



**6. Niedersächsischer Außenwirtschaftstag
MERCOSUR – Der gemeinsame Markt im südlichen Lateinamerika
Agrobusiness – Ein Erfahrungsbericht**

Dietmar Rühle, Hannover, 21. April 2008

CLAAS Vertriebsgesellschaft mbH

CLAAS

1. Die CLAAS-Gruppe

2. CLAAS im MERCOSUR

- Historie
- Status Quo
- Perspektiven

CLAAS High-Tech für die Landwirtschaft

Das 1913 von August Claas gegründete Unternehmen ist Europas führender Hersteller von Mähdreschern, Traktoren, selbstfahrenden Feldhäckslern, landwirtschaftlichen Pressen und Futtererntemaschinen. Moderne Dienstleistungen und neueste landwirtschaftliche Informations-technologie runden die Angebotspalette ab.

Außerdem beschäftigt sich CLAAS mit der Entwicklung und Herstellung von Komponenten und von kompletten Fertigungsanlagen.



Gesellschaftsform
Aufsichtsrat

KGaA mbH
Helmut Claas (Vorsitzender)

Management

Dr. Theo Freye (Marketing und Strategie,
Sprecher der Geschäftsführung)

Dr. Hermann Garbers (Technologie und Qualität)

Ulrich Jochem (Geschäftsfeld Traktoren)

Hans Lampert (Finanzen, Controlling und Betriebswirtschaft)

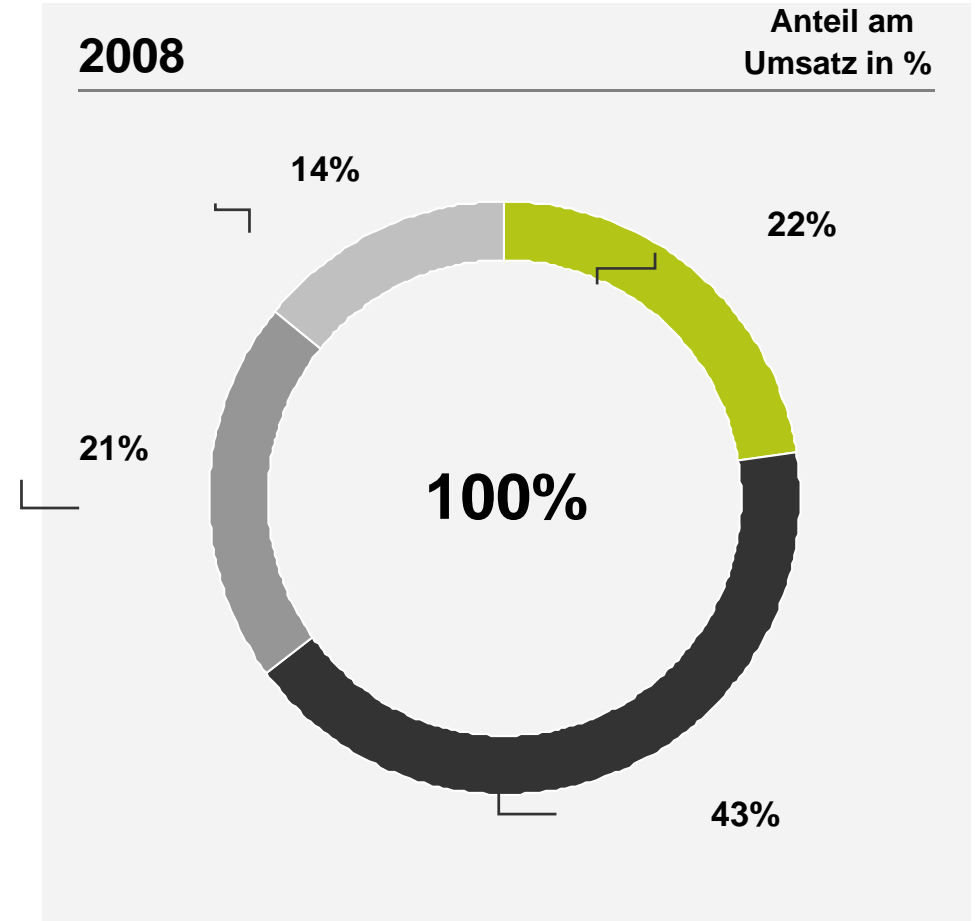
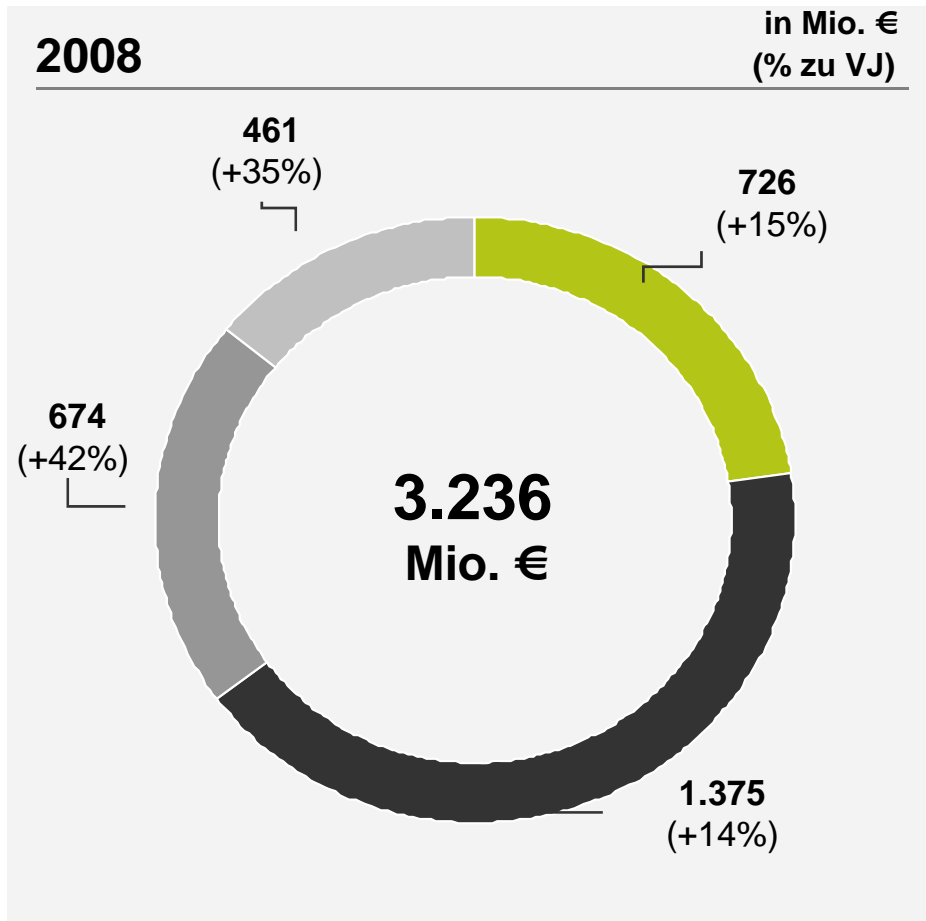
Lothar Kriszun (Geschäftsfeld Vertrieb)

Dr. Rolf Meuther (Geschäftsfeld Futterernte)

Jan-Hendrik Mohr (Geschäftsfeld Getreideernte)

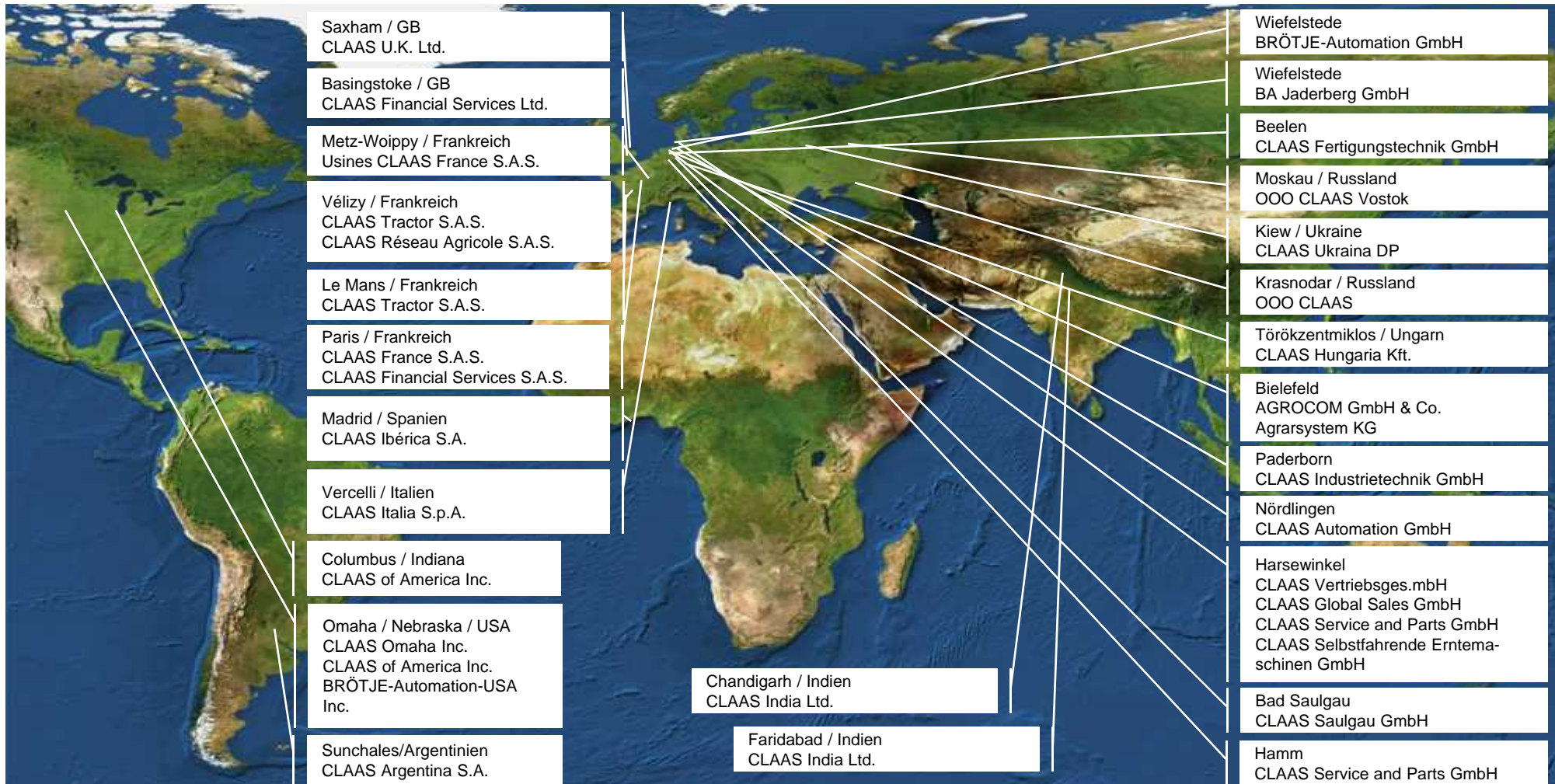
Umsatz 2008	3,236 Mrd. € (+ 21,7 %)
Ergebnis vor Steuern	248,1 Mio. € (+ 41,1 %)
Auslandsanteil am Umsatz	77,6 %
Mitarbeiter inkl. Auszubildende	9.100
Ausbildungsquote	7,8 % (in Deutschland)

Umsatz 2008 – Regionen



Deutschland
 Übriges Westeuropa
 Zentral-/Osteuropa
 Außereuropäische Länder

CLAAS - Auf allen Feldern der Welt zu Hause

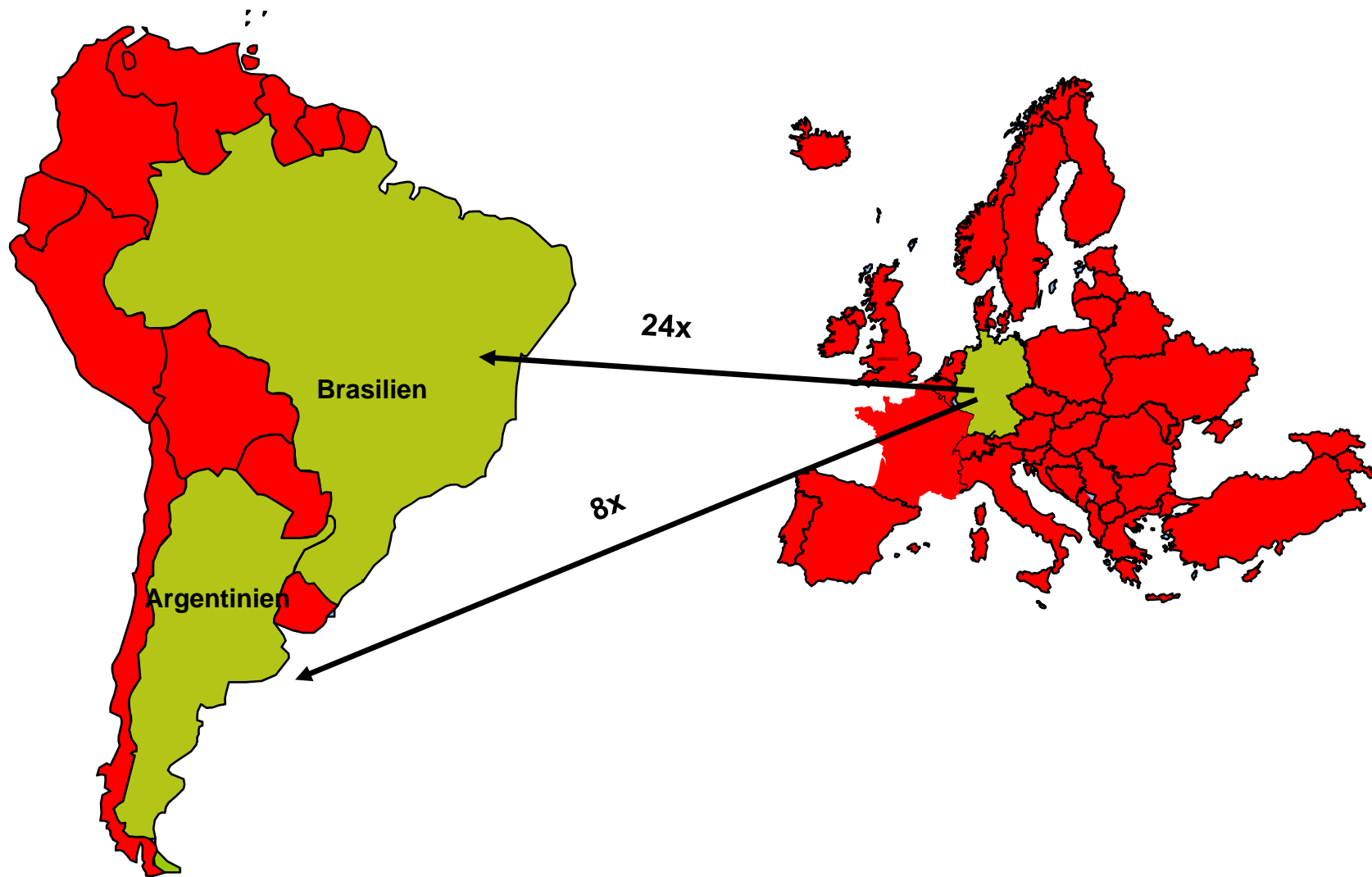


1. Die CLAAS-Gruppe

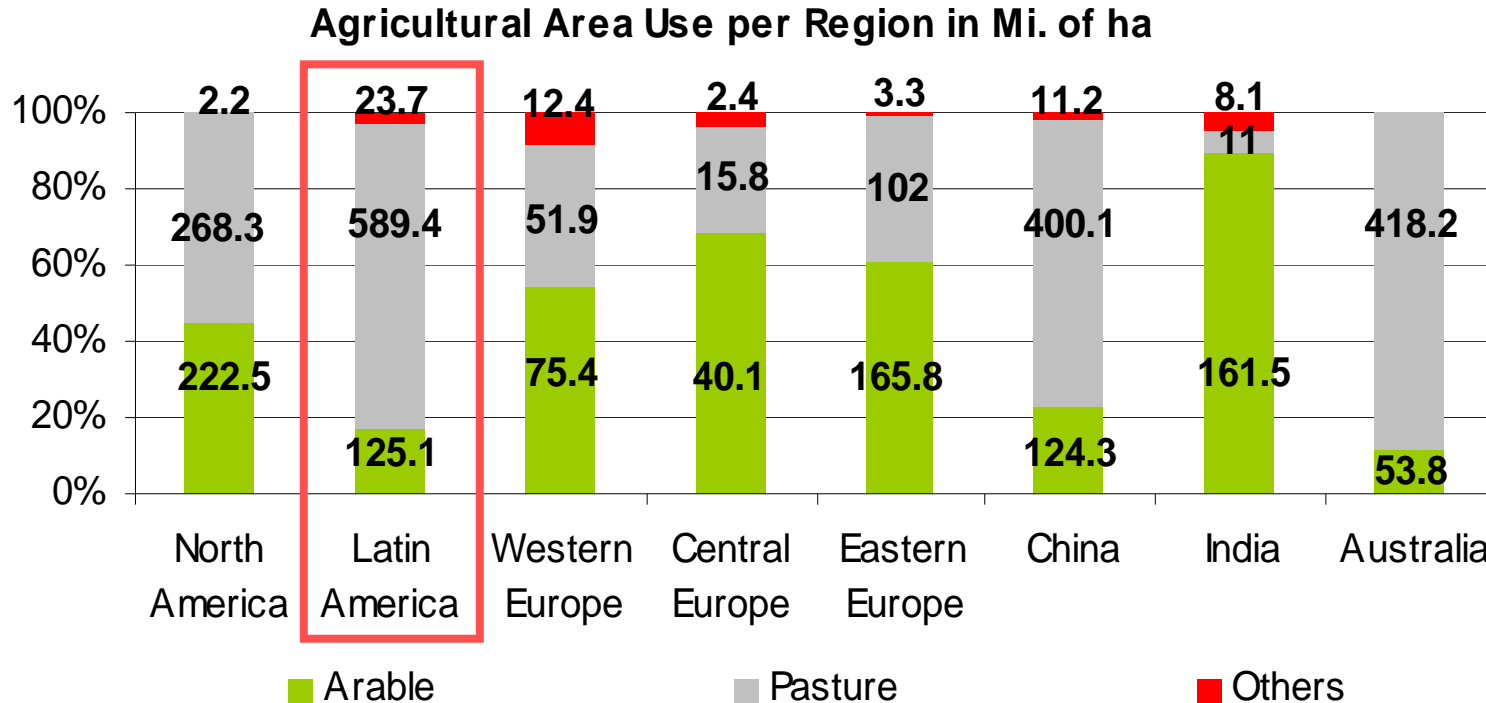
2. CLAAS im MERCOSUR

- Historie
- Status Quo
- Perspektiven

Warum ist der Mercosur interessant für CLAAS?



Warum ist der Mercosur interessant für CLAAS?

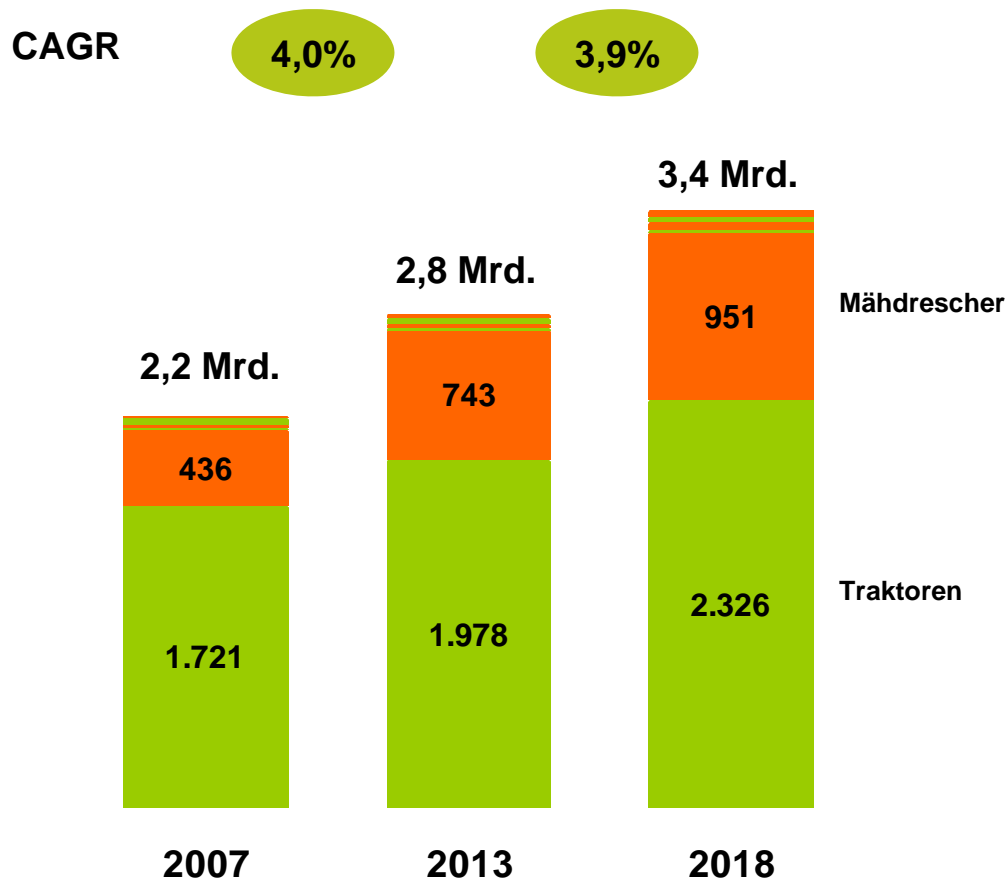


Quelle: US Department of Agriculture

-> Die langfristigen Preiserwartung für Soja und Weizen lassen zusätzlich zur bereits genutzten Ackerfläche eine weitere Ausdehnung erwarten (Intensivierung der Milchviehhaltung, Umwandlung von Grünland in Ackerland)

Warum ist der Mercosur interessant für CLAAS?

Gesamtmarkt Landtechnik Südamerika in Mio. €



- Nach Rückgängen in Vorjahren und aktuellem Jahr Markterholung bis 2013.
- 65% determiniert durch Argentinien und Brasilien
- Verlangsamtes Wachstum von 2013 bis 2018

Quelle: Schätzung CLAAS

CLAAS im Mercosur – Historie

Argentinien

1971 – 1976:	Verkauf von 160 Zuckerrohrvollerntern "LIBERTADORA 1400" durch Importeur
1980 – 1983:	Verkauf von 13 Mähreschern (MD) durch Importeur
1992 – 1995:	9 MEGA 208 / 218 and 14 Jaguar 800 verkauft durch Importeur
1995 – 2000:	Verkauf von 60 DOMINATOR / MEGA und 130 JAGUAR 800 durch Importeur
Seit 2000:	Marktbearbeitung durch CLAAS Argentina S.A.
bis 2007:	Endverkäufe von über 500 Mähreschern und über 100 Feldhäckslern mit entsprechendem After-Sales-Geschäft

Brasilien

1968:	Direkt-Importe von KONSUL, SUPER AUTOMATIC und MARKANT durch Endkunden
1969 – 1972:	Verkauf von 900 MERCATOR / KONSUL /KOSMOS durch Importeur
1972 – 1973 :	80 Zuckerrohrvollernter verkauft durch Importeur
1995 – 2000:	Verkauf von 35 Zuckerrohrvollerntern durch Importeur
1998 – 2000:	26 MEGA 204 / 218 verkauft durch Importeur
2005:	1 JAGUAR 870 verkauft durch CLAAS Argentina S.A.

Paraguay

1968:	Verkauf von 10 KONSUL-Mähreschern an die Menoniten-Gemeinde mittels GTZ-Projekt
1969:	15 MERCATOR / KONSUL verkauft durch Importeur

Ecuador (assoziiert)

1973 - 1975:	Verkauf von 100 MERCATOR (Reis) durch Importeur
anschliessend:	Punktuelle Endverkäufe durch verschiedene Importeure

Quelle: CLAAS

CLAAS im Mercosur – Status Quo

- Argentinien: - Marktbearbeitung über CLAAS Argentina S.A. (Umsatz ca. 100 Mio. USD)
- Direktvertrieb



- Gründe / Erfahrungen:

- Vor Peso / USD-Abwertung starker lokaler Importeur, Aufbau einer signifikanten Maschinenpopulation im Markt (durch „Nische“ JAGUAR)
- Passende Produkte, Preisstellung im Markt trotz Importzöllen (14%) und Herstellkosten in € für Endkunden aufgrund höherer Wirtschaftlichkeit interessant
- Direktvertrieb aufgrund fehlender lokaler Finanzierungen und finanziell ausbaufähiger lokaler Landtechnikhändler
➔ „Risikostreuung“
- Durch eigene Tochtergesellschaft mit argentinisch / deutschem Management hohe lokale Marktkenntnisse und enge Anbindung an Konzern (Finanzierung, EDV, Controlling)
- Rückgriff auf internationale Partner in Argentinien (Rechtsanwälte, WPs, StB)

Brasilien, Paraguay, Uruguay, Venezuela, assoziierte Staaten:

- Marktbearbeitung vor Ort durch lokale Importeure
- Analyse, Steuerung und Betreuung durch Länderdelegierte der CLAAS Global Sales GmbH in Zusammenarbeit mit CLAAS Argentina S.A.
- Gründe / Erfahrungen:
 - Hohe Volatilität der Landtechnikmärkte, i.w. getrieben durch Finanzierungsmöglichkeiten und Preisentwicklungen an den Weltmärkten für Agrarrohstoffe
 - Hohe Wettbewerbsintensität, Wettbewerber mit lokalen Produktionsstätten und langer Tradition
 - In Kernmärkten (Brasilien) Protektionismus in Form von Finanzierungssubventionen für lokal gefertigte Produkte und zusätzlichen Zöllen
 - Passende Produkte, Preisstellung im Markt für Endkunden aber aufgrund der Kumulation von Importzöllen, Herstellkosten in € und deutlich höheren Finanzierungskosten schwierig
 - ➔ Ohne lokale Produktion nur punktuelle Vertriebschancen!
 - ➔ Aufbau einer lokalen Produktion sowie der entsprechenden Vertriebswege erfordert hohes Investitionsvolumen!

Im Kontext der CLAAS-Gruppenstrategie stehen derzeit folgende Initiativen in Südamerika:

- Ausbau der Marktposition in Argentinien durch CLAAS Argentina S.A.
- Präsentation der europäischen Technik und punktuelle Verkäufe in Nachbarstaaten Argentiniens durch CLAAS Argentina S.A.
- Intensive Marktbeobachtung Brasilien inkl. Bewertung verschiedener Eintrittsstrategien
- Laufender (jährlich) Abgleich der Gruppenstrategie für die Regionen



CLAAS