben dem „Top Retailer“ wird auch noch der Förderpreis der Agrarwirtschaft verliehen.

Für Sie, für uns alle ist sicher unstrittig, dass Landwirtschaft spannend und im Wan-

Für Sie, für uns alle ist sicher unstrittig, dass Landwirtschaft spannend und im Wandel ist. Und dass die Branche dafür frische Ideen und kluge Köpfe benötigen wird. Genau die wird das Forum liefern! Den Startschuss gibt Chefredakteurin Stefanie Pionke, die zunächst eine agrarzeitung-Exklusivanalyse vorstellt: „**Strukturwandel, Green Deal und Co. – Perspektiven für den Agrarhandel**“.

Verdrängungswettbewerb, Digitalisierung, Kartellstrafen, Green Deal, Corona und jetzt auch noch die Afrikanische Schweinepest: Der Agrarhandel erfährt Druck von allen Seiten. Im zunehmenden Verdrängungswettbewerb ergreifen große genossenschaftliche und private Player Konsolidierungsschritte. Landwirte professionalisieren sich zunehmend, bauen mehr eigenes Know-how auf und entwickeln entsprechend eine größere Anspruchshaltung an den Landhändler. Zudem sind gerade jüngere Betriebsleiter weniger beziehungs- als konditionengetrieben. Sprich: Der Preis und die Qualität der Dienstleistung bestimmen, wer von Geschäft zu Geschäft zum Zuge kommt – und nicht mehr notwendigerweise die traditionell gepflegte, seit Generationen bestehende Zusammenarbeit zwischen einem Betrieb und „seinem“ Händler. Die große Frage ist: Welche strategischen Weichenstellungen der Unternehmen sind zukunftsweisend – und wo tun sich künftig Chancen für den Handel auf?

Anschließend diskutiert Stefanie Pionke die Ergebnisse der Analyse mit:

- . **Peter Müller**, Geschäftsführer der Bayer CropScience Deutschland GmbH
- . **Christoph Kempkes**, Vorstandsvorsitzender der RWZ Rhein-Main eG
- . **Dirk Köckler**, Vorstandsvorsitzender AGRAVIS Raiffeisen AG
- . **Maximilian von Wedel**, Geschäftsführer House of Crops unamera GmbH

Was den „Förderpreises der Agrarwirtschaft“ betrifft, so stimmen alle registrierten Teilnehmer des Forums nach einem Elevator-Pitch der drei bestplatzierten Kandidaten live ab, wer den begehrten Preis gewinnt.

Die, nach einer kurzen Pause daran anschließende Premiere des „**Technik Talk live**“ ist nicht weniger prominent besetzt. Die Thesen aus unserem Impulsvortrag über den „**Vertrieb der Zukunft – Value Based Pricing**“ diskutieren mein NITT-Geschäftsführerkollege, **Ilja Führer** und ich mit:

- . **Martin Richenhagen**, Chairman, President und CEO der AGCO Corporation
- . **Anthony van der Ley**, Geschäftsführer der LEMKEN GmbH & Co.KG,

President der CEMA, der europäischen Herstellervereinigung, und Vorsitzender VDMA Landtechnik

- . **Christian Mitterdorfer**, Vice-President Europe von Titan Machinery
- . **Hans-Peter Fricke**, Inhaber der Fricke-Gruppe

Jede Menge zusätzlicher Informationen zum Award „**Top Retailer – Landtechnik**“ und zu NITT finden Sie unter dem nachfolgenden Link <https://newideasthinktank.de>

Nun aber zum anderen Hauptthema dieses Technik Talks: den diversen Aktivitäten von Kubota und New Holland in den letzten Wochen und Monaten, um ihre Full-Line-Strategien voranzutreiben. [So hatte New Holland Anfang letzter Woche verlautbart, dass man eine Liefervereinbarung mit Maschio Gaspardo unterzeichnet habe über die Fertigung von Scheibeneggen und Tiefenlockerern](#). Die blauen Produkte sollen unter dem Markennamen New Holland vertrieben und ausschließlich bei den eigenen Vertragshändlern erhältlich sein. Kurz vor dem Wochenende folgte dann noch die Meldung, dass sich CNH Industrial – die Konzernmutter der Marken Case IH, New Holland, Steyr, Kongskilde, Överum, Howard, JF und der Digitalsparte AgXtend – bei der schweizerischen Zasso Group AG mit einer Minderheitsbeteiligung eingekauft habe. Das Unternehmen Zasso und AgXtend arbeiten schon länger gemeinsam an Geräten, die mithilfe von Strom Unkraut bekämpfen. Etwas länger zurück, nämlich im August wurde mit dem Unternehmen eFarmer – dem Hersteller der FieldBee Navigationslösungen – ein Liefervertrag über Spurführungssysteme von FieldBee für die Traktorenproduktion im türkischen CNH Industrial Werk geschlossen für die New Holland Modelle TDD MasterDrive und die Case IH JX

ProGuide.

Ähnlich aktiv agiert Kubota was die eigene Portfoliostrategie betrifft: Trotz der aktuellen Covid-19-Pandemie hat sich der japanische Konzern jüngst zusammen mit Pymwymic und Oltre Venture – einem niederländischen und italienischen Impact-Investor – im Rahmen der Series 2 Finanzierungsrunde (3,7 Millionen Euro) bei dem slowenischen Unternehmen Trapview beteiligt, das als Technologieführer für Insektenüberwachung und -vorhersage in der Landwirtschaft gilt. Ein weiterer Schritt hin zu einer offenen Innovationskultur, die mit der Gründung des Kubota-Innovationszentrums im Juni letzten Jahres gestartet wurde. Dazu gehören insbesondere die intensive Zusammenarbeit mit externen Partnern. Strategisch passend erfolgte im April die Investition in FarmX, einem US-amerikanischen AgTech-Start-up das mit fortschrittlichen Modellen und Technologien, KI, maschinellem Lernen sowie IoT-Sensoren zur Bereitstellung von Daten, Analysen und Vorhersagen maßgeschneiderte Dienstleistungen im Bereich des Pflanzenmanagements anbietet. Vorausgegangen waren Beteiligungen an weiteren Start-ups, darunter beispielweise Advanced Farm Technologies Inc. und Abundant Robotics Inc. sowie die Bekanntgabe einer mehrjährigen strategischen Partnerschaft mit dem Unternehmen Microsoft. Ziel von Letzterer sei laut der im April veröffentlichten Mitteilung, die digitale Transformation von Kubota zu beschleunigen. Im Rahmen der Allianz wolle man die komplette IT-Infrastruktur sowie unternehmenskritische SAP-Systeme auf die bewährte Cloud-Plattform Microsoft Azure migrieren. Damit sehe sich Kubota nicht nur in der Lage, Geschäftsabläufe zu optimieren sowie die Entwicklung und Umsetzung von Innovationen zu beschleunigen, sondern setze auch auf ein bewährtes Lösungsmodell. Darüber hinaus stehe die gemeinsame Entwicklung KI-basierter Lösungen für Unternehmen in den Bereichen Lebensmittel, Wasser und Umwelt im Fokus.

Die Resonanz auf all diese Aktivitäten der beiden Konzerne seitens der Vertriebspartner könnten nicht unterschiedlicher sein: schon die in 2016 verlautbarte Übernahme von Kongskilde verbunden mit der Bekanntgabe der Full-Line-Strategie für die Marke New Holland seitens CNH Industrial hatte bei deren Händlern meistens nur ein Kopfschütteln ausgelöst. Eine derartige „Me-too-Produktportfolio-Strategie“ widerspreche einfach diametral dem so genannten Value Selling, welches heute gefordert sei. Für den Vertrieb bedeute das, sich nicht nur proaktiver, sondern auch kundenorientierter auszurichten und dazu wert- und nutzenbasierte Ansätze einzubeziehen – und dahingehende Argumente könne man seitens New Holland einfach nicht liefern. „Wir haben jetzt auch Scheibeneggen und Tiefenlockerer im Programm“, reiche jedenfalls mitnichten. Ganz anders die Reaktionen der Kubota-Händler: von ihnen hört man nur Lob für das Strategische Marketing des Herstellers. Alle Aktivitäten würden wie in einem Puzzle zusammenpassen und seien klar auf die Zukunft ausgerichtet. „Kubota setzt sich ganz zielgerichtet vor allem für mehr Nachhaltigkeit und eine profitable Landwirtschaft im Einklang mit der Natur ein“, loben die Vertriebspartner einhellig. Die Verkaufserfolge, und vor allem die Zeit wird zeigen, welche Strategie richtig war – vielleicht führen ja auch beide Wege zum Ziel.

Ihr

Dieter Dänzer



az+ Cloud-to-Cloud

DataConnect jetzt online

Die Schnittstelle zwischen Claas, 365FarmNet und John Deere kann ab sofort für den Transfer von Maschinendaten genutzt werden. Weitere Partner werden sich anschließen. [Mehr >](#)

az+ Agrartechnik



OECD-Tractor-Codes kommen



voran

Das Bundesagrarministerium (BMEL) und der VDMA Landtechnik besiegeln ihre Zusammenarbeit auf diesem Gebiet. Es ist wichtig für Exportgeschäfte.

[Mehr >](#)



az+ Ritchie Bros.

Jubiläum für Landtechnikauktionen

Vor zehn Jahren eröffnete das Unternehmen seinen eigenen deutschen Standort in Meppen. Corona krepelt das Geschäftsmodell um. [Mehr >](#)



az+ Coronakrise

EuroTier nur digital

Die DLG rückt von der EuroTier als Präsenzveranstaltung ab. Aufgrund der weltweit steigenden Corona-Infektionszahlen findet die Fachmesse im Februar als Digialevent statt. [Mehr >](#)



az+ Jubiläum bei Lemken

Von der Schmiede zum Technikprofi

Der Agrarmaschinenspezialist vom Niederrhein blickt auf 240 Jahre Firmengeschichte zurück. An der Familientradition soll festgehalten werden. [Mehr >](#)



az+ Claas-Traktoren

Geschäftsfeld in neuer Verantwortung

Ein Branchenkenner verstärkt die Konzernleitung von Claas. Er kommt von John Deere. [Mehr >](#)

agr^{ar}zeitung

Verantwortlich für den Inhalt ist
die Redaktion von agr^{ar}zeitung.de
Anregungen & Kommentare an redaktion@agr^{ar}zeitung.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**.