



Augenhöhe sei dafür die Basis. Besonders Anliegen sei die Schulung der Vertriebspartner, deren Verkäufer und Werkstattmitarbeiter. In diesem Bereich erziele man auch gute Bewertungen in der Händlerzufriedenheitsumfrage (DSI).

Das Investitionsverhalten der Landwirte und Lohnunternehmer hat sich laut Wacker spürbar verändert. „Wir beobachten einen klaren Trend: Kunden legen mehr denn je Wert auf einen starken und verlässlichen Vertriebspartner mit hervorragendem Service, auf zuverlässige Technik und ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis.“ Wacker erläutert genauer: „Insbesondere vor dem Hintergrund der sukzessiv steigenden technischen Komplexität der eingesetzten Komponenten und Technologien steht die Zuverlässigkeit der eingesetzten Maschinen im Vordergrund. Die neueste Technik nützt nichts, wenn sie nicht

Mit unseren durchzugsstarken und großvolumigen Kubota-Motoren, der japanischen Fertigungsqualität sowie einem dynamischen und motivierten Vertriebspartnernetz haben wir weiterhin ein enormes Wachstumspotenzial in allen unseren Produktbereichen von 0 bis 180 PS.

Jan Wacker
Sales Manager Tractor Sales and Marketing, Kubota

zuverlässig funktioniert.“ Deshalb lege man in Verbindung mit dem Kubota Anbaugeräteprogramm größten Wert auf Dauertests, Verträglichkeitsprüfungen so-

wie ausgiebige Praxistests vor der Markteinführung neuer Produkte.

Zwischen geringen und hohen Lagerbeständen

Die Lage bei den Händlerlagerbeständen stellt sich für das Kubota derzeit unterschiedlich dar. Während einige Händler nur über geringe Bestände verfügen, halten andere nach wie vor sehr hohe Lagerbestände vor. „Eine detaillierte Analyse zeigt, dass sich bei wenigen Händlern die hohen Bestände über die gesamte Produktpalette erstrecken. In den meisten Fällen betrifft dies jedoch nur einzelne Modelle, während andere bereits nachbestellt werden müssen, um die Marktanforderungen zu erfüllen und weiterhin erfolgreich zu agieren“, erklärt Wacker.

In der Produktstrategie setzt Kubota auf den Ausbau des Produktprogramms für die

Rasen- und Grundstückspflege. Fabiano Hensen, Manager Marketing und Produktmanagement bei der Kubota Deutschland GmbH, sagt: „Unser Ziel ist es, sowohl dem semiprofessionellen als auch dem professionellen Anwender innovative und leistungsstarke Lösungen anzubieten, die seine Anforderungen optimal erfüllen. Gleichzeitig investieren wir intensiv in den Bereich der landwirtschaftlichen Traktoren. Unser Fokus liegt auf einem breiten und leistungsfähigen Produktprogramm für gemischt- und viehhaltende Betriebe sowie für Sonderkulturen wie Wein- und Obstbau.“

Zudem liegt ein „besonderer strategischer Schwerpunkt“ darauf, autonome Lösungen und Smart Farming-Technologien voranzubringen. Besonders im Fokus stehen dabei autonome Traktoren wie der M7004, autonome Geräteträger wie der Kubota Robotti und Spezialmaschinen für

Sonderkulturen wie das KFAST-Sprühgerät. Ergänzt wird das Portfolio durch innovative Anbaugeräte wie das UV-Boosting-System, das zur Pflanzengesundheit beiträgt und den Herbizideinsatz reduziert.

Zur Agritechnica 2025 setzt Kubota auf den Schwerpunkt Smart Farming Solutions. „Unsere Vision ist es, mit intelligenten und autonomen Lösungen die Herausforderungen in der Landwirtschaft zu meistern und eine nachhaltige Nahrungsmittelproduktion sicherzustellen“, erklärt Hensen. Die Entwicklungen aus diesem Bereich wurden bereits auf der CES-Messe in Las Vegas vorgestellt, wo Kubota mit dem vieradrigen Roboter KATR den „Best of Innovation Award“ gewann. Mit dieser Kombination aus bewährten Traktoren, autonomen Systemen und einem starken Händlernetz stellt sich Kubota für die Zukunft breit auf.



Fotonachweis: Kubota

Die neue Kubota M7004-Serie verbindet bewährte Zuverlässigkeit mit technischen Upgrades, darunter ein verbessertes Kühlpaket und optimiertes Getriebe.