

Der neue Fendt 209 V ist mit Vario-Getriebe unterwegs.

Agco

„Die Krise hat nur gebremst, es geht weiter bergauf“

Schon zum zweiten Mal hat der US-Hersteller AGCO seine Jahresergebnisse eigens in Deutschland vorgestellt. Ein Bekenntnis zu einem seiner wichtigsten Produktionsstandorte – 170 Millionen Euro will der Konzern hier in den nächsten drei Jahren bei der Premium-Marke Fendt investieren. Und eine Anerkennung für den Markt: Einen Großteil der neuerlichen Rekordergebnisse hat AGCO in der Region Europa erwirtschaftet. Mit einem Umsatzplus von 23 Prozent auf 8,4 Milliarden US-Dollar macht sich der Konzern daran, zu seinen Konkurrenten Deere & Co sowie CNH aufzuschließen.

Vom Farntag in Luisville, Kentucky, direkt zur Pressekonferenz ins Hotel Bayerischer Hof in München. Für Martin Richenhagen war der Termin vorvergangene Woche Pflicht und Kür zugleich – weiß der deutsche Chef des amerikanischen Landmaschinenherstellers AGCO doch um die Bedeutung des deutschen Marktes. Und das in zweierlei Hinsicht: Mit Fendt sitzt die Perle des Unternehmens im Allgäu. Zudem hofft der studierte Theologe auf das Interesse der Investoren vom Alten Kontinent an den AGCO-Aktien, deren Kurs unter der Rezession in den USA kräftig gelitten hat. Es müsste doch mit dem Teufel zugehen, wenn ausgerechnet im Land der Maschinenbauer das Potenzial von AGCO nicht erkannt würde.

Wie wenig Börsenbewertung und reelles Geschäft in den Zeiten der Finanzkrise miteinander zu tun haben zeigt sich bei den Rekordergebnissen, die AGCO berichten konnte: Der Gewinn je Aktie stieg im Vergleich zu 2007 um 60 Prozent auf mehr als vier Dollar. Der Kurs allerdings ver-

lor zu seinen Spitzen um 48 Euro Ende 2007 auf rund 16 Euro. Den Glauben an sein Unternehmen und die Chancen der Agrarbranche insgesamt hat Richenhagen dennoch nicht verloren: „Nichts hat die Treiber in unserer Industrie geändert. Die Krise hat nur gebremst, aber es geht stark bergauf.“ Den Optimismus zieht er aus der Beobachtung, dass weltweit die Zahl der kleineren Farmen sinkt, die verbleibenden Betriebe damit aber immer professioneller arbeiten würden: „Das ist genau richtig für uns, denn wir bauen dafür die Geräte.“

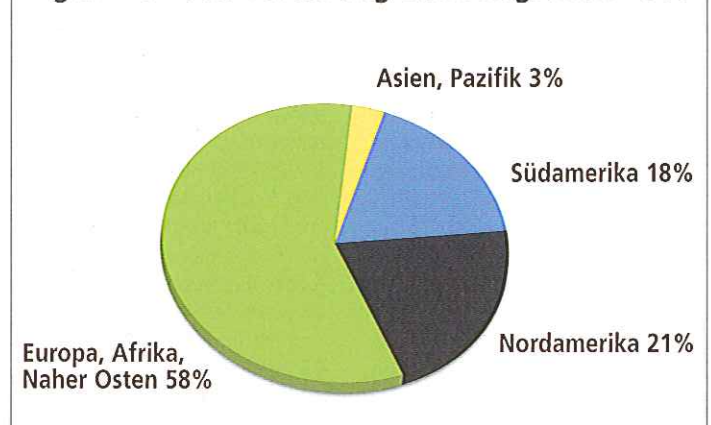
Um seine Zuversicht zu unterstreichen, kündigte Richenhagen weitere Unternehmenszukaufe für das Jahr 2010 an. Vor allem aber soll sich bei den vier AGCO-Kernmarken Massey Ferguson, Valtra, Fendt und Challenger viel tun. Was an Produktinnovationen in den nächsten Monaten vorgestellt würde, sei nur „die Spitze des Eisbergs“, man habe „noch viele andere Produkte in der Pipeline“. Bei den Erntemaschinen müsse man AGCO als neuen Anbieter „sehr Ernst nehmen“. So ist ein Hyb-

rid-Mähdrescher und der selbstfahrende Häcksler (siehe Interview) für den europäischen Markt angekündigt, neue kleine, auf einer Plattform basierenden Traktoren sollen ebenfalls dazukommen. Ein für den Weinbau ausgerichteter Kleintraktor mit Variogetriebe ist bereits vorgestellt worden.

Auch die finnische Tochterfirma Sisu-Diesel, die in den letzten vier Jahren ihren Output an Motoren verdoppelt hat, soll weiter kräftig wachsen. So

ist gerade ein Joint Venture mit dem russischen Landmaschinenhersteller CTP gestartet, der die angelieferten Teile aus Skandinavien montiert und in eigene Geräte einbaut. Die Option für eine künftige eigene AGCO-Produktion in Russland soll, so Branchenkenner, zumindest besprochen sein. Für den südamerikanischen Markt, den vor allem die Marken Valtra als Marktführer in Brasilien und Massey Ferguson bedienen, werden die Motoren ebenfalls zu ei-

Agco – Umsatzverteilung nach Regionen 2008



nem großen Teil aus Finnland zugeliefert. Weitere Marktanteile sollen die neuen biodieselfähigen Aggregate bringen.

Fendt werde 2009 um rund 30 Prozent wachsen, ist Richenhagen überzeugt. Dazu werden in Marktoberdorf und Bäumenheim die Kapazitäten für 170 Millionen Euro ausgebaut, die eine Jahreskapazität von bis zu 20.000 Traktoren erlauben sollen. 2008 gingen 15.000 Schlepper aus Marktoberdorf an den Mann, 2009 sollen es 17.000 sein. Die Nachfrage bei Fendt bestätigt man auch bei der BayWa, dem wohl bedeutendsten Händler der Marke: „Nach einer Nachfragedelle im Herbst verzeichnen wir erstaunlicherweise eine gute Nachfrage seit Januar. Wenn das das Jahr über anhält können wir sehr zufrieden sein“, so ein BayWa-Manager. Bestseller der Marke 2008 war weltweit der Fendt 820 Vario, insgesamt legte der Fendt-Absatz in Deutschland 2008 um zehn Prozent zu.

Bei ihrem Werkausbau und der Suche nach neuem, qualifiziertem Personal – weltweit sind mehr als 15.000 Angestellte in 140 Ländern beschäftigt – will sich AGCO auf seine Kernproduktion konzentrieren, also originäre Teile für die Maschinenteknik – „alles andere an Teilen sourcen wir aus“, so Richenhagen. Die Finanzierung der Expansion des Konzerns ist laut Richenhagen gesichert: „Wir sind nahezu schuldenfrei, daher geht es uns ausgesprochen gut.“ Fremdkapital sei in den nächsten Jahren nicht nötig.

Dass die Finanzkrise und die gesunkenen Rohstoffpreise sich in diesem Jahr bei den Agrariern bemerkbar machen werden, räumt Richenhagen offen ein, der Umsatz des gesamten Konzerns werde wohl nur 7,8 Milliarden Dollar betragen, der Gewinn je Aktie auf 3,25 Dollar sinken. Das liegt vor allem am südamerikanischen Markt. Nachdem der Umsatz dort im vergangenen Jahr auf rund 1,5 Milliarden US-Dollar gestiegen war, hält der AGCO-Chef für 2009 einen Rückgang um bis zu 30 Prozent für möglich, weil die Farmer erst die Entwicklung der Rohstoffpreise abwarten würden. Auf längere Sicht soll

Interview

Feldhäcksler liegt im Zeitplan

Der eilbote sprach anlässlich der Pressekonferenz in München letzte Woche mit AGCO-CEO, Martin Richenhagen.

eilbote: Herr Richenhagen, die Branche erwartet mit Spannung den Feldhäcksler. Liegt die Entwicklung denn im Zeitplan und ab wann wird er für die Kunden verfügbar sein?

Richenhagen: Wir liegen voll im Plan, die Markteinführung ist Mitte 2010, da hat sich also nichts geändert. Wir überlegen allerdings, ob wir nicht einem kleinen Kreis von speziellen Interessenten schon einen ersten Blick während der Agritechnica erlauben.

eilbote: Was für ein Motor wird den Häcksler antreiben und wo wird er gebaut?

Richenhagen: Zum Motor will ich jetzt noch nichts sagen, nur so viel: wahrscheinlich wird er diesmal von keinem unserer Stammlieferanten sein. Der Produktionsstandort wird mit großer Wahrscheinlichkeit irgendwo in Westeuropa liegen.

eilbote: Wird das Projekt des Großschleppers TriSix eigentlich weiter verfolgt, und wenn, wie ist der aktuelle Stand?

Richenhagen: Seit der Vorstellung auf der Messe fahren wir mit dem Prototyp zum Testen. So wissen wir genau, was noch gemacht werden muss. Es war zum Beispiel wichtig festzustellen wie der Bodendruck ist, wie die Leistungsfähigkeit dieses Schleppers im Feldversuch ist. Das sieht alles sehr interessant aus und wir müssen die nächsten Monate entscheiden, ob wir in die Entwicklung gehen und mit welcher Geschwindigkeit. Wenn man die Kollegen bei Fendt fragt, dann sollten wir es unbedingt machen. Allerdings ist der Weltmarkt für solche Maschinen ja eher klein, in dieser Klasse werden weltweit nur 4000 bis 5000 Schlepper verkauft. Und daran sind wir ohnehin schon mit den Raupenschleppern und dem Knickschlepper beteiligt. Also muss man noch einige Gespräche führen, der systematische weitere Ausbau unserer Produktpalette ist aber ein Baustein unserer Strategie. Es sieht gar nicht so schlecht aus.

eilbote: Plant AGCO weitere Akquisitionen, eventuell im Bereich der Gerätehersteller?

Richenhagen: Das schließe ich nicht aus, wobei wir aktuell nichts Konkretes planen. Es gibt aber immer wieder Gespräche, der systematische Ausbau unserer Produktpalette ist sicher auch ein Teil unserer Strategie.

eilbote: Läuft das Joint Venture mit dem russischen Hersteller CTP angesichts der wirtschaftlichen Probleme in Russland planmäßig?

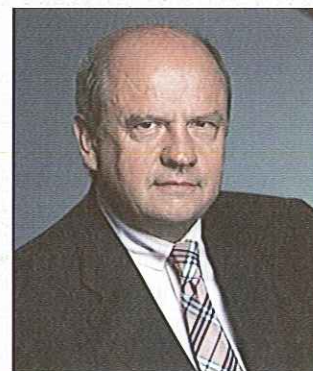
Richenhagen: Die Schwierigkeiten der russischen Wirtschaft treffen uns nicht, da der Partner dringend Motoren braucht und auch dringend eine Verbesserung der Technologie. Für den Markt insgesamt muss man abwarten.

eilbote: Und wie treffen Sie die russischen Importzölle?

Richenhagen: Ich kann mir nicht vorstellen, dass das mit den Zöllen so bleibt, da die Versorgung der Landwirte mit neuer Technik jetzt schon ein riesenproblem ist, man wird das nicht verschärfen. Derzeit gelten nur für Mähdrescher die 15 Prozent Sondersteuer, da hilft uns das angelaufene Joint Venture natürlich nicht. Das hilft uns aber dann, wenn wir anfangen Mähdrescher dort zu lokalisieren, und dann ist es natürlich von Vorteil, wenn man einen Motor aus Russland einbauen kann, insbesondere, da der Motor baugleich ist mit denen von Sisu-Diesel, die wir jetzt schon verwenden.

eilbote: Finanzvorstand Andy Beck hat darauf hingewiesen, dass sich die Geschäfte der AGCO-eigenen Bank (zu 50 Prozent ist die Rabobank daran beteiligt) mit den Händlern und den Endkunden gut entwickeln. Gilt das auch für Russland?

Richenhagen: In Russland spielt das aktuell keine Rolle, weil wir dort nicht so aktiv sind, die Bonitätsprüfung ist dort noch schwierig, aber das mag sich ändern. Anders in den USA oder in Südamerika, dort werden rund 50 Prozent der Bestellungen fi-



Martin Richenhagen.

nanziert.

eilbote: Auch Same-Deutz-Fahr hat angekündigt, mit Ihrem russischen Partner CTP zusammenzuarbeiten. Gibt es dabei keine Überschneidungen mit AGCO?

Richenhagen: Mir ist nicht bekannt, dass es einen Vertrag zwischen SDF und CTP gibt oder eine Zusammenarbeit. Da waren vielleicht einige Meldungen zu schnell, vielleicht, weil man für die Messe einige Objekte brauchte, da kann ich nur spekulieren, aber mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit steckt da nichts dahinter.

eilbote: Der neue US-Präsident Barack Obama setzt stark auf das Thema Umweltschutz. Wie weit wird sich damit auch die Agrarpolitik ändern?

Richenhagen: Es ist auf jeden Fall gut, dass er auf Erneuerbare Energien setzt, das ist gut für die Landwirtschaft. Und dass er so viel auf Umweltschutz achtet, ist gut für Hersteller, die Produkte mit niedrigem Energieverbrauch anbieten. Das war in der Vergangenheit nicht so, zurzeit werden unsere Traktoren aber stärker nachgefragt, weil wir ein anderes Konzept mit sehr sparsamen Motoren haben. Ob Obama sich nun konkret in das so genannte Farm Bill – die Förderpolitik der Landwirtschaft von Getreide bis hin zur Bioenergie – einsetzt, wage ich zu bezweifeln, zumal das aktuelle Programm noch bis 2010 läuft. Er hat also Zeit und er wird sich sicherlich auch beraten lassen.

eilbote: Was hat das für konkrete Auswirkungen auf den AGCO-Absatz in den USA?

Richenhagen: Für uns ist die Situation eher positiv.

Die Fragen stellte Carl Batisweiler

Fortsetzung von Seite 21

AGCO dann wieder an die Rekordzahlen aus 2008 aufschließen, unter anderem durch eine Reihe kleinerer Traktoren speziell für kleine Farmer, die gerade erst ihre Produktion mechanisieren. Neue Angebote von Valtra und MF sollen auch zur Erholung in Brasilien und Co. beitragen: Sämaschinen, eine selbstfahrende Spritze, Axial-Mähdrescher und Zuckerrohr-Vollernter sind in der Entwicklung.

Langfristig rechnet AGCO für allem für die Märkte in Osteuropa mit großem Bedarf. So gibt es in den USA mit einer vergleichbar großen Ackerfläche wie in der ehemaligen Sowjetunion einen Jahresbedarf von 25.000 schweren Traktoren, in den osteuropäischen Staaten werden aber bislang nur 11.000 solcher Maschinen nachgefragt. „Da gibt es noch viel Potenzial“, sagt Richenhagen. Wegen der unsicheren Bezahlung würden Hersteller, die stark auf Osteuropa ausgerichtet sind, derzeit allerdings leiden.

„Wir wollen 2009 das zweitbeste Jahr in unserer Geschichte hinlegen“, sagte Richenhagen in München. Schon 2010 will er den Umsatz des Konzerns wieder um 25 Prozent steigern. Wie sehr Richenhagen an den Erfolg der Landmaschinenhersteller glaubt, belegt eine private Investition, als er jüngst wegen der Börsenregeln vorübergehend keine AGCO-Aktien kaufen durfte: „Da habe ich dann zumindest John-Deere-Aktien gekauft. Ich glaube einfach an unsere Industrie.“

Carl Baisweiler

Zur AGCO-Aktie

AGCO braucht trotz der Investitionen kein Fremdkapital, neue Produkte bei allen Marken des Konzerns sollten auf Sicht von einem Jahr bereits wieder für Wachstum sorgen. Dafür ist die Aktie mit einem Kurs/Gewinn-Verhältnis von unter sieben unterbewertet. Klarer Kauf.
ISIN: US 0010841023

AGCO

Neuer Mann für die Händlerentwicklung

Carsten Appelhoff wird Dealer Development Manager Deutschland

Carsten Appelhoff übernahm zum 1. Februar die Position des Dealer Development Managers Germany, mit Sitz in Marktoberdorf. In dieser Funktion ist Appelhoff für die Händlerentwicklung der vier Marken Challenger, Fendt, Massey Ferguson und Valtra zuständig und berichtet an Peter-J. Paffen, Country Manager Germany und Vice President Sales/Marketing, Fendt EAME.

Appelhoff begann seine Karriere bei Massey Ferguson im Juli 2000 als Gebietsleiter für Niedersachsen und war zuletzt als regionaler Verkaufsleiter Nord tätig.

Appelhoffs Erfahrungen innerhalb von AGCO sowie seine vorherige Tätigkeit als Gebiets-



Carsten Appelhoff.

leiter bei der Kuhn Vertriebs GmbH liefern laut Agco gute Voraussetzungen für seinen neuen Aufgabenbereich.