

Zeitschrift: Landtechnik Schweiz

Herausgeber: Landtechnik Schweiz

Band: 62 (2000)

Heft: 4

Rubrik: Maschinenmarkt

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>

SMU-Fachtagung

Landmaschinenhandel im

Sandwich

Text und Bilder: Ueli Zweifel

Frischer Wind in der SMU

Nachdem die Schweizerische Metall Union und seine Mitglieder über einige Jahre ein schweres Erbe zu verwalten und zu sanieren hatten, präsentierte sich die Union heute wieder als zukunftsgerichtete Berufsorganisation von metallverarbeitenden Gewerbe- und Industriebetrieben. Im Rahmen der Reorganisationen wurde vor einem Jahr nebst anderen der Fachverband Metallhandwerk / Landtechnik FML in der SMU gegründet. Er soll die speziellen Interessen der Landmaschinenfachbetriebe von der Berufsbildung über die Technik bis zur Betriebsführung wahrnehmen und innerhalb der breit gefächerten Metallbranche besser bündeln und vertreten als früher.

Mit der Durchführung der Fachtagung Landmaschinenhandel 2000 ist dem Fachverband Landtechnik unter der Leitung des Zürcher Unternehmers Johann Jucker ein überaus positiver Wurf gelungen, der seine nachhaltige Wirkung in der Branche nicht verfehlten wird und zur Konsolidierung der neuen Strukturen beiträgt. Hoffentlich findet dessen Sekretär Marcel Rey für die nächste Veranstaltung wiederum so hochkarätige Referenten.



Sehr erfolgreiche Fachtagung:
Der Präsident des Fachverbandes
Metallhandwerk/Landtechnik,
Johann Jucker, hat da gut lachen.

Die alte Leier macht es uns immer wieder weis: im Vergleich zum benachbarten Ausland, gibt es in der Schweiz ein (zu) dichtes Händlernetz, das auf die Dauer nicht tragbar ist. Der Druck auf die Rentabilität ist offensichtlich, der Strukturwandel geht dennoch nur langsam und in der Regel im Zusammenhang mit einem Generationswechsel vorstatten. Die Unternehmer in den Landmaschinenfachbetrieben aber wollen den Kopf nicht in den Sand stecken, sondern die Zukunft in die Hand nehmen. Das tun sie im Familienbetrieb vielfach gemeinsam mit ihren Partnerinnen. Von daher erstaunte es an der Fachtagung, im Publikum keine einzige Frau zu finden.

Nicht weniger als 140 Sachverständige und Betriebsleiter sind zur stark beachteten Fachtagung «Landmaschinenhandel 2000 im wirtschaftlichen Veränderungsprozess zwischen Landwirtschaft und Industrie» nach Sursee geströmt. Dazu eingeladen hatte der Fachverband Metallhandwerk/Landtechnik im Schosse der Schweizerischen Metall-Union. Die Tagung stand unter Leitung von Johann Jucker, der in Neerach ZH eine Landmaschinenfachwerkstatt betreibt. Fazit der Tagung wie so oft: Viele Wege führen nach Rom, auf keinem aber ist es ein Spaziergang, wenn die Prospektivität längerfristig gesichert werden soll. Wer die Szene einigermaßen aufmerksam verfolgt, hat seine subjektiven Vorstellungen, wo es lang geht,

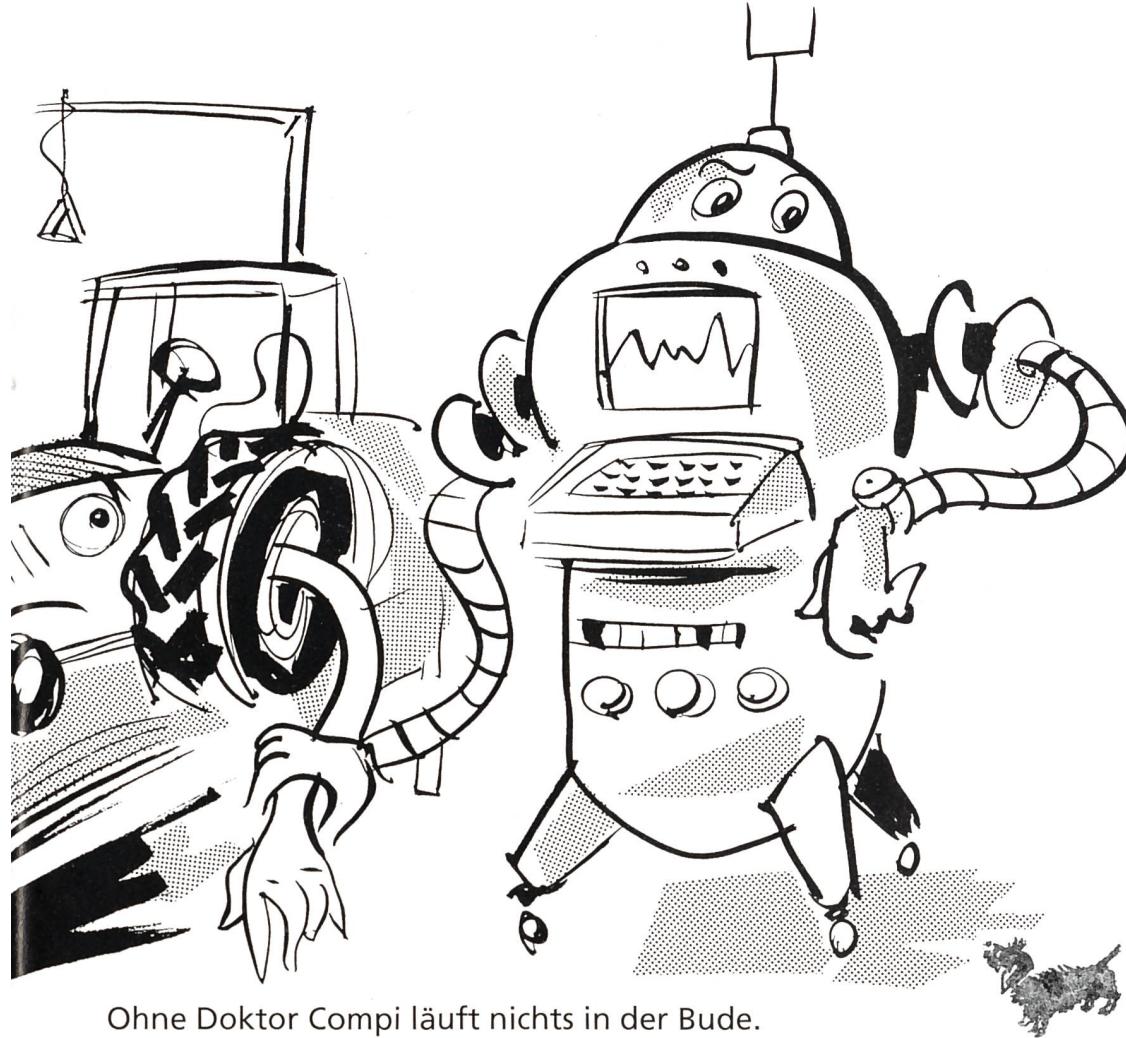


Diese zu objektivieren, war das Ziel der Fachtagung Landmaschinenhandel.

Die Randbedingungen der Branche: Die Sandwichposition zwischen Landmaschinenindustrie und Landwirtschaft. Angemessene Aktions- und Reaktionsmuster nach unten und oben werden das Rüstzeug sein, um betriebsbezogen die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Der Deckel

Gutes tun und davon sprechen, heißt eine Business-Weisheit. Die Manager in weltweit tätigen Firmen beherrschen hoffentlich beides, sonst sind nebst Teilen des Fussvolks sogar auch sie rasch vom Fenster. Gutes tun wird knallhart an den Umsatzzahlen, der Rendite und an den Aktienkursen gemessen, sprechen ist eine Frage des Marketings und der Werbung. Der Global Player John Deere ist für beide Komponenten ein gutes Beispiel und sein Sales Manager Europe **Christoph Wigger** trumpfte damit auf: «John Deere ist in den letzten Jahren



Ohne Doktor Compi läuft nichts in der Bude.

sehr erfolgreich gewesen und wird es bleiben». Dies die Botschaft von Wigger, die man ihm auch abnimmt. Man mag es auf den Top-Manager-Etagen der beiden andern Global-Player CNH und Agco und dem Leader in Europa, SDF, differenziert beurteilen und anders gewichten. Für sein Unternehmen konstatiert Wigger die Notwendigkeit rational zu produzieren, um den Druck auf die Produktionskosten aufzufangen:

- Lohnunternehmer und andere Formen der überbetrieblichen Zusammenarbeit übernehmen zunehmend die Aufgaben,
- neue Betriebs- und Bewirtschaftungssysteme werden ausprobiert.
- Die Professionalität der Kunden steigt.
- Die Zahl der Kunden sinkt stärker als das Investitionsvolumen.

Für die Informationsbeschaffung werde die Standortgunst zunehmend eine sekundäre Rolle spielen, sagte Wigger, denn überall

auf diesem Globus könne man mit relativ geringen Investitionen auf den Daten-Highway im Internet auffahren und sich über die neueste Landtechnik aus erster Hand, d.h. beim Hersteller, informieren. Mit einem grossen Fachwissen bei den Kunden konfrontiert, haben es die Importeure und Händler zunehmend schwer, auf der ganzen Breite des Verkaufsprogramms ebenfalls auf dem gleichen Wissensstand zu sein, geschweige denn einen Wissensvorsprung zu haben. Die Aufgabe werde doppelt kompliziert, weil die ganze Breite der Typenvielfalt im Rahmen der Full- und Longliner-Strategien der Grosskonzerne sehr viel grösser geworden ist und sich die Innovations- und Produktionszyklen zum Beispiel bei Traktoren von 8 auf heute 3 bis 4 Jahre verkürzt haben. Die Kadenz beim Schulungsaufwand kann sehr bald die Möglichkeit eines Unternehmens übersteigen. Nach Meinung von Wigger wird sich auch die Tendenz verstärken, unter Vermeidung von Streuverlusten, aufgrund der gespeicherten Daten von der Zentrale aus die einzelnen Kundensegmente in der Werbung sehr gezielt zu bearbeiten.

Die Suppe aber wird nicht so heiss gegessen

Die Landmaschinenwerkstatt aber hat den Trumpf der Kundennähe. Sie zeigt sich in den hervorragenden Serviceleistungen, in der prompten Belieferung mit Ersatzteilen und bei der Abwicklung von Garantiefällen. Neue Arbeitsmittel und Informationstechnologien stehen heute und in Zukunft zur Verfügung. Sie gehen dahin, dass Mess- und Regelsysteme in den Maschinen mit Mess- und Diagnoseapparaten korrespondieren, die in der Profi-Fachwerkstatt zur Verfügung stehen. Die eingebaute Software als Support der Herstellerfirma erkennt und speichert nicht nur die Daten jedes einzelnen Fahrzeugtyps, sondern auch die maschinenbezogenen Daten zum Beispiel im Hinblick auf frühere Reparaturen. Online-Verbindungen zum Hersteller perfektionieren das Diagnosesystem und werden in Zukunft bis auf die Maschine direkt Einfluss nehmen, ob sie nun in Bümpлиз oder Ougadougou nicht mehr richtig arbeitet. Das soll in der Baubranche schon heute nicht mehr nur Vision sein. Denn: Zeit ist Geld und diese Systeme sollen den professionellen Ser-

vice unterstützen und so dazu beitragen, die Standzeiten möglichst kurz zu halten. Kernpunkt des gesamten Vertriebs von Landmaschinen bleibe der Handel, stärkte der John Deere Manager das Selbstbewusstsein der Zuhörer. Die Beratungsfunktionen würden immer wichtiger und diese könnten nur von exklusiven, innovativ handelnden und motivierten Vertriebspartnern wahrgenommen werden. Sie seien allerdings gut beraten, die bereitgestellten Technologien in Marketing Kundendienst und Beratung offensiv zu nutzen, sagte Wigger.

Der Boden

Dies die eine Seite der Sandwich-Position aus der Sicht der Fachhandels. Die Landwirtschaft die andere: Von der Landmaschinen-Kundschaft zeichnete der Zürcher Bauernsekretär und **Nationalrat Ueli Maurer** ein differenziertes Bild: Die Direktzahlungen, das bäuerliche Boden-, Pacht- und Erbrecht sowie das Steuerrecht seien strukurerhaltend und würden dafür sorgen, dass sich die Gesamtzahl der Landwirtschaftsbetriebe kaum wesentlich zurückbilde.

Für die Einkommenssicherung werden die Betriebsleiterfamilien aber vermehrt gezwungen sein, die Erwerbsmöglichkeiten vermehrt ausserhalb der Landwirtschaft zu suchen, so dass sich die Zahl der Zu- und Nebenerwerbsbetriebe vergrössere. Später, in zehn, fünfzehn, zwanzig Jahren, in der Regel im Rahmen eines Generationswechsels, sei dann mit der Aufgabe von Nebenerwerbsbetrieben zu rechnen.

Grundsätzlich müsse sich der Landmaschinenfachhandel auf die drei Betriebsgruppen **Haupt-, Zuerwerbs- und Nebenerwerbsbetrieb** einstellen und ihren spezifischen Bedürfnissen nach Maschinenerneuerung, Wartung und Instandstellung gerecht werden.

Die Verschiebung zum Neben- und Zuerwerbsbetrieb ist die eine Strategie, um Geld und Zeit zu verdienen; die andere, um das gleiche zu sparen, zielt auf die beschleunigte Spezialisierung und auf die Tendenz zur überbetrieblichen Mechanisierung im Profibetrieb (landwirtschaftliches Unter-



140 Zuhörer an der Fachtagung Landmaschinenhandel 2000 der SMU ist das eine Indiz für deren objektiven Erfolg, das andere augenfällig: das hohe Mass an Aufmerksamkeit.

nehmen, Lohnunternehmen, Maschinenringe, genossenschaftliche Kooperationen). Es werden weniger Maschinen für den Einzelbetrieb angeschafft, dafür eher teure und technisch anspruchsvolle für die überbe-

triebliche Nutzung. Für letztere muss der professionelle Wartungs- und Reparaturdienst mit Unterstützung des Herstellers und Importeurs sichergestellt werden.

Qualität statt Quantität beim Maschi-

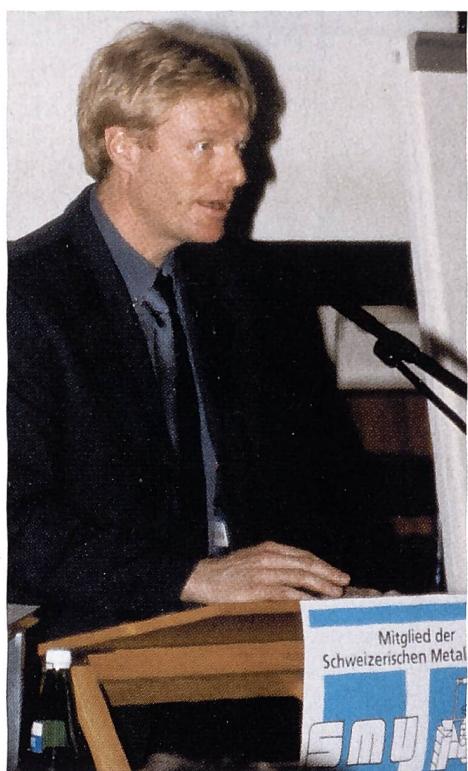
nepark, mehr Know-how, mehr Effizienz, mehr Ökologie, mehr perfektionierte Technik werden zwar zu einem höheren Preis eingekauft. Umgelegt auf Hektaren und Betriebsstunden, soll sich dieser aber lohnen. Dadurch verstärkt sich für den Landmaschinenhändler der Bedarf sowohl nach fundierter Sachkompetenz und Spezialkenntnissen als auch in bezug auf den professionellen Auftritt, verbunden mit der Vermittlung eines ganzen Dienstleistungspaketes.

Wer schafft den Spagat?

Der Kostendruck in der Landwirtschaft habe zur Folge, dass auch der Druck auf die Margen unvermindert anhalte, vertrat Maurer die Sicht der Bauern. Wenn der Landmaschinen-

händler darauf durch Spezialisierung und Rückbesinnung auf das Kerngeschäft reagiere, könne sich das auch als Bumerang erweisen, will doch der Kunde bei «seinem» Händler in der Regel auch weitere Maschinen und Geräte kaufen. Und wenn dies nicht möglich ist, werde die Kundenbindung, heute vielleicht noch ein kostbares Gut, morgen erst recht ausgeöhlt. – Der Spagat für den Landmaschinenfachbetrieb ist unvermeidlich. Ungemach für die Fachwerkstätte drohe auch daher, dass Junglandwirte, viele von ihnen haben sogar eine Landmaschinenmechanikerlehre gemacht, einfache Unterhalts- und Reparaturarbeiten für gutes Geld selbst an die Hand nehmen, vor allem nachdem im revidierten Raumplanungsgesetz gewisse Nutzungsbeschränkungen in der Landwirtschaftszone aufgehoben worden seien. Dennoch – der Landmaschinenfachhändler muss auch auf diese weniger anspruchslose Kundschaft Rücksicht nehmen, dann könne es ihm auch eher gelingen, die Produktpalette auf Bereiche auszudehnen, die nicht mehr direkt der Landwirtschaft zuzuordnen sind.

Entscheidend über Erfolg oder Misserfolg werde zunehmend das gesamte Dienstleistungspaket des Händlers, resümierte Ueli Maurer.



Jürg Fischer überbringt die Grüsse des Schweizerischen Verbandes für Landtechnik. Er dankte für die sehr gute Arbeit, die in gemeinsamen Arbeitsgruppen und Teams von den Fachleuten der BUL, der FAT, der SMU und des SVLT zugunsten des landwirtschaftlichen Straßenverkehrs geleistet worden ist und wird. Dabei erwähnte er u. a. die Standardisierung der Prüfverfahren bei hydraulischen Bremsystemen, die klare Informationspraxis über Tempo 40, die Schulungskurse «Fabrikurs G40» und «Profis fahren besser». Eine Kurzinformation galt auch den Bestimmungen aus der Verordnung zur LSAV betreffend die gewerbliche Nutzung von Traktoren.

Kräftebündelung

Der Landmaschinenfachhändler in der Sandwichposition: das Eingeklemmte ist dort am besten, wo die Kundenbedürfnisse in ihrer Gesamtheit aufgehoben sind.

Die Aufgaben für die Fachwerkstatt sind und werden in Zukunft alles andere als leicht sein – und die Konkurrenz unter den Mitbewerbern nicht minder. Wie überall im Leben wäre es das Dummste, den Kopf in den Sand zu stecken oder sich ins Schneckenhaus zurückzuziehen. Nein – es muss die Strategie jedes echten Unternehmers sein, einerseits auf den eigenen Kräften und Ressourcen aufzubauen, andererseits aber die Unterstützung der Berufsorganisation und allenfalls von spezialisierten Beratungsfirmen in Anspruch zu nehmen und vor allem: «die Kräfte zu bündeln».

Kräftebündelung ist ein beliebtes Stichwort des Landtechnikautors und Wirtschaftsberaters **Wolfgang Kutschenschreiter**. Sein Part an der Ta-

gung in Sursee bestand darin, der Zuhörerschaft Mittel und Wege aufzuzeigen, wie unter den sich verändernden Erwartungen aus der Sicht der Hersteller einerseits und aus der Sicht der Landwirtschaft andererseits das eigene Unternehmen zukunftsorientiert durchleuchtet und auf Erfolgskurs gebracht werden kann. Unter Umständen braucht es erfahrene Beratungskräfte, um die Stärken und Schwächen von aussen objektiv zu beurteilen und um die erfolgversprechendsten Strategien für die betriebliche Entwicklung vorzuschlagen. – Und wenn die oben fusionieren, was das Zeug hält, so wird das unten nicht ohne Folgen bleiben. Derjenige, der mehr Ressourcen und den längeren Atem hat, überlebt, der andere verschwindet von der Bildfläche. Aber es gibt doch hoffentlich auch Wege der Zusammenarbeit und Ergänzung, d.h. die berühmte Win-Win-Situation.

Eine weitere Botschaft der Tagung: Nutzt die Dienstleistungen der Branchenorganisation SMU und des Fach-

verbandes Metallhandwerk/Landtechnik: In einem Betriebsvergleich, zu dem sich die Unternehmen bei der SMU anmelden können, werden die durchschnittlichen Kenngrößen wie Mitarbeiterzahl, Umsatz, Effizienz, Gewinn usw. ermittelt, so dass die Positionierung des eigenen Unternehmens erkennbar wird. Der Vergleich könnte zum wichtigen Arbeitsinstrument für die Betriebsführung werden, sagte der **SMU-Zentralpräsident Emil Weiss, Steckborn TG**.

Lobby für die Fachwerkstatt

Zu guter Letzt kamen an der Tagung auch die internationalen Beziehungen und Zusammenschlüsse zum Tragen: Derzeit sind 14 Verbände aus 13 Ländern im CLIMMAR, dem europäischen Verband des Landmaschinenhandels und -handwerks, organisiert. Die Schweiz ist darin durch die Delegierten des Fachverbandes Metallhandwerk/Landtechnik SMU direkt vertreten. Ziel ist es, die nationalen und internationalen Händler-

interessen zu bündeln und sich damit bei der Landmaschinenindustrie und bei den Importeuren mehr Gehör zu verschaffen. Dafür sollen zum Beispiel sogenannte nationale Fabrikats- oder Händlervereinigungen ins Leben gerufen werden. Mit dem Mandat einer ganzen Händlerschaft ein und derselben Marke im Rücken, könnten diese als Vertragspartner von fusionierten Grossunternehmen ebenbürtiger auftreten. Die Interessen des Herstellers und auch des Importeurs gehen nicht immer Hand in Hand mit denjenigen des Händlers an der Verkaufsfront, und das Geschäftsverhältnis kann mitunter spannungsreicher sein als man meint. Das ist aus dem Sachverhalt eigentlich gut verständlich, aus landwirtschaftlicher Sicht aber vielleicht doch weniger bekannt. Dennoch: trotz des wirtschaftlichen Drucks wird es in der Branche doch schwer fallen, sich in einer neuen Lobby nach dem Vorbild der Automobilbranche zu organisieren.

Fahrkurs G40: 2 Tage bzw. 20 intensive Lektionen

Kurskosten	Fr. 490.–
Rückerstattung	
Fonds für Verkehrssicherheit (am Ende des Kurses)	– Fr. 60.–
Netto	Fr. 430.–

Auskunft und Anmeldung:

Schweizerischer Verband für Landtechnik
Ausserdorfstrasse 31, 5223 Riniken
Telefon 056 441 20 22
Fax 056 441 67 31
www.agrartechnik.ch
E-Mail: zs@agrartechnik.ch

