



50 Jahre jung und dynamischer denn je – so stellt sich Weidemann im Jubiläumsjahr 2010 dar. Mit Geschäftsführer Bernd Apfelbeck haben wir über die weiteren Pläne für das Unternehmen gesprochen. Dabei nimmt der Fachhandel eine besondere Rolle ein.

Trendsetter

Weidemann startet das Konzept „farm mobility“

Exakt vor 50 Jahren begann im hessischen Flechtendorf mit der Gründung der Maschinenfabrik Weidemann eine echte Erfolgsgeschichte. Vor allem mit seinem Konzept eines kompakten, knickgelenkten Hofladers setzte Oswald Weidemann 1972 einen Meilenstein in der Landtechnik. Denn bis dato war die Mechanisierung in der Stall-Innenwirtschaft der meist kleineren westdeutschen Höfe weitgehend noch ein Fremdwort. Zwar dauerte es etwas, bis sich die Vorteile dieser Maschinen überall herumsprachen, aber schon bald stand der Begriff Hoftrac® von Weidemann als Inbegriff für knickgelenkte Hoflader, vergleichbar dem „Bulldog“ bei Traktoren.

Entsprechend positiv entwickelte sich auch das Unternehmen im hessischen Flechtendorf. Einen bis dato nicht gekannten Schub brachte allerdings 2005 die Übernahme des Unternehmens durch die damalige Wacker Construction Equipment AG, heute Wacker Neuson SE. Denn Weidemann stellte für die neuen Eigentümer eine hervorragende Ergänzung in mehrfacher Hinsicht dar. Erstens konnte damit das ohnehin schon breite Light Equipment-Sortiment durch Kompaktmaschinen sehr sinnvoll ergänzt werden. Und zweitens gelang den Baumaschinen-Spezialisten damit der Schritt in die

Zielgruppe Landwirtschaft.

Als dann 2007 zusätzlich die Marken Neuson und Kramer in den Gesamtkonzern integriert wurden, eröffneten sich erhebliche Synergieeffekte durch Know-how-Transfer zwischen den Werken und Markenfamilien. Zwar werden sowohl die Vertriebswege wie auch die jeweilige Markenkonzeptionen klar im Konzern getrennt, sodass Weidemann unverändert exklusiv für Landwirtschaft und Gärtnereien steht. Doch mit entsprechender, technischer Modifikation laufen beachtliche Stückzahlen unter dem Wacker Neuson-



Weidemann-Geschäftsführer Bernd Apfelbeck rechnet im laufenden Geschäftsjahr mit 20 Prozent Wachstum.

Logo in das Segment Bauwirtschaft. Umgekehrt nimmt auch Weidemann zunehmend Produktserien der Kramer- und Neuson-Schwesterwerke unter das eigene Markendach. Dadurch erweitert sich für beide Zielgruppen das Produktangebot, sodass sich Weidemann im Jubiläumsjahr 2010 stärker als je zuvor präsentiert. Dem trug man 2007 mit dem in Korbach neu in Betrieb genommenen Fertigungswerk mit einer Gesamtkapazität von 6 000 Maschinen Rechnung. Nach einem konjunkturell durchwachsenen Jahr 2009, das jedoch dank der zwei-Säulenstrategie Land- und Bauwirtschaft gut bewältigt werden konnte, sind die Absatzerwartungen für 2010/2011 Weidemann durchaus hoch. Genaueres dazu hat sich AGRARTECHNIK im Exklusiv-Interview von Weidemann-Geschäftsführer Bernd Apfelbeck erläutern lassen.

AGRARTECHNIK: Herr Apfelbeck, Sie rechnen für die Marke Weidemann 2010 mit wenigstens 20 Prozent Wachstum. Woher kommt der Optimismus?

Bernd Apfelbeck: Erstens trägt der Ausbau der Vertriebsstruktur seit der Übernahme 2005 sowie die noch intensivere Marktbearbeitung in Deutschland und Europa inzwischen Früchte. Zweitens greift in Nordamerika die 2008 dort gestartete Markteinführung der Wacker-Neuson-Kompakttechnik im Segment Bauwirtschaft mittlerweile spürbar. Das hat für uns als Firma Weidemann natürlich sehr positive Konsequenzen. Drittens werden die Ende 2009 von uns neu in den Markt eingeführten Modelle, wie der kompakte Teleskoplader T 4512 CC35 oder die CC-Hoftrac-Typen, von der Kundschaft sehr gut angenommen. Allein das stimmt uns schon ausgesprochen positiv für die kommenden Monate und ist im Jubiläumsjahr ein echter Höhepunkt.

Viertens ist generell offensichtlich die Talsohle in der Land- und Bauwirtschaft durchschritten. Das haben uns die beiden Leit-

messen Agritechnica und bauma gezeigt. Denn zum Beispiel 70 Prozent der Landwirte, die uns zur Agritechnica auf dem Stand besucht haben, äußerten für die nächsten zwei Jahre ganz konkrete Investitionsabsichten. Zwar sorgt der anhaltende Strukturwandel für eine sinkende Zahl an Höfen, aber die Zukunftsbetriebe wachsen, werden im Management immer professioneller und investieren speziell in die Technik zur Arbeitserledigung mehr denn je, speziell in der Hof- und Innenwirtschaft.

Genau das möchten wir gezielt aufgreifen mit unserem Konzept „farm mobility“ – der fünfte Grund, warum ich sehr positiv nach vorn sehe. Mit diesem Konzept möchten wir uns als Hersteller sowie unsere Vertriebs- und Servicepartner noch stärker als Anbieter von Systemlösungen mit einer vollständigen Produktpalette präsentieren.

AGRARTECHNIK: Was ist „vollständig“?

Bernd Apfelbeck: Das wir nicht nur bei Hoftracs®, sondern auch bei Rad- und Teleskopladern ein breites Programm für eine noch effizientere Arbeitserledigung

anbieten, die den veränderten Anforderungen der Kunden Rechnung trägt. Das gilt schwerpunktmäßig natürlich in der Landwirtschaft, aber ebenso in Zielgruppen wie Gärtnereien und Baumschulen, Friedhofsverwaltungen, Kommunen oder auch Industriekunden.

AGRARTECHNIK: Gehören auch Dumper und skid-steer-Lader zum Konzept der „farm mobility“?!

Bernd Apfelbeck: Schrittweise werden wir sicher auch derartige Produktsegmente des Konzerns bei Weidemann in das Programm integrieren – obwohl speziell die skid steer-Lader aufgrund des relativ geringen Marktvolumens in der Landwirtschaft sicher nicht in erster Instanz dazugehören.

AGRARTECHNIK: Sie sprachen vorhin das Thema Vertriebsnetz an. Was bedeutet „farm mobility“ in dieser Hinsicht?

Bernd Apfelbeck: Durch das breitere Programm bieten sich unseren Vertriebs- und Servicepartnern deutlich mehr Chancen – die aber auch genutzt werden sollten...

AGRARTECHNIK: Was heisst das?



Fotos: Noordhof (5), Werkbilder

Die Gesamtkapazität des Werks Korbach liegt bei derzeit 6 000 Einheiten jährlich. Die Lader können in mehreren Fertigungslinien gebaut werden. Die Fertigungstiefe ist sehr hoch.

Bernd Apfelbeck: Weidemann ist ein Produkt, mit dem die Händler sich ein sehr interessantes Umsatzpotenzial erschließen und außerdem eine angemessene Marge erzielen können. Gerade vor dem Hintergrund der Tatsache, dass bei den sogenannten Flaggschiffen wie Erntemaschinen und Traktoren von den entsprechenden Herstellern die Händlernetze kräftig durchforstet und auf Linie gebürstet werden, kommt viel Bewegung in die generelle Vertriebslandschaft. Das steigert die Sensibilität der Händler, auch andere Produkte stärker als bisher in den Fokus zu rücken. Vor diesem Hintergrund hat Weidemann nicht nur meines Erachtens das Potenzial zu einer starken A-Marke im Fachbetrieb.

AGRARTECHNIK: ...ein hohes Ziel?!?

Bernd Apfelbeck: Hoch ja, aber erreichbar. Das bestätigen uns zahlreiche Vertriebspartner, die genau dies erkannt und bereits umgesetzt haben. Sie spielen in Richtung Kundschaft ihre Trumpfkarte als Laderspe-



In Korbach werden Hof- und Radlader für den Einsatz in Land- und Bauwirtschaft gefertigt. Die Werkshallen sollen mittelfristig um eine weitere, rund 1 200 Quadratmeter große Halle erweitert werden (auf der Freifläche im kleinen Bild).

zialisten aus und differenzieren sich gleichzeitig klar in ihrem Wettbewerbsumfeld. Wir kommunizieren unsere Vorstellungen ganz offen und bieten unsere Unterstützung an, setzen aber darauf, dass beide Seiten den Wagen mit vereinter Kraft ziehen.

AGRARTECHNIK: *Wird das flächendeckend greifen? Oder läuft dies auf eine Struktur von A- und B-Partnern hinaus?*

Bernd Apfelbeck: Es geht uns nicht um hierarchische Abstufungen, sie sind weder zeitgemäß noch für die Beteiligten motivierend. Wichtig ist die effiziente Potenzialnutzung in der jeweiligen Region. Hier sind die Fachhändler für uns die absolute Nummer eins, ohne wenn und aber. Aber ich mache keinen Hehl daraus, dass wir uns eine intensive Zusammenarbeit wünschen, was nicht nur unser Engagement impliziert, sondern auch das der Händler. Dazu gehören im Optimalfall spezialisierte Verkäufer des Händlers ebenso wie der Aufbau entsprechender Kompetenz, die Marktbearbeitung oder das verfügbare Sortiment im Fachbetrieb. Und natürlich werden einige diesen Weg schneller und weiter mitgehen als andere – aber sie profitieren auch davon.

AGRARTECHNIK: *Wer als Hersteller A-Status haben will, muss selbst in der Händlerunterstützung die Messlatte hoch legen...*

Bernd Apfelbeck: Dessen bin ich mir sehr wohl bewusst, und genau das setzen wir bereits um. Sicher schrittweise, aber kontinuierlich und so, dass unsere Partner die Schritte gut nachvollziehen können.

AGRARTECHNIK: *Würden Sie bitte dafür ein Beispiel nennen?*

Bernd Apfelbeck: Nicht nur eines. Unser Schulungsangebot zur Händlerqualifizierung wächst laufend, nicht zuletzt auch gelenkt durch die Wünsche und den Bedarf der Händler. Unser Außendienstteam zur zusätzlichen Unterstützung vor Ort wächst ebenso kontinuierlich.

Das Thema Marge habe ich schon angesprochen. Die Unterstützung auf dem Gebiet der EDV ist ein weiterer wichtiger Punkt, sei es mit Blick auf die Verfügbarkeit von Produktinfos, die Statusabfrage von Ersatzteilbestellungen, das Abrufen von Marketingmaterial oder die automatische Abwick-



Neben der Landwirtschaft gehören auch Gärtnereien, Baumschulen, Kommunen und Industriekunden zu den Weidemann-Zielgruppen.

lung von Gewährleistungsanträgen. Und wo wir gerade bei dem Thema sind: Mit einem erstatteten Stunden-Verrechnungssatz von 42 Euro und einer Fahrtkostenerstattung bis maximal 200 Kilometer setzen wir bei Garantiefällen in der Branche Maßstäbe!

Allerdings gehen wir noch weiter. So setzen wir zurzeit eine Softwarelösung für das so genannte Customer Relationship Management um, an dem auch unsere Partner partizipieren können. Das eröffnet weitreichende Möglichkeiten in der Marktbearbeitung.

Weiterhin richtet Wacker Neuson SE am Standort Gotha derzeit ein Gebrauchtmaschinenzentrum ein. Damit können auch wir als Firma Weidemann unseren Händlern in diesem Zusammenhang anbieten, Gebrauchtmaschinen anzukaufen, sie dort aufzubereiten und sie dann national wie international zu vermarkten. Im Umkehrschluss können unsere Partner dort ebenso aufbereitete Technik kaufen, um sie in ihrer Region zu vermarkten. Denn gute Gebrauchte eröffnen für die Händler zusätzliche Markt- und damit Umsatzpotenziale.

AGRARTECHNIK: *Und im Service?*

Bernd Apfelbeck: Dort gehen wir genauso zielgerichtet vor, allerdings sind hier noch nicht alle Projekte spruchreif. Soviel sei aber verraten: Das Thema Garantieverlängerung ist bereits in der sprichwörtlichen Entwicklungspipeline. Unsere Zielsetzungen im Verkauf gelten 1:1 im Service, wieder mit dem Ziel, die Händler bestmöglich zu unterstützen und ihnen Potenziale zu öffnen. Denn wir sehen uns im landwirtschaftlichen Ladersegment in jeder Hinsicht als Trendsetter des Marktes. (jn)



Speziell die Neuheiten der Agritechnica 2009, wie etwa der kompakte teleskopklader T 4512 CC35, sorgen 2010 für ein gutes Auftragsplus bei Weidemann.