

Zeitschrift:	Landtechnik Schweiz
Herausgeber:	Landtechnik Schweiz
Band:	61 (1999)
Heft:	9
 Artikel:	Situation und Perspektiven der Landtechnik-Branche
Autor:	Hauenstein, Kurt
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-1081119

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 04.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Situation und Perspektiven der Landtechnik-Branche

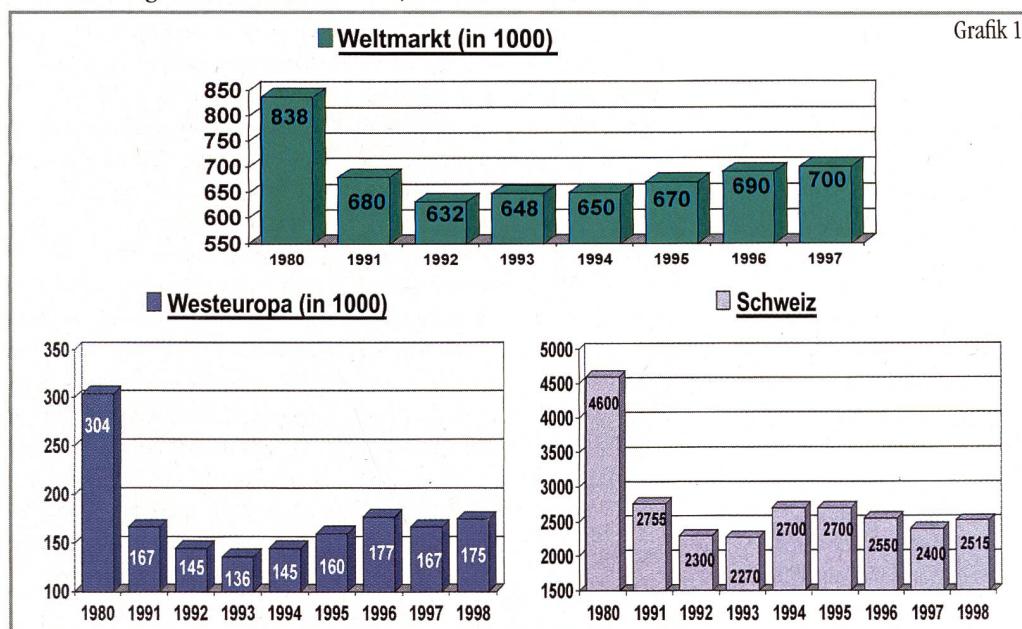
Der Konzentrationsprozess in der Landtechnikindustrie schreitet weiter voran. Hauptgründe sind Kostenvorteile in Entwicklung, Produktion, Marketing und Service bei grösseren Umsätzen und die Notwendigkeit in bisher vielleicht vernachlässigten Wachstumsmärkten präsent zu sein.

Kurt Hauenstein,
Präsident des Schweizerischen
Landmaschinen-Verbandes SLV

Am zuverlässigsten lässt sich die Marktentwicklung anhand der Zulassungsstatistiken von Traktoren verfolgen. Der Weltmarkt und der Westeuropa-Markt wachsen seit dem massiven Einbruch Ende der 80er Jahre/Anfang der 90er Jahre. Für Westeuropa und Nordamerika ist die Erholungsphase 1998 zu Ende gegangen.

Man erwartet in den kommenden Jahren Stagnation oder Schrumpfung. Für den Weltmarkt prognostiziert man trotzdem weitere Steigerungen, ausgehend von den aufstrebenden Märkten in Südostasien, Mittel- und Südamerika, Afrika, Australien und Neuseeland. Der Schweizer Markt stagnierte, mit Ausschlägen nach oben und unten, und geht 1999 erneut in eine Schrumpfungsphase über (Grafik 1).

Neuzulassungen von Traktoren Welt, EU und Schweiz

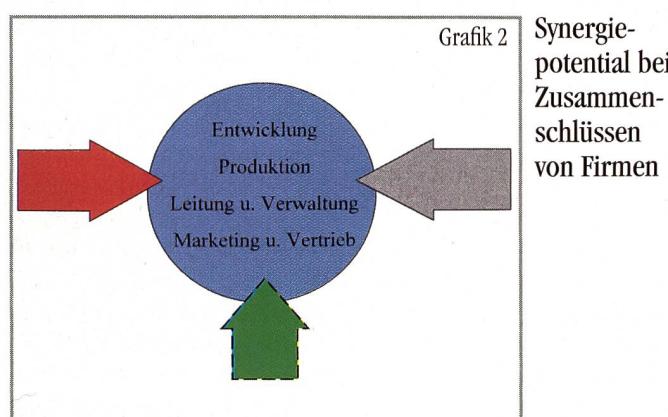


... da waren's nur noch drei!

Aus Zusammenschlüssen resultieren bei gutem Management Synergien, die die neue Firma stärken und dem Markt zugutkommen (Grafik 2). Mitte Mai dieses Jahres wurde die Landtechnikbranche völlig überrascht von der Nachricht, dass New Holland NV die Case Corporation kaufen will. Als Folge werden künftig nur noch drei Traktorhersteller als sogenannte Globalplayer operieren (Tabelle 1).

Der Schweizer Markt

Die Versorgung mit neuen Traktoren und Maschinen betrug 1998 knapp 500 Mio. Franken, wovon 88,3% aus Importen und 11,7% aus Inlandproduktion bestand (Grafik 4). Nominal lag der Umsatz 1998 mit Traktoren und Landmaschinen nur geringfügig über 1988. Real bedeutet das aber wegen der Teuerung in den 10 Jahren etwa 30% weniger (Grafik 3).



Beschäftigte in der Landtechnik

Erhebungen und Schätzungen ergeben etwa 5210 Arbeitsplätze für 1998. Im Jahr 1980 zählte man noch 9000 Arbeitsplätze (Tabelle 2). Das charakteristische dabei ist, dass die meisten Stellen in ländlichen, teils

Auf der Schwelle zum Millennium

Die drei Globalplayer der Landtechnikbranche weltweit

Tabelle 1

Gruppe	Umsatz 1998 (Mrd. Dollar)		Marken der Landtechnik
	Total	Landtechnik	
John Deere	13,82	7,2	John Deere
New Holland und Case	11,85	7,6	New Holland, Case, Steyr
AGCO	2,94	2,94	MF, Fendt, White, Allis, Hesston

Firmen und Arbeitsplätze in der Landtechnik 1998

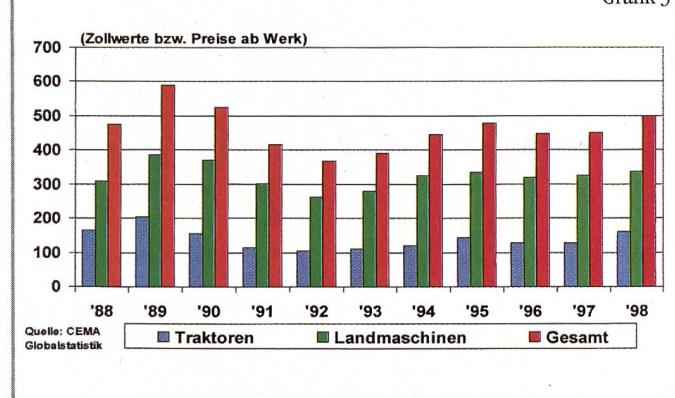
Tabelle 2

	Betriebe	Arbeitsplätze
Industrie	8	870
Import und Grosshandel	28	840
Gewerbe und Fachhandel	800	3'500
Total	836	5'210

Schätzungen im Jahr 1980 gingen noch von total ca. 9'000 Arbeitsplätzen aus.

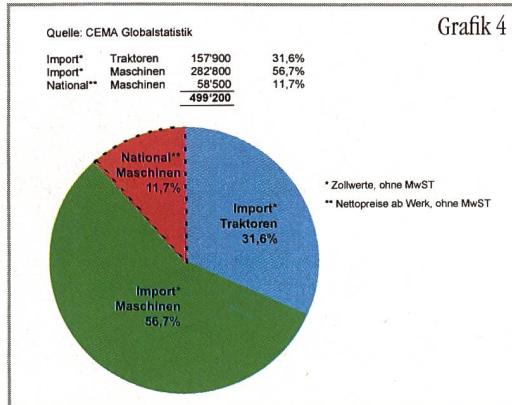
Entwicklung Traktoren und Landmaschinen Inlandversorgung Schweiz

Grafik 3



Inlandver- sorgung auf dem Schweizer Landtechnik- markt 1998

Grafik 4



abgelegenen Regionen angeboten werden. Wenn auch die Gesamtzahl der direkt Beschäftigten bescheiden ist, stellt die Landtechnik trotzdem einen wichtigen Faktor für die Erhaltung der dezentralen Besiedlung dar.

Die Ausgangslage ist die, dass unser Handel im Vergleich zu den grossen Nachbarmärkten sehr kleinstrukturiert ist. Ein Schweizer Fachhändler verkauft im Durchschnitt 4 Traktoren pro Jahr, der Deutsche 17 und der Franzose gar 32. Das bietet dem Schweizer Landwirt den Vorteil, dass er sehr kurze Distanzen zu seinem Lieferanten zurücklegen muss (Tabelle 4).

Unsere Kleinstruktur stösst aber an Grenzen der Wirtschaftlichkeit und der Möglichkeiten, dem rasanten Fortschritt der Technik zu folgen. Moderne Traktoren und Maschinen sind heute Hightech-Produkte mit viel Hydraulik, Elektronik und technischer Informatik. Das bedingt Fachleute, die vom Importeur oder Produzenten laufend geschult werden und ihr Fachwissen in der Praxis häufig anwenden können. Ein Landwirt, der die Anschaffung einer Hightech-Maschine erwägt, sollte diesem Aspekt eine hohe Bedeutung bei seiner Lieferantenwahl beimessen.

Der Konzentrationsprozess der Landtechnik-Industrie führt zu überzähligen Importeuren und Markenhändlern (Grafik 5). Diejenigen mit den grösseren Marktanteilen und den besseren Zukunftschancen überleben. Man mag die andern bedauern, aber ein Gesundschumpfen unserer Landtechnik ist dringend notwendig. Wir rechnen 1999 mit einem starken Markteinbruch im Ausmass von 10 bis 20% und in den folgenden Jahren um durchschnittlich 3 bis 5%.

Der Strukturwandel der Landtechnik

Einflussfaktoren für Veränderungen der heutigen Strukturen gibt es viele.

Die Landtechnik als vorgelagerter Partner der Landwirtschaft

Alle mit der Landwirtschaft im Geschäft stehenden Branchen und Wirtschaftssektoren haben wohl

Die wichtigsten Leistungen und Kostenfaktoren im Landtechnikhandel

Tabelle 3

- Werbung (Insertion, PR, Direkt-Mails, Messen, Märkte)
- Verkaufsförderung (Ausstellungsmaschinen, Testmaschinen, Händler-Ausstellungen)
- Händler-Verkaufsschulung (Konkurrenzvergleiche, Argumentation, Beratung)
- Verkaufsdokumente (Prospekte, Preislisten, Konkurrenzvergleiche)
- Verkaufsunterstützung der Händler (Verkaufsleitung, Aussendienst)
- Absatzplanung, Disposition, Beschaffung, Lagerhaltung
- Kundengerechte Auftragskomplettierung, Qualitätskontrolle, Bereitstellung
- Lieferung frei Kunde, Einführung, Übergabe mit Dokumenten
- Händler-Kundendienstschulung, Reparaturanweisungen, Garantie-Handhabung
- Kundendienstunterstützung der Händler, Beratung, Garantieabwicklung
- Ersatzteil-Absatzplanung, Disposition, Beschaffung, Lagerhaltung
- Ersatzteil-Vertrieb, Preislisten auf Fichen oder CD-Rom, Beratung, Reparatur-Austausch

„Sonderfall Schweiz“

Alle Dokumente und das Personal 3-sprachig
Gleiche Sortimente aber nur 1/10 bis 1/20 Absatzchancen wie in D, F, I
Dienstleistungsniveau auf höchster Stufe
Höchste Dichte an Vertriebs- und Service-Stellen
CH-Lohn- und Kostenniveau

Traktorenmärkte 1998 in Frankreich, Deutschland und der Schweiz

Tabelle 4

	Frankreich	Deutschland	Schweiz
Traktoren-Populationen	1'200'000	1'770'000	110'000
Neu-Immatriculationen	38'000	27'500	2'450
Anzahl Marken	15	15	15
Anzahl Produzenten / Gruppen	9	9	9
Anzahl Regionalhändler	1'200	1'600	650
Durchschnittswerte:			
Immatricul. pro Marke	2'533	1'833	163
Immatricul. pro Produzent / Gruppe	4'222	3'055	272
Immatricul. pro Regionalhändler	32	17	4

verstanden, dass unsere Nahrungsmittelproduktion und -vermarktung nicht nur besser, sondern auch preiswerter werden muss. Unsere Landtechnik will einen Beitrag zur Steigerung der Konkurrenzfähigkeit der Landwirtschaft leisten. Sie ist dabei darauf angewiesen, dass die Landwirte ihr Angebot richtig und allumfassend beurteilen. Im Beschaffungsmarketing von Investitionsgütern, wie es Landmaschinen sind, geht es nicht primär darum, einen vordergründigen Preisvorteil zu erpressen, sondern um den Aufbau einer langfristigen Lieferantenpartnerschaft. Wer das als Kunde verstanden hat, macht die besten Einkäufe beim besten Partner. Nur wenn dieser auf Dauer mit Kompetenz,

vorzüglichem Service und gesicherter ErsatzteilverSORGUNG hinter der Maschine zu Diensten steht, geht die Schlussrechnung der Anschaffung auf.

Jedes Unternehmen hat zwei Märkte, den Absatzmarkt und den Beschaffungsmarkt (Grafik 6).

Es ist beeindruckend, wie schnell unsere Landwirtschaft und ihre Organisationen gelernt haben, wie sie sich auf den Absatzmärkten erfolgreich behaupten können. Qualität der Produktion, der Produkte und der Vermarktungsdienstleistungen sind anerkannte Schlüsselfaktoren. Ebenso wichtig für die Zukunftssicherung jedes Unternehmens ist der Beschaffungsmarkt. Gerade bei Investitionsgütern wie Land-

maschinen, die ein Landwirt ja nicht heute kauft und morgen verbraucht, ist die beste Kunden-Lieferantenpartnerschaft ausschlaggebend. Die langfristigen Aspekte sind für den Erfolg einer Anschaffung sehr wichtig.

den Markt weitergegeben werden können.

Der Schweizer Markt schrumpft weiter, hervorgerufen durch den Strukturwandel und alternative Mechanisierungslösungen in der Landwirtschaft. Unsere zu kleinen Landtechnik-Handelsstrukturen müssen gesundschrumpfen.

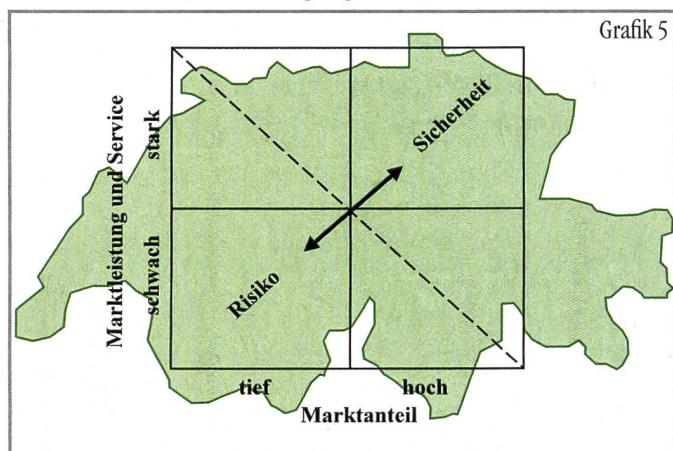
Nur diejenigen Importeure und Händler überleben, die gute Markt-leistungen erbringen und dem Technologiewachstum folgen können, denn unsere Landtechnik will einen Beitrag zur Stärkung der Landwirtschaft leisten. Die Landwirtschaft muss zusätzlich zu den Absatzmärkten auch im Beschaf-fungsmarkt langfristig zuverlässige Partner auswählen.

Zusammenfassung

Die gesättigten Märkte Nordame-rika und Westeuropa sind 1999 in eine Schrumpfungsphase eingetreten. Der Weltmarkt wächst aber weiter, ausgehend vom wachsenden Bedarf in neuen Märkten. Der Konzentrationsprozess in der Industrie geht weiter. Zusammen-schlüsse ermöglichen die Aus-schöpfung von Synergien, die an

Importeur- und Händlerselektion bei Sortimentszusammenlegungen

Grafik 5



Der Landwirtschaftsbetrieb als Glied der Nahrungsmittel-Wertschöpfungskette

Grafik 6

