

Betriebsnachfolge

Wie ein Praktikum bei der Nachwuchsförderung hilft

Vier Monate Arbeit in der Marketingabteilung der Kubota Deutschland GmbH haben der Händlertochter Nicola Schneider die Faszination von Land-, Kommunal- und Baumaschinen nähergebracht. Seitdem unterstützt sie im Marketing die Baumaschinen Schneider GmbH, den Betrieb ihres Vaters.



© *Neumann*

Jörg Schneider freut sich, dass seine Tochter Nicola in den Betrieb eingestiegen ist.



Der Betrieb Schneider aus Bad Breisig bei Koblenz bietet eine ungewöhnliche Mischung an Land-, Kommunal- und Baumaschinen.

Über Arbeit und Aufträge kann Jörg Schneider nicht klagen: Der Geschäftsführer der Baumaschinen Schneider GmbH aus Bad Breisig bei Koblenz beschäftigt 13 Mitarbeiter, die mehr als ausgelastet sind. Der Personalengpass wird immer größer, den Schneider nicht nur im Land- und Baumaschinenhandwerk beobachtet, sondern auch bei vielen anderen Handwerksbetrieben. Diese werben teilweise aggressiv mit Aufschriften auf Firmenwagen um Nachwuchs. „Teilweise zahlen sie schon Ablösesummen, um Mitarbeiter von anderen Betrieben abzuwerben“, hat Schneider beobachtet.

Sorgen bereitet ihm zudem die wachsende Konkurrenz von großen Fachhandelsketten. Dazu kommen Filialen mittelgroßer Händler. „Sie können es sich leisten, zum Beispiel eine eigene Marketingabteilung einzurichten und schlagkräftiger zu agieren“, sagt er.

Schneider selbst ist im Jahr 1994 nach bestandener Meisterprüfung in den Betrieb eingestiegen, den seine Mutter Monika 1985 zunächst im Nebenerwerb gründete. Bis zum Jahr 2002 hat die Firma mit Landtechnik anderer Hersteller den meisten Umsatz gemacht. „Dann haben wir die Vertretung für Kubota-Kommunaltechnik übernommen und uns immer stärker nur noch auf die Marke konzentriert“, sagt der Geschäftsführer. Im Jahr 2005 kamen Baumaschinen des japanischen Herstellers dazu. Da Kubota zu der Zeit im Bereich Landtechnik weniger stark aufgestellt war, machte Schneider entsprechend weniger Umsatz im Geschäft mit den Landwirten, sondern eher mit den Marken Kubota, Bomag und Kramer im Bereich Baumaschinen.

Mittlerweile hat sich das geändert, die Einführung der M7-Traktorbaureihe von Kubota mit 130 bis 170 PS hat aus Schneiders Sicht viel bewirkt – auch wenn viele Landwirte in der Region Maschinen mit über 200 PS fahren. Wichtige Abnehmer sind daher momentan Betriebe, die einen Hof- oder Zweitschlepper suchen oder Nebenerwerbslandwirte. Dazu kommt, dass Kubota mit der Übernahme von Kverneland eine breite Anbaugerätepalette anbietet und auch Maschinen für die Grünfütterernte im Programm hat. Dennoch kann er nicht die Breite an Maschinen bieten, die andere Fachhandelskollegen mit Fullline-Lieferanten haben.

Unerwartete Unterstützung

Der Arbeitsalltag ließ ihm wenig Zeit für die Nachwuchsarbeit. Trotzdem ist seit kurzem seine Tochter Nicola (23) in den Betrieb eingestiegen und übernimmt viele Marketingaufgaben. Sie hat den Internetauftritt optimiert, die Homepage mit neuen Berichten und Fotos überarbeitet und betreut mehrere Social Media-Kanäle wie Facebook oder Instagram.

Dieser Schritt war bis zum vergangenen Jahr weder für Vater noch für die Tochter abzusehen: „Der Betrieb war uns Kindern irgendwie selbstverständlich. Mein Vater hat uns zwar auch mal zu Messen mitgenommen, aber nie Druck ausgeübt, damit wir uns stärker mit der Technik oder der Arbeit beschäftigen“, sagt Nicola, die Älteste der drei Geschwister. Aus diesem Grund orientierte sie sich bei ihrer Berufswahl auch nicht auf Technik oder Vertrieb. Sie hatte vielseitige Interessen und entschied sich nach dem Abitur für das Studium „Intermedia“ in Köln. Der interdisziplinäre Studiengang deckt die Bereiche Mediengestaltung, Pädagogik und Marketing ab. Erst, als Nicola Schneider für ihr Pflichtpraktikum im Studium einen Industriebetrieb suchte und Kubota Deutschland im Bereich Marketing eine Stelle ausgeschrieben hatte, riet ihr Vater, es doch mal bei dem Hersteller in Rodgau zu probieren. Wegen des Personalmangels und des hektischen Alltags hätte er selbst gar keine Zeit gehabt, sich neben den Azubis auch noch um Praktikanten zu kümmern. Daher war er dankbar, dass der Lieferant Kubota das anbietet. „Natürlich ist diese Arbeitsteilung auch ein Risiko für uns, denn Absolventen lernen ja den Industriebetrieb kennen und könnten sich für diesen und nicht für den Handel entscheiden“, gibt Schneider zu bedenken.

Kubotas Marketing Manager Fabiano Hensen kann die Sorge zwar verstehen, aber gibt zu bedenken: „Wir leben vom Maschinenverkauf, den nur der Fachhandel als unser Partner erledigen kann. Daher sind wir immer bestrebt, die Fachhändler zu unterstützen und nicht, Personal abzuwerben.“ Dazu gehört, dass die Praktikanten Kubotas Gebietsverkaufsleiter begleiten und so die Fachhandelsstruktur kennenlernen. Im Rahmen von Projekten arbeiten die Studenten auch immer wieder mit dem Fachhandel zusammen, zum Beispiel bei Social Media-Trainings, Messeauftritten, Schulungen und anderen Veranstaltungen.

Viele Projekte mit Vertriebspartnern

Das hat auch Nicola Schneider so erlebt. Ihr erstes Projekt war der Auftritt von Kubota bei der Agritechnica. Sie musste Treffen mit den Fachhändlern und andere Veranstaltungen organisieren. Zudem arbeitete sie an einer Datenbank, in der Marketingmaterial für die Vertriebspartner hinterlegt ist – wie Fotos, Broschüren und ähnliches. „Dafür war ich dann die Ansprechpartnerin und hatte viel mit den Fachhändlern zu tun“, beschreibt sie die Tätigkeit.

Im weiteren Verlauf hat Nicola Schneider an Imagefilmen mitgearbeitet, in dem sie das Drehteam vor Ort unterstützte. Oder sie begleitete einen Redakteur bei der Arbeit an einem Fahrbericht für eine Fachzeitschrift. Den Abschluss des Praktikums im November machte dann die Teilnahme bei der zehntägigen Agritechnica in Hannover. „Hier habe ich meine Tochter fast nicht wiedererkannt, sie sprach mit Messebesuchern über Traktormodelle und kannte sich technisch sehr gut aus“, erzählt Vater Jörg Schneider stolz.

Rückblickend bezeichnet die Händlertochter ihre Entscheidung für das Praktikum als goldrichtig. Denn, obwohl Kubota mit 200 Mitarbeitern kein kleiner Betrieb ist, arbeiten nur wenig Menschen in der Marketingabteilung. „Da hatte ich von Anfang an jede Menge zu tun, aber auch viel Freiheit und die Möglichkeit, verschiedene Bereiche kennenzulernen“, blickt sie zurück. Doch auch, wenn ihr Studium jetzt weitergeht, bleibt Nicola Schneider der Technik treu: Im Rahmen eines studentischen Werkvertrags übernimmt sie weiterhin die Produktion von Videos über Maschinen oder Reparaturen. „Ich lerne dabei sehr viel über die Technik“, beschreibt sie.

Technik wird digital

Außerdem arbeitet sie damit an einer wichtigen Schnittstelle. Die Verknüpfung von Online-Angeboten und Technik wird aus Sicht ihres Vaters künftig an Bedeutung gewinnen. „Schon vor der Corona-Krise habe ich Videos mit Reparaturanleitungen oder Einstellungstipps geschätzt. Wegen des Zeit- und Personalmangels kann ich mir vorstellen, dass künftig mehr Schulungen und Weiterbildungen online angeboten werden.“ Auch für die Landwirte können gefilmte Vorführungen künftig eine Alternative zu Vorort-Terminen sein. Zudem ist es für den Hersteller einfacher, einen Drehtermin zu organisieren als viele Vorführtermine bei Fachhändlern, weil dafür Maschinen, Fahrer, Händler, Besucher und gutes Wetter unter einen Hut gebracht werden müssen. „Natürlich werden wir nicht alles digital anbieten können, aber die Corona-Pandemie hat uns gelehrt, dass wir zumindest einen Teil verlagern können“, sagt Marketing Manager Hensen.

Nicola Schneider will jetzt zunächst ihr Studium abschließen, einen Master mit Schwerpunkt Marketing und Betriebswirtschaft anhängen und dann erst Erfahrungen in anderen Firmen sammeln. Doch mittlerweile kann sich die 23-Jährige vorstellen, später in den elterlichen Betrieb einzusteigen. Ihr Fazit: „Erst durch das Praktikum habe ich erkannt, wie interessant Land-, Kommunal- und Baumaschinen sind und was mein Vater all die Jahre im Betrieb geleistet hat. Das Umfeld bietet viele spannende Möglichkeiten, die ich ohne das Praktikum nicht kennengelernt hätte.“





Im Seifental 23 | 53498 Bad Breisig
Tel.: 0 26 33 - 47 38 57

www.schneider-baumaschinen.de

Schneider

BAUMASCHINEN
KOMMUNALTECHNIK

MIETSERVICE | REPARATUREN | VERKAUF