

**Zeitschrift:** Landtechnik Schweiz  
**Herausgeber:** Landtechnik Schweiz  
**Band:** 70 (2008)  
**Heft:** 5

**Artikel:** Traktorenmarkt : Wettbewerb um Glanz und Gloria  
**Autor:** Kutschenreiter, Wolfgang  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1080472>

### **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>**



# Traktorenmarkt: Wettbewerb um Glanz und Gloria

**2007 hat sich der westeuropäische Traktorenmarkt auf hohem Niveau gehalten. Mit 168 016 Zulassungen im Vergleich zu 164 478 in 2006 beträgt der Zuwachs 2,2% gegenüber dem Vorjahr. Das liegt deutlich über den Mittelfristprognosen zu Beginn dieses Jahrzehnts und über den Erwartungen der meisten Marktteilnehmer. Zusätzlich ist ein deutlicher Trend hin zu stärkeren PS-Klassen zu verzeichnen, sodass die Umsätze noch stärker gestiegen sind als die Stückzahlen.**

Wolfgang Kutschenreiter,  
Gailingen am Hochrhein

Gestützt wird diese Entwicklung durch drei Tendenzen. Erstens hat sich das landwirtschaftliche Einkommen verbessert. Zweitens schafft die EU-Agrarpolitik (beziehungsweise die AP 2011 in der Schweiz) die Sicherheit, um geplante Investitionen auszulösen. Und drittens regen zukunftssträchtige Umstrukturierungen in den Landwirtschaftsbetrieben den Ersatz überalterter Technik durch moderne und leistungsstarke Maschinen an.

## Vergleich in Westeuropa: Die Stückzahlen

Der Markt in den 18 westeuropäischen Ländern (15 EU-Staaten zuzüglich Schweiz, Norwegen und Island) entwickelt sich nicht überall gleich (Tabelle 1). So haben beispielsweise von den fünf Ländern mit den grössten Verkaufszahlen Frankreich, Spanien und Grossbritannien in 2007, wenn auch in unterschiedlichem Masse, so doch stark zugelegt. Italien hingegen verzeichnete einen starken und Deutschland einen leichten Rückgang. Neu im Traktorenmarkt 2007 war der Umstand, dass sich gleichzeitig die Exportmärkte, namentlich in Osteuropa, mit dem Markt innerhalb der EU-Länder kumulierten, sodass es zu Lieferengpässen kam. Das setzt sich auch 2008 fort. John Deere und Fendt beispielsweise

erhöhen ihre Traktorenproduktion in Mannheim und Marktoberdorf nochmals um jeweils 10%. Dabei ist bereits die gesamte Jahresproduktion durch die Bestellungen von Händlern und Kunden in Deutschland und den Exportmärkten abgedeckt. Landtechnik ist ein hochwertiges Investitionsgut, das im Normalfall nicht mehr einfach ab Lager verfügbar ist – diese Erkenntnis muss sich im Markt noch festigen.

Von allen 18 untersuchten Ländern ist die Summe der gemeldeten Zulassungszahlen 2007 und 2006 bekannt (Tabelle 1). In Tabelle 2 sind die grossen Herstellergruppen in vier Schlüsselmärkten (ohne Grossbritannien) zusammengefasst. Leider gibt es kein europäisches Regelwerk für die Veröffentlichung der Zulassungen nach gleichartigen Standards.



## Obere Leistungsklassen: Die starke Zunahme

In Deutschland beispielsweise nahmen in 2007 die Zulassungen der Leistungsklasse von 201 PS bis 250 PS um über 100 % zu, d.h. von 1005 Traktoren (2006) auf 2073 Traktoren (2007). In der Leistungsklasse über 250 PS nahmen die Zulassungen um 42 % auf 1650 Traktoren (2007) zu. Im französischen Nachbarland stiegen die Zulassungen der Traktoren über 180 PS um 74 % auf 2811 Einheiten (2007) an. Die Spitzenreiter in diesen hohen Leistungsklassen sind vor allem John Deere und Fendt, gefolgt von Case IH und Claas.

## Ökonomie und Ökologie: Die Technik macht's möglich

Im Motorenbau bestimmen heute zwei gegenläufige Trends die Traktorenentwicklung:

Einerseits geht es um den gesetzlich verordneten Übergang zur EU-Abgasstufe III (= US Epos Tier 3) mit dem Ziel, die Stickoxid- und Kohlenwasserstoffemission zu senken. Schon zwischen 2011 bis 2014 folgt diesbezüglich die noch striktere und technisch noch aufwändigere Abgasstufe 4. Andererseits fordert die landwirtschaftlichen Praxis, den Treibstoffverbrauch angesichts zügig steigender Preise zu senken. In der Tat erhöht der jetzige Übergang von Tier 2 zu Tier 3 (für neue Grosstraktoren ab 100 kW bei vielen Traktorenmarken abgeschlossen)

den Kraftstoffverbrauch tendenziell um bis zu sechs Prozent, wenn nicht ein besonderer technischer Aufwand hinzu kommt. Durch aufwändige Common-Rail-Technik und elektronisch geregelte Hochdruckeinspritzung sowie gekühlte Abgasrückführung wird es möglich, den erhöhten Dieselerverbrauch zu reduzieren und sogar noch bis 3 % zu verringern. Diese Technik kostet sehr viel Geld. Damit gestartet sind die Hersteller, allen voran Fendt und John Deere, deshalb zunächst in den oberen Leistungsklassen. Die Energieausnutzung hängt darüber hinaus bekanntlich auch vom optimalen Zusammenspiel zwischen Motor, Getriebe und von der gesamten Kraftübertragung ab. Positiv wirkt sich, nebst der Komfortsteigerung, die Feinabstufung der Arbeitsgeschwindigkeiten in Lastschaltgetrieben bis hin zu den stufenlosen Getrieben aus.

Zunehmend werden Lenkhilfen oder autonome Lenksysteme eingesetzt. Sie erhöhen die Arbeitspräzision und sparen damit gleichfalls die Kraftstoffeffizienz. Alles in allem werden die Traktoren intelligenter, leistungstärker und teurer. Es gelingt aber auch, beispielsweise über eine den Boden schonende Bereifung und durch grosse Arbeitsbreiten, Ökologie und Ökonomie unter einen Hut zu bringen. In dieser Phase des Umchwungs beflügeln «Innovations-Investitionen» durch Lohnunternehmer und Landwirte den Traktorenmarkt.

## Tabelle 1: Traktorenmarkt Westeuropa Vergleich 2006 zu 2007

Quelle: «eilbote» sowie Statistiken der Länderverbände oder Veröffentlichungen der nationalen Fachpresse Die Kriterien für die Zulassungsstatistiken sind in den einzelnen Ländern unterschiedlich. Ländervergleiche können deshalb nur bedingt gemacht werden.

Land	2006	2007	Differenz %
Belgien	2 748	2 680	-2.5
Dänemark	3 110	3 479	11.9
Deutschland	29 009	28 469	-1.9
Finnland	4 172	4 245	1.7
Frankreich	27 388	29 129	6.4
Griechenland	3 518	4 170	18.5
Grossbritannien	14 944	17 089	14.4
Irland	4 221	5 029	19.1
Island	375	368	0.0
Italien	29 752	26 837	-9.8
Luxemburg	183	231	26.2
Niederlande	4 054	5 425	33.8
Norwegen	4 371	4 185	-4.3
Österreich	7 152	6 792	-5.0
Portugal	5 415	6 122	13.1
Schweden	4 238	4 465	5.5
Schweiz	2 129	2 060	-3.2
Spanien	16 605	17 241	3.8
<b>Westeuropa total</b>	<b>164 478</b>	<b>168 016</b>	<b>2.2</b>

Tabelle 2: Herstellergruppen in den vier Schlüsselmärkten Europas: Stückzahlen; % Marktanteil

Gruppe / Marken	Vergleich CH Stück, %	2007				2007 2006		2007/2006 Differenz in %
		Italien Stück, %	Frankreich Stück, %	Deutschland Stück, %	Spanien Stück, %	Vier-Länder-Total Stück, %	Stück, %	
<b>CNH</b>	<b>528; 25.7</b>	<b>6 104; 22.7</b>	<b>6 946; 23.8</b>	<b>4 258; 15.0</b>	<b>4 028; 23.4</b>	<b>21 336; 21.0</b>	<b>21 439; 20.9</b>	-0.5
NH, Case, Steyr								
<b>John Deere</b>	<b>307; 17.7</b>	<b>1 796; 6.7</b>	<b>5 547; 18.7</b>	<b>5 625; 19.8</b>	<b>5 224; 30.3</b>	<b>18 093; 17.8</b>	<b>18 124; 17.6</b>	-0.2
<b>Agco</b>	<b>483; 19.6</b>	<b>1 647; 6.1</b>	<b>7 676; 26.4</b>	<b>6 687; 23.5</b>	<b>2 074; 12.0</b>	<b>18 084; 17.8</b>	<b>17 279; 16.8</b>	4.7
MF, Fendt, Valtra, Challenger								
<b>Same Deutz-Fahr</b>	<b>460; 23.6</b>	<b>660; 24.6</b>	<b>3 248; 11.2</b>	<b>4 111; 14.4</b>	<b>1 937; 11.2</b>	<b>15 900; 15.6</b>	<b>16 353; 15.9</b>	-2.8
<b>Argo</b>	<b>74; 4.7</b>	<b>3 454; 12.9</b>	<b>1 262; 4.3</b>	<b>700; 2.5</b>	<b>940; 5.5</b>	<b>6 356; 6.3</b>	<b>7 199; 7.0</b>	-11.7
Landini, McCormick								
<b>Claas</b>	<b>127; 5.4</b>	<b>562; 2.1</b>	<b>4 048; 13.9</b>	<b>1 922; 6.8</b>	<b>433; 2.5</b>	<b>6 965; 6.9</b>	<b>7 019; 6.8</b>	-0.8
<b>6 Gruppen gesamt</b>	<b>1980; 95.9</b>	<b>20 167; 75.1</b>	<b>28 628; 98.3</b>	<b>23 300; 81.8</b>	<b>14 636; 84.9</b>	<b>86 734; 85.3</b>	<b>87 413; 85.0</b>	-0.8
<b>Sonstige</b>	<b>80; 4.1</b>	<b>6 670; 24.9</b>	<b>501; 1.7</b>	<b>5 166; 18.2</b>	<b>2 693; 15.1</b>	<b>14 942; 14.7</b>	<b>15 333; 15.0</b>	-2.6
<b>Gesamt</b>	<b>2060; 100.0</b>	<b>26 837; 100.0</b>	<b>29 129; 100.0</b>	<b>28 469; 100.0</b>	<b>17 241; 100.0</b>	<b>101 676; 100.0</b>	<b>102 745; 100.0</b>	-1.0



## Mehrmarken- oder Einmarkenstrategie: Das Für und Wider

Die Vorteile der Einmarkenstrategie lassen sich an den Beispielen John Deere und Claas erklären. Der Marktanteil bei John Deere hat sich in Westeuropa bei rund 18 % eingependelt. JD fährt zur Zeit die höchste Umsatzrendite unter den vergleichbaren Herstellern ein. Claas stellt unter Beweis, dass eine neue Produktlinie von der Markenausstrahlung profitiert. «Was in der Erntetechnik gut ist, muss auch bei den Traktoren gut sein», sagt sich der Claas-Kunde.

New Holland war europäischer Marktleader bis zu dem Zeitpunkt, als die Marke im Jahr 2000 in die neu formierten CNH-Gruppe eingegliedert wurde. Jetzt ist sie in Europa mit schätzungsweise 16 % Marktanteil Nummer Zwei, will aber wieder auf den ersten Platz.

In jedem Fall hat die Mehrmarkenstrategie historische Wurzeln. Dahinter steht immer der Wille, an Marktanteil zu gewinnen – entweder durch Fusion mit einem Wettbewerber (CNH), oder durch eine Reihe von Unternehmenszukaufen wie bei AGCO, SDF und ARGO.

Die renommierten Einzelmarken wurden innerhalb der vier Unternehmensgruppen weiter geführt, um die markentreuen Kunden bei der Stange zu halten. Mehrmarkenstrategie ist eine hohe Kunst und es braucht viel Fingerspitzengefühl für die Ausgestaltung der Produktplattform und Vertriebsnetze der involvierten Marken.

### Ausblick:

Ein Blick allein auf die Marktstatistik genügt nicht. Vielmehr muss man sich als Hersteller, Importeur, regionaler Händler, Lohnunternehmer oder Landwirt seine zukünftige Position im Markt dadurch sichern, dass man Trends und technische Entwicklungen frühzeitig erkennt. Die starke Nachfrage belebt den sehr vielfältigen Traktoren- und Landtechnikwettbewerb in Europa. Es bleibt keine Zeit, sich zurückzulehnen oder sich gar auf seinen Lorbeeren auszuruhen, sonst wird man überrundet.

Ein Überblick über die Platzierung der Einzelmarken in den 18 westeuropäischen Ländern zeigt Tabelle 3.

## Schlüsselmärkte und Herstellergruppen

Die Mehrmarkenhersteller nutzen das Potenzial ihrer Produktmarken je nach Zielgruppen und geografischen Gesichtspunkten. Deshalb kann man ihre Stärke und ihre Zukunftsperspektive am besten in der Übersicht ermessen. In der Tabelle 2 sind deshalb die für Europa repräsentativen Schlüsselmärkte «Italien», «Frankreich», «Deutschland» und «Spanien» für die sechs Herstellergruppen zusammengefasst, die in diesen Ländern 85% des Traktorenmarktes bestreiten. Diese vier Länder repräsentieren knapp zwei Drittel des westeuropäischen Traktorenmarktes.

John Deere hat sich im Jahr 2007 im europäischen Vergleich trotz grosser Ambitionen betreffs Marktanteilwachstum nicht weiter nach vorn bewegt. Trotzdem dürfte das Unternehmen im Umsatzvolumen bei den Traktoren wegen des steigenden Anteils in den oberen Leistungsklassen zugelegt haben. Auch in der Preisgestaltung ist John Deere an den oberen Rand des Preisbandes gerückt, was vor allem mit gestiege-

nen Herstellungskosten (Motortechnik, Stahlpreise usw.) begründet wird. In laufenden Jahr sollen die Preissteigerungen gemässiger ausfallen und die bessere Verfügbarkeit der neuen Produkte der 6030er- und 7030er-Baureihen soll wieder mehr Schwung geben. Als strategische Stärken bleiben ein sehr breit und tief gestaffeltes Produktangebot und ein straff geführtes und dicht geknüpftes europäisches Vertriebsnetz.



Tabelle 3: Die Länder und ihre Marken auf den vordersten Rängen

Land	Rang 1	Rang 2	Rang 3	Land	Rang 1	Rang 2	Rang 3
Belgien	NH	JD	Fendt	Italien	NH	Same	Landini
Dänemark	NH	JD	MF	Luxemburg	JD	NH	Fendt
Deutschland	JD	Fendt	Deutz-Fahr	Niederlande	NH	JD	Fendt
Finnland	Valtra	JD	MF	Norwegen	JD	MF	NH
Frankreich	JD	NH	Claas	Österreich	NH	Steyr	JD
Griechenland	Landini	NH	Claas	Portugal	NH	Kubota	JD
Grossbritannien	JD	NH	MF	Schweden	Valtra	JD	MF
Irland	JD	NH	MF	Schweiz	NH	JD	Fendt
Island	NH	MF	Valtra	Spanien	JD	NH	SLH



**CNH** sieht sich in seiner Strategie bestätigt, neuerdings seine Marken stärker zu differenzieren. Die Verkaufszahlen in den 18 Ländern – mit Ausnahme von Deutschland – zeigen, dass vor allem die Markenkombination Case IH/Steyr gut zulegen konnte. Das stark erneuerte Angebot bei New Holland und Case IH – bietet alle Voraussetzungen für eine Aufwärtsbewegung in 2008. Die grosse Herausforderung liegt jetzt im Vertriebsnetzaufbau und in der Markenführung in den europäischen Schlüsselregionen Frankreich, Spanien, England und Deutschland.



Bilder der Traktoren:  
Werkfotos und Archiv SVLT

**AGCO** zimmert weiter an der strategischen Ausrichtung seiner vier Traktorenmarken für Europa: Fendt hält die Nase vorn und festigt seinen Technikvorsprung mit dem Variogetriebe, der High-Tech-Ausstattung und mit seinem Vorstoss in die oberste Leistungsklasse. MF ist auf einem guten technischen Niveau in seiner Ausrichtung auf ein universelles, vielseitiges Angebot mit vie-

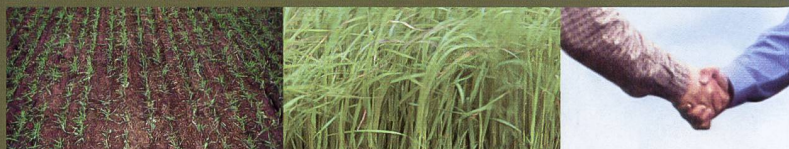
len Ausstattungsvarianten. Valtra baut seine Differenzierungsmerkmale weiter aus – beispielsweise mit der Weiterentwicklung der Sisu-Dieselmotoren oder der angekündigten Entwicklung einer eigenen stufenlosen Getriebevariante. Challenger ermöglicht der Unternehmensgruppe den Vorstoss in die Grossflächenlandwirtschaft bis in die Höchstleistungsklassen von 400 PS und mehr.





# Neue Horizonte erfahren

Mit Traktoren der neuen Serie 6030, von 83 bis 155 PS



## Bessere Rundumsicht

Durch die riesigen Frontscheibe und das Glasdach als Wahlausrüstung haben Sie Ihren Arbeitsbereich stets optimal im Blick. Nichts stört Ihre Sicht, auch nach hinten. Damit wird das Anhängen selbst grösster Anbaugeräte zum Kinderspiel.

## Neue Traktoren Serie 6030

Sie suchen nach einem leistungsstarken und komfortablen Traktor für Ihren Betrieb? Dann sind die neuen, äusserst vielseitigen Modelle der Serie 6030, mit ihren starken, neuen Motoren genau das Richtige für Sie.

Interessiert? Dann fragen Sie Ihren Vertriebspartner ganz in der Nähe. Er wird Ihnen gerne Auskunft geben, wie Sie neue Horizonte erfahren können.

### Matra

3250 Lyss  
1400 Yverdon  
6517 Arbedo  
7302 Landquart

Industriering 19  
Le Bey  
Via Cerinasca 6  
Weststrasse 5  
[www.matra.ch](http://www.matra.ch)

Tel. 032 387 28 28  
Tel. 024 445 21 30  
Tel. 091 820 11 20  
Tel. 081 300 05 80  
[www.johndeere.ch](http://www.johndeere.ch)



**JOHN DEERE**

Zuverlässigkeit ist unsere Stärke





**Same Deutz-Fahr** hält Kurs auf dem Weg der unterschiedlichen Markenstärken hin zu den differenzierten Ansprüchen der Landwirte: in Richtung West mit der Marke Deutz-Fahr, in Richtung Süd mit Lamborghini und Same, in Richtung Ost mit seinen Stützpunkten in Polen und in Kroatien, und fast aus-

schliesslich für die Schweiz mit der heimischen Marke Hürlimann. Die Stärken liegen zur Zeit eher noch im unteren und mittleren Leistungsbereich, mit neuen Vorstössen des Agrotrens in die Leistungsklasse über 200 PS.



**ARGO** musste mit seinen Traktorenmarken Landini und McCormick 2007 richtig Federn lassen und liegt jetzt schätzungsweise bei 6,5 % Marktanteil in Westeuropa. In 2007 wurde der Transfer der McCormick Traktorenproduktion vom englischen Doncaster in das italienische Stammwerk Fabbrico vollzogen.



**Claas** konnte bei herausragender Leistung auf dem deutschen Markt, in Frankreich nicht zulegen, sondern musste als Dritter etwa zwei Marktanteilspunkte abgeben. Man setzt jetzt, vor allem mit der Einführung des Axion, auf die technischen Weiterentwicklungen des Traktorenwerkes Le Mans. Gesamteuropäisch hat Claas aber immerhin schon den Marktanteil der ARGO-Gruppe überrundet und steht jetzt an fünfter Stelle bei knapp unter 7 %. ■

