



Saaten-, Laub- oder Tannengrün?

Traktorimage Wie schätzen Landwirte Traktormarken ein? Studenten der Agrarwissenschaften an der Uni Göttingen befragten rund 500 Landwirte nach Ansehen, Qualität und Preis. Hier das Ansehen der Traktoren mit dem Grün in den Firmenfarben.

Wer Fendt fährt, hat Kühe und Kohle, John-Deere-Fahrer sind die großen Ackerbauern und Claas ist eher Spezialist für Erntemaschinen. Typische Vorurteile für das Image von Traktormarken.

Bekannt...

Alle Teilnehmer mussten Traktormarken aufzuzählen, welche ihnen spontan einfallen. Fendt ist am stärksten in den Köpfen verankert, gefolgt von John Deere und mit

größerem Abstand Claas. Die Bekanntheit der Marke steht stark mit der Werbung in Verbindung. Landwirte bewerten die Werbung der Unternehmen John Deere und Fendt am besten. Besonders der Auftritt im Internet und die Werbeanzeigen in Fachzeitschriften fallen auf.

Fendt ist mit positiven Berichten in Fachzeitschriften den Herstellern John Deere und Claas überlegen. 38 Prozent der Befragten bewerten die Berichte über Fendt als sehr gut; dies sagen lediglich 19

Prozent über John Deere. Die Messestände auf großen Ausstellungen der drei Unternehmen sind alle „gut“ bis „sehr gut“.

...und beliebt

Bei der Frage „Welche Marke ist besonders beliebt bei Landwirten?“ mussten die Teilnehmer der Studie Fendt, John Deere und Claas benoten. Die Note 1 bedeutet „trifft voll und ganz zu“ und die Note 5 „trifft überhaupt nicht zu“. 63 Prozent der Befragten sehen Fendt auf dem Spitzen-



Foto: Mummie

Platz 3 auf der Beliebtheitskala: saaten-grüne Traktoren. Landwirte sehen Claas-Fahrer als clever und preisbewusst an.

platz. John Deere ist nach Meinung von 38 Prozent die beliebteste Marke (siehe Grafik „Welche Marke ist besonders beliebt bei Landwirten?“). Die Beliebtheit der Traktormarke Claas einzuschätzen, fällt den Landwirten schwer („teils, teils“). Der Anbieter aus Harsewinkel liegt deutlich hinter Fendt und John Deere.

Hohes Ansehen für Fendt

Die Befragten mussten die sieben größten Traktormarken in eine Reihenfolge bringen, die ihrer Meinung das höchste Ansehen haben (siehe Tabelle „Ranking: Ansehen der Marken“). Über 75 Prozent der Teilnehmer wählen Fendt auf Platz 1. Dieses Ergebnis bestätigt den Erfolg von Fendt im DLG-Imagebarometer, einer Studie über das Ansehen deutscher Landtechnikfirmen. Auf Platz 2 listen die Befragten John Deere, gefolgt von Claas. Im letzten DLG-Imagebarometer waren die Positionen umgekehrt: Claas platzierte sich vor John Deere. Die DLG betrachtet aber das Image des gesamten Unternehmens und nicht nur der Traktoren.

Traktorfahrer, die als Letztes einen New Holland kauften, stuften die Marke auf Platz 4 ein. Bewerten Fahrer anderer

Marken, reichte es für New Holland nur auf Platz 6. Mit jeweils rund 20 Prozent stuften die Teilnehmer Deutz-Fahr auf die Ränge 3 bis 5. Am Ende schaffte es die Marke auf Rang 5. Berücksichtigen muss man die ungleichmäßige Verteilung der Marken unter den Befragten. Bei der Göttinger Studie kauften über 29 Prozent der Befragten zuletzt einen Fendt-Traktor, 26 Prozent einen John Deere und 7 Prozent einen Claas.

Zufriedene Traktorfahrer

Landwirte sind größtenteils mit ihrem letzten Kauf zufrieden bis sehr zufrieden. Fendt-Fahrer zeigen sich mit mehr als 50 Prozent der Befragten als sehr zufrieden. Kein befragter Fendt-Käufer und John-Deere-Fahrer äußerte sich unzufrieden. Den dritten Platz in der Zufriedenheitsrangliste belegt Deutz-Fahr. Über 7,5 Prozent der befragten Case-Käufer waren sehr unzufrieden. Somit weist Case das qualitativ schlechteste Ergebnis bezüglich der Zufriedenheit auf. Der Anteil der gekauften Traktormarken unter den befragten Landwirten ist jedoch sehr unterschiedlich. Ein Vergleich muss daher relativ betrachtet werden.

Gleiche Marke wieder kaufen?

Trotz der hohen Zufriedenheit würde auf vielen Höfen bei einem Neukauf eine ande-

Ranking: Ansehen der Marken

Rang	Marke
1	Fendt
2	John Deere
3	Claas
4	Case IH
5	Deutz-Fahr
6	New Holland
7	Massey Ferguson

Quelle: Imagestudie 2011, Universität Göttingen **dlz** 2011

re Traktormarke die Hofeinfahrt passieren. Bei Enttäuschungen, wie beispielsweise Reparaturanfälligkeit, verhalten sich die Teilnehmer unentschlossen. Landwirte tendieren bei Unzufriedenheit dazu, die Marke zu wechseln. Ein deutlicher Hinweis an die Hersteller: sichere Kundschaft nicht mit unausgereiften oder reparaturanfälligen Technikneheiten zu verärgern.

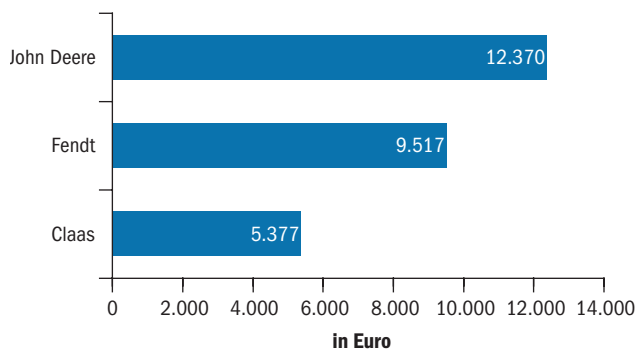
Kunden keiner anderen Marken sind so treu wie bei Fendt und John Deere. Fahren sie Claas, Case, Deutz-Fahr, New Holland und Massey Ferguson, sind die Befragten deutlich unsicherer, ob sie ihrer Marke auch in den nächsten Jahren treu bleiben.

Gerne ein paar Euro mehr

Die Göttinger Marketingexperten fragten, wie die Teilnehmer bei einem Neukauf reagieren. Neben dem Angebot der bekannten Marken John Deere, Fendt und Claas wurde ein Angebot von einer unbekannten Marke vom Händler vorgelegt. Der Traktor der unbekannten Marke soll 80.000 Euro kosten und hat die gleichen Ausstattungsmerkmale wie die anderen drei Traktoren.

Die Grafik unten links zeigt: Für die Marken Fendt, John Deere und Claas sind Landwirte bereit, bedeutend mehr Scheine auf den Tisch zu legen als für vergleichbare Konkurrenzprodukte. Im Durchschnitt würden Fendt-Kunden rund

So viel sind Kunden bereit, mehr für den Traktor zu zahlen



Welche Marke ist besonders beliebt bei Landwirten?

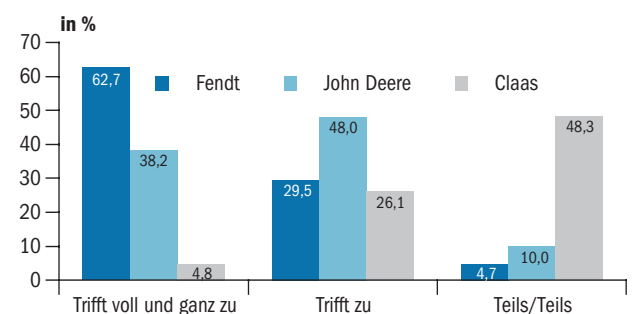




Foto: Landpixel.de

Junglandwirte schätzen ihr Wissen über Technik besser ein als der Senior. Beim Traktorkauf ist trotzdem mehr der Rat älterer Kollegen gefragt. Mehr im Junglandwirtemagazin dlz next.

9.500 Euro mehr zahlen. John-Deere-Käufer legen gerne 12.370 Euro mehr drauf im Vergleich zu einem No-name-Traktor.

Claas-Käufer haben einer durchschnittliche Mehrzahlungsbereitschaft von 5.300 Euro anstelle einer unbekanntenen Marke.

Fakten zur Studie

Eine Gruppe Göttinger Studenten der Agrarwissenschaften führte von Dezember 2010 bis Januar 2011 eine Umfrage zur Wahrnehmung von Traktormarken in Deutschland durch. 463 Landwirte füllten online einen Fragebogen aus. Knapp 42 Prozent der Befragten führen ihren landwirtschaftlichen Betrieb in Niedersachsen, rund ein Fünftel wirtschaftet in Nordrhein-Westfalen. Die Studie ist daher nicht für Deutschland repräsentativ.

Über 90 Prozent der Betriebe werden im Haupterwerb geführt. Ähnlich sieht es mit der Verteilung konventioneller (90 Prozent) oder ökologisch wirtschaftender (10 Prozent) Betriebe aus. Im Durchschnitt bewirtschaftet jeder Teilnehmer 364 ha landwirtschaftliche Nutzfläche. Zwei Drittel der Befragten sind Betriebsleiter, rund ein Drittel Hofnachfolger, was sich aus dem relativ niedrigen Durchschnittsalter von 38 Jahren erklärt. Über 95 Prozent der Teilnehmer sind männlich.



Immer eine Nasenlänge voraus.

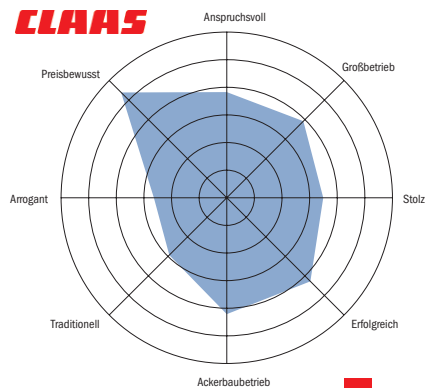
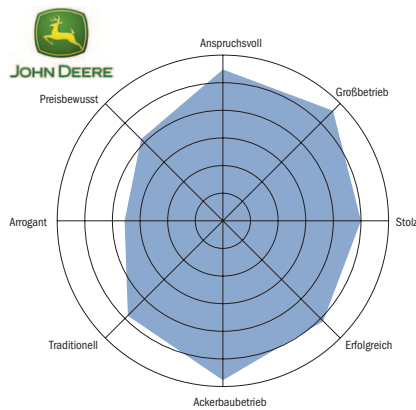
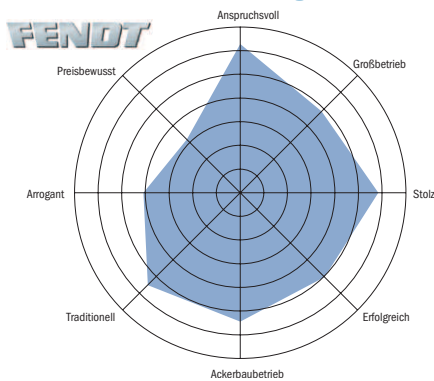
Das CLAAS Traktorenprogramm überzeugt durch Vielfalt und Ausstattungen für alle Einsatzzwecke. Für Ihre höchsten Ansprüche haben wir den XERION 5000 entwickelt. Dieser 528 PS 4x4 Großtraktor ist die gelungenste Verbindung aus Kraft, Intelligenz, voller Straßentauglichkeit und Wirtschaftlichkeit. Das nennen wir voraus denken.

claas.com

CLAAS



So ist das Käuferimage der Marken



Marke wichtiger als Händler

Würden Landwirte ihren Stammhändler wechseln, wenn dieser ihre favorisierte Marke nicht mehr vertreibt? Darauf gibt es zwiespaltige Antworten. Der Trend zeigt: Markentreue ist wichtiger als Händlertreue. 51 Prozent der Käufer von Fendt-Traktoren wechseln lieber den Händler als ihre Felgenreife. 47 Prozent der John-Deere-Fahrer und 41 Prozent der Claas-Kunden würden den Händler wechseln, um bei ihrer Marke zu bleiben. 26 Prozent der Befragten aller Marken sind über den Händlerwechsel unentschieden.

Deutsche Markentradition

Viele der Befragten verbinden mit den Marken Deutsche Qualitätsarbeit: **Fendt:** Seit 1930 werden Fendt Traktoren auf dem Markt angeboten. Fendt gehört seit 1997 dem weltweit agierenden Agco-Kon-

zern an. Trotzdem sehen drei Fünftel der Befragten Fendt als eine deutsche Marke an. Grund dafür können die verbauten Deutz-Motoren sein. Außerdem laufen alle Traktoren in Deutschland vom Band.

John Deere: Obwohl das Unternehmen seit 1956 in Mannheim durch die Übernahme der Heinrich Lanz AG ansässig ist und große Produktionsstandorte in Deutschland betreibt, verbinden lediglich 15 Prozent („trifft voll und ganz zu“) John Deere mit deutscher Qualitätsarbeit. Die amerikanischen Wurzeln des Unternehmens können ein Grund für diese Einschätzung sein.

Claas: 1913 wurde das Unternehmen in Clarholz in Westfalen gegründet. Mit der Lizenzübernahme der Renault Agriculture beginnt Claas 2003, Traktoren zu vertreiben. Seit einigen Jahren steckt in allen Modellen die Entwicklungsarbeit von

Claas-Ingenieuren. Claas ist der einzige Traktorbauer, hinter dem ein deutsches Familienunternehmen steht. Rund 13 Prozent der Befragten bestätigen die Aussage: „Claas ist deutsche Qualitätsarbeit“ mit „trifft voll und ganz zu“. Anfänglich hatten die Traktoren das Basisgerüst vom französischen Unternehmen Renault übernommen, die Motoren baut John Deere.

Die Umfrageteilnehmer stuften Claas als erfolgreich mit einem starken Wachstum in den vergangenen Jahren ein.

Noten für Technik und Wartung

Die Stärken und Schwächen der drei führenden Landtechnikfirmen bewerteten die Besitzer mit Schulnoten (siehe Grafik „So viele der Befragten...“). Fendt bekam den besten Notendurchschnitt, jedoch nicht in allen Kriterien. Claas befindet sich im unteren Feld der Bewertungen. Wegen dem geringen Anteil beteiligter Claas-Fahrer ist das Ergebnis nicht aussagekräftig.

Fendt: Fendt-Käufer kritisieren das Verhältnis von Preis und Leistung. Nur sieben Prozent gaben an, mit dem Preis voll zufrieden zu sein. In der Bewertung der Qualität geben 60 Prozent ihrem Fendt die Bestnote. Es folgen der Komfort mit 57 Prozent, die Ausstattung mit 59 Prozent und die Innovationsstärke mit 48 Prozent. Die Befragten sehen bei Fendt Potenzial in der Servicequalität und der Wartungsfreundlichkeit.

John Deere: John Deere ist Klassenprimus in Servicequalität, Leistungsstärke und Wartungsfreundlichkeit. Vor allem die Leistungsstärke wird zu 22 Prozent besser bewertet als bei Fendt. John-Deere-Fahrer dagegen würden ihrem Traktor nicht die Note 1 im Bereich Umweltfreundlichkeit geben und sehen die Ausstattung ihrer Traktoren nicht auf einem 1er-Niveau.

Claas: Das Preis-Leistungs-Verhältnis von John-Deere- und Claas-Traktoren liegt auf ähnlichem Niveau, besser bewertet als bei Fendt. Besitzer von Claas-Traktoren seh-



Foto: Landpixel.de

Kühler und Luftfilter säubern oder Motorenöl wechseln: Traktoren von Fendt und John Deere liegen in der Bewertung der Wartungsfreundlichkeit gleich auf.

Wunschzettel an Claas, Fendt und John Deere

- Ausbau des Händlernetzes
- höhere Servicequalität
- angepasstes Produktprogramm
- Verbesserung des Fahrkomforts
- angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis
- robustere und langlebigere Traktoren

en ihre Schlepper nicht als Top-Marken-tractoren an. Claas ist noch nicht lange mit Traktoren am Markt positioniert und wird weiter am Nutzenversprechen ihrer Marke feilen. Mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis können sie bereits heute schon mithalten.

Die typischen Käufer

Welche Vorurteile gibt es zu John-Deere-, Claas- und Fendt-Käufern? Stimmen Vorurteile der Kollegen mit der Realität überein? Aus der Grafik „So ist das Käuferimage der Marken“ lassen sich die herrschenden Vorurteile ablesen.

Charaktereigenschaften: Der typische Fendt-Käufer wird als stolz angesehen. Das Preisbewusstsein ist laut den Befragten nicht sehr stark ausgeprägt. Fendt-Käufer werden auch eher als anspruchsvoll angesehen. John-Deere-Käufer werden nicht als arrogant empfunden. Sie sind etwas weniger anspruchsvoll, dafür preisbewusster als Fendt-Käufer. Außerdem werden John-Deere-Käufern große Ackerbaubetriebe zugesprochen. Im Vergleich zu Fendt- und John-Deere-Käufern ist der Ruf der Claas-Käufer weniger polarisierend. Sie werden nicht als arrogant, stolz und traditionell angesehen. Das stimmt mit dem Selbstbild der Claas-Käufer überein. Sie sehen sich am wenigsten als traditionell. Allerdings wird ihnen das höchste Preisbewusstsein zugesprochen.

Vorurteile stimmen nicht

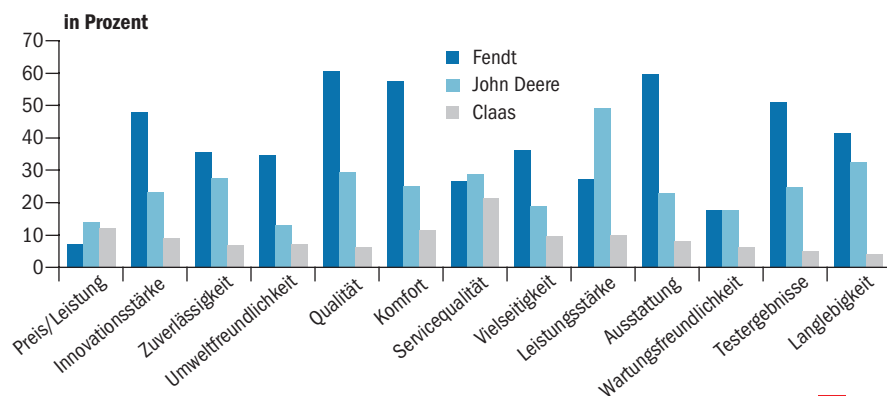
Interessant sind die Unterschiede, wie Menschen Traktorkäufer wahrnehmen und wie sie wirklich sind.

Betriebsgrößen: Betriebe mit John-Deere werden eher als Großbetriebe angesehen als Höfe mit Fendt- oder Claas-Traktoren. Claas-Käufern wird die kleinste Betriebsgröße zugesprochen. Die Realität sieht je-

www.dlz-agrarmagazin.de

Ihre Lieblingstraktormarke ist nicht dabei? Sie sehen das ganz anders? Diskutieren Sie mit auf landlive.de/traktorimage.

So viele der Befragten gaben ihrem Schlepper die Note „sehr gut“ in den verschiedenen Kriterien



doch anders aus. John-Deere-Käufer haben mit 562 ha die größte Betriebsfläche. Anschließend folgen Claas-Betriebe mit 464 ha und Fendt-Betriebe mit 332 ha landwirtschaftlicher Nutzfläche. Die kleinsten Betriebe kaufen die als teuerste angesehene Traktormarke.

Produktionsrichtung: Den typischen Kuhaltenden Fendt-Bauern gibt es nicht: 83 Prozent der Fendt-Käufer haben keinen Futterbaubetrieb. John-Deere-Fahrern wird nachgesagt, dass sie eher Ackerbauern sind. Jedoch verdienen nur 59 Prozent der Befragten die Mehrheit ihres landwirtschaftlichen Einkommens mit dem Ackerbau. In etwa genauso viele Claas-Betriebe verdienen ebenfalls den größten Teil ihres Einkommens im Ackerbau.

Ausbildung und Marke

Mit steigendem Ausbildungsgrad kaufen Landwirte tendenziell öfter Fendt. Landwirtschaftsmeister kaufen weniger John Deere und dafür mehr Deutz-Fahr. Landwirte ohne eine abgeschlossene landwirtschaftliche Ausbildung kaufen weniger Traktoren von John Deere, Fendt und Claas und dafür mehr Deutz.

Wunschzettel an die Hersteller

Am meisten Vorschläge fordern mehr Sitz- und Bedienkomfort sowie eine bessere Verarbeitung. Praktiker schätzen Robustheit und Zuverlässigkeit aller drei Fabrikate als verbesserungswürdig ein. Ebenso wünschen sich viele einen Ausbau von Händlernetz und Servicestellen sowie eine stärkere Kundenorientierung.

Claas: In den Kommentaren fordern die Studienteilnehmer, das Produktprogramm zu erweitern, mehr technische Innovationen und mehr Präsenz in der Kundenbetreuung, außerdem mehr Qualitätsarbeit, besonders bei der Elektronik.

John Deere: Verbesserungen im Kundenkontakt mit besserer Aufnahme von Verbesserungsvorschlägen sowie mehr europäischer Standard sind hier häufige Forderungen. Bessere Fahreigenschaften auf der Straße und ein geringerer Kraftstoffverbrauch treten in der Technik als wünschenswert hervor.

Fendt: Optimierungsbedarf besteht laut einer Vielzahl der Teilnehmer im Preis-Leistungs-Verhältnis. Wunschliste der Landwirte an die Technik: ausgereifere Elektronik und Innovationen bei GPS-Lenksystemen sowie Angebote für einfachere Ansprüche mit abgespeckter Elektronikausstattung.

Fazit

Die Marken Claas, Fendt und John Deere sind bei den befragten Landwirten am meisten präsent. Mit ihrem Traktor zufrieden ist die Mehrheit der befragten Traktorfahrer. Die Marke ist für viele wichtiger als der Händler. Für einen Markentraktor sind die Studienteilnehmer bereit, rund 5.000 bis 12.000 Euro mehr zu bezahlen. Die Studie konnte einige gängige Vorurteile über die Fahrer der Marken widerlegen. tg ■

Autoren: Karol Granoszewski, Cosima von Cossel, Birte Johanssen, Valerie Kersting, Dörthe Kortenbruck, Lizzy Magerhans, Jan Schwarze, Christoph Stammen, Daria Wiegand, Prof. Dr. Achim Spiller Georg-August-Universität Göttingen, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung

Welcher Traktortyp bis Du?



Junglandwirte bewerten Traktormarken anders. Mehr in dieser **dlz next**, ab Seite 12.