

Kleintraktoren

Alte und neue Asiaten verdrängen Gebrauchte

Gebrauchte Schlepper finden nicht selten einen Privatkunden. Diese können aber auch mit Neumaschinen aus Asien versorgt werden, was Vorteile für beide Seiten hat. Einige Händler haben das bereits erkannt.



Im Wald sind kompakte Maschinen praktisch, weshalb diese Klasse auch bei Privatbesitzern immer beliebter wird.

Der eigene Traktor gehört für viele „große Jungs“ zum Lebenstraum: Wo die einen sich die Harley oder ein Cabrio gönnen, kaufen sich andere einen Traktor. Ob als Brennholzelbstwerber, Kleinwaldbesitzer oder um auf dem Grundstück für Ordnung zu sorgen. Bisher war das vor allem ein Markt für Gebrauchte, denn viel musste es ja nicht sein: Der klassische Geräteträger von Fendt, ein Deutz-Fahr oder IHC mit Fritzmeier Verdeck sind schon für vierstellige Beträge zu haben. Nicht selten ist das Budget bei dieser Klientel aber auch größer, weshalb man gebrauchte Modelle aus den 90ern daher noch immer recht hochpreisig handelt: Fendt Farmer und GTA, Deutz-Fahr Agrolplus oder John Deere 3300 werden heute noch für über 20.000 Euro angeboten. Für diesen Preis bekommt man inzwischen aber auch Neuware, vornehmlich aus Asien.

Auch Laufkundschaft

Der japanische Hersteller Iseki reagiert bereits auf diesen potentiellen Kundenstamm und widmet sich verstärkt auch dem Markt der Maschinen für den Privatbereich widmen. Im Fokus stehen dabei vor allem Hobby- und Nebenerwerbslandwirte, Wald- und Forstbesitzer sowie Eigentümer von weitläufigen Privatgrundstücken.

Mehr Umsatz als mit „Großen“

Eine weitere Marke in diesem Segment sind die Koreaner von Kioti, wie sie bei der Firma Heinrich Sous in Aachen neben Deutz-Fahr verkauft werden. Die Entscheidung dafür fiel bereits vor acht Jahren, als man auch Kunden etwas bieten wollte, das die Lauinger nicht im Programm hatten. „Pro Jahr gehen etwa 100 Kioti-Maschinen bis 50 PS bei uns vom Hof. Etwa 20 % an Kommunen, 70 % in den Reitsport und 10 % an Privatleute. Die kommunalen Bauhöfe legen dabei Wert auf Hydrostatantrieb, Pferde- und Privatbereich benötigen dagegen einfache, kompakte Schlepper. All das bekommen sie bei den klassischen Herstellern nicht, weshalb wir in diesem Segment schon länger auf Kioti setzen“, so Bastian Dohms, zuständig für den Vertrieb bei Heinrich Sous. Mit der Reitsport-Kundschaft hat man sich ein wichtiges Standbein aufgebaut, häufig findet eine Hausmesse mit darauf ausgerichtetem Produktspektrum statt, die am Wochenende bis zu 6000 Besucher anzieht. Von der Pferdedecke bis zum Traktor mit Frontlader wird dort alles direkt verkauft. Das Einzugsgebiet des Händlers erstreckt sich so über Nordrhein-Westfalen, Teile von Hessen und Rheinland-Pfalz. „Bei dieser Klientel ist Kioti inzwischen sehr bekannt und genießt einen guten Ruf. Wer dann eine solche Maschine benötigt, bei uns eine sieht und ausprobieren kann, der kauft dann sehr häufig auch direkt“, weiß Dohms.

Langfristig kostengünstiger

„Grundsätzlich unterscheiden wir zwischen Kommunal- und Privatkunde, zu letzteren zählen wir auch die semiprofessionellen Kunden,“ so Fabiano Hensen, Marketingmanager bei Kubota Deutschland. Die typischen Kunden für Traktoren dieser PS-Klasse sind Anwender mit größeren Grundstücken. Immer öfter treffen wir auch auf den Einsatz auf landwirtschaftlichen Restflächen, hier wird semiprofessionelle Landwirtschaft betrieben, um Nutztiere in kleinem Umfang zu halten oder auch sonstige landwirtschaftliche Güter nachhaltig für den Eigenbedarf zu produzieren. Aber auch Holzwerber mit oder ohne eigenem Waldbesitz, die einen zuverlässigen und leichten Traktor suchen. Pferdebetriebe zählen ebenso dazu, sie erwarten solide Technik die intuitiv in der Handhabe ist und dabei sehr langfristig Zuverlässigkeit bietet, so Hensen weiter.

„Schalter für Privatanwender“

LS Traktor ist eine weitere koreanische Marke, die aktuell in Deutschland Fuß fasst. Den Import erledigt der Hanwha-Konzern, deren Vertriebsleiter Björn Sickmüller nun ebenfalls die Privatkunden ins Visier nehmen will: „Gerade mit den Schaltgetriebemodellen um 50 PS wie dem XR50 können wir hier Punkten. Mit der Kabine ist man auch im Winter im Wald oder im Sommer auf dem Rasen immer gut dabei.“

Auch die Firma Wegema in der Nähe von Nürnberg setzt schon seit einigen Jahren auf die blauen Asiaten, da man zu den Marken JCB und Same/Deutz-Fahr noch eine Ergänzung benötigte, da diese die bei Kommunen sehr beliebten Hydrostatantriebe nicht bieten: „Diese Kunden hätte ich mit dem bisherigen Portfolio nicht bedienen können, weshalb wir uns nach einer Programmergänzung umgeschaut haben“, so Wegema-Geschäftsführer Joachim Wenig. Einen Traktor „solo“ zu verkaufen sieht er aber als Ausnahme an, die meisten wollen direkt ein Paket: „Gerade in Kommunen muss man auch Schneeschild, Kehrmaschine Streuer und Mähgeräte anbieten können und die entsprechende Beratungskompetenz vorweisen.“ Aktuell etabliert seine Firma den Vertrieb von Major Mähgeräten in Nordbayern, die sich für dichtes Hochgras genauso eignen wie für einen feinen Golfplatz. Die Vorfürhungen sollen dabei mit LS-Traktoren erfolgen. Auch wenn sein Ziel eigentlich die Bauhöfe der Region waren, haben auch Privatleute inzwischen Gefallen an den blauen Kompaktschleppern gefunden: Die Umsätze verteilen sich bei Wegema etwa je zur Hälfte auf die beiden Kundenstämme.

Auf genau diese Kunden zielt auch der Vertrieb der indischen Marke Solis: „Wir sind inzwischen durch Messen und andere Veranstaltungen bekannt. Kunden suchen direkt bei uns nach Schleppern, die es bei anderen Herstellern nicht mehr gibt, den einfachen 75-PS-Schalter etwa“, weiß Thomas Mayer, beim Generalimporteur ILAFA zuständig für den Vertrieb.

Für die Wartung braucht man keinen Laptop

Auf die bewährte Qualität muss auch hier niemand verzichten, denn unter der blauen Haube stecken Bosch Einspritzpumpen sowie Carraro Achsen und Getriebe: „Für die Wartung braucht man keinen Laptop, der Unterhalt ist günstig, genau das wollen diese Kunden“, so Mayer. „Vergleichbar einfache Technik bieten hier nur noch Gebrauchte mit weit über 5.000 Stunden, dann aber eventuell mit abgefahrenen Reifen und Wartungsstau. Dieser Markt bietet hierzulande inzwischen viel zu wenig für viel zu hohe Preise. Für ähnliches Geld bekommen die Kunden auch einen neuen Solis mit drei Jahren Garantie auf Motor und Getriebe.“ Das Geschäft mit Privatkunden wie Hobbyforstwirten laufe sehr gut und habe auch für den Händler Vorteile: Meist will diese Klientel keine Altmaschine in Zahlung geben, sondern zahlt bar. Außerdem kaufen 80 % noch einen Frontlader dazu, auch Mulchgerät oder Heckmulde, Seilwinde oder Holzspalter sind nicht selten direkt mit dabei. Aber auch Profis kommen immer wieder auf die Marke Solis zurück: „Viele Betriebe suchen einen stinknormalen Arbeitsschlepper, den sie bei uns für einen Bruchteil dessen bekommen, was die hiesigen Marken für ihre kleinsten Serien aufrufen“, versichert Mayer. Seine Händler können durch die Wagner-Hydraulik auch Kunden mit etwas spezielleren Wünschen an die Ölschnittstellen zufriedenstellen. „Bisher waren wir vor allem bei Privaten sehr stark nachgefragt und bekommen daher auch wöchentlich Anfragen von neuen, potentiellen Händlern. Da wir neuerdings mit dem 26 HST auch erstmals einen Hydrostatantrieb anbieten, kommen nun auch mehr Kommunen auf uns zu“, so Mayer. Entsprechende Ausstattungen wie Zwischenachsmähwerk samt Hochentleerungscontainer sowie Fronthydraulik und -zapfwelle sind gerade in Vorbereitung.

Blau und aus Indien

Yanmar mit neuem YT2

Eine weitere Neuheit von Yanmar ist der YT2-Traktor. Bei diesem wurde der Fokus auf Bedienerkomfort in der Leistungsklasse 35 PS, Wartungsfreundlichkeit und Vielseitigkeit im Einsatz gelegt. Der YT2 soll besonders für kommunale Dienstleistungen und die Pflege öffentlicher Räume im Sommer und Winter eingesetzt werden. Angetrieben werden diese mit emissionsarmen Common-Rail-Dieselmotoren der Schadstoffklasse V, die dank des mehrstufigen elektronischen Direkteinspritzsystems ein hohes Drehmoment und einen geringen Kraftstoffverbrauch kombinieren sollen. Der von Yanmar entwickelte Partikelfilter (DPF) besitzt ein Wartungsintervall von 6.000 Stunden. Beide Traktoren der YT-Baureihe sind mit einer werksseitig installierten Kabine ausgestattet. Die Kabine bietet mit Heizung, integrierter Klimaanlage, Heckscheibenheizung (nur YT2) und Frontscheibenwischern hohen Komfort.

Falls wir das Interesse an einer zusätzlichen Marke geweckt haben, sei gesagt, dass wir natürlich nicht mit allen Vertretern sprechen konnten. Ebenfalls in diesem Segment aktiv sind u.a. noch Branson und Tym aus Südkorea. Aus Weißrussland kommen die vor allem im Osten bekannten Belarus Traktoren, ebenso ist die chinesische Marke Foton bzw. Lovol inzwischen in Europa aktiv.

Harte Zahlen

Auch in der Zulassungsstatistik lässt sich erkennen, dass die Marken aus Fernost immer stärker Fahrt aufnehmen: Die Klasse bis 30 PS wuchs im Jahr 2019 um etwa 10 % auf ca. 3.300 Schlepper, die zum Straßenverkehr angemeldet worden sind. Definitiv dürfte die Zahl der Verkäufe insgesamt um ein Drittel höher liegen. Angeführt wird die Tabelle hier von Kubota und Iseki, John Deere folgt auf Platz drei, danach kommen Solis und Branson. Aber auch Kioti und LS-Traktor fallen längst nicht mehr unter „Sonstige“. Blickt man auf die Klassen bis 50 PS, ist auch hier erkennbar: Der Markt für kleine Schlepper wächst. Der Platzhirsch John Deere führt hier zwar noch das Feld an, verliert aber im Vergleich zum Vorjahr an Boden, wogegen die Hersteller aus Fernost kräftig zulegen. Aber auch New Holland und Deutz-Fahr konnten hier mehr Neuzulassungen verzeichnen. Ab 60 PS wird es dann allerdings wieder dünner für die Neuen aus Asien, wobei Iseki und Kubota hier noch immer einige Maschinen absetzen können.



Iseki setzt mit der TLE-Serie auch auf Kleinwaldbesitzer oder Pferdehöfe als Kunden.



Kioti kann zunehmend auch bei Privaten punkten und ist im Reitsport bereits gut etabliert.



Bei der indischen Marke Farmtrac bekommen Kunden, was andere nicht (mehr) bieten: Einen einfachen, günstigen „Schalter“.



Der Solis 26H mit Zwischenachsmähwerk.



Kubota L1361 mit 36 PS und Frontlader.

Für Händler und Kunden bietet sich hier eine Win-Win-Situation, die schon einige Firmen erkannt haben: Der Kunde muss sich nicht mit 5000 Betriebstunden (Minimum), abgefahrenen Reifen und den damit verbundenen Folgekosten herumärgern – und der Händler bekommt einen zusätzlichen neuen Kundenstamm, den er mit Neumaschinen wesentlich präziser bedienen kann als mit Gebrauchten. Daher kann es sich durchaus lohnen, neben der alteingesessenen Schlepperfarbe noch eine günstige Marke aus Asien mit auf den Hof zu stellen. Denn wer nur die üblichen Verdächtigen im Programm hat, bekommt diese Art Kunden gar nicht erst auf den Hof: Die kleinsten Neumodelle wie etwa Claas Nexos, Fendt 200 Vario oder Deutz-Fahr 5D starten erst bei ca. 75 PS, bieten natürlich High-Tech vom Feinsten, schlagen dafür aber mit höheren fünfstelligen Beträgen zu Buche. Eine Ausnahme wäre hier der Case IH Farmall, der neu dank einfachem 8-8-Schaltgetriebe und simplerer Ausstattung schon für mittlere fünfstelligen Beträge zu haben ist. Wer aber Kunden mit noch niedrigerem Budget gewinnen will, kommt um die Preis-Leistungsmeister aus Asien kaum herum.

Für diese Zielgruppen bietet der Hersteller mit den Traktormodellen TM 3185, TM 32 und der TLE-Baureihe kompakte Einstiegsmodelle an, die sich durch ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis und eine an die Bedürfnisse der Anwender angepasste technische Ausstattung auszeichnen. „Wir zielen bewusst auf die Kunden, für die die klassischen Hersteller keine Maschinen mehr im Programm haben, andererseits aber schon Wert auf etwas gehobene Technik und ein gut ausgebautes Händler- und Ersatzteilnetzwerk legen“, sagt Iseki-Deutschland Geschäftsführer Martin Hoffmann. „Solche Maschinen müssen auch nicht vom Verkäufer zum Interessenten getragen werden, in diesem Segment gibt es auch Laufkundschaft: Die kommt direkt in den Laden, fragt nach dem Preis und wenn dazu noch ein passender, günstiger Frontlader am Lager ist, nimmt der Kunde ihn direkt mit.“

Das meistverkaufte Modell ist der DK5010 mit 50 PS, und das liegt nicht am Preis: „John Deere und New Holland sind mit ihren Modellen im Vergleich günstiger, da man dort die Strategie verfolgt, durch viele kleine Schlepper schnell an hohe Zulassungszahlen zu kommen.“ Kunden, die bei Dohms zur Preisverhandlung ein Angebot mit Konkurrenz-Logo mitbringen, gibt er nicht nach und lässt sie lieber ziehen. Denn durch das Feedback seiner Kundschaft weiß er, dass mit der Schlepperqualität und seinem Service alle sehr zufrieden sind. Inzwischen macht er mehr Umsatz mit Kioti als mit der seit 70 Jahren im Haus geführten Marke Deutz-Fahr.

Auch bei Landtechnikhändler Lücke-Schröder in Bohmte bei Osnabrück ist die Marke Kioti vertreten, hier stehen sie schon länger neben Fendt und New Holland: „Der Chef hatte länger etwas in dieser Art gesucht, um das Portfolio zu ergänzen. Andere Marken wie Kubota oder Iseki sind in der Region aber bereits stark vertreten, weshalb man schlussendlich zu den roten Koreanern gefunden hat“, erklärt Verkäufer Lukas Bölscher. „Seit Kioti den Vertrieb wieder direkt selbst organisiert, sind wir A-Händler und sehr zufrieden.“ Der Bekanntheitsgrad der Marke sei zwar aktuell noch nicht ideal, die meisten Kunden sind aber sehr positiv überrascht, wenn sie die erste Testrunde drehen. Im letzten Jahr konnte er einige Schlepper zwischen 45 und 60 PS ohne Kabine aber mit Frontlader verkaufen: „Einer der Kunden hatte bereits einen betagten 40-PS-Schlepper, den er nun für etwa 10.000 Euro hätte überholen lassen müssen. Die Entscheidung, den alten zu verkaufen und für den Erlös, das Reparaturbudget plus ein wenig obendrauf einen neuen Kioti mit drei Jahren Gewährleistung zu bekommen, fiel ihm nicht schwer“, so Bölscher.

Ebenfalls blau und aus Indien sind die Schlepper der Marke Farmtrac, die von Fudex im norddeutschen Winsen/Luhe vertrieben werden. „Wir verkaufen auch generalüberholte Kubotas aus Japan, die für 5.000 bis 7.000 Euro gehandelt werden und sehr schnell vom Hof gehen. Wenn wir den leer ausgegangenen Interessenten dann aber zeigen, dass sie für einen Hauch mehr auch einen Neuschlepper mit Garantie haben können, ist das für viele eine Option“, so Geschäftsführer Sergej Stumpf. Gerade in Süddeutschland sucht Fudex noch nach Vertriebspartnern, denn der Markt aus Privatleuten, die eigentlich einen Gebrauchten kaufen würden, existiere definitiv und müsse nur bedient werden. Von der einfachen Grundstückspflege mit Mähwerk über die Arbeit von Pferdehaltern und Waldbesitzern ist das Kundenspektrum vielfältig. „Das bestätigen uns auch Partner wie Agravis oder Sümo“, versichert Stumpf. „Ansonsten wären wir mit Farmtrac hierzulande auch nicht so schnell so erfolgreich geworden.“

Für diese Einsätze seien gebrauchte Standardtraktoren oft zu groß, unhandlich oder zu schwer. Zudem seien die Preise in den vergangenen Jahren für gebrauchte landwirtschaftliche Traktoren stark gestiegen. Für die beliebten Frontlader-Schlepper aus den 70er und 80er Jahren im Leistungsbereich 50 bis 80 PS würden Preise aufgerufen, die vor mehreren Jahren noch undenkbar waren. Aber selbst wenn dann solch eine Maschine gefunden wird, sei der technische Zustand und die damit einhergehenden Folgekosten oft nur schwer zu beurteilen.

Hensen: „Unser Händlernetz im Bereich der Landtechnik und für Kompaktmaschinen ist sehr dicht und sehr gut vernetzt. Die Kunden treffen bei der Suche nach Gebrauchtmaschinen automatisch auf unsere Kompakttraktoren, die je nach Anwendungsfall oft die bessere und langfristig günstigere Lösung sind.“

Im Bereich dieser unteren Leistungsklassen gehöre Kubota seit Jahren zu den Marktführern. Die Kunden honorierten guten Service, langfristig gesicherte Ersatzteilversorgung und das hohe japanische Qualitätsniveau.

Daneben biete man eine große Palette an Anbaugeräten an, der Kunde erhalte so ein maßgeschneidertes Paket für sein spezielles Anforderungsprofil, ohne sich mit mehreren Lieferanten auseinandersetzen zu müssen.

Mit den Baureihen BX, B1, L1 und L2 bietet Kubota ein breites Programm von 12 bis 65 PS. Oftmals ist der Frontlader ein wichtiges Ausstattungsmerkmal, auch verschiedene Mähwerke, Mulchgeräte und Werkzeuge zur Bodenbearbeitung zählen dazu. „Die zulässigen Anhängelasten unserer Maschinen sind besonders hoch,“ so Hensen „dadurch sind verschiedene Varianten der Anhängelpunkte und die notwendige Hydraulik ein oft nachgefragtes Ausstattungsmerkmal. Aber auch eine einsatzbedingte Sonderbereifung, z.B. Rasenbereifung oder besondere Spurbreiten, sind oft Bestandteil der Ausstattungsliste der Kunden.“

„Vollständig betrachtet geht es nicht nur um den Aufpreis. Um fair zu sein, muss die Neumaschine einem gebrauchten Traktor gegenübergestellt werden,“ kommentiert Hensen den Gesamtkostenbereich. „Nehmen wir also mal das Beispiel ‚Gebraucht‘ gegen ‚Neu‘: Gegenüber dem geringeren Anschaffungspreis erhält der Kunde einen neuen Traktor mit Gewährleistung, moderner sparsamer Motorentechnologie nach neuester Abgasnorm, verfügbaren Ersatzteilen und langfristig kostengünstigerem Unterhalt – und das abgestimmt auf seinen persönlichen Einsatz.“