

Kioti

Kompakte Traktoren unterwegs durch Deutschland

Roadshow machte bei acht Händlern halt – Positive Bilanz nach 2.500 Kilometern in zweieinhalb Wochen



© Pawelzik

Mit Corona-Hygienekonzept: Die Kioti Roadshow tourte 2.500 km durch Deutschland.

Neun Traktoren, ein Zero Turn-Mäher und ein Side-by-Side stehen mit dem Lkw-Auflieger, versehen mit großem Kioti Logo, im Kreis. Knut Ziemer (Leiter Geschäftsfeldentwicklung) nennt diese Aufstellung den „Kioti-Kessel“. Zum Kessel gehört ein chromblitzender Food Truck, der für die Besucher leckere Burger und Pommes zubereitet. Auf einem mit mobilen Geländern abtrassierten Parcours testen die Besucher bei bestem Spätsommerwetter mit einem Side-by-Side ihr Fahrgeschick auf einer Wippe.

Mit zwei Trucks und neun Maschinen geht das deutsche Kioti-Team auf seine Roadshow durch ganz Deutschland. Bei acht Händlern ist man zu Gast, der eilbote war zu Besuch bei der Wohltmann Landtechnik GmbH in Vollersode im Nordwesten Niedersachsens. Die Veranstaltung fand unter strengen Corona-Auflagen statt. Am Eingang erfasste ein Mitarbeiter die Kontaktdaten der Besucher, es gab eine Mund-Nasen-Bedeckung und Handdesinfektion. Auch während der Außenveranstaltung wurde strikt auf Abstände und Zwischendesinfektion geachtet. Wohltmann ist langjähriger Case IH Händler. Darüber hinaus ist der 16-Mann-Betrieb in Vollersode A-Händler für Krone, ohne die Big Line, Schäffer, Peecon, Wienhoff und Honda.

Breites Programm

Die Kioti Produktpalette umfasst 31 Modelle und reicht neben UTV und ZTR Mähern vom einfachen 21 PS starken Frontladertraktor mit Schaltgetriebe über Hydrostaten von 25 bis 60 PS bis zum 125 PS Schlepper mit Power Shuttle und Lastschaltstufe. Aufhänger der Roadshow war die Einführung der Stufe 5 Motoren bei Traktoren unter 50 PS. Ganz neu ist der CX2510 CH. Mit Kabine, Klimaanlage und schlanken Maßen ist dies laut Ziemer der ideale Schlepper für Kommunen und Dienstleister. Kioti-Verkaufs- chef Martin Benz erläutert uns eine Reihe besonderer Features, wie zum Beispiel eine gesetzeskonforme Zapfwellenschaltung, die einen fortgesetzten Zapfwellenbetrieb erlaubt, wenn man den Sitz verlässt. Mehr und mehr werden die Wünsche des deutschen Kioti-Vertriebs im koreanischen Werk berücksichtigt. Aktuell arbeiten sieben Kollegen für Kioti Deutschland. Dazu kommt bald ein Techniker aus Korea mit direktem Draht zum Werk, weiteres Personal für eine noch intensivere Händlerbetreuung ist bereits budgetiert.

Zum Jahresende will Ziemer 50 bis 60 Vertriebspartner unter Vertrag haben. „Wir stehen in Deutschland unter intensiver Beobachtung“, so Ziemer. Rückenwind gibt es für die Marke mit dem Kojoten von der Mutter aus den USA. Corona sorgte hier für einen unerwarteten Nachfrageschub. Zudem hatten die US-Händler gut im Frühkauf geordert. Marketingmäßig ist Kioti in Europa an die Organisation in den USA, die größte im Kioti-Verbund, angebunden.

Bilanz nach 2.500 Kilometern

Nach über 2.500 Kilometern und zweieinhalb Wochen auf Tour zieht Ziemer eine positive Bilanz der ersten Kioti-Road-show. Insgesamt erreichte man an den acht Stationen viele hundert interessierte Besucher und über 40 aktive und potenzielle Händler. Da nahezu alle Messen und Schauen ausfielen, bot die Tour eine gute Gelegenheit, Kunden die Technik live vor Ort zu präsentieren, die Händler zu unterstützen und die Marke bekannter zu machen. „Die Qualität der Produkte ist eigentlich nie ein Thema, aber die Bekanntheit der Marke schon eher“, so Ziemers Fazit. Während und den Tagen nach der Tour konnten die Händler direkt schon Kundenaufträge einsammeln und Kioti weitere Lagerbestellungen entgegennehmen.

„Diese für uns erhebliche Investition in den Markt unterstreicht unsere Ernsthaftigkeit, das deutsche Kioti-Geschäft strategisch und langfristig mit professionellen Vertriebspartnern weiter zu entwickeln“, betont Ziemer „denn von nix kommt nix, wie es im Norden so schön heißt.“



Knut Ziemer (links) von Kioti und Händler Axel Wohlfmann freuten sich über die positive Resonanz.



Der sogenannte Kioti-Kessel beim Aufbau. Links der Showtruck, daneben der Parcours für das Side-by-Side.

Firma Wohltmann, die seit 1895 existiert, war auf der Suche nach einer Programmerkanzung im Kompakttraktorensegment. „Wir haben uns mehrere Hersteller angesehen und haben uns dann für Kioti entschieden“ so der Händler.

Erst seit zwei Monaten betreibt er das Geschäft mit den orangenen Maschinen – die Resonanz lässt ihn aber bereits nach dieser kurzen Zeit strahlen. Er hatte einige Maschinen vorgekauft, um seinen Kunden auch eine Auswahl vorführen zu können. Für die Kioti Roadshow hat er über Social Media, die Tageszeitung und Prospekte Werbung gemacht. Der Wohltmann Verkaufswagen fährt regelmäßig die Milchviehbetriebe in dieser mais- und grasstarken Region an. Auf den ersten Blick vermutet man hier nicht unbedingt ein großes Potenzial Kompakttraktoren. „Uns überraschte das hohe Interesse der Kunden. Viele sprechen uns auf unsere neuen orangenen Traktoren an“, so Wohltmann. Daher war man auch schnell bereit, mit Kioti die Roadshow durchzuführen.

Das Wohltmann Vertriebsgebiet für Kioti liegt zwischen Elbe und Weser und reicht bis zu Nordsee. Deshalb ist man auf der Suche nach Partnerhandlern. Wohltmann will möglichst rasch einen weiteren Verkäufer, der sich auf die orangenen Maschinen konzentriert, einstellen. Die bisher bereits guten Kontakte zu den Kommunen will man weiter ausbauen. Knut Ziemer freut sich über den engagierten Neuzugang in seinem Vertriebsnetz. „Hier spürt man Überzeugung und echtes Engagement“, so Ziemer.