

Zeitschrift: Landtechnik Schweiz
Herausgeber: Landtechnik Schweiz
Band: 81 (2019)
Heft: 12

Rubrik: Markt

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: 09.01.2026

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



Hubertus Mühlhäuser will in den nächsten fünf Jahren rund 13 Mrd. US-Dollar in CNH Industrial investieren, knapp die Hälfte davon ins Geschäft mit Landtechnik. Bilder: R. Engeler

Steyr soll Premium-Traktor-Marke werden

Vor rund einem Jahr übernahm Hubertus Mühlhäuser das Steuer von CNH Industrial. Die «Schweizer Landtechnik» hatte die Gelegenheit, den starken Mann hinter den Marken «Case IH», «New Holland» und «Steyr» über die künftige Ausrichtung des Konzerns zu befragen.

Roman Engeler

Schweizer Landtechnik: Seit gut einem Jahr sind Sie Chef von CNH Industrial. Was haben Sie bei Ihrem Start in diesem doch sehr grossen Unternehmen vorgefunden?

Hubertus Mühlhäuser: Ich habe ein Unternehmen mit einer unglaublichen Breite und Vielfalt von Technologien und starken Marken – insbesondere im Agrarbereich – vorgefunden. Einige Teile von CNH Industrial habe ich zuvor bereits gekannt, andere wie Iveco oder Magirus noch zu wenig, weshalb es in einer ersten Phase vor allem darum ging, dieses, wie Sie sagen, grosse Unternehmen mit seinen rund 65 000 Mitarbeitenden und den fast 30 Mrd. US-Dollar Umsatz besser kennenzulernen. Anschliessend habe ich die Konzernleitung

umstrukturiert und ein Team gebildet, mit dem ich einen strategischen Businessplan für die künftige Entwicklung von CNH Industrial erarbeitet habe.

Waren die bisherigen Strukturen für Ihre Vorstellungen zu kompliziert?

Normalerweise entwickelt man ja zuerst die Strategie und etabliert dann eine entsprechende Führungsstruktur. Aber CNH Industrial war führungsmässig doch etwas gar kompliziert organisiert, weshalb ich zunächst eine neue und verschlankte Führungsstruktur, passend zu den vier industriellen Segmenten, etabliert habe. Parallel dazu gibt es nun auch eine funktionale Ebene, auf der wir die übergreifenden Megatrends wie Digitalisierung, Automatisie-

rung und alternative Treibstoffe bearbeiten. Diese Trends ziehen sich wie ein roter Faden durch alle unsere Divisionen.

Wie sieht die Strategie nun konkret aus?

Die Strategie basiert auf drei Pfeilern: Der erste Pfeiler ist Wachstum und Marktanteilsgewinne durch Innovation. Unser stra-

Der Biogas-Traktor von New Holland ist kein Konzept mehr, diesen Traktor kann man heute kaufen.

tegischer Plan sieht vor, dass wir in den nächsten fünf Jahren rund 13 Mrd. US-Dollar in das Unternehmen investieren wollen, knapp die Hälfte davon ins Agrargeschäft und dort mit starkem Fokus auf digitale Technologien, Automatisierung sowie alternative Antriebe wie Biogas oder Hybride. Damit wollen wir ein Wachstum von 5% pro Jahr erreichen. Einerseits glaube ich, dass die weltweiten Landtechnikmärkte generell wieder ansteigen, andererseits haben wir noch Potenzial bei den Marktanteilen, speziell im deutschsprachigen Raum. Der zweite Pfeiler beruht auf Profitabilitätssteigerungen durch Verschlinkung von Prozessen und Strukturen, um agiler am Markt zu agieren. Auch der Service soll verbessert und effizienter werden. Das Arbeiten mit CNH Industrial und unseren Marken soll unbürokratisch sein – die Schweizer würden dies «speditiv» nennen.

Vor einigen Wochen sind Pläne betreffend Aufspaltung von CNH Industrial bekannt geworden. Was wollen Sie damit erreichen?

Das ist der dritte Pfeiler unserer Strategie: Wir wollen das «On-Road»-Geschäft mit Iveco (Lastwagen und Busse) und FPT-Motoren von CNH Industrial abspalten und separat an die Börse bringen. Es werden am Ende also zwei börsennotierte Unternehmen sein, die jeweils weltweit führend in ihrem Geschäft sind. Grund für diese Aufspaltung sind gerade die Megatrends, die ich vorhin erwähnt habe. Sie sind zwar für beide Bereiche «On-Road» und «Off-Road» da, aber wir sehen ein ganz unterschiedliches Investmentprofil und eigentlich nur wenig Synergien. Die einzigen Synergien sind die Motoren, weshalb wir langfristige Lieferverträge mit FPT vereinbaren werden, so dass das Know-how von FPT den Land- und Baumaschinen erhalten bleibt. Letztlich wollen wir damit einen stärkeren Managementfokus auf das Kerngeschäft richten, aber auch einen Mehrwert für unsere Aktionäre schaffen.

Wie weit sind diese Pläne mittlerweile fortgeschritten?

Die Pläne kommen gut voran, weitere Details werden im Laufe des Jahres 2020 veröffentlicht, beginnend mit den Ankündigungen des Managements im zweiten Quartal. Ziel ist, dass wir diese Abspaltung per 1. Januar 2021 vollzogen haben.

Welche Folgen wird das für das Agrartechnik-Geschäft von CNH Industrial haben?

Positive Folgen: Das verbleibende Unternehmen CNH Industrial wird mit rund 15,6 Mrd. US-Dollar Umsatz hauptsächlich ein Agrartechnik-Konzern sein. Heute macht die Landtechnik nur rund 40% des Umsatzes aus, morgen werden es dann 75% sein. Flankiert wird das Agrargeschäft durch Baumaschinen und Spezialfahrzeuge.

Fokussieren wir uns auf die Landtechnik. Wie wollen Sie die drei Hauptmarken «Case IH», «New Holland» und «Steyr» künftig positionieren?

New Holland ist der breit aufgestellte Fullliner, vom kleinen bis zum grossen Traktor mit einer absoluten Tiefe im Grünfütter- und Erntetechnikbereich. New Holland ist seit vielen Jahren weltweit führend bei Mähdreschern und wird diesen Bereich weiterhin stark im Fokus haben. Darüber hinaus ist diese Marke engagiert in Spezialsegmenten wie im Wein-, Frucht- oder Gemüsebau. Case IH positionieren wir zwar auch als Fullliner mit Traktoren und Erntetechnik, aber eher bei professionellen Grossbetrieben sowie bei Lohnunternehmen. Steyr ist für uns die «High-Tech»-Marke im Traktorensegment. Steyr wird künftig mit neuen Technologien auf den Markt kommen, bevor diese den Schwestermarken zur Verfügung stehen. Für diese Überlegungen steht der Konzepttraktor mit Hybrid-Antrieb, den wir auf der Agritechnica präsentiert haben. Steyr wird ein auf Europa fokussierter Hersteller bleiben, und nur

Steyr ist heute in Europa nicht so repräsentiert, wie es sein könnte und wie wir das in Zukunft wollen.

als Traktorhersteller am Markt auftreten und so attraktiv werden für ergänzende Vertriebspartnerschaften mit anderen europäischen Geräteherstellern wie Kuhn, Amazone, Krone, Pöttinger, Lemken oder Horsch. Man stellt ja fest, dass diese sogenannten «Shortliner» zunehmend von den grossen Fulllinern aus den Vertriebskanälen gedrängt werden und nach einem Premium-Traktorenhersteller für den gemeinsamen Vertrieb suchen.

Die Marke «Steyr» ist aber gerade in Europa nicht auf allen Märkten präsent. Soll sich das ändern?



Hubertus Mühlhäuser war vor seinem CNH-Engagement unter anderem bei Agco tätig, wo er als Senior Vice President für den Motorenbereich und für verschiedene Marktreionen verantwortlich war.

Absolut, Steyr ist heute bei weitem in Europa nicht so repräsentiert, wie es sein könnte und wie wir das in Zukunft wollen. Ich sehe für diese Marke noch einiges Potenzial, speziell im Zuge der sich verändernden Vertriebsnetze.

Mit der Übernahme von Kongskilde hat CNH Industrial einen weiteren Schritt in Richtung Fullliner gemacht. Diese Maschinen stehen erst für die Marke «New Holland» zur Verfügung. Soll sich das in Zukunft ändern?

Diese Maschinen sind vorerst auf New Holland beschränkt. Daneben werden die Geräte aber weiterhin in den Farben von Kongskilde über unsere Netzwerke und über andere OEM-Händler vertrieben.

Das Programm von Kongskilde in den Farben von New Holland ist nicht auf allen Märkten verfügbar. Üben Sie da Druck auf die länderspezifischen Vertriebsorganisationen aus, damit sie diese Maschinen mit ins Verkaufsprogramm aufnehmen?

Wir sind derzeit dabei, unseren Handel gerade in Europa weiter zu professionalisieren. Da wird es bestimmt etwelche Änderungen geben, auch in die Richtung, die Sie erwähnt haben.

Auch in der Schweiz?

Auch in der Schweiz!

Wollen Sie die Fullliner-Strategie generell weiter ausbauen?

Auf jeden Fall und zwar dort, wo wir die Marken «New Holland» und «Case IH» in ihrem jeweiligen Segment stärken können.

nen. Wir haben ja kürzlich mit K-Line (Gerätehersteller), ATI Track Systems (Rau-penlaufwerke) oder AgDNA (Farmma-nagement-Software) einige Akquisitionen getätigt. Weiter wurde die Zusammenar-beit mit DataConnect und dem Agrirou-ter angekündigt. Wir prüfen kontinuier-lich den Markt für weitere strategische Akquisitionen, die unser Portfolio ergän-zen und verbessern werden.

Steyr präsentierte auf der Agritechni-ca eine Konzeptstudie eines Hyb-rid-Traktors, New Holland die Weiter-entwicklung des mit Methan (Biogas) betriebenen Traktors und Case IH startete schon vor einigen Jahren in Richtung autonomes Fahren. Wie geht es mit diesen Studien weiter?

Eines vorweg, der Biogas-Traktor von New Holland ist kein Konzept mehr, diesen Trak-tor kann man heute kaufen und er wird aus meiner Sicht ein ganz neues Segment eröff-nen. Ich finde es erstaunlich, dass unsere Wettbewerber noch nicht auch auf diesen Zug aufgestiegen sind. Denn mit Biogas kann ein Landwirt selbst kostengünstig und nachhaltig sowie CO₂-neutral (bis hin zu CO₂-reinigend) seinen eigenen Treibstoff herstellen und damit richtig Kosten sparen und gleichzeitig der Umwelt helfen.

Mit der Konzeptstudie von Steyr wollen wir in Richtung Hybrid-Antriebe gehen. Das heisst, grösstmögliche Elektrifizierung mit Diesel- oder auch mit Gas-Antrieb. Wir ana-lysisieren nun das Feedback. Rein technisch könnte ein solcher Traktor schon in weni-gen Jahren marktreif werden. Es ist sicher, dass die Elektrifizierung auch in der Land-technik weiter Einzug hält – als Antrieb für den Traktor, aber auch die Anbaugeräte.

Wie sieht aus Ihrer Sicht der Traktor der Zukunft aus?

Es wird wohl eine Synthese aus diesen genannten Antriebstechnologien sein. Ich sehe auch eine zunehmende Automati-sierung unserer Geräte bis hin zum auto-nomen Fahren, weil doch vielerorts die geschulten Arbeitskräfte in der Landwirt-schaft nicht mehr in ausreichender Zahl vorhanden sind. Der auf der Agritechnica vorgestellte neue Case IH «Magnum» ist die logische Fortsetzung der oben er-wähnten Studie eines autonomen Trak-tors; er fährt auf dem Feld komplett auto-nom, (wie auch unsere Mähdrescher). Übrigens arbeitet auch New Holland an autonom agierenden Maschinen und hier vor allem für den Weinbau. Weiter wird es flexiblere sowie elektrische Antriebe



«Wir sind derzeit dabei, unseren Handel weiter zu professionalisieren, um das angestrebte Wachstum zu erreichen», betont Hubertus Mühlhäuser im Interview mit der «Schweizer Landtechnik».

geben sowie mannigfaltige Sensoren, und die Traktoren werden zur Optimie-rung der Nutzungs- und Wartungszyklen komplett vernetzt sein und über soge-nannte Control Rooms vom Hersteller mit überwacht werden, um eine optimale Einsatzbereitschaft sicherzustellen.

Wir prüfen kontinuierlich den Markt für weitere stra-tegische Akquisitionen, die unser Portfolio ergänzen werden.

Mit «AgXtend» hat CNH Industrial ei-ne Innovationsplattform geschaffen. Welche Idee steckt dahinter?

Es geht mit «AgXtend» um die Frage, wie können wir mit Start-up-Firmen zusam-menarbeiten. Und wie können wir unse-ren qualitätsbewussten Kunden experi-mentelle Agrartechnologien, wie die um-weltfreundliche Unkrautvernichtung mit Strom, näherbringen und anbieten. Wir schauen uns regelmässig Start-ups an. Finden wir dabei etwas Spannendes, la-den wir diese Firmen ein, ihre Produkte über unseren weltweiten Handel exklusiv zu vertreiben. Für diese meist kleinen Un-ternehmen ist es fast wie ein «Sechser im Lotto», sie kommen quasi über Nacht zu tausenden von Verkaufspunkten. Für uns sind diese Partnerschaften inspirierend. Sie führen häufig zu gemeinsamen Pro-jekten und zu technologischen Weiter-entwicklungen bei unseren Produkten.

Was kann man in diesem Zusammen-hang künftig noch erwarten?

Wir stehen da erst am Anfang, das kann sich in jegliche Richtung weiterentwickeln, denn AgXtend ist ein stetig wachsender «Inkubator», also ein Brutkasten für junge Unternehmen. Wir nehmen zurzeit fast je-des Quartal ein weiteres Unternehmen un-ter AgXtend auf. Das Spannende an der Landtechnik ist, dass es sich um eine ex-trem innovationsgetriebene Branche han-delt. Da werden täglich neue Entwick-lungen präsentiert, jeden Monat entstehen zwei, drei neue Firmen, die sich vor allem dem Thema einer fortschrittlichen, digita-len Bewirtschaftungstechnologie anneh-men. CNH Industrial soll ein offener Tech-nologie-Konzern sein, mit dem man gerne Geschäfte macht, und der sich neuen Sa-chen nicht verschliesst.

CNH Industrial ist den digitalen Platt-formen «DataConnect» und «Agri-router» beigetreten. Welche Chancen geben Sie diesem Hersteller über-greifenden Datenaustausch?

Dieser Beitritt steht im Einklang mit dem Bekenntnis von CNH Industrial zu einem «offenen» digitalen Technologie-Ansatz. Der Landwirt soll wählen können, welches die beste Lösung für ihn ist. «Data-Connect» ermöglicht Landwirten und Lohnunternehmen mit gemischten Flotten, die Analysen ihrer landwirtschaftlichen Ge-räte effektiv zu verwalten und in das beste-hende Flottenmanagement zu integrieren. Beide Plattformen wollen die Schaffung von Austauschstandards für Industriedaten vorantreiben. Das Ganze wird zu einer Stei-gerung der Produktivität führen, wenn der Landwirt seine Daten austauschen kann, sei es im Bereich der Maschinenwartung, aber auch in der effektiven landwirtschaft-lichen Produktion. Geschlossene Systeme werden in Zukunft keine Chance haben, davon bin ich überzeugt. ■



Erfolgreicher mit PÖTTINGER

EUROBOSS

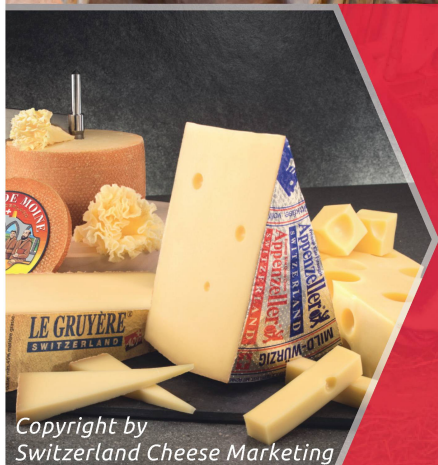
- Leichtzügig und hangtauglich
- Futterschonendes Förderschwingen-System
- Verlustfreie Futteraufnahme und hohe Ladeleistung
- Hohe Schnittqualität für beste Silage

PÖTTINGER AG, Mellingerstrasse 11,
5413 Birnenstorf (AG), Telefon 056 201 41 60,
info@poettinger.ch, www.poettinger.ch

 **PÖTTINGER**



*Heumilch und Robotermelken
resultieren in hervorragender Qualität*



Copyright by
Switzerland Cheese Marketing

Lely Astronaut – Marktführer Käsereimilch

- 70% Marktanteil auf Käserei-Betrieben
- Die natürliche Art des Melkens dank dem I-Flow-Konzept
- Innovativer Lely Hybrid-Arm
- Echtes, genaues Vormelken
- Einmalige LELY Dampfreinigung mit 150°C
- Innovative LELY-Milchvorkühlung
- Über 20 Jahre Erfahrung auf Käsereimilchbetrieben

LELY – Ihr kompetenter und erfahrener Partner auf dem Käsereimilchbetrieb.



www.ley.com/haerkingen