

**Zeitschrift:** Landtechnik Schweiz

**Herausgeber:** Landtechnik Schweiz

**Band:** 83 (2021)

**Heft:** 6-7

**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:** 03.02.2026

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



Martin Keller (1970) ist in der Region Thun aufgewachsen, studierte und promovierte in Agronomie an der ETH Zürich. Bevor er 2012 Vorsitzender der Fenaco-Geschäftsleitung wurde, war er in Führungsfunktionen in der nationalen und internationalen Saatgutbranche tätig. Bilder: zvg

# Internationale Kompetenz gewinnt an Bedeutung

Im folgenden Interview äussert sich Fenaco-Chef Martin Keller über das Geschäftsjahr 2020 und über die Pläne, wie die Genossenschaft das Geschäft mit der Agrartechnik weiterentwickeln möchte.

**Roman Engeler\***

## Schweizer Landtechnik: Fenaco präsentierte unlängst die Zahlen für das Geschäftsjahr 2021. Sind Sie damit zufrieden?

Martin Keller: Ja, 2020 war ein bewegtes, herausforderndes und zugleich erfolgreiches Geschäftsjahr. Es stand im Zeichen der Corona-Pandemie. Wir vermochten unseren Nettoerlös mit Fr. 6,98 Mrd. praktisch auf Vorjahresniveau zu halten – trotz anspruchsvollem Marktumfeld insbesondere in den Geschäftsfeldern Lebensmittelindustrie und Energie. Gleichzeitig erzielten wir ein aussergewöhnlich gutes Ergebnis. Möglich gemacht haben dies in erster Linie unsere Detailhandels-

formate. Weil viele Schweizerinnen und Schweizer im eigenen Land Ferien gemacht und vermehrt zu Hause gearbeitet haben, haben sie öfter bei Volg und in der Landi eingekauft.

## Wie sind die Zahlen im Geschäftsfeld «Agrar»?

Im Geschäftsfeld Agrar stieg der Nettoerlös um 1,4% auf Fr. 1,96 Mrd. Auch das Betriebsergebnis legte leicht zu. Hinter diesem Wachstum stehen in erster Linie unsere Geschäftsaktivitäten im Ausland. Dousset Matelin, unser Landtechnikunternehmen in Frankreich, oder die im internationalen Rohwarenhandel mit Getreide, Ölsaaten und Futtermitteln tätige Swiss Grana Group waren erfolgreich unterwegs. Auch mit der Entwicklung in der

Schweiz sind wir zufrieden. Unsere Geschäftseinheiten konnten ihre Marktanteile halten, teilweise sogar ausbauen.

## Zu diesem Geschäftsfeld gehört der Bereich «Agrartechnik», in dem Fenaco mit Serco Landtechnik im Import, Vertrieb und Service von Landmaschinen tätig ist. Wie entwickelte sich dieser Bereich?

Mit der Entwicklung im Geschäftsbereich Agrartechnik sind wir insgesamt ebenfalls zufrieden. In der Schweiz konnten wir überdurchschnittlich viele Traktoren absetzen. Bei den Erntemaschinen war hingegen eine gewisse Zurückhaltung spürbar. In Frankreich verzeichnete Dousset-Matelin ein deutliches Wachstum über alle Produktgruppen hinweg.

\* Das Interview konnte aus terminlichen Gründen nur schriftlich geführt werden.

**Sind Sie mit den aktuellen Marktanteilen bei der Agrartechnik zufrieden? Immerhin erreicht Fenaco in anderen Bereichen des Agrarhandels doch wesentlich höhere Werte ...**

Im Segment der Erntetechnik gehören wir zu den Top 3 und die Antwort ist ja. Was die Traktoren angeht, so sehen wir noch einiges an Potenzial. Der Schweizer Agrartechnik-Retailmarkt zeichnet sich durch kleinräumige Strukturen aus. Es gibt viele Familienunternehmen. Bei den Traktoren unter die Top 5 zu stossen, das streben wir an.

**2016 hat Fenaco Dousset Matelin mit Sitz in Neuville-de-Poitou übernommen. Wie kam es seinerzeit zu dieser Übernahme?**

Serco ist Exklusivimporteurin der Marke «Claas» in der Schweiz und Liechtenstein. Um langfristig erfolgreich zu sein, benötigt Serco eine gewisse Grösse. In einem kleinen Markt wie der Schweiz ist das Wachstumspotenzial jedoch begrenzt. Darum bietet Claas ausgewählten Partnern die Möglichkeit, in anderen Märkten zu wachsen. Wir haben damals verschiedene Opportunitäten geprüft. Bei Dousset Matelin hat alles gestimmt und wir haben die Chance gepackt. Der Prozess wurde von Claas positiv begleitet. Dousset Matelin hat sich gut entwickelt. Nun haben wir mit Ballanger und AMA Nachbarunternehmen westlich unseres bisherigen Marktgebietes übernommen. Damit verdoppelt Serco France den Umsatz und schliesst zur Schweiz auf. Mit Olivier Ballanger haben wir zudem eine ideale Lösung für die zukünftige operative Leitung vor Ort gefunden.

**Mittlerweile ist dieses Auslandsengagement wie erwähnt gewachsen. Wird dieses Wachstum, diese strategische Stossrichtung, für die Sie extra den Begriff «Compétence internationale» kreiert haben, weitergehen, allenfalls auch in anderen Ländern?**

Internationale Kompetenz gewinnt für Fenaco zunehmend an Bedeutung – in der Landtechnik, aber auch in anderen Märkten, in denen wir tätig sind. In den letzten fünf bis sechs Jahren haben wir unsere Auslandaktivitäten schrittweise aufgebaut. 2020 betrug der im Ausland erzielte Nettoerlös zirka Fr. 300 Mio. und aktuell beschäftigen wir rund 450 Mitarbeitende in Frankreich, Deutschland, Luxemburg, Tschechien und Rumänien. Dabei verfolgen wir zwei Ziele: Einerseits wollen wir den internationalen Wissenstransfer fördern und der Schweizer Land-

wirtschaft neue Technologien zugänglich machen. Andererseits geht es darum, die Schwungmasse zu erhöhen und auch die Warenverfügbarkeit sicherzustellen. Die Swiss Grana Group ist dafür ein gutes Beispiel. Je grösser unser Handelsvolumen, desto besser unsere Einkaufskonditionen und die Preise, die wir den Schweizer Landwirten für die benötigten Ergänzungsimporte zur Inlandproduktion anbieten können. Grundsätzlich gilt aber: Fenaco verfolgt keine Internationalisierungsstrategie – wir sind und bleiben eine Schweizer Agrargenossenschaft.

**Damals, bei der Übernahme der Groupe Dousset Matelin, wurde von Synergien gesprochen, namentlich rund um «Smart Farming», was letztlich die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Landwirte verbessern soll. Wurden diese Ziele erreicht?**

Die länderübergreifende Zusammenarbeit zwischen Dousset Matelin in Frankreich und unseren Agrartechnikfirmen in der Schweiz hat der Etablierung von smarter Landtechnik hierzulande sicherlich Schub verliehen. Ich denke da zum Beispiel an «Crop View», eine Applikation von Claas, mit der Landwirte dank Satellitendaten ihre Aktivitäten viel präziser steuern können. Die entsprechenden Möglichkeiten haben wir zuerst in Frankreich getestet und danach in der Schweiz eingeführt. Die positiven Effekte gehen jedoch über den Bereich «Smart Farming» hinaus. Ein Beispiel ist der Occasionsmarkt. Da ist Frankreich der Schweiz deutlich voraus. Die Lancierung von «serco24.ch», dem ersten Gebrauchtmachinencenter der Schweiz, ist das Ergebnis dieses Erfahrungsaustauschs.

**War(en) die Übernahme(n) auch für Fenaco erfolgreich?**

Ja, seit der Übernahme ist Dousset Matelin gewachsen und arbeitet profitabel. Mit Ballanger und AMA wird sich dank der Nutzung von Synergien das Ergebnis weiter positiv entwickeln.

**Gibt es allenfalls noch Optimierungspotenzial?**

Das gibt es immer. Im Moment arbeiten wir zum Beispiel daran, unsere IT-Systeme in der Schweiz und in Frankreich zusammenzuführen.

**Fenaco hat auch in der Schweiz zusätzlich zu den historisch angestammten Umatec-Betrieben einige Landma-**

**schinenhändler übernommen. Entspricht dies einer Strategie und soll diese fortgesetzt werden?**

Unser Ziel ist ein flächendeckendes Vertriebsnetz in der Schweiz. In erster Linie gehen wir dazu Partnerschaften mit Händlern ein. Daneben führen wir eigene Betriebe. In der Vergangenheit kam es meist im Zuge einer Nachfolgeregelung bei einem bestehenden Partner zu einer Übernahme. Diesen Weg werden wir weitergehen, wie das aktuelle Beispiel der Übernahme von Meier Maschinen in Marthalen zeigt.

**Zeitgleich mit der Eröffnung eines Zentrums für nachhaltigen Pflanzenschutz hat Fenaco die Innovationsplattform «Innovagri» lanciert. Welche Ziele verfolgen Sie mit dieser Plattform?**

Mit «Innovagri» wollen wir den Schweizer Landwirten zukunftsweisende Methoden für den nachhaltigen Pflanzenschutz möglichst schnell und einfach verfügbar machen. Die Anschaffung innovativer Maschinen, Geräte und digitaler Instrumente ist für Einzelbetriebe in der Regel zu risikoreich oder zu teuer. Gemeinsam können wir hingegen die Praktikabilität für eine breite Anwendung testen und den Zugang für eine grosse Anzahl von Landwirtschaftsbetrieben und Lohnunternehmen sicherstellen.

**Aktuell bieten Sie drei Technologien (Crop.zone, XPower und ARA) als Alternativen für den konventionellen Einsatz von Herbiziden an. Gibt es schon Erkenntnisse über die Resonanz bei den Schweizer Landwirten?**

Wir haben gerade erst losgelegt. Doch das Interesse ist eindeutig vorhanden und die ersten Maschinen stehen erfolgreich im Einsatz.

**Wie konkret wollen Sie diesen Technologien zum Durchbruch verhelfen? Kann man diese Maschinen wie bei einem Maschinenring bei einer Landi mieten, wollen Sie diese Geräte in Konkurrenz zu Lohnunternehmern gleich selbst einsetzen oder will Fenaco gar aktiv in den Verkauf dieser Geräte einsteigen?**

«Innovagri» betreiben wir gemeinsam mit den Landi-Genossenschaften: Die Technologie, deren Lizenzierung und die technische Beratung stellt Agroline sicher, während die Landi für die Organisation und den Einsatz vor Ort verantwortlich ist. Landwirtschaftsbetriebe haben die

Möglichkeit, die neuen Technologien tatsächlich einzusetzen – ob für Tests vor der eigenen Investition oder bei punktualem Bedarf. Die Lohnunternehmen werden damit nicht konkurrenzieren. Im Gegenteil: Mit ihnen wollen wir eng zusammenarbeiten.

**Fenaco sieht sich in der Rolle als Treiber der Digitalisierung in der Landwirtschaft. Welche Projekte verfolgen Sie?**

Barto, der Schweizer Bauernhofmanager, ist eines unserer zentralen Projekte. Für Fenaco war von Anfang an klar, dass der erfolgreiche Aufbau einer Schweizer Smart-Farming-Plattform nur mit vereinten Kräften möglich ist. Deshalb haben wir zusammen mit acht wichtigen Branchenakteuren entschieden, «Barto powered by 365 FarmNet» zu realisieren. Zurzeit steht Barto im Gespräch mit weiteren potenziellen Aktionären. Unser Ziel ist es, eine für alle offene und leistungsstarke Plattform zu etablieren. Wir sind überzeugt, dass wir dank dem Ansatz der «Coopetition» die Digitalisierung der Landwirtschaft gemeinsam erfolgreich voranbringen können: Wir kooperieren mit allen interessierten Unternehmen und Organisationen beim Aufbau dieser wettbewerbsneutralen Plattform; gleichzeitig konkurrieren wir uns darauf mit innovativen Bausteinen und attraktiven Angeboten. Mit «MyDocs», einer digitalen Dokumentenbibliothek, und Agroline Service, einem digitalen Pflanzenschutzberater, haben wir letztes Jahr die ersten Fenaco-Bausteine aufgeschaltet. Die nächsten Applikationen stecken bereits in der Pipeline.

**Zusammen mit Agroscope und weiteren Partnern hat Fenaco diesen Frühling ein Innosuisse-Projekt zur Bekämpfung von Unkräutern mit Drohnen und Robotern gestartet. Was versprechen Sie sich von diesem Projekt? Wo liegt der systemtechnische Unterschied beispielsweise zum System «ARA»?**

Beide Ansätze verfolgen das Ziel, Unkraut möglichst präzise zu bekämpfen. Dadurch kann der Bedarf an Pflanzenschutzmitteln um bis zu 90% reduziert werden. Dank dem Einsatz von Warmwasser oder mechanischen sowie elektrischen Verfahren ist es dereinst vielleicht sogar möglich, ganz auf Pestizide zu verzichten. Beim Innosuisse-Projekt teilen wir den Prozess auf: In einem ersten Schritt erkennt das System Art und Ausmass des Unkrauts. Dann entscheidet man, ob das Unkraut



**Martin Keller: «Die länderübergreifende Zusammenarbeit unserer Agrartechnikfirmen hat der Etablierung von smarter Landtechnik in der Schweiz Schub verliehen.»**

bekämpft werden muss und falls ja, mit welcher Technologie. «ARA» hingegen kombiniert beide Prozessschritte in einem System. Das ist schnell und effizient, dafür weniger flexibel. Das Innosuisse-Modell testen wir am Beispiel der Blache. Danach wollen wir die Anwendung ausdehnen, zum Beispiel auf invasive Pflanzenarten.

**Zurück zu Barto: Wie viele Betriebe machen auf dieser Plattform derzeit mit?**

Zurzeit haben sich 4000 User auf «Barto powered by 365FarmNet» registriert.

**Kritik an Barto kam auch von Seiten der Landtechnik, weil hinter «365FarmNet» der Landtechnikhersteller Claas steht. Anderseits haben wohl nicht wenige Landwirte Befürchtungen, zu sehr oder noch mehr in die Abhängigkeit von Fenaco zu geraten. Haben Sie Verständnis für diese Befürchtungen?**

Diese Befürchtungen gab es zu Beginn. Wie vorhin dargelegt, sind diese unbegründet. Der richtige Ansatz liegt meiner Meinung nach in der «Coopetition». Wie Barto ist auch «365FarmNet» unabhängig. Mit John Deere und Case New Holland kooperieren

nebst Claas zwei weitere Landtechnik-Weltmarktführer mit «365FarmNet».

**Wie können oder wollen Sie diese Bedenken zerstreuen?**

Schweizer Landwirte sind Unternehmer. Sie entscheiden, bei wem sie ihre Produktionsmittel kaufen und wem sie ihre Produkte verkaufen. Das ist in der digitalen Welt nicht anders. Jeder Nutzer entscheidet selbst, welche Barto-Bausteine er nutzen will und an wen er seine Daten weitergeben möchte. Der Datenschutz wird bei Barto sehr hoch gewichtet. Seit Februar verfügt Barto über das Datenschutzgütesiegel «Good-Priv@cy». Die Kontrolle über die Hofdaten bleibt stets bei den Landwirten. Die Digitalisierung ist in meinen Augen eine grosse Chance, damit die Schweizer Landwirtschaft wettbewerbsfähig bleibt und gleichzeitig noch nachhaltiger wird. Auch ihre Glaubwürdigkeit gegenüber den Konsumentinnen und Konsumenten kann sie so stärken. Zudem lassen sich dank gezielter Digitalisierung die administrativen Arbeiten der Landwirte stark reduzieren. Es ist kaum denkbar, dass in naher Zukunft ein Landwirtschaftsbetrieb ohne digitale Produktionsplanung, Dokumentation und anschliessende Nutzung der Daten auskommt. ■

## ARION 450 SWISS

135 PS



**CHF 89'900.-**

inkl. MwSt.

## ARION 410 SWISS

90 PS



**CHF 63'900.-**

inkl. MwSt.

## ARION 630 SWISS

165 PS



**CHF 119'900.-**

inkl. MwSt.

## ARION 530 SWISS

145 PS



**CHF 116'900.-**

inkl. MwSt.

**SWISS **

Edition 2021

### Garantie.

3 Jahre oder 1'500 Stunden.

### 0% Sonderfinanzierung.

Profitieren Sie von unseren günstigen Finanzierungsmöglichkeiten.

Weitere Optionen möglich.  
Gültig solange Vorrat oder bis auf Widerruf.

Die Abbildung ist als annähernd zu betrachten und kann auch nicht zum Angebot gehörende Ausstattungen beinhalten.

**Jetzt Ihren CLAAS Partner oder Gebietsverkaufsleiter kontaktieren**

- **Roger Fuchs**  
Region Mittelland | 079 652 14 12
- **Ruedi Bischof**  
Region Ostschweiz | 079 239 93 23



Serco Landtechnik AG  
4538 Oberbipp  
[sercolandtechnik.ch](http://sercolandtechnik.ch)





Auch im Landmaschinen-Bereich gibt es kürzere oder längere Lieferengpässe. Bild: zvg

## Der Nachschub stockt

**Mangel an Rohstoffen, Verzögerungen bei den Lieferungen, höhere Preise. Das sind die Auswirkungen der weltweit gestiegenen Nachfrage nach Gütern. Auswirkungen hat dies auch auf die Schweizer Landtechnik-Branche.**

**Heinz Röthlisberger**

Knappe Rohstoffe bremsen den wirtschaftlichen Aufschwung. Solche Meldungen häufen sich immer mehr. «Eine ähnliche Situation habe ich in diesem Ausmass noch nie erlebt», umschreibt Pius Bucher, Geschäftsleitungsmitglied der Krieger AG aus Ruswil LU, die derzeitige Lage am Rohstoffmarkt. Der Preisanstieg und die Verknappung der Materialien in so kurzer Zeit seien eine grosse Herausforderung, «sowohl für uns als auch für Landwirte, die investieren möchten», sagt Bucher. Viele Industriezweige und Länder haben sich offenbar von der Corona-Krise erholt und kaufen die Märkte leer. Folge davon: Es fehlt an Stahl, Holz, Kunststoffen, Elektronik und vielem mehr. Das führt weltweit zu Lieferengpässen und steigenden Rohstoff-Preisen. So erreichte etwa der CRB-Index, der 19 verschiedene Rohstoffpositionen umfasst und als ein Indikator für die Kostenentwicklung in der Industrie gilt, im Mai den höchsten Stand seit Juni 2015 (siehe Grafik). Die angespannte Situation am Rohstoffmarkt trifft auch die Landtechnikbranche. «Die Industrie ist seit nunmehr einem Jahr in einem Ausnahmezustand im Bereich Produktion, unter anderem durch teilweise komplettete Produktionsausfälle bei Zuliefe-

rern oder Verzögerungen im Transport», sagte Fendt-Chef Christoph Gröblinghoff Ende April. Damals musste Fendt an zwei Standorten die Produktion für sieben Arbeitstage aussetzen, weil ein wichtiger Zulieferer für Gussteile nicht liefern konnte.

### Neue Landtechnik ist gefragt

Trotz Lieferengpässen und Rohstoffmangel läuft das Geschäft mit Landmaschinen gut

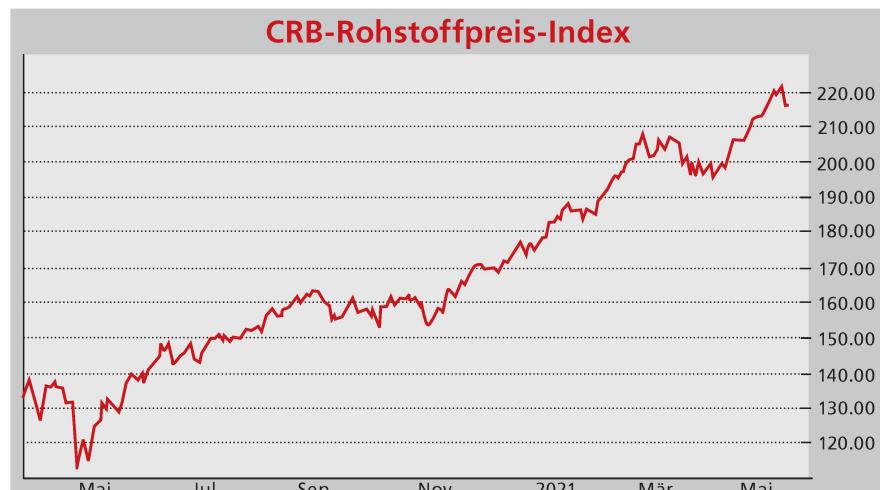
und die Nachfrage nach neuer Landtechnik ist derzeit besonders hoch. Laut dem europäischen Dachverband der Landmaschinenindustrie (Cema) ist der allgemeine Geschäftsklimaindex für die landwirtschaftliche Maschinenindustrie in Europa auf den höchsten Stand seit 2008 gestiegen, dies, nachdem er im Oktober erstmals seit Mitte 2019 den positiven Bereich erreicht hatte. Im Mai 2021 liegt der Index beim Höchststand von +72 Punkten auf einer Skala von -100 bis +100 (siehe Grafik).

### Situation in der Schweizer Landtechnikbranche

Wie aber sieht die Situation in der Schweizer Landtechnikbranche aus? Die «Schweizer Landtechnik» hat bei fünf Fachgruppenleitern beim Schweizerischen Landmaschinenverband SLV nachgefragt (siehe Kasten). Hinweis: Die Antworten der Fachgruppenleiter wurden vom SLV zusammengefasst.

**«Schweizer Landtechnik»: Wie beurteilen Sie die aktuelle Situation beim Nachschub neuer Hofeinrichtungen, Melktechnik, Bodenbearbeitungstechnik und Traktoren in die Schweiz infolge der weltweiten Rohstoffknappheit?**

SLV: Generell stellen die meisten Vorstandsmitglieder im Schweizerischen Landmaschinenverband Lieferverzögerungen aufgrund der weltweit grossen Nachfrage fest, die je nach Marke variieren. Die Dauer der Lieferverzögerungen wird als tendenziell steigend wahrgenommen. Einige Vorstandsmitglieder beobachten in ihrem Segment bereits Preisanstiege, andere gehen davon aus, dass ihre Lieferanten die Preise in naher Zu-



Der CRB-Rohstoffindex, der 19 verschiedene Rohstoffpositionen umfasst, hat im Mai den höchsten Stand seit Juni 2015 erreicht. Quelle: CRB-Index

## SLV-Fachgruppen

Die «Schweizer Landtechnik» hat für diese Umfrage bei folgenden SLV-Vorstandsmitgliedern nachgefragt: Pius Bucher, Krieger AG («Hofeinrichtungen»); Urs Schmid, DeLaval Schweiz («Melktechnik»); Jürg Schmid, Ott Landmaschinen AG («Bodenbearbeitungstechnik»); Kurt Bachmann, Ad. Bachmann AG («Traktoren»), Rolf Schaffner, Rapid Technik AG («Motor. Landmaschinen»).

kunft nach oben anpassen werden. Einzig der Bereich Melktechnik ist bis jetzt nicht so stark von der Rohstoffknappheit betroffen und konnte bis auf wenige Ausnahmen immer termingerecht liefern.

### Welche Auswirkungen hat das auf die Preise?

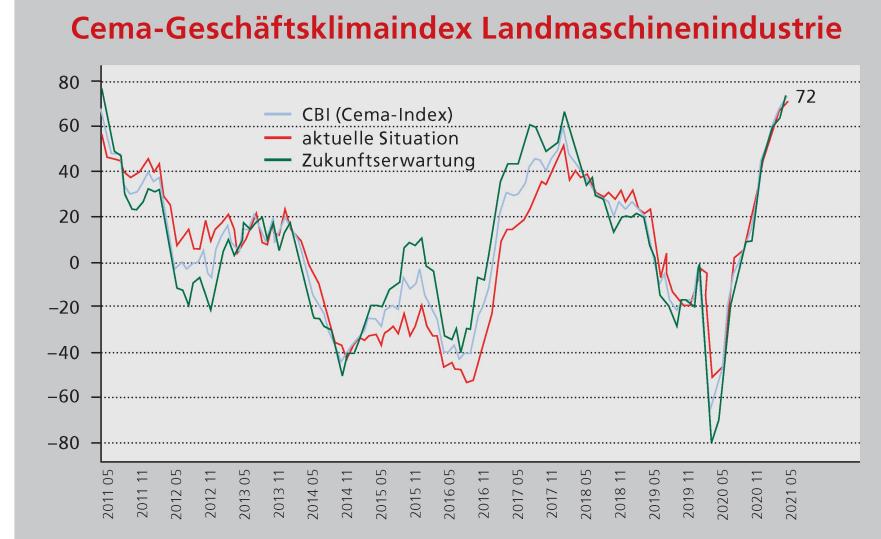
Bei den Anbaugeräten stiegen die Preise um rund 12%. Im Bereich der Hofeinrichtungen kam es zu folgenden Rohstoff-Preisanstiegen: Betonprodukte +5%, Stahleile +15%, CNS +25% und Kunststoffe +35%.

### Kam es zu Lieferengpässen seitens der Hersteller?

Es werden in allen Bereichen kürzere oder längere Lieferengpässe beobachtet, einzig im Bereich der Melktechnik halten sich die Lieferengpässe noch in Grenzen.

### Bei welchen Materialien, Teilen oder Rohstoffen haben die Hersteller die grössten Probleme?

Die Vorstandsmitglieder beobachten die grössten Lieferprobleme bei folgenden Materialien: elektronische Komponenten, Chips, Sensoren, Hydraulikkomponenten, Kunststoffteile, Reifen, Stahl, Holz, Sitze. Im Bereich der Anbaugeräte stellt man grössere Lieferengpässe bei den Produkten fest, in welche Investitionshilfen für Technik im Bereich Klima- und Ressour-



Europaweit ist die Nachfrage nach Landtechnik in kürzester Zeit rasant gestiegen und hat im Mai 2021 einen Höchststand erreicht. Quelle: Cema

censchutz der EU fliessen (z. B. Feldspritzen, Düngerstreuer und Geräte zur mechanischen Unkrautbekämpfung).

### Wie sieht es auf dem Ersatzteilmärkt aus? Welche Teile sind derzeit nur sehr schwer zu beschaffen?

Die Lieferfähigkeit im Ersatzteilmarkt ist über alle Segmente gesehen sehr unterschiedlich und markenabhängig. Einige Vorstandsmitglieder beobachten auch im Ersatzteilmarkt Lieferverzögerungen, andere sind davon nur wenig oder gar nicht betroffen. Die Verzögerungen betreffen keine spezielle Ersatzteilgruppe. Dass bisher festgestellte Verzögerungen im Ersatzteilmarkt geringer sind als bei neuen Geräten, liegt insbesondere auch daran, dass viele Anbieter und Lieferanten bisher über genügend Lagerbestände verfügten.

### Wie viel länger müssen Landwirte auf ihre bestellten Maschinen warten als noch vor der Corona-Krise? Wie reagieren die Landwirte, wenn es zu Verzögerungen kommt?

Je nach Hersteller und Gerät respektive Maschine haben sich die Lieferzeiten bei den meisten Vorstandsmitgliedern verdoppelt. Die Verzögerungen können von 2 Wochen bis zu 10 Monaten dauern. Die Kundschaft reagiert in den meisten Fällen kulant und verständnisvoll. Einige Vorstandsmitglieder bieten für die Kunden, wo dies möglich ist, Überbrückungslösungen an. Die Vorstandsmitglieder aus

**«Die Verzögerungen können von 2 Wochen bis zu 10 Monaten dauern.»**

den Bereichen Hofeinrichtungen und Melktechnik konnten ihre Kunden bisher zeitgerecht beliefern.

### Wie beurteilen Sie den Schweizer Landtechnik-Markt nach den ersten fünf Monaten im 2021?

Die Nachfrage ist in allen Marktsegmenten erfreulich stabil bis steigend im Vergleich zum Vorjahr. Es könnte inskünftig aber zur Herausforderung werden, die Kunden trotz Rohstoffmangel und Preisanstiegen zeitgerecht beliefern zu können. Einige Vorstandsmitglieder beobachten unterdessen eine leicht sinkende Nachfrage gegenüber dem erfreulichen Jahresstart. Eine Erklärung für diese Stagnation könnten die Abstimmungen über die Landwirtschaftsinitiativen sein.

## Grösste Probleme beim Holz

Die grössten Probleme im weltweiten Rohstoffhandel zeigen sich beim Holz. Dieser Rohstoff ist je nach Warengruppe bis zu 60% teurer als noch im Januar. Zudem gibt es zum Teil massive Lieferprobleme. Gründe für die stark gestiegene Nachfrage sind der Holzbauboom in den USA und der grosse Bedarf aus China. Betroffen davon sind viele, so etwa Holzverarbeiter, Holzbaufir-

men und Bauherren, die während des Baus mit höheren Preisen konfrontiert werden. Eine Besserung ist derzeit nicht in Sicht. Trotz des angespannten internationalen Holzmarktes sind in der Schweiz die Preise für Rundholz tief geblieben. «Die Schweizer Waldwirtschaft kann von der ansteigenden Nachfrage in Europa zurzeit kaum profitieren», heisst es bei Wald Schweiz.



Roland Bachmann (l.), CEO sowie VR-Präsident von Ad. Bachmann AG, und Jürg Schmid, Geschäftsführer von Ott Landmaschinen AG, freuen sich über die Zusammenarbeit im Kubota-Vertrieb. Bild: R. Engeler

## Kubota startet Full-Line-Strategie

Kubota startet auch in der Schweiz mit dem Verkauf von Anbaugeräten in oranger Farbe. Im Interview äussern sich Roland Bachmann von Ad. Bachmann (Importeur Kubota-Traktoren) und Jürg Schmid von Ott Landmaschinen (Importeur Kverneland), wie diese Full-Line-Strategie umgesetzt wird.

Roman Engeler

**Schweizer Landtechnik:** Mit der Übernahme der Kverneland-Gruppe vor knapp 10 Jahren ist Kubota, in der Landtechnik bisher vor allem mit Traktoren im unteren bis mittleren Leistungssegment aktiv, auch in den Geräte-Markt eingestiegen. Schon damals bestand die Absicht, das Produktpotfolio von Kverneland auch in oranger Farbe über den Kubota-Ver-

trieb zu verkaufen. Wieso wurde diese Absicht bis anhin in der Schweiz nicht umgesetzt?

Jürg Schmid: Hinter dieser Absicht stand eine klare Strategie von Kubota. Man wollte nicht auf einmal den gesamten Markt mit Kubota-Maschinen bedienen. In einer ersten Phase wurden deshalb Kubota-Geräte in einigen Schlüsselländern auf den Markt gebracht. In einer nächsten Phase kamen

weitere Länder dazu. Die Schweiz war von Beginn weg der Phase drei zugeteilt.

**Gab es seitens Kubota nun Druck, diese Phase drei in der Schweiz nun umzusetzen?**

Roland Bachmann: Nein, wir verspürten diesbezüglich keinen Druck, wussten aber, dass Kubota das Full-Line-Konzept irgendwann auch in der Schweiz umset-

zen möchte. Kubota gab uns jedoch Zeit, die für uns passende Lösung finden zu können.

### **Mit Ott Landmaschinen und Ad. Bachmann gibt es derzeit zwei «Kubota»-Importeure in der Schweiz. Welche Varianten dieser Full-Line-Umsetzung standen dabei zur Diskussion?**

Schmid: In der Tat, es hätte verschiedene Varianten geben können. Wir konnten aber von den Erfahrungen anderer Marktregionen profitieren und waren uns schnell einig, wie man das Konzept in der Schweiz mit den beiden genannten Firmen umsetzen kann, damit für den Händler und für den Endkunden die beste Dienstleistung geboten werden kann.

### **Wie sieht nun die von Ihnen anvisierte konkrete Lösung aus?**

Schmid: Ott Landmaschinen und Ad. Bachmann arbeiten im Vertrieb der Anbaugeräte zusammen. Ott Landmaschinen hat die Kompetenz sowie die Spezialisten im Vertrieb von Anbaugeräten und betreut neu auch Geräte der Marke «Kubota» – von der Verkaufsberatung bis zur Ersatzteil-Versorgung.

Bachmann: Und wir von Ad. Bachmann sind weiterhin für das bestehende Händlernetz für Kubota-Traktoren verantwortlich. Diese Händler erhalten nun die Möglichkeit, als Full-Line-Anbieter neben den Traktoren auch Anbaugeräte von Kubota verkaufen zu können.

### **Wann starten Sie mit der neuen Organisation?**

Bachmann: Wir starten am 1. Juli 2021 mit dieser Struktur – begleitet von einem Projektteam mit Vertretern unserer beiden Firmen sowie einer Person von Kubota International.

### **Wie sind die Schnittstellen zwischen Ott Landmaschinen und Ad. Bachmann definiert, wer ist letztlich für was zuständig?**

Bachmann: Ziel war von Anfang an, die bestehenden Kompetenzen im Vertrieb und Verkauf von Traktoren und Anbaugeräten aus dem Hause Kubota/Kverneland optimal nutzen zu können. Wie vorhin erwähnt, betreut Ott Landmaschinen die gesamte Abwicklung vom Einkauf über den Vertrieb bis hin zur Ersatzteilversorgung der Anbaugeräte und Ad. Bachmann ist weiterhin für das Traktorenprogramm verantwortlich, organisiert aber neu das gesamte Marketing für die Marke

«Kubota». Letztlich war dies auch eine Kapazitätsfrage, so können beide Firmen mit dem bestehenden Personal diese Arbeit bewältigen.

### **Wo sind künftig Anbaugeräte von Kubota erhältlich?**

Bachmann: Kubota-Geräte werden im bestehenden Vertriebskanal dieser Marke (Traktoren) erhältlich sein. Derzeit sind das schweizweit rund 40 Händler.

### **Müssen sich Kubota-Händler von Marken trennen, die sie bisher verkauft haben?**

Bachmann: Wir versuchen natürlich, dem Händler einen Mehrwert bieten zu können, so dass er in den Vertrieb dieser Geräte einsteigt. Dies soll mit einer gestärkten Identifikation zur Marke «Kubota» passieren. Es wird sicher Händler geben, die sich nicht so schnell von ihrem bestehenden Geräteprogramm trennen werden.

### **Bekanntlich gibt eins und eins in der Vermarktung nicht immer zwei. Wird der bestehende Kverneland-Verkauf mit den Marken «Kverneland» und «Vicon» dadurch konkurrenziert oder erwarten Sie von der neuen Organisation Mehrverkäufe?**

Schmid: Wir rechnen mittelfristig mit höheren Marktanteilen – über alle drei Marken betrachtet. Es wird punktuell be-

stimmt vorkommen, dass eine bestehende Kverneland-Maschine durch ein Kubota-Gerät ersetzt wird. Das Händlernetz von Kubota bietet aufgrund unserer Analysen aber gute Voraussetzungen für den erwähnten Marktanteilsgewinn.

### **Kann diese Full-Line-Strategie dem Traktorenverkauf zusätzliche Impulse verleihen?**

Bachmann: Ich denke schon, dass ein Komplett-Händler des Kubota-Programms auch beim angestammten Traktorenverkauf profitieren kann.

### **Wird das gesamte Geräteprogramm von Kverneland/Vicon in der Schweiz in oranger Kubota-Farbe verfügbar sein?**

Schmid: Es werden vornehmlich jene Geräte verfügbar sein, die zu den Traktoren von Kubota passen. Bekanntlich ist diese Traktorenmarke im obersten Leistungssegment – über 180 PS – ja (noch) nicht präsent.

### **Gibt es mit dem Verkaufsstart auch spezielle Promotionen?**

Bachmann: Derzeit ist geplant, dass wir im Herbst mit Roadshows und/oder Feldvorführungen die Geräte präsentieren. Derzeit sind wir an der Planung, an welchen Orten in der Schweiz dies stattfinden sollte.



Künftig auch in der Schweiz anzutreffen: Traktor mit Anbaugeräten von Kubota. Bild: zvg