

Zeitschrift: Landtechnik Schweiz

Herausgeber: Landtechnik Schweiz

Band: 64 (2002)

Heft: 3

Artikel: Die dritte Kraft : CLAAS+AGCO+SDF

Autor: Kutschchenreiter, Wolfgang

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1080739>

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: 03.02.2026

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

Zwei gigantische Unternehmen CNH und Deere geben auf dem Landtechnikmarkt weltweit den Ton an. Aber die beiden mittelgrossen, hauptsächlich in Europa tätigen Firmen CLAAS und SDF sowie die Zusammenschlüsse unter dem amerikanischen AGCO-Dach werden auch in Zukunft ein gewichtiges Wort mitreden. Vernetztes Handeln wird dabei ein zunehmend wichtiger Erfolgsfaktor.

Die dritte Kraft CLAAS+AGCO+SDF

Autor: Wolfgang Kutschenerreiter,
Gailingen am Oberrhein

Die wesentlichen Impulse der weltweiten Traktoren- und Grossmaschinensparte der Landtechnik gingen 2000 und 2001 von den Weltmarktführern CNH und Deere aus:

CNH hat die Branche an der Wende zum Jahr 2000 mit dem Zusammenschluss von Case und Steyr mit New Holland bewegt. Seither arbeitet CNH an der Konsolidierung der Produktionsstandorte und an den künftig gemeinsamen Produktplattformen. Der Konzern hat sich auch einer verstärkten Innovationskraft, wie am Beispiel der CX-Mähdrescherbaureihe erkennbar, und der zukunftsgerichteten Festigung der Vertriebswege auf zwei Schienen verschrieben.

Trotz kritischer Marktsituation für den Gesamtkonzern setzte John Deere 2001 seiner landtechnischen Innovationskampagne unter dem Motto «take command» mit einer Vielzahl von Produktneuheiten die Krone auf.

Ganz nebenbei entstand im Fahrwasser der CNH-Desinvestitionen unter der Regie der italienischen Argo-Gruppe nebst Landini mit den Marken McCormick und

Laverda eine neue Gruppierung. Und auch diese Gruppe hat grosse Ambitionen für die Zukunft.

Die Umsatzriesen

Ein Blick auf die Umsatzrangfolge der weltweit oder europäisch grössten Landtechnikanbieter (Abbildung Seite 32) genügt jedoch zur Ver deutlichung, dass zwischen den Umsatzgrössen der beiden Weltmarktführer John Deere und Case + New Holland und allen weiteren Herstellern eine grosse Lücke klappt. Die Unternehmen vom dritten bis zum neunten Platz unserer Übersicht zusammengekommen, erzielen gerade einmal die Umsatzgrösse eines der beiden Kopf-an-Kopf-Marktführer. Das sagt zunächst einmal nichts über die potenzielle Ertragskraft dieser Unternehmen aus.

Behauptung: Umsatzgrösse und potenzielle Ertragskraft zusammen genommen, haben in der Sparte Traktoren, Mähdrescher und Feldhäcksler einen direkten Bezug zur möglichen Reichweite des Unternehmens bei der globalen Markt durchdringung mit innovativen Produkten für geografisch segmentierte Märkte.

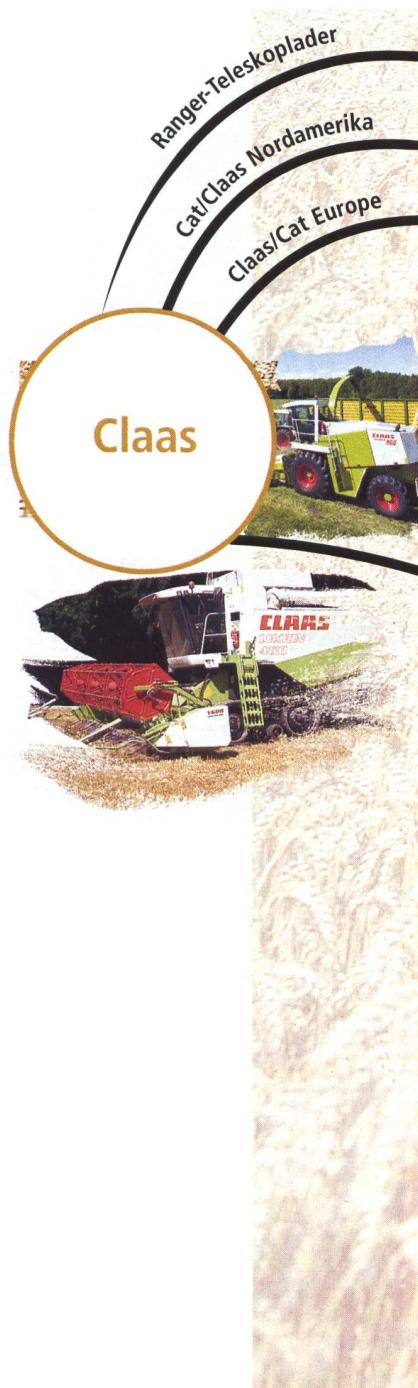
Die Vernetzung der Unterneh men durch Kooperationen, Al

lianzen und Joint Ventures, die wir in unserer *Grafik rund um Claas, Caterpillar, Agco und die Same/Deutz-Fahr-Gruppe* aufzeigen, bestätigt diese Behauptung. Alle Querverbindungen dieser Unter nehmen, einschliesslich der neuen Vereinbarung betreffend Übernahme der neuen Challenger-Generation durch Agco, dienen

- zur gemeinsamen Nutzung und Weiterentwicklung von Technologien,
- zur Auslastung von Produktionsstätten und
- zur Erschliessung weiterer Märkte durch gemeinsame Nutzung von Vertriebswegen oder durch Mehrmarkenstrategie ähnlicher bzw. gleicher Produkte unter verschiedenen Marken.

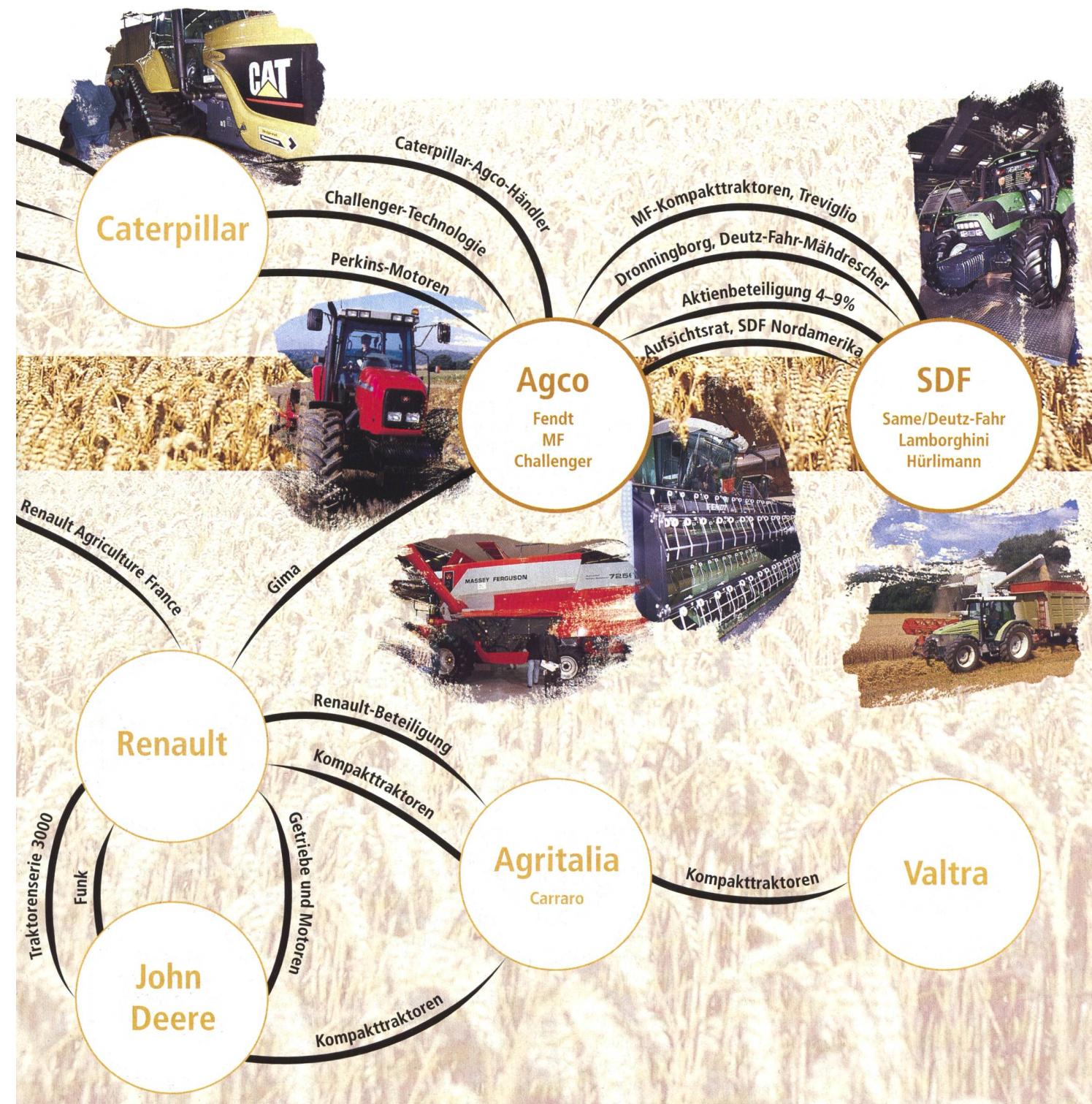
Agco: zwei Allianzen mit SDF-Gruppe und Caterpillar

Allianz 1: 2000/2001 verstärkte der Agco-Konzern seine Allianz mit der SDF-Gruppe kräftig: Nach Interessententrennung zwischen Landini und Agco liefert das Same-Werk Treviglio (Italien) seit Ende 2000 kompakt-Traktoren für die Agco-Marke Massey Ferguson – mit mittelfristiger Aufstockung bis zu jährlich





Allianzen und Kooperationen im Einzugsbereich von Claas, Agco und SDF



3000 Einheiten. Im Gegenzug begann 2000 die Fertigung der unteren Deutz-Fahr-Mähdrescher-Baureihe im Agco (Dronningborg) Werk Randers (DK). Agco-Chairman Robert Ratliff wurde Chairman der SDF Nordamerika, und SDF stockte die Aktienanteile an Agco auf rund 10% auf. Kürzlich allerdings wurde gemäss einer Pressemeldung dieser Anteil auf 4,9% reduziert. Die Agco-Aktien zeigten innerhalb von drei Monaten einen Wertanstieg von 80%!

Allianz 2: Im Dezember 2001 gaben Agco und Caterpillar ihre neue Kooperation bekannt. Sie beinhaltet: Agco übernimmt das Challenger-Traktorenwerk in De Kalb, Illinois USA, sowie die weltweite Vermarktung ab der neuen Serie MT 700/MT 800 und bezieht von Caterpillar Komponenten und Know-how. Im Gegenzug hat Agco für den Challenger und auch für Agco-Landtechnik Zugang zu Händlern des Caterpillar-«Agricultural»-Vertriebsnetzes. Der Challenger wird dabei weiterhin unter der Marke Caterpillar vermarktet. Weitere Einzelheiten hierzu wurden zwischenzeitlich bekannt: Dem

neuen Challenger MT 700 (185 bis 255 PS) im Frühjahr 2002 soll im ersten Halbjahr die Baureihe MT 800 (220 bis 250 PS) folgen. Agco übernimmt in De Kalb rund 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und zusätzlich Angestellte, die auf der CAT-Gehaltsliste bleiben. Agco behält sich einen möglichen Umzug der Montage von De Kalb in das neue Werk für Feldspritzgeräte in Minnesota oder in ein anderes Werk vor.

Die börsennotierte Agco Corporation sieht ihre Kernkompetenz in der Endfertigung (Assembly) und in der weltweiten Vermarktung von Landtechnik. Fast 60% des Umsatzes werden allein in Europa erwirtschaftet.

Caterpillar-Landmaschinensparte: Wohin führt der Weg?

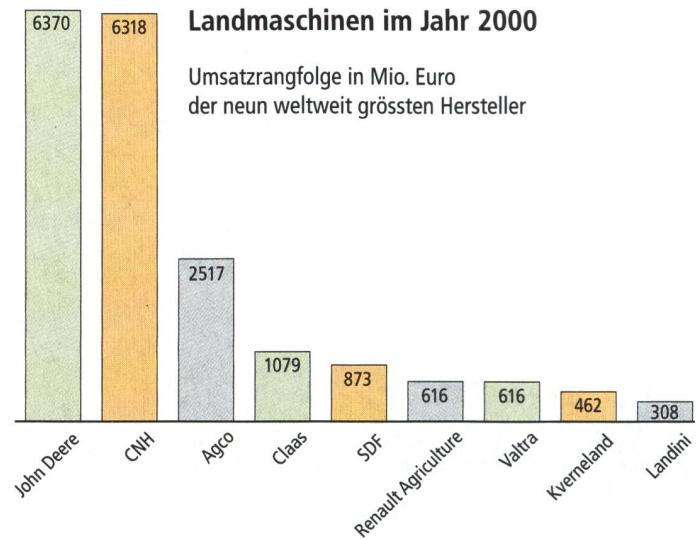
Die Caterpillar-Landmaschinensparte trägt weniger als 3% zum Jahresumsatz von insgesamt 20 Mio US\$ dieses Baumaschinen-Weltmarktführers bei. Verschiedene Aussagen deuten daraufhin, dass der Deal mit Agco für CAT zwar ein Schritt zur Stärkung der Landtechniksparte sei. Nichtdestotrotz hat sich das Unternehmen aber mit dem Wegfall der Endmontage und der Vermarktung von diesem Business entfernt. In einigen Weltregionen wie Nordamerika und Asien wird das CAT-Vertriebsnetz den Agco-Landmaschinenvertrieb unterstützen. Auch in anderen zukünftigen Wachstumsregionen wie Osteuropa könnte der Challenger ein Voreiter für Agco sein.

Zur künftigen Rolle der Claas-Caterpillar Europe, dem europäischen Vermarkter des Challengers – im 50:50-Joint-Venture zwischen den beiden Unternehmen – wurde jetzt bekannt, dass Claas den 50-Prozent-Anteil von CAT zurückkauft und die europäische Joint-Venture-Gesellschaft aufgelöst wird. Claas habe im Weiteren mit Agco-Verhandlungen aufgenommen, um auch zukünftig die

Mähdruschmarkt Westeuropa Saison 2000/2001

In Klammer Marktanteil in Westeuropa.
Allianzen in Fertigung und Entwicklung sind für europäische Hersteller mit Marktanteilen unter 10% ein Gebot der Wirtschaftlichkeit.

Marke	Stückzahl	
Claas	2639	(36%)
New Holland	1833	(25%)
Case	440	(6%)
John Deere	1246	(17%)
Deutz Fahr	513	(7%)
Massey Ferguson	440	(6%)
Andere (geschätzt)	220	(3%)
Total	7331	



Landmaschinen im Jahr 2000

Umsatzrangfolge in Mio. Euro
der neun weltweit größten Hersteller

Claas-Händler und -Kunden in Großbritannien und Italien mit der neuen Produktpalette in grüner Claas-Farbe und unter dem Markennamen Claas exklusiv zu bedienen. In beiden Märkten seien die Challenger besonders erfolgreich, heißt es in einer Pressemeldung.

Claas wird weiterhin in Nordamerika über das CAT-Händlernetz Mähdrescher verkaufen, und zwar auch unter der Markenbezeichnung «Caterpillar». Caterpillar/Claas America, das Joint Venture zur Vermarktung des Lexion in Nordamerika, eröffnete erst am 27. August 2001 das neue Mähdrescherwerk in Omaha/Nebraska, in dem 100 Angestellte sieben Lexion-Modelle zwischen 250 PS bis zu 400 PS für diesen Markt produzieren sollen. 50 Mio. US\$ wurden in dieses Werk investiert. Drei Modelle sollen mit dem Mobil-trac-Fahrwerk (Gleisbandfahrwerk) ausgestattet werden, und alle Modelle sind mit APS (Accelerated Pre-Separation) Druschsystem versehen.

Agco-Allianz mit Same-Deutz-Fahr-Gruppe: Unter welchen Vorzeichen steht sie?

Wichtigster Architekt der 2000/2001 geschmiedeten Allianzen war Dr. G. Hampel, der im ersten Halbjahr 2001 vom neuen Verwaltungsratsvorsitzenden Bördi abgelöst wurde. Die SDF-Gruppe ist ein fami-

lien geführtes Unternehmen unter der Regie der Eigentümerfamilie Carozza, die in der Diskussion ihrer strategischen Absichten Zurückhaltung übt.

Von der Sache her sind die vereinbarten Kooperationen gut fundiert:

- Die Traktoren-Zulieferungen für Agco/MF sind tragfähig unter der Voraussetzung, dass Same diese Produkte in der erwarteten Qualität und zum richtigen Preis fertigt und liefert.
- Eine Fertigungskooperation im Bereich der Mähdrescher ist zwingend notwendig, so weit Deutz-Fahr als «Longline» (Technologie und Breite der Produktpalette im Mähdrescherbau) weiter geführt werden soll.

Weder für die Marke Fendt, MF noch Deutz-Fahr rechnet sich eine eigenständige Mähdrescherfertigung, wenn man Spitzenprodukte für einen Weltmarkt von nicht mehr als 25 000 Stück entwickeln und fertigen will. Gleicher gilt für den selbst fahrenden Feldhäcksler, mit einem noch begrenzteren Weltmarkt von rund 2500 Einheiten.

Die Same/Deutz-Fahr-Gruppe vermarktet außerhalb von Europa nur rund 10% ihrer Produkte. Rund 75% des Umsatzes werden von den Traktorenmarken Same, Deutz-Fahr, Lamborghini, Hürlimann und Same-Greaves erwirtschaftet. Nur 5% kommen aus dem Mähdreschergeschäft. Die restlichen 20% sind Ersatzteile, Zubehör und «Anderes».



Der Weg des Erntespezialisten Claas in die Welt

Ähnlich wie die SDF-Gruppe wird der Umsatz der Claas-Gruppe zu rund 90% in Europa generiert. Hier glänzt der Ernte-Marktführer mit Marktanteilen von rund 36% bei Mähdreschern oder gar 50% bei Feldhäckslern. Auch in Richtung Osteuropa hat Claas besondere Stärken entwickelt, und zum Sprung nach Nordamerika hat das Unternehmen mehrmals angesetzt, zuletzt mit dem Mähdrescher im Joint Venture mit Caterpillar. Ein echter Durchbruch ist hier jedoch bislang ausgeblieben. Der nordamerikanische Mähdreschermarkt ist etwa gleich gross wie der europäische, jedoch mit wechselnden Höhen und Tiefen. Hier haben jedoch Deere, Case und New Holland dominierende und gefes-

tigte Positionen. Beim Feldhäcksler konnte Claas in Nordamerika mit einem eigenen Vertriebsnetz punkten und sieht sich dort sogar als Marktführer in diesem begrenzten Segment. Zusätzlich zum Feldhäcksler ist Claas in Europa auch Fulliner in der gesamten Futtererntekette und nimmt hier einen festen Platz ein.

In der Gestaltung der europäischen Vertriebswege schlägt Claas jetzt konsequent den Weg exklusiver Partnerschaften ein, um die professionelle Beratung und Betreuung der hochpreisigen High-Tec-Produkte sicherzustellen. Dabei taucht immer wieder die Frage nach dem Radschlepper auf, den ein exklusiver Vertriebspartner in seinem Gesamtangebot braucht. Hierbei hat man sich bisher vor allem auf Traktorenspezialisten wie Renault und Valtra abgestützt. In

der letzten Zeit sind aber auch Partnerschaften mit namhaften Deutz-Fahr-Traktoren-Händlern entstanden.

Für das kollegiale Team der Claas-Führungsgesellschaft mit vier Geschäftsführern sind also zwei wichtige strategische Fragen für die Weiterführung des in den letzten Jahren sehr erfolgreichen Familienunternehmens unter der Regie des Aufsichtsratsvorsitzenden Helmut Claas zu beantworten:

- Welche Antwort hat man für die Frage eines dauerhaften Vertriebsnetzes bei Challenger und Radschlepper?
- Wie kann der amerikanische Mähdreschermarkt erfolgreich angepackt werden?

Hierüber werden zurzeit Gespräche mit Caterpillar, Agco und anderen geführt.

Vernetztes Denken in neuer Dimension

So weit die Fakten zum heutigen Stand des Netzwerkes, das zwischen Claas, Caterpillar, Agco und SDF zur Lösung jeweils spezifischer Engpässe im offenen Dialog gesponnen wird. Die globalen Trendbeobachter gehen davon aus, dass der Netzwerkgedanke zu einem schrittweisen Gestaltwechsel aller erfolgreichen Unternehmen wird. Austausch von Information und Wissen wird zur Triebkraft von Produktivität und Innovation und ermöglicht die flexible Lösung von immer wieder neuen Aufgaben in einem sich schnell verändernden Umfeld. Die globale Landwirtschaft erfordert zur Bewältigung ihrer hoch gesteckten Aufgaben in der Ernährung einer wachsenden und zunehmend anspruchsvollen Weltbevölkerung intelligente Techniklösungen. Vor allem in den technisch hoch entwickelten Märkten braucht künftig jeder landwirtschaftliche Betrieb, für sich allein oder in gemeinsamer Maschinennutzung, eine massgeschneiderte Verfahrenskette für eine optimierte landwirtschaftliche Erzeugung.

Die Chance dieser vier Unternehmen liegt darin, sich im verstärkten Austausch von Wissen und ihren jeweils spezifischen Ressourcen dieser Zukunftsaufgabe zu stellen. Dies gelingt,

- wenn die Managements der Familienunternehmen Claas und Same die Weitsicht und die kommunikative Energie für die konsequente Ausdehnung der Vernetzung ihrer Unternehmen aufbringen, und
- wenn ungekehrt die Führungskräfte der globalen Akteure Caterpillar und Agco das besondere Fingerspitzengefühl für diese Familienunternehmen aufbringen.

Voraussicht, Gestaltungswillen, Ausdauer und der Dialog auf gleicher Augenhöhe gehören von allen Seiten dazu. Der immer stärkere Druck der Märkte wird so oder so für Veränderung sorgen! ■

DIE «DRITTE KRAFT»

Was wäre der konkrete Nutzen für die zukunftsgerichtete Landwirtschaft aus der stärkeren Vernetzung der drei Landtechnikakteure, die heute im globalen Landtechnikmarkt an dritter, vierter und fünfter Stelle stehen?

In der Erntetechnik könnte Claas das Leitunternehmen werden, das auch für die Agco-Marken MF und Fendt und die SDF-Marke Deutz-Fahr und deren Kundenansprüche in der Getreideernte und in der Futterernte entwickelt und produziert. Daraus würde eine Umsatzgrösse entstehen, die auch im globalen Zusammenspiel Bestand hätte.

In der Traktorentechnik können Agco und die Same/Deutz-Fahr-Gruppe aus einem gewaltigen Technikpool schöpfen, der die High-Tec- und die LowTec-Segmente für alle unterschiedlichen regionalen Traktoren-Kategorien abdeckt – Kompakttraktoren, Universaltrakt-

toren im mittleren Segment, Ackerbautraktoren aller PS-Klassen, Raupenschlepper aller Klassen, bis hin zu Systemtraktoren. Man vergenwärtige sich, welche Marke in jeder dieser Kategorien und Segmente Weltklasse hat. Und alle nur erdenklichen Getriebearbeiten sind drin! Unter Hilfestellung des Caterpillar-Vertriebsnetzes an punktuellen Schwachstellen in Nordamerika und Asien, würden Agco und SDF-Gruppe alle Weltregionen bestreichen, vor allem sehr intensiv im gesamten West-, Nord- und Südeuropa. Auch in Richtung Osteuropa sind viele Ansätze da.

In Elektronik und intelligenter Technik wäre mit Agco Fieldstar als Marktführer in der GPS-Technologie und Claas Agrocom als führendem Anbieter landwirtschaftlicher Software, zumindest für Europa, eine herausragende IT-Plattform übergreifend für die gesamte Traktoren- und Erntetechnik innerhalb dieses Netzwerkes verfügbar.

Caterpillar könnte in diese «dritte Kraft» zunehmend eingebunden sein über die Lieferung von Komponenten, Technologie und Kapital. Kapital fliesst immer dahin, wo die besten und kreativsten Köpfe sind, die Wissen bündeln und in neue Werte verwandeln. Das gilt auch für die Landtechnik, und das wurde von Deere und CNH in jeweils unterschiedlicher Konstellation bereits vorgemacht.

Die «dritte Kraft», deren Anfänge wir in dem hier durchleuchteten Netzwerk sehen, kann sich also durch weitere Vernetzung formieren. Voraussetzung dazu ist eine strategisch ausgerichtet Unternehmensführung. Noch können die drei landtechnischen Akteure Claas, Agco und SDF ohne Sachzwänge handeln. Darin sind sie bislang sehr erfolgreich. Der Grundstein für globales Handeln ist gelegt – jetzt kommt es auf die Fähigkeit der führenden Köpfe an, in einer nochmals neuen Dimension zu denken und zu agieren!