

Kuhn Deutschland

Nach gutem Jahr 2018 weiter auf Wachstumskurs

Unternehmen will Potenziale in der Pflanzenschutz- und Fütterungstechnik noch besser ausschöpfen



© Kuhn

Im Segment der Pflanzenschutztechnik will Kuhn Marktanteile hinzugewinnen.

Für das Kalenderjahr 2018 meldet Kuhn Deutschland mit Sitz in Schoppsdorf, eine Gesellschaft der Kuhn Group, Saverne, ein Umsatzwachstum von 14 Prozent auf 106,5 Mio. Euro. Zusätzlich zu dieser über dem Marktverlauf liegenden Verkaufsentwicklung freut sich die Geschäftsleitung über das gute Abschneiden der Marke im DLG-Imagebarometer. Seit vielen Jahren ist man hier unter den Top Ten. Bei der Umfrage Ende 2018 erreichte man mit dem 7. Platz die bisher beste Position.

Galt Kuhn in Deutschland noch vor 20 Jahren vorwiegend als Futtererntehersteller, gehört die Marke mittlerweile auch in einigen anderen Produktgruppen zu den meistverkauften in Deutschland. So belegte Kuhn nach Aussagen der Firmenleitung auf dem deutschen Markt bei Pflügen Platz zwei.

„Am besten vertreten sind wir in schwierigen Regionen, wo Stabilität eine große Rolle spielt“, so Geschäftsführer Armin Rau. „Mit unserer hydraulischen Steinsicherung haben wir schon vor 30 Jahren Maßstäbe gesetzt, als andere ihren Kunden noch mangels Angebot in ihrem Programm von hydraulischen Lösungen in diesem Bereich abgeraten haben.“ Auch bei Kreiseleggen und Drillmaschinen sieht man sich unter den zwei bis drei meistgekauften Marken. Steigerungsmöglichkeiten sieht Kuhn in allen Produktgruppen, insbesondere jedoch in den noch relativ jungen Programmen Pflanzenschutz, Minimum Tillage, Fütterung und Ballenpressen. „Anders als in unseren klassischen Produktgruppen sieht man uns hier oft als Hersteller, der durch sein breites Programm den Spezialisten, z.B. in der Fütterungstechnik oder im Pflanzenschutz etc. unterlegen ist und diese Einschätzung kann dann auch mal hinderlich sein“, so Kuhn Vertriebschef Nord, Rainer Krug.

Kuhn sei aber in jeder seiner Produktgruppen absoluter Spezialist. Kuhn habe z. B. ein eigenes Werk mit eigener Entwicklungsabteilung für Fütterungstechnik, wo seit Jahrzehnten ausschließlich Futtermischwagen entwickelt und gebaut werden. Krug: „Mehr Spezialist geht nicht, aber wir müssen ständig daran arbeiten, dass unsere Kunden dies auch wissen.“

Das Gleiche gelte für Feldpritzen. „Hier verfügen wir über eine komplett auf Pflanzenschutz ausgerichtete Fabrik, mit einem Know-how auf allerhöchstem Level. Dies kann nur in einem Werk vorhanden sein, wo alle Mitarbeiter seit zig Jahren einzig und allein Pflanzenschutzgeräte entwickeln und produzieren“, ergänzt Silvio Heidig, Kuhn Vertriebsleiter Süddeutschland.

Das Spritzenprogramm ist technisch anspruchsvoll und reicht von Dreipunktgeräten und gezogenen Geräten mit Behältervolumen bis zu 7.700 l. Mit Artec hat Kuhn im Oktober letzten Jahres Frankreichs Marktführer für selbstfahrende Feldspritzen übernommen. Heidig: „Für die Einführung in Deutschland müssen Sie uns noch etwas Zeit geben. Wir wollen uns gut vorbereiten, aber wenn wir so weit sind, wird man noch einiges von uns zu erwarten haben.“